



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

**“LA GESTIÓN DE COBRANZAS Y SU INCIDENCIA EN  
LA LIQUIDEZ DE LAS PYMES COMERCIALES DE  
ACCESORIOS DE CELULARES EN LIMA  
METROPOLITANA DEL AÑO 2022”**

**PRESENTADO POR  
YADIRA VICTORIA CHUMPISUCA ARIAS  
KAREN VANESSA ZUÑIGA ENERO**

**ASESOR  
CRISTIAN ALBERTO YONG CASTAÑEDA**

**TESIS  
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**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**

**“LA GESTIÓN DE COBRANZAS Y SU INCIDENCIA EN LA  
LIQUIDEZ DE LAS PYMES COMERCIALES DE ACCESORIOS DE  
CELULARES EN LIMA METROPOLITANA DEL AÑO 2022”**

**PARA OPTAR**

**EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

**PRESENTADO POR:**

**CHUMPISUCA ARIAS YADIRA VICTORIA  
ZUÑIGA ENERO KAREN VANESSA**

**ASESOR:**

**DR. CRISTIAN ALBERTO YONG CASTAÑEDA**

**LIMA, PERÚ**

**2024**

**“LA GESTIÓN DE COBRANZAS Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS  
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE ACCESORIOS DE  
CELULARES EN LIMA METROPOLITANA DEL AÑO 2022”**

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR:**

DR. CRISTIAN ALBERTO YONG CASTAÑEDA

### **MIEMBROS DEL JURADO:**

#### **PRESIDENTE:**

DR. SABINO TALLA RAMOS

#### **SECRETARIO:**

DRA. LUZ MARÍA GALINDO URIBE

#### **MIEMBRO DEL JURADO:**

DRA. MARIA EUGENIA VASQUEZ GIL

## **DEDICATORIA**

Dedico mi tesis a mis padres, que con mucho esfuerzo lograron brindarme todo su apoyo, a nivel emocional y económico. A mis hermanos, por compartir momentos significativos conmigo y siempre sacarme una sonrisa.

### **Yadira Victoria Chumpisuca Arias**

Dedico mi tesis a mis abuelos que me cuidan desde el cielo, a mi familia en especial a mis padres y mi hermana por todo el amor y apoyo incondicional que siempre me dan y que fueron mi mayor motivo para culminar este proyecto con éxito.

### **Karen Vanessa Zuñiga Enero**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por mantenernos con vida y brindarnos salud, a nuestros asesores por orientarnos en este proyecto y hacer posible terminar esta investigación, a nuestros profesores por sus enseñanzas a lo largo de nuestra etapa universitaria y por último a nuestros compañeros por el apoyo.

## TURNITIN

---

PAPER NAME

Tesis Chumpisuca Arias y Zu%C3%B1iga  
Enero final 12-01-24.docx

AUTHOR

KAREN VANESSA ZUNIGA ENERO

---

WORD COUNT

17445 Words

CHARACTER COUNT

93240 Characters

PAGE COUNT

121 Pages

FILE SIZE

824.4 KB

SUBMISSION DATE

Jan 12, 2024 11:00 PM GMT-5

REPORT DATE

▲ Jan 12, 2024 11:16 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
- 13% Submitted Works database

### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less then 10 words)
- Manually excluded text blocks



## ÍNDICE

<b>ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO .....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>v</b>
<b>TURNITIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE.....</b>	<b>vii</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>xvii</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1. Descripción de la realidad problemática .....</b>	<b>11</b>
<b>1.1.1. Delimitación espacial.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.2. Delimitación temporal.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.3. Delimitación social.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.4. Delimitación conceptual.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2. Formulación del Problema .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.1. Problema General .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.2. Problemas Específicos.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. Objetivos de la investigación .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.1. Objetivo General.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4. Justificación de la investigación .....</b>	<b>16</b>

1.4.1.	Justificación .....	16
1.4.2.	Importancia .....	17
1.4.3.	Viabilidad de la investigación.....	17
1.5.	Limitaciones del estudio.....	18
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>		<b>19</b>
2.1.	Antecedentes de la Investigación.....	19
2.1.1.	Nacionales.....	19
2.1.2.	Internacionales .....	23
2.2.	Bases teóricas.....	26
2.2.1.	Gestión de Cobranza .....	26
2.2.1.1.	Estrategia de cobranza .....	28
2.2.1.2.	Herramientas financieras de cobranza .....	31
2.2.1.3.	Políticas de cobranza.....	33
2.2.2.	Liquidez.....	35
2.2.2.1.	Liquidez Corriente .....	37
2.2.2.2.	Flujo de Efectivo .....	39
2.2.2.3.	Capital de Trabajo .....	40
2.3.	Definición de Términos Básicos (Glosario).....	42
<b>CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....</b>		<b>44</b>
3.1.	Hipótesis General .....	44
3.2.	Hipótesis Específicas.....	44
3.3.	Operacionalización de variables.....	45
3.3.1.	Variable Independiente: Gestión de Cobranza .....	45

3.3.2. Variable Dependiente: Liquidez .....	46
<b>CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA .....</b>	<b>47</b>
4.1. Diseño Metodológico .....	47
4.1.1. Tipo de Investigación.....	47
4.1.2. Nivel de Investigación.....	47
4.1.3. Método .....	48
4.1.4. Diseño .....	48
4.1.5. Enfoque.....	48
4.2. Población y Muestra .....	49
4.2.1. Población (N).....	49
4.2.2. Muestra (n) .....	50
4.3. Técnica de recolección de datos .....	52
4.3.1. Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos .....	52
4.3.2. Instrumentos .....	52
4.3.3. Procedimiento de comprobación de validez y confiabilidad.....	52
4.4. Técnicas para el procesamiento de la información.....	57
4.4.1. Técnica de Estadística Descriptiva .....	57
4.4.2. Técnica de Estadística Inferencial.....	57
4.5. Aspectos éticos .....	57
<b>CAPÍTULO V: RESULTADOS .....</b>	<b>58</b>
5.1. Presentación.....	58
5.2. Interpretación de resultados .....	59
5.3. Contrastación de Hipótesis .....	81

5.3.1. Hipótesis Específica (a).....	81
5.3.2. Hipótesis Específica (b).....	85
5.3.3. Hipótesis Específica (c).....	88
5.3.4. Hipótesis General.....	92
<b>CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>97</b>
6.1. Discusión.....	97
6.2. Conclusiones .....	98
6.3. Recomendaciones.....	99
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>101</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>106</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Operacionalización de la variable independiente: Gestión de Cobranza	45
<b>Tabla 2.</b> Operacionalización de la variable dependiente: Liquidez	46
<b>Tabla 3.</b> Población considerada especializada para encuestas	49
<b>Tabla 4.</b> Distribución muestral para las encuestas	51
<b>Tabla 5.</b> Cálculo de Alfa de Cronbach Excel	54
<b>Tabla 6.</b> Resumen procesamiento de datos	55
<b>Tabla 7.</b> Prueba SPSS V.26	56
<b>Tabla 8.</b> Gestión de cobranza planificada para un manejo efectivo	59
<b>Tabla 9.</b> El registro actualizado de cuentas por cobrar para una correcta gestión de cobranza.	61
<b>Tabla 10.</b> El descuento por pronto pago incentiva a tener una gestión de cobranza efectiva	62
<b>Tabla 11.</b> El factoring como una buena herramienta para la gestión de cobranza	64
<b>Tabla 12.</b> Los descuentos comerciales son importantes para la gestión de cobranza	65
<b>Tabla 13.</b> La condición de crédito es ideal para una buena gestión de cobranza.	67
<b>Tabla 14.</b> Los plazos de cobro influyen para una buena gestión de cobranza.	68
<b>Tabla 15.</b> Liquidez	70
<b>Tabla 16.</b> El Control financiero	71
<b>Tabla 17.</b> Cobros a corto plazo	73
<b>Tabla 18.</b> El uso de efectivo	75
<b>Tabla 19.</b> Gestionar de manera óptima un efectivo operativo	76
<b>Tabla 20.</b> Ciclo de capital de trabajo	78
<b>Tabla 21.</b> Recurrir a un financiamiento externo	79

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Análisis de confiabilidad y validez	56
<b>Figura 2.</b> Gestión de cobranza planificada para un manejo efectivo	60
<b>Figura 3.</b> El registro actualizado de cuentas por cobrar para una correcta gestión de cobranza	61
<b>Figura 4.</b> El descuento por pronto pago incentiva a tener una gestión de cobranza efectiva	63
<b>Figura 5.</b> El factoring como una buena herramienta para a gestión de cobranza	64
<b>Figura 6.</b> Los descuentos comerciales son importantes para la gestión de cobranza	66
<b>Figura 7.</b> La condición de crédito es ideal para una buena gestión de cobranza	67
<b>Figura 8.</b> Los plazos de cobro	69
<b>Figura 9.</b> Liquidez	70
<b>Figura 10.</b> El control financiero	72
<b>Figura 11.</b> Los cobros a corto plazo influyen a que la empresa obtenga liquidez	73
<b>Figura 12.</b> El uso de efectivo	75
<b>Figura 13.</b> Gestionar de manera óptima un efectivo operativo	77
<b>Figura 14.</b> Ciclo de capital de trabajo	78
<b>Figura 15.</b> Financiamiento Externo	80
<b>Figura 16.</b> Tabla cruzada estrategia de cobranza y liquidez corriente	82
<b>Figura 17.</b> Prueba de Chi Cuadrado	82
<b>Figura 18.</b> Distribución Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (a)	83
<b>Figura 19.</b> Gráfico de cruce en indicadores	84
<b>Figura 20.</b> Tabla cruzada de herramientas financieras de cobranza y flujo de efectivo	86

<b>Figura 21.</b> Prueba de Chi Cuadrado	86
<b>Figura 22.</b> Distribución Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (b)	87
<b>Figura 23.</b> Gráfico de cruces de indicadores	88
<b>Figura 24.</b> Tabla cruzada de políticas de cobranza y capital de trabajo	90
<b>Figura 25.</b> Prueba de Chi Cuadrado	90
<b>Figura 26.</b> Distribución Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (c)	91
<b>Figura 27.</b> Gráfico de cruce en indicadores	92
<b>Figura 28.</b> Tabla cruzada de gestión de cobranza y liquidez	93
<b>Figura 29.</b> Prueba de Chi Cuadrado	94
<b>Figura 30.</b> Distribución Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (d)	95
<b>Figura 31.</b> Gráfico de cruce en indicadores	96

## RESUMEN

Actualmente las empresas al momento de realizar las operaciones comerciales otorgan créditos, ya sea estos de 45, 60, 90 y 120 días con el fin de crear buenas relaciones con sus clientes, pero el problema surge cuando estos mismo incumplen la fecha de pago otorgado o incluso no cancelan, viéndose así afectado su liquidez.

El rubro de venta de accesorios tecnológicos de celulares es un mercado que ha ido en crecimiento con el transcurso de los años, ya que las personas siempre quieren estar a la vanguardia de lo nuevo. Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) al establecer relaciones comerciales con grandes empresas para la comercialización de sus productos se ven en la necesidad de otorgar créditos comerciales, muchos de ellos presentan dificultades al momento del cobro pues no cuentan con una correcta gestión de cobranza, un control del otorgamiento de crédito o un seguimiento al cobro.

Es por ello por lo que el trabajo de investigación fue denominado “La gestión de cobranzas y su incidencia en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana del año 2022” Siendo su principal objetivo determinar si la gestión de cobranzas incide en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.

Para la elaboración del trabajo de investigación se utilizó el diseño no experimental descriptivo, obteniendo como resultado que este tipo de empresas obtienen mayor financiamiento a través del factoring y los descuentos comerciales.



**Palabras claves:** liquidez, gestión, cobranza, capital de trabajo, estrategias de cobranza, factura negociable, crédito, descuentos comerciales, flujo de efectivo.

## ABSTRACT

Currently, when carrying out commercial operations, companies grant credits, whether for 45, 60, 90 or 120 days in order to create good relationships with their clients, but the problem arises when they fail to comply with the payment date granted or They do not even cancel, thus affecting their liquidity.

The sector of selling technological cell phone accessories is a market that has been growing over the years, since people always want to be at the forefront of what is new. When PYMEs establish commercial relationships with large companies for the marketing of their products, they find themselves in the need to grant commercial loans. Many of them present difficulties at the time of collection because they do not have correct collection management, control of the granting of credit. or a follow-up to collection.

That is why the research work was called "Collection management and its impact on the liquidity of small and medium-sized commercial cell phone accessories companies in Metropolitan Lima in the year 2022." Its main objective is to determine if collection management affects in the liquidity of small and medium-sized commercial cell phone accessories companies in Metropolitan Lima in the year 2022.

To prepare the research work, the descriptive non-experimental design was used, resulting in companies obtaining financing through factoring and commercial discounts.

**Keywords:** liquidity, management, collection, working capital, collection strategies, negotiable invoice, credit, commercial discounts, cash flow.

## INTRODUCCIÓN

Las PYMES representan un sector importante en el Perú, asimismo desempeñan un rol en el sector comercial, son una parte judicial tanto en el crecimiento económico como en el empresarial.

El presente trabajo de investigación con título “LA GESTIÓN DE COBRANZAS Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE ACCESORIOS DE CELULARES EN LIMA METROPOLITANA DEL AÑO 2022”, tiene como objetivo principal determinar si la gestión de cobranzas incide en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

El trabajo se encuentra dirigido a pequeñas y medianas empresas del sector comercial en el cual la mayoría de estas tienen dificultades para obtener liquidez pues al contar con poco acceso a financiamientos externos y a la vez no manejar una gestión efectiva de cobranza puede incidir en ciertos problemas que ponen en juicio la estabilidad financiera de la empresa.

La tesis, está conformada por seis (6) capítulos, los cuales se van a detallar continuación: Capítulo I - Planteamiento del Problema, aquí vamos a desarrollar la descripción de la situación problemática de la empresa, así como sus delimitaciones que se tiene para la realización de la siguiente tesis,

Capítulo II – Marco Teórico, en este capítulo se expone los antecedentes, bases teóricas, con cada variable que esta tenga y los términos básicos.

Capítulo III – Hipótesis y Variables, se menciona la hipótesis general, las hipótesis específicas y la operacionalización de variables independientes como dependientes.

Capítulo IV – Metodología, se expone el diseño metodológico, población y muestra, técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento de la información y aspectos éticos.

Capítulo V – Resultado, en este capítulo se encuentra la interpretación de resultados y la contrastación de hipótesis.

Capítulo VI – Se detalla la discusión, conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

En el Perú, el sector comercial ha tenido crecimiento económico en los últimos años, generando así el desarrollo constante. Este sector abarca múltiples tipos de empresas como por ejemplo empresas de alimentos, bebidas, tecnología, textiles, etc.

Así mismo, el mercado de accesorios para celulares ha ido en crecimiento en conjunto con el del smartphone, puesto que este último se ha vuelto algo necesario para la vida cotidiana de cualquier ciudadano, tan solo en el año 2022 América Latina proyectó un 41% de probabilidad de compra de teléfonos y accesorios en los próximos 12 meses, es por ello por lo que este mercado es altamente competitivo, junto con numerosos negocios compitiendo por la atención de los consumidores.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) a menudo enfrentan una serie de problemas de cobranza que pueden afectar su flujo de efectivo y su estabilidad financiera lo cual es una preocupación constante para estas empresas, donde la mayoría no cuenta con un control de crédito, políticas y estrategias de cobro o poseen mala segmentación de clientes entre otros factores. Muchas de estas empresas no cuentan con suficiente financiamiento para invertir en un sistema de cobranza pues lo toman como un gasto y no como una inversión a corto plazo. Así mismo el no invertir en recursos humanos, dificulta la labor de los colaboradores que se ven en la obligación de realizar múltiples tareas y no enfocarse solo en un área, generando así la falta de seguimiento efectivo de las cuentas por cobrar y una gestión inadecuada de los créditos.

Una mala gestión de cobranza puede llevar a problemas financieros graves, como dificultades para pagar proveedores, pérdida de oportunidades de inversión y, en última instancia, el cierre de la empresa como hoy en día muchas PYMES incurren en estos problemas. Es importante tener en cuenta que la liquidez es esencial para la supervivencia y el crecimiento de las PYMES para que estas sean rentables y se mantengan en el mercado empresarial, sin embargo, es complicado para estas empresas acceder con facilidad a un financiamiento bancario debido a las altas tasas de interés y otros requisitos que deben cumplir.

Tan solo un 5.8% de las empresas PYMES son las que logran acceder a algún tipo de financiamiento por parte de las entidades financieras, es por ello por lo que Rodolfo Ojeda, presidente de la Pequeña Empresa de la Cámara de

Comercio de Lima (CCL) nos indica que “Necesitamos inyectarnos de capital de trabajo, pero no podemos sobrevivir si los bancos nos ofrecen tasas altas que bordean en promedio el 36%, a parte de cumplir con exigentes requisitos que al final termina ahogándose como empresa” (parr.2)

El riesgo de liquidez en el que incurren estas PYMES también se debe a que cuentan con una cartera de clientes baja comparada con grandes empresas, y adicional se debe tener en cuenta que muchos de esos clientes no pagan sus créditos en el tiempo establecido, entonces genera una cartera morosa aumentando así las cuentas por cobrar y puede causar problemas financieros y de flujo de efectivo para la empresa.

De acuerdo a los informes de los propietarios de las PYMES en Lima Metropolitana que se dedican a la venta de accesorios tecnológicos para celulares concuerdan que crean alianzas estratégicas y acuerdos comerciales con empresas ya reconocidas del rubro que les permita dar a conocer sus productos y su marca para no solo deshacerse del stock sino para crecer como empresa, es ahí la problemática que se genera puesto que al realizar sus ventas otorgando créditos de pago de 30 a 90 días y al tener una mala gestión de las políticas, estrategias y herramientas de cobranza genera una falta de liquidez en las empresas.

El propósito de esta investigación es que PYMES del rubro de la venta de accesorios tecnológicos para celulares, conozcan los beneficios de tener una correcta gestión de cobranza, muchas veces estas solo se centran en las ventas y descuidan la tarea de cobranza por todos los créditos que se ha otorgado, generando así falta de liquidez y un atraso en el saldo de las cuentas por cobrar

por las diferentes problemáticas que incurren al no establecer una efectiva gestión.

## **Delimitación de la investigación**

El trabajo de investigación cuenta con las siguientes delimitaciones:

### **1.1.1. Delimitación espacial**

Se desarrollará en las pequeñas y medianas empresas del sector comercial de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

### **1.1.2. Delimitación temporal**

La investigación se realizará en el periodo 2022.

### **1.1.3. Delimitación social**

La técnica elegida es la encuesta, y esta será aplicada a profesionales como Contadores, Administradores y demás colaboradores de las pequeñas y medianas empresas de accesorios de celulares.

### **1.1.4. Delimitación conceptual**

#### **a. Gestión de Cobranza**

Según Mogollón, J. (2021) define que: “La gestión de cobranza es una herramienta importante para la gerencia financiera la cual permite mejorar el capital de trabajo y maximizar el valor de la empresa.” (párr.3).



## **b. Liquidez**

Brun, X. et al. (2008) mencionan que:” La definición de liquidez se vincula con la disponibilidad para comprar (...) o vender (...) el mayor volumen efectivo que se pueda obtener, en el mínimo tiempo posible y con la mínima perturbación de precios del mercado.” (p.5)

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿De qué manera la gestión de cobranzas incide en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022?

### **1.2.2. Problemas Específicos**

- a. ¿De qué manera influyen las estrategias de cobranza en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022?
- b. ¿En qué medida las herramientas financieras de cobranza inciden en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022?
- c. ¿De qué manera las políticas de cobranza inciden en el capital de trabajo de las pequeñas y medianas empresas de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022?

### **1.3. Objetivos de la investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Determinar si la gestión de cobranzas incide en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.

#### **1.3.2. Objetivos específicos**

- a. Analizar si las estrategias de cobranza inciden en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.
- b. Determinar si las herramientas financieras inciden en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.
- c. Identificar si la política de cobranzas de cobranza incide en el capital de trabajo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.

### **1.4. Justificación de la investigación**

#### **1.4.1. Justificación**

Se tiene como finalidad demostrar cómo la gestión de cobranza índice en el financiamiento de las pequeñas y mediana empresas, por ello se ha puesto

mayor detalle en la investigación de dos variables que son gestión de cobra y financiamiento.

A través del presente trabajo se proporcionará a la gerencia distintas maneras en las cuales se puede incurrir en una mala gestión, así como buenas prácticas para mejorar la cobranza en las empresas y de esta manera no incide en gran magnitud en sus obligaciones financieras.

También va a servir de aportación a todo estudiante o persona que quiera investigar sobre cómo aplicar una buena gestión de cobranza.

#### **1.4.2. Importancia**

El trabajo de investigación tiene como finalidad demostrar la importancia que tendría la buena gestión de cobranzas en una pequeña y mediana empresa ya que de este factor dependerá la liquidez y el financiamiento para el desarrollo y crecimiento de estas empresas. De igual manera la investigación contribuirá a conocer las dificultades que este tipo de empresas tienen al momento de buscar un financiamiento externo.

#### **1.4.3. Viabilidad de la investigación**

Se considera viable porque contamos con los recursos y medios necesarios para obtener una adecuada información en las diferentes páginas web, revistas, libros, artículos, tesis que aportaran una adecuada investigación y así mismo contamos con una asesoría de profesionales con experiencia en el desarrollo de estos trabajos de investigación.

### **1.5. Limitaciones del estudio**

Se presentaron algunas limitaciones al momento de obtener información específica de pequeñas y medianas comerciales de accesorios de celulares, por tal motivo se procedió a realizar búsquedas en bibliotecas, plataformas virtuales como Ebook, Ebsco Host y Proquest Central, además de realizar entrevistas a emprendedores de este rubro.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Antecedentes de la Investigación**

#### **2.1.1. Nacionales**

**Atauje, M. & Espinoza, J. (2022)**, en su tesis titulada “La gestión de cobranzas y su incidencia en la administración de tesorería en las empresas del sector construcción en Lima Metropolitana, 2019-2021”. Tesis para optar al título de Contador Público. Universidad San Martín de Porres. Indica lo siguiente:

El objetivo general del trabajo de investigación fue determinar si la gestión de cobranzas influye en la administración del área de Tesorería de las empresas del sector construcción. La metodología utilizada para esta investigación es descriptiva, donde la técnica de recolección de datos fue la encuesta a una muestra de 79 personas del área de tesorería. Además, mencionan acerca de la problemática

de las empresas del sector de construcción donde indican que la mayoría de estas habrían incurrido en riesgo de liquidez y esto es a causa de los créditos que tienen con sus concesionarios, y por tal motivo tener problemas con el cumplimiento de sus pasivos a corto plazo por lo cual es necesario mantener una correcta gestión de cobranza para evitar o reducir que la empresa incide en riesgos de liquidez. Así mismo, concluyen que la gestión de cobranza incide en la administración de la tesorería en las empresas del sector de construcción en Lima Metropolitana en los años 2019 – 2020 y esto se debe a que tener una gestión de cobranza efectiva es lo principal e importante para toda empresa.

El antecedente es importante para la investigación porque nos muestra la importancia de la administración del área de tesorería la cual es fundamental en el área de cobranza tanto para el sector construcción como para los otros sectores empresariales, pues si ocurre o existe un problema de liquidez en cualquier empresa puede poner en riesgo el funcionamiento de estos negocios, es por ello que el trabajo de investigación menciona que se debe mejorar procesos en gestión de cobranza para concluir con éxito las cobranzas a los clientes y evitar impagos que puedan poner en riesgo la cartera de cobranza.

**Quezada, L. (2021)**, en su tesis titulada “Implementación de políticas de gestión en las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa REFERMAT S.A.C, periodo 2020”. Tesis para optar al título de Contador Público. Universidad Ricardo Palma. Indica lo siguiente:

El objetivo general fue determinar en qué medida la implementación de políticas de gestión en las cuentas por cobrar inciden la liquidez de la empresa REFERMAT SAC en el periodo 2020. El diseño del mencionado estudio es de tipo no experimental, descriptivo y explicativo, utilizando técnicas e instrumentos como el cuestionario el cual se realizó a 35 trabajadores de la empresa REFERMAT SAC como gerentes, contadores, administradores entre otros. El autor llegó a la conclusión que la Implementación de Políticas en la Gestión de las Cuentas por Cobrar incide de forma positiva en la liquidez de la empresa REFERMAT SAC. Teniendo en cuenta que su personal del área de cobranza no está gestionando adecuadamente su función, pues la empresa no cuenta con una gestión de cobranza y así mismo no tienen actualizados sus reportes financieros perjudicando a conocer una situación financiera real de la empresa.

La presente tesis se mencionó en los antecedentes porque nos muestra la importancia de implementar una política de cobranza en la empresa REFERMAT SAC, como demuestra la investigación la empresa menciona que al no contar con una gestión de cobranza trae consigo diferentes consecuencias como incidir en riesgo de liquidez debido a no contar con un buen flujo de efectivo y por otro lado la falta de una buena gestión de cobranza ocasiona tener clientes morosos lo cual perjudica a la empresa.

**Guevara, E. (2020)**, en su tesis titulada “Gestión de las cuentas por cobrar comerciales terceros y su efecto en la rentabilidad de la empresa

TECNIMOTOS R-R EIRL -2018". Tesis para optar al título de Contador Público. Universidad Señor de Sipán. Indica lo siguiente:

Las cuentas por cobrar que posee la empresa no estaban debidamente gestionadas pues tras el análisis que se ha realizado se detectó que la empresa TECNIMOTOS R-R EIRL, incrementó en 11.6% en el año 2018 con respecto al año anterior, y los días de cobranza tuvieron el mismo resultado pasando de 24.93 días a 37.46 en el año 2018. La empresa puso en práctica un modelo de gestión del crédito, de igual forma un área especializada en el crédito y cobranza, estrategias de recuperación, que pueden ser administrativas, preventivas e incluso judicial.

La presente tesis se mostró en antecedentes porque nos brinda como no se debe de manejar una gestión de cobranza, pues la empresa tiene demoras en el cobro, que cada año incrementa la cantidad de cuentas por cobrar generando así una falta de liquidez y rentabilidad para la empresa, ya que esto interrumpe o limita el crecimiento que la misma puede tener. Entre los métodos que los tesisistas buscan una reducción de las cuentas por cobrar es la automatización de los procesos, y potenciar la cobranza, mediante una cobranza preventiva; que se basa en comunicar al cliente teniendo días de anticipación al vencimiento de la factura para así evitar retrasos en la fecha de pago, luego tenemos a los descuentos por pronto pago; el cual es un incentivo que se le otorga al cliente por realizar el pago antes de la fecha indicada.



### 2.1.2. Internacionales

**Vargas, D. & Zavala, T. (2019)** en su tesis titulada “Optimización de la gestión de cobranza para aumentar la liquidez de SERVIMANTECI” Tesis para optar al título de Contador Público. Universidad de Guayaquil - Ecuador. Indica lo siguiente:

El objetivo general fue optimizar la gestión de cobranza para aumentar la liquidez de la empresa SERVIMANTECI S. A., en el año 2018. La metodología utilizada en este trabajo de investigación es diseño no experimental y emplean la técnica de recolección de datos como la encuesta, la cual se realizó a los mismos trabajadores de la empresa SERVIMANTECI S. A. El fin de este trabajo de investigación principalmente fue analizar el área de créditos y cobranzas de tal forma conocer si manejan políticas de cobranzas y si manejan una gestión eficiente que permita recaudar los cobros y así el nivel de liquidez de la empresa en cuestión se incremente, ya que cuentan con problemas con su cartera de clientes estas no son evaluadas de manera continua lo cual afecta al momento de gestionar el cobro de sus créditos otorgados.

La presente tesis se mencionó en los antecedentes porque señala que al contar con un sistema de cobranza beneficia a la empresa ya que le permite tener un seguimiento continuo de las cuentas por cobrar y así recuperar las carteras de cobranzas logrando obtener liquidez y a su vez disminuye o reduce los créditos morosos. De tal forma al contar con una

gestión de cobranza optimizada la empresa tendrá beneficios como crecer su rentabilidad y tener al día sus cuentas por cobrar.

**Villamar, A. & Romero, C. (2021)**, en su tesis titulada “Propuesta de estrategias para la optimización de la gestión de cobranzas en la empresa SERVCAFIN S.A”. Tesis para optar al título de Ingeniero Comercial. Universidad de Guayaquil - Ecuador. Indica lo siguiente:

Tras la crisis del COVID 19, se consideró de manera necesaria poder analizar la gestión de cobranza y así poder tener una visión general de cuál era el proceso de esta forma poder optimizarla. La empresa de la presente tesis brinda servicios de asesoría financiera, es ahí su interés por mejorar el proceso mediante propuestas de estrategias de cobranza, manual de procesos, formatos de control interno, programas de capacitación e incluso planes de contingencia, todos estos van a buscar brindar una mejora en el desempeño que tienen los encargados del área de cobranza, y de esta manera puedan conseguir liquidez para la empresa. Estas herramientas utilizadas para gestionar el cobro deben de ser favorecedores tanto para la empresa como para el cliente, pues con esto garantizaremos la cartera de cliente que se tiene en la empresa.

Se menciona la presente tesis en los antecedentes porque nos muestra cómo mejorar la gestión de cobranza, mediante un análisis de la compañía y como está atiende a las cuentas por cobrar que posee la misma, si esta no está realizando una buena gestión debe de encontrar cual es el

problema, y mejorar dicho proceso. Entre los procesos que se pueden usar y el más recomendable es la automatización de cobranza, proporcionando de esta manera recordatorios personalizados de cobro o enviar cartas de cobro a los clientes. Todos los procesos que ponga en práctica la empresa van a apoyar en alcanzar los objetivos de cobranza que esta tenga y así lograr que el flujo de caja se incremente.

**Onofre, R. (2020)**, en su tesis “Gestión de cobranza y su incidencia en la liquidez de la Cooperativa San Antonio, sucursal La Unión”. Tesis para optar al título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría. Universidad Técnica de Babahoyo - Ecuador. Indica lo siguiente:

La empresa Cooperativa San Antonio pese a tener un manual de cobranza, esta no es aplicada de manera correcta para uso de sus actividades crediticias, los encargados de gestionar el cobro no se rigen al manual otorgado por la empresa por lo contrario optan por hacerlo de manera espontánea, afectando de esta manera a su flujo de cobro y teniendo atraso en los días de cobranza de sus operaciones. La morosidad que presenta esta empresa tan solo en el 2017 representó un 18.59% y en el año 2018 un 16.41%, generando así problemas en la liquidez dificultando el pago de sus obligaciones.

Se escoge la presente tesis porque nos brinda información sobre cómo una buena gestión de cobranza permite a la empresa desarrollar e implementar estrategias y políticas que ayuden a evitar llegar a tener un alto índice de morosidad, pues esto va a afectar de manera directa con la

liquidez que tuviese, entre las estrategias que se pudo implementar es la de automatización de procesos e identificación de los deudores para que de esta forma se pueda reducir la morosidad que presenta. De igual forma, hacer un uso correcto del manual de créditos y cobranzas ayudará en reducir el índice de morosidad, pues esta herramienta dará un reporte informativo actualizado sobre los lineamientos que tiene la empresa al momento de emitir un crédito.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Gestión de Cobranza**

La gestión de cobranza es importante para que la empresa pueda obtener liquidez en la organización y de esta manera no afecte de manera directa a los gastos que tiene ya previstos, es por ello por lo que los autores Morales, J. & Morales, A. (2014) entienden por gestión de cobranza a:

Una empresa que no convierte en efectivo sus cuentas por cobrar se queda sin los recursos suficientes para el correcto funcionamiento de sus ciclos operativos de producción y venta, lo cual puede, por una parte, conducirla hacia la escasez de recursos y detener sus ciclos operativos, y por la otra, a multiplicar los clientes deudores. (p.144)

Las empresas más perjudicadas ante la venta a crédito por más de 30 días son las pequeñas y medianas empresas, pues no cuentan con el capital suficiente para solventar tener una cartera de clientes morosos, limitando

de esta manera que la empresa pueda cumplir con sus obligaciones o incluso no poder invertir en su crecimiento.

Muchas veces la dirección de la empresa presiona al área de ventas para que este alcance de manera satisfactoria el límite establecido por la misma, descuidando así el análisis de cada cliente y la reputación que este mismo tuviese frente a deudas.

Por ello los autores Morales, A. & Alcocer, A. (2014) nos dicen que:

No hay que perder de vista a la labor de crédito y cobranza pues estas constituyen una de las principales fuentes de abastecimiento de fondos para una empresa, es por ello por lo que se recomienda ciertas herramientas que ayuden a tener una correcta función de la cobranza entre ellas; establecer políticas de crédito para la investigación de aprobación del crédito, informes y reportes de comparativos de cobranzas (real y presupuesto), de cuentas en litigio, recuperación de cuentas malas, etc. (p.74)

La empresa para poder realizar una gestión de cobranza exitosa debe de realizar un proceso ordenado de pasos de otorgamiento de créditos y cobranza en los que se deben de incluir acciones, tareas y negociaciones que se aplicarán a los clientes para que de esta manera puedan recuperar los créditos que estén vencidos por parte del cliente.

Para el autor Bravo, G. (2010) nos indica que la gestión de cobranza:

Son un conjunto de normas que pretenden regular la actuación administrativa; sirven para manejar diferentes tipos de problemas, pero nunca representaran una solución definitiva pues se hace necesaria la intervención del gerente de crédito, el que con criterio y buen juicio dirá la última palabra en cada uno de los casos de cobranza que se presente. (p.78)

Esta correcta gestión no solo permitirá recuperar el dinero que adeudan los clientes, sino que también ayudará a tener una buena liquidez y rentabilidad dentro de la organización para así no otorgar a las cuentas por cobrar como impagos, y no caer en la refinanciación con entidades financieras.

#### **2.2.1.1. Estrategia de cobranza**

Las empresas PYMES muy comúnmente presentan problemas en el control del flujo de efectivo, muchas de ellas relacionadas con el mal manejo del proceso de cobranza, estas solo se enfocan en vender perdiendo de vista o restando importancia al proceso de cobro poniendo así en peligro el equilibrio financiero de la empresa es por ello que se deben de implementar estrategias de cobranza que ayuden a reforzar la importancia que estas brindan así es como los autores Morales, J. & Morales, A. (2014) nos definen que:

Para determinar las estrategias es fundamental segmentar la cartera de clientes, de acuerdo con las características

comunes de los clientes y las cuentas, por ejemplo: antigüedad, monto, producto, geografía, perfil del cliente o la deuda, para así determinar las estrategias que son adecuadas para segmento de clientes que tienen problemas similares. (p.146)

Mediante la segmentación de los clientes podemos determinar y prevenir la falta de pago que se puede producir con los clientes al momento de realizar una venta, es decir que si ya tenemos a ese cliente dentro de la lista de morosos no hay necesidad de volver a realizar una venta con ellos, de igual forma, es recomendable si este es nuevo analizar informes financieros para determinar si tiene la solvencia para pagar.

De igual forma para lograr mejorar la cobranza de los créditos que se han otorgado por las ventas a distintos clientes es necesario subdividirlo por fases de cobro:

**a) Prevención:** se va a referir a los procedimientos a realizar para que de esta manera se pueda llegar a evitar el incumplimiento del pago de los clientes, mejorando así el riesgo de morosidad y no perjudicando en gran medida las cuentas por cobrar, la empresa tiene que crear elementos que ayuden a combatir el riesgo de no pago de los clientes, como por ejemplo el uso de acciones legales, ya puede ser esto con el abogado mismo de la compañía o tercerizando el servicio. Morales, J. & Morales, A. (2014)

**b) Cobranza:** es la siguiente fase cuando ya se realizó la venta al cliente es por ello por lo que, para Morales, J. & Morales, A. (2014) nos dice que “son las acciones encaminadas a recobrar adeudos en tempranas instancias de mora, donde aún la empresa desea continuar su relación de negocio con el cliente, dado que aún existe la posibilidad de hacer negocios de manera rentable.” (p. 146)

En esta fase de cobranza aún se está dentro de los plazos establecidos del crédito que se le otorga al cliente, es por ello por lo que en esta fase no podemos determinar si el cliente al cual se le ha realizado la venta será o no un cliente moroso para la empresa.

**c) Recuperación:** Son las acciones por realizar para recuperar adeudos de créditos que tienen morosidad, es muy probable que en este punto la empresa ya no quiera tener relación con el deudor, pero tiene por necesidad realizar el cobro. Morales, J. & Morales, A. (2014)

Entendemos así que en esta fase es donde se le otorga distintas opciones de cancelación a los deudores para así incentivar al pago de sus cuentas, como por ejemplo distintas opciones de pago ya sea por cheque, transferencia, otorgar descuentos o incluso acceder ampliar la fecha de cobro.

**d) Extinción:** Para los autores Morales, J. & Morales, A. (2014) esta es la última fase de cobranza que nos va a referir a “las acciones



encaminadas a registrar contablemente las cuentas por cobrar como saldadas cuando los clientes han pagado los adeudos correspondientes. (p.146)

Si el cliente no llegase a pagar este debe de verse reflejado en la contabilidad de la compañía, para de esta manera no engañarnos y saber si la empresa necesita de financiación y así obtener un mejor balance. Estas deben de ser tratadas como cuentas de cobranza dudosa pues son aquellas que después de haber transcurrido el tiempo de cobro todas las gestiones de cobranza, no se ha efectuado su cobro.

Estas deben de cumplir con los requisitos que nos otorga el Art.21 del Reglamento del Impuesto a la Renta que nos menciona que serán declaradas bajo esta cuenta toda aquella deuda que se encuentre vencida y se demuestra las dificultades financieras del deudor, que haya transcurrido más de 12 meses desde la fecha de vencimiento , tampoco las deudas que hayan sido objeto de renovación o prórroga expresa y por último que la provisión al cierre del ejercicio figure en el Libro de Inventarios y Balances en forma discriminada. Todos estos van a determinar que la empresa no se vea perjudicada al momento de declarar las cuentas por cobrar que esta tuviese.

#### **2.2.1.2. Herramientas financieras de cobranza**

Entre las herramientas que nos presentan para poder aminorar la cartera de morosidad que presente la empresa por una mala gestión de cobranza

nos refiere al autor Brachfield, P. (2017) quien indica tres pasos a seguir para poder evitarlo.

“Primero se debe de recoger aquellos procedimientos de prevención y gestión de riesgos que la empresa debe implantar internamente, en particular filtrar los posibles clientes a través del vendedor, estudiar la solvencia de todo futuro cliente, limitar el riesgo para cada deudor, aumentar la juridicidad del crédito, documentar las operaciones, firmar contratos, utilizar con eficacia pedidos, albaranes, facturas y conseguir documentos cambiarios” (p.118)

Todos los procedimientos anteriormente mencionados va apoyar a seleccionar el tipo de cliente que se quiere para la empresa, y poner en resguardo a la misma, entre los pasos principales antes de abordar al más exhaustivo está el investigar la naturaleza del negocio, la estructura básica que tiene la empresa, el medio de pago que sugieren en el contrato y por último la reputación que tenga la misma tanto a nivel nacional como internacional con otros proveedores, clientes e instituciones financieras.

Como segundo paso a utilizar el autor Brachfield, P. (2017) nos menciona que:

“está conformado por aquellas condiciones y garantías que el proveedor puede imponer en el momento de acordar la operación de compraventa para garantizar el cobro, reforzar

sus derechos de crédito, facilitarle la reclamación en caso de morosidad o resarcir de los daños y perjuicios de la mora del deudor” (p.118)

Establecer términos en el contrato va a permitir que no nos sorprendan con los impagos, es por ello por lo que en los contratos se debe de explicar de manera clara los términos necesarios para el pago, por ejemplo, cuando se enviará la factura, la fecha límite de pago, como se realizará el proceso de cobro, las condiciones y las sanciones que esta tendrá.

Y como tercer paso el autor Brachfield, P. (2017) nos menciona que “los métodos para asegurar el cobro transfiriendo el riesgo a una aseguradora o mediante la utilización de terceras compañías que presta algún servicio financiero que garantiza el cobro al acreedor” (p.118)

Con el fin de salvaguardar el crédito otorgado al cliente, la empresa se ve en la necesidad de contratar aseguradores que puedan solventar la deuda no pagada si en caso sucediese de parte de algún cliente, y de esa manera no se vea afectada en la liquidez que posee.

### **2.2.1.3. Políticas de cobranza**

Las políticas de cobranza son procedimientos y estrategias que las empresas deben de realizar para convertir sus facturas o letras por cobrar en efectivo, mediante esto se facilitará una correcta ejecución del proceso.

Para el autor Higuerey, A. (2013) nos menciona que:

Es de suma importancia que el jefe o personal encargado de las cuentas por cobrar, se encuentre siempre revisando al detalle los reportes de cada crédito concedido, teniendo en cuenta que existen algunos casos donde se ve una demora en la fecha de desembolso por parte del cliente. Habrá casos en los que el cliente haya podido superar su periodo promedio de cobranza, por lo cual se debe llamar la atención y se debe observar todas las herramientas con las que se cuentan (recordatorio, correos, llamadas telefónicas, etc.) para exigir al cliente a que se acerque a pagar el importe acordado; teniéndose cuidado en la forma y el trato que se le da debido a su retraso ya que de ellos depende también el incremento de las ganancias. El administrador financiero se puede sostener en el examen de antigüedad de clientes deudores, para así verificar si los esfuerzos del departamento de cobranzas están surtiendo efectos. (p.19)

Estas revisiones que nos menciona el autor deben de realizarse cada cierto tiempo, dependiendo de las condiciones de cada cliente, aquí se debe de evaluar los plazos de cobro que se le otorga, esta debe de establecerse antes de iniciar el contrato con el cliente y otro aspecto para tener en cuenta son las condiciones de venta, es decir los porcentajes de descuento que se le otorga, las tasas de interés, el método para realizar el abono, entre otros.

### **2.2.2. Liquidez**

En cualquier tipo de empresa es importante contar con liquidez ya que es indispensable para la estabilidad del negocio sobre todo en las PYMES teniendo en cuenta que la mayoría de este tipo de empresas enfrentan desafíos financieros día a día y en algunos casos no cuentan con mucho capital de trabajo.

La liquidez en una PYME se puede decir que es la capacidad de cumplir con sus obligaciones a corto plazo, ya que va a permitir incurrir en problemas financieros.

Según el autor Gutierrez, J. & Tapia, J. (2016) define que:

La liquidez tiene una base conceptual a partir de los criterios de facilidad de conversión, es una propiedad de medición de los activos circulantes que ayuda en la toma de decisiones de inversión y financieras (p.11)

Tal como se menciona liquidez en una empresa asegura que esta puede estar al día en los pagos a sus proveedores, así mismos a sus trabajadores entre otros gastos que pueda incurrir un negocio en corto plazo. Sin embargo, muchas PYMES inciden en problema de liquidez y existe un alto porcentaje en el cual estas empresas quiebran, esto se debe a la demora en los pagos de clientes, falta de gestión del flujo de efectivo, falta de acceso a financiamiento, entre otros motivos particulares.

Así mismo se puede decir que el principal problema ocurre cuando estas pequeñas empresas ofrecen ventas a crédito, considerando que cuentan con una cartera de clientes de grandes empresas donde la mayoría trabaja a plazos largos; entonces si estas PYMES no utilizan herramientas de financiamiento para obtener liquidez pueden sufrir un gran impacto y perjudique a la empresa.

Según autores Ferraro, C. et al. (2011) mencionan que: “La ventaja para las PYMES reside en obtener liquidez inmediata sobre las ventas realizadas a cierto plazo, mejorando así el flujo de caja operativo de la empresa y reduciendo su exposición al riesgo del no pago”. (p.89)

Ante lo mencionado se puede destacar que si bien es cierto al utilizar servicios financieros como por ejemplo el factoring está puede reducir el riesgo de impago y mejora la liquidez inmediata de tal forma que permite a las PYMES vender sus cuentas por cobrar, reduciendo así su plazo de cobro lo cual va a generar liquidez inmediata de manera oportuna, pero se debe tener en cuenta que estos servicios financieros cuentan con una tasa que el banco ofrece lo cual se debe evaluar previamente.

El riesgo de liquidez se refiere a la posibilidad de que una entidad, ya sea una empresa, un banco u otra organización, no pueda cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo debido a la falta de recursos disponibles en efectivo o equivalentes al efectivo.

Según los autores Macias, G. et al. (2021) define que:

El riesgo de liquidez se presenta cuando la empresa no tiene a su disposición dinero efectivo para cumplir con las obligaciones financieras o compromisos inmediatos, aunque muestre en su información financiera que cuenta con activos o títulos valor que representan dinero, pero no en efectivo, o no son líquidos. Se puede decir, que es posible que la empresa tenga solvencia, pero no liquidez. (p.23)

Para las PYMES el riesgo de liquidez tal como se menciona está relacionado con la incapacidad de cumplir con los pagos debido a falta de fondos disponibles en efectivo o equivalentes al efectivo, el cual puede surgir debido a diferentes circunstancias, pero puede ocasionar fuertes consecuencias. En las empresas de accesorios de celulares como muchos de su inventario se encuentra en constante innovación muchos de estos negocios invierten en mercadería provocando un exceso de stock y esto influye en el flujo de efectivo pues se ve afectado la liquidez ya que gran parte de sus fondos se encuentran en activos y no cuentan con la facilidad de convertirlos en efectivo.

#### **2.2.2.1. Liquidez Corriente**

Cuando nos referimos a liquidez corriente sirve para evaluar la capacidad el cual tiene una empresa para cumplir sus pagos en corto plazo, a través de ratios financieros.

Es por ello por lo que toda empresa debe medir su liquidez corriente y analizar los resultados ya que si es muy alta podría indicar que contamos con mucho activo como por ejemplo inventario estancada lo cual no es beneficioso para ningún negocio, de igual manera si es muy baja puede ser indicios de problemas financieros falta de capacidad para generar efectivo de manera y dificultad para cubrir deudas a corto plazo.

Según el autor Moreno, J. (2014) indica que:

La liquidez corriente se determina dividiendo el valor del activo corriente entre el valor del pasivo corriente y como resultado son las veces que el activo tiene sobre el pasivo; así que, controlar este indicador da más oportunidades de manejar el efectivo para el cumplimiento de los costos para el funcionamiento de la empresa. (parr.10)

Las PYMES comúnmente no cuentan con muchos recursos financieros y enfrentan dificultades para obtener un financiamiento adicional. La liquidez corriente ayuda estas empresas a conocer sus gestiones de flujo de efectivo de tal forma cuenten con la seguridad de estar al día en sus pagos y puedan cubrir estos pasivos. Esto puede afectar la capacidad de la empresa para mantener buenas relaciones con sus proveedores, acceder a crédito y mantener la confianza de los inversores y prestamistas.



Una buena liquidez corriente puede fortalecer la posición de negociación de una PYME con proveedores y clientes. Puede permitir mejores términos de pago con proveedores o proporcionar la flexibilidad necesaria para ofrecer descuentos a clientes que paguen por adelantado buscando los beneficios necesarios para la empresa y así cobrar con mayor facilidad.

#### **2.2.2.2. Flujo de Efectivo**

El flujo de efectivo desempeña un rol importante en la toma de decisiones dentro de las finanzas y en la gestión financiera. Esta herramienta es esencial para la planificación financiera a corto y largo plazo. Permite a la empresa anticipar y prepararse para los flujos de efectivo entrantes y salientes, lo que es crucial para la toma de decisiones estratégicas, como inversiones, expansión, adquisiciones o el pago de deudas.

Según los autores Velasco, L. et al. (2021) mencionan que:

El objetivo de los flujos de efectivo es esencialmente determinar la capacidad de la compañía para producir dinero, con lo que puede cumplir con sus obligaciones y proyectos de inversión y ampliación. Además, el flujo de efectivo permite un estudio o análisis de uno de los objetos de la frecuencia de la generación de plata, los datos que pueden ser muy útiles para el diseño de las directrices y

estrategias para utilizar los recursos de la compañía de manera más eficiente. (p.4)

El flujo de efectivo permite a una empresa estar preparada para enfrentar situaciones inesperadas o crisis financieras. Si una empresa no tiene suficiente efectivo disponible, podría verse obligada a tomar decisiones drásticas, como despidos o recortes de gastos, que pueden afectar negativamente su funcionamiento a largo plazo.

La gestión diaria de una empresa se beneficia enormemente de la información sobre el flujo de efectivo. Ayuda a los gerentes a tomar decisiones sobre la gestión de inventario, políticas de crédito a clientes, negociaciones con proveedores y gestión de cuentas por cobrar.

### **2.2.2.3. Capital de Trabajo**

El capital de trabajo es el efectivo que toda empresa requiere al iniciar o emprender un negocio, asimismo esta también servirá para la continuidad de sus operaciones y así seguir manteniéndose en el mercado.

La gestión adecuada del capital de trabajo es esencial para la estabilidad financiera y el crecimiento de una empresa, ya que un exceso de capital de trabajo puede indicar recursos subutilizados, mientras que un déficit de capital de trabajo puede llevar a problemas de liquidez y financiamiento. Por lo tanto, las empresas suelen monitorear y gestionar cuidadosamente su capital de trabajo como parte integral de su gestión financiera.

Según el autor Peñaloza, M. (2008) menciona que:

Administrar de una manera eficiente el capital de trabajo se debe llegar a alcanzar el nivel óptimo del activo circulante, lo que implica alcanzar el nivel óptimo de efectivo, inventario y cuentas por cobrar. Si bien, cada una de estas cuentas se maneja por separado, los resultados combinados que produzcan mostrarán el nivel real de activos circulantes.  
(p.171-172)

Mantener un nivel adecuado de efectivo, inventario y cuentas por cobrar significa que la empresa no está reteniendo excesivos recursos financieros en ninguna de estas áreas. Esto libera capital para invertir en oportunidades de crecimiento o para pagar deudas, lo que puede mejorar la rentabilidad general de la empresa.

En una empresa de accesorios de celulares, el inventario es un componente clave del capital de trabajo. Tener el inventario adecuado es esencial para poder atender los requerimientos de los diversos consumidores, manteniendo un surtido de productos atractivo. Sin embargo, un exceso de inventario puede atar capital que podría utilizarse en otros aspectos del negocio. La gestión eficiente del inventario es fundamental para equilibrar la disponibilidad de productos con la inversión en existencias.

El capital de trabajo es de suma importancia en una empresa de accesorios de celulares, ya que permite gestionar el inventario,

mantener la liquidez, adaptarse a las tendencias del mercado y afrontar desafíos financieros.

### 2.3. Definición de Términos Básicos (Glosario)

- **Activo circulante:** es la disponibilidad que tiene la empresa para realizar operaciones comerciales del negocio dentro de un año.
- **Cartera de cobranza:** un conjunto de cuentas o deudas pendientes que una empresa, entidad financiera o individuo tiene la responsabilidad de cobrar.
- **Crédito:** se refiere a la disposición que una entidad financiera o prestamista otorga a un individuo, empresa u organización para tomar prestada una cierta cantidad de dinero o utilizar recursos financieros, con la obligación de devolverlos en el futuro junto con intereses u otros costos asociados.
- **Condiciones de crédito:** se van a especificar el periodo por el cual se le ha otorgado el crédito y en caso de descuento concedido al cliente por pronto pago.
- **Descuento comercial:** es un descuento ofrecido por entidades financieras para financiación a corto plazo.
- **Descuento pronto pago:** es la rebaja que realiza el vendedor hacia el comprador como incentivo para que pueda realizar el pago antes del vencimiento otorgado.
- **Factoring:** es una herramienta financiera utilizada por empresas para mejorar su flujo de efectivo y gestionar sus cuentas por cobrar.

- **Inventarios:** son las existencias que tienen las empresas para que a través de las ventas generen ingresos. Estos activos son esenciales para el funcionamiento de muchas empresas, especialmente aquellas que fabrican productos o venden mercancías.
- **Pasivo Corriente:** representa las obligaciones financieras y deudas que se espera que se liquiden en un periodo a corto plazo.
- **Plazos de cobro:** Son coordinados con cada cliente, para determinar la cantidad de días que debe de esperar el acreedor al cliente.
- **Ciclo de capital de trabajo:** Se refiere al tiempo que le va a tomar a una empresa convertir sus activos y pasivos en efectivo.
- **Financiamiento externo:** Se refiere a obtener recursos económicos de una financiera, empresa u otra organización, las cuales se encuentren fuera de los recursos propios de la empresa.

## **CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **3.1. Hipótesis General**

La gestión de cobranzas incide en la liquidez de las PYMES comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.

### **3.2. Hipótesis Específicas**

- a. Las estrategias de cobranza inciden en la liquidez corriente de las PYMES comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.
- b. Las herramientas financieras inciden en el flujo de efectivo de las PYMES comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.
- c. Las políticas de cobranza inciden en el capital de trabajo de las PYMES comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.

### 3.3. Operacionalización de variables

#### 3.3.1. Variable Independiente: Gestión de Cobranza

*Tabla 1. Operacionalización de la variable independiente: Gestión de Cobranza*

<p><b>Definición Conceptual</b></p>	<p>Según Mogollón, J. (2021) define que: La gestión de cobranza es una herramienta importante para la gerencia financiera la cual permite mejorar el capital de trabajo y maximizar el valor de la empresa, por lo tanto, su objetivo es garantizar que el proceso sea concluido de manera oportuna y total, rigiéndose por el principio básico que una venta al crédito solo está realizada cuando el valor de esta ingresa a la caja. (párr.3).</p>	
<p><b>Definición Operacional</b></p>	<p><b>INDICADORES</b></p>	<p><b>ÍNDICES</b></p>
	<p>X1. Estrategias de cobranza</p>	<p>1.Registro actualizado de las cuentas por cobrar 2.Descuentos por pronto pago</p>
	<p>X2. Herramientas financieras de cobranza</p>	<p>1.Factoring 2.Descuentos comerciales</p>
	<p>X3. Políticas de cobranza</p>	<p>1.Condiciones de créditos 2.Plazos de cobro</p>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3.2. Variable Dependiente: Liquidez

**Tabla 2.** Operacionalización de la variable dependiente: Liquidez

<p><b>Definición Conceptual</b></p>	<p>Brun, X. et al. (2008) mencionan que:” La definición de liquidez se vincula con la disponibilidad para comprar (...) o vender (...) el mayor volumen efectivo que se pueda obtener, en el mínimo tiempo posible y con la mínima perturbación de precios del mercado.” (p.5)</p>	
<p><b>Definición Operacional</b></p>	<p><b>INDICADORES</b></p>	<p><b>ÍNDICES</b></p>
	<p>Y1. Liquidez Corriente</p>	<p>1.Control financiero 2.Cobros a corto plazo</p>
	<p>Y2. Flujo de efectivo</p>	<p>1.Efectivo de inversión 2.Efectivo operativo</p>
	<p>Y3. Capital de trabajo</p>	<p>1. Ciclo de capital de trabajo 2.Financiamiento externo</p>

Fuente: Elaboración Propia



## **CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA**

### **4.1. Diseño Metodológico**

#### **4.1.1. Tipo de Investigación**

Según los problemas y objetivos que presenta la investigación titulada “LA GESTIÓN DE COBRANZAS Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS PYMES COMERCIALES DE ACCESORIOS DE CELULARES EN LIMA METROPOLITANA DEL AÑO 2022”, se sustenta que el tipo de investigación aplicada es de enfoque cuantitativo no experimental.

#### **4.1.2. Nivel de Investigación**

La presente investigación, viene es de nivel explicativo causal y descriptiva.

#### **4.1.3. Método**

En los métodos utilizados en la investigación son inductivo - deductivo, explicativo, de análisis, descriptivo, entre otros.

#### **4.1.4. Diseño**

La investigación es de tipo no experimental y para hallarla se debe de obtener mediante una muestra que a continuación se detalla:

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

Donde:

Muestra = porcentaje de la población

O = Observación.

X = Gestión de Cobranza.

Y = Liquidez.

r = Relación de variables.

#### **4.1.5. Enfoque**

En el presente trabajo de investigación se utilizó el enfoque cuantitativo, porque nos basaremos en encuestas y se dará un mejor detalle del ámbito estadístico para poder analizar los patrones de comportamiento frente al problema planteado, a la vez se obtendrá resultados y planteará las soluciones más adecuadas.

## 4.2. Población y Muestra

### 4.2.1. Población (N)

La población se encuentra conformada por 8 pequeñas y medianas empresas del sector comercial de accesorios de celulares de Lima Metropolitana. En la cual se encuentran contadores, administradores, entre otros).

**Tabla 3.** Población encuestada

N°	Pequeñas y Medianas Empresas	Cantidad de colaboradores	Población Específica
1	Samauma Brands SAC	19	8
2	I2GO SAC	16	7
3	Lima Moda SAC	15	7
4	Montage Av Technology E.I.R.L.	7	4
5	Mm Store E.I.R.L.	7	4
6	Usams Perú SAC	21	12
7	Euro Móvil SAC	17	8
8	Celulares Perú Smart SAC	6	3
	Total	N=108	N1=53

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.2.2. Muestra (n)

Para obtener la muestra de la investigación se aplicó la presente formula:

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

Dónde:

N = Cantidad total de profesionales encuestados conformado por 53 colaboradores de empresas de accesorios de celulares ubicados en Lima Metropolitana.

Z = nivel de intervalo de confianza del 95%. Con un valor de Z=1.96.

p y q = probabilidad de personas que estén a favor o en contra de la variable, donde p y q tienen el valor de 0.5 cada uno.

E = Margen de error considerando en esta investigación un 5%.

n = muestra por determinar

Aplicando la formula nos da como resultado:

$$n = \frac{(0.5 * 0.5) * (1.96)^2 * (108)}{(0.05)^2(53 - 1) + (0.50 * 0.50) * (1.96)^2}$$

$$n = 47 \text{ personas}$$

Como resultado obtenemos un total de 47 (cuarenta y siete) personas que serán encuestadas entre ellas se encuentran, los administradores, gerentes y contadores de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares ubicadas en Lima Metropolitana.

Considerando la siguiente fórmula para el factor de distribución muestral:

$$(fdm) = n/N$$

$$n_i = n/N * N_i, \text{ donde } i=1,2, 3, k$$

$$Fdm = 47/53$$

$$Fdm = 0.88679$$

**Tabla 4.** Distribución muestral para las encuestas

<b>N°</b>	<b>Pequeñas y Medianas Empresas</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Muestra (n): Índice:0.88679</b>
1	Samauma Brands SAC	Magdalena del Mar	7
2	I2GO SAC	Magdalena del Mar	6
3	Lima Moda SAC	Surquillo	6
4	Montage AV Technology E.I.R.L.	San Juan de Miraflores	4
5	Mm Store E.I.R.L.	Cercado de Lima	3
6	Usams Perú SAC	Santiago de Surco	11
7	Euro Móvil SAC	Pachacamac	7
8	Celulares Perú Smart SAC	Cercado de Lima	3
	<b>TOTAL</b>		<b>N1=47</b>

Fuente: Elaboración Propia

### **4.3. Técnica de recolección de datos**

#### **4.3.1. Descripción de los métodos, técnicas e instrumentos**

Se aplicó la técnica de la encuesta, realizada a los administradores, analistas, contadores y gerentes que están involucrados en las decisiones de las empresas del sector comercial de accesorios de celulares.

#### **4.3.2. Instrumentos**

Se utilizó como instrumento el cuestionario, el cual consta de 14 preguntas de tipo escala de Likert y se encuentran relacionadas a las variables y los índices.

#### **4.3.3. Procedimiento de comprobación de validez y confiabilidad**

##### **Validez**

Es importante realizar este procedimiento para contrastar las técnicas e instrumentos utilizados, pues con esto sabremos medir la precisión que puede tener las variables e indicadores que se analizaron para contrastar la información recolectada.

##### **Confiabilidad**

En la investigación se realizó una prueba piloto, utilizando el indicador del Alfa de Cronbach, con la información de los resultados de las encuestas realizadas a los colaboradores de las empresas comerciales de accesorios de celulares.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Siendo:

**K** = número de ítems.

**S<sub>i</sub><sup>2</sup>** = Varianza del número de ítems.

**S<sub>T</sub><sup>2</sup>** = Varianza total de los valores observados.

**Tabla 5. Cálculo de Alfa de Cronbach Excel**

Nro. Encuestas	p.1	p.2	p.3	p.4	p.5	p.6	p.7	p.8	p.9	p.10	p.11	p.12	p.13	p.14	Tot
1	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	58
2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	3	59
3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	51
4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	54
5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	64
6	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	56
7	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	66
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
9	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	64
10	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	62
11	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	61
12	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	56
13	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	63
14	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	60
15	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	60
16	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	58
17	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	3	59
18	5	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	3	57
19	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	3	3	3	54
20	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	59
21	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	60
22	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	62
23	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	55
24	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	63
25	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	59
26	4	4	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	61
27	5	4	4	3	3	3	5	4	5	4	4	4	5	3	56
28	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	63
29	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	59
30	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	61
31	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	58
32	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	61
33	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	54
34	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	59
35	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	3	59
36	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	62
37	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	59
38	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	60
39	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	60
40	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	3	4	5	3	59
41	1	3	1	4	1	5	3	3	3	1	3	3	1	2	34
42	3	3	5	1	4	1	1	5	2	1	2	2	2	4	36
43	2	1	3	5	1	4	1	1	1	3	1	4	1	1	29
44	1	2	2	4	3	3	3	1	4	4	1	2	3	3	36
45	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	4	1	4	1	28
46	3	5	1	4	4	3	3	3	4	1	2	1	3	2	39
47	1	5	1	5	5	4	4	4	3	4	5	3	2	1	47
	<b>1.09</b>	<b>0.96</b>	<b>1.01</b>	<b>0.72</b>	<b>0.97</b>	<b>0.85</b>	<b>0.91</b>	<b>0.90</b>	<b>0.79</b>	<b>0.97</b>	<b>0.96</b>	<b>0.95</b>	<b>1.00</b>	<b>0.95</b>	<b>2616</b>

Fuente: Prueba al 100% de la muestra

Elaboración: Propia

Para obtener el Alfa de Cronbach, se hallará lo siguiente:

$\sum Si^2 =$  Varianza del número de ítems

$\sum Si^2 = 13.02$

$St^2 =$  Varianza total de los valores observados.



St2= 86.01

K Numero de items= 14

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$\alpha = 0.914$

La metodología del Alfa de Cronbach, se vio aplicada al 100% de la muestra, el cual fueron 8 profesionales, se procesó en el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), obteniendo el siguiente resultado:

**Tabla 6.** Resumen procesamiento de datos

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	47	100.0
	Excluidos <sup>a</sup>	0	.0
	Total	47	100.0

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

Fuente: Programa SPSS versión 26

Elaboración Propia

**Tabla 7. Prueba SPSS V.26**

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.914	14

Fuente: Programa SPSS versión 26

Elaboración Propia

La prueba calculada en el presente estudio muestra un resultado de 0.914, lo que indica un nivel excelente en cuanto a la confiabilidad.

**Figura 1. Análisis de confiabilidad y validez**

<b>Intervalo al que pertenece el coeficiente alfa de Cronbach</b>	<b>Valoración de la fiabilidad de los items analizados</b>
[0,0 ; 0,5[	Inaceptable
[0,5 ; 0,6[	Pobre
[0,6 ; 0,7[	Débil
[0,7 ; 0,8[	Aceptable
[0,8 ; 0,9[	Bueno
[0,9 ; 1,0]	Excelente

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

## **4.4. Técnicas para el procesamiento de la información**

### **4.4.1. Técnica de Estadística Descriptiva**

En el procedimiento descriptivo de los resultados se utilizó tablas de frecuencia, gráficos y cada una de estas con sus debidas interpretaciones.

### **4.4.2. Técnica de Estadística Inferencial**

Dentro de la investigación se utilizó la herramienta estadística del SPSS. El cual nos ayudó a realizar un análisis de los datos mediante tablas y gráficos. De igual forma, se empleó el uso del modelo de correlación de Pearson que nos otorga un nivel de confianza del 95%.

## **4.5. Aspectos éticos**

El trabajo de investigación se realizó teniendo en cuenta los principios fundamentales regidos en el Código Internacional de Ética para profesionales de Contabilidad establecido por el Colegio de Contadores Públicos de Lima (CCPL). Los cuales son: Integridad, Objetividad, Competencia y Diligencia Profesionales, Confidencialidad y Comportamiento Profesional. Es importante mencionar que se respetará cada principio en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO V: RESULTADOS**

### **5.1. Presentación**

El siguiente capítulo nos detalla las encuestas realizadas de acuerdo a la muestra de 47 profesionales dentro de pequeñas y medianas empresas comerciales dedicadas a la venta de accesorios de celulares en base a la relación que tiene la gestión de cobranza y su incidencia en la liquidez de las empresas de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.

Los resultados obtenidos corresponden al desarrollo de los siguientes objetivos específicos:

- a) Se analizó las estrategias de cobranza inciden en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.
- b) Se determinó si las herramientas financieras inciden en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.

c) Se identificó si la política de cobranzas de cobranza incide en el capital de trabajo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.

## 5.2. Interpretación de resultados

Se utilizó la técnica de la encuesta que fue enfocado para los profesionales que forman parte del rubro de la comercialización de accesorios de celulares, se presenta e interpreta de la siguiente manera:

### Variable X: Gestión de cobranza

**5.2.1 Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que la gestión de cobranza deberá estar planificada correctamente para que se maneje de manera efectiva?**

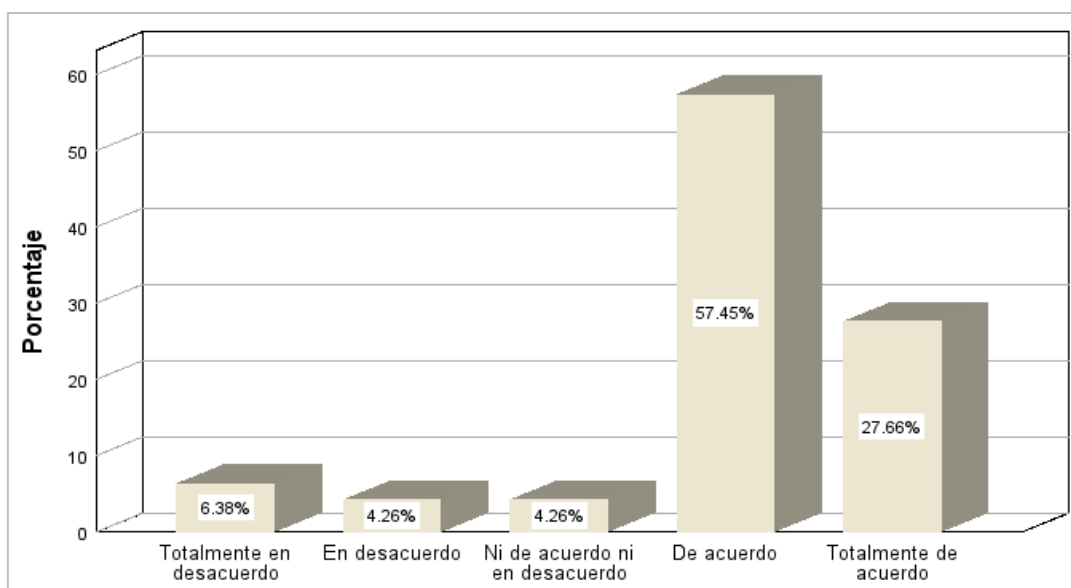
**Tabla 8.** Gestión de cobranza planificada para un manejo efectivo

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4
	En desacuerdo	2	4,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	4,3
	De acuerdo	27	57,4
	Totalmente de acuerdo	13	27,7
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 2.** Gestión de cobranza planificada para un manejo efectivo



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

Según se detalla en la tabla 8 y la figura 2, el 57.4% de los encuestados están de acuerdo con que la gestión de cobranza debe de estar planificada para que se maneja correctamente y el 27.7% de los encuestados estuvieron totalmente de acuerdo con lo planteado, sin embargo, el 4.3% no estuvieron ni de acuerdo ni en desacuerdo, de igual manera el 4.3% de los encuestados estuvo en desacuerdo y el 6.4% como totalmente en desacuerdo con lo planteado.

Se puede concluir entonces que los encuestados en su gran mayoría están de acuerdo que planificar la gestión de cobranza es una buena solución para transformar de una manera más efectiva las cuentas por cobrar en liquidez.

**5.2.2 Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que es importante el registro actualizado de las cuentas por cobrar para una correcta gestión de cobranza?**

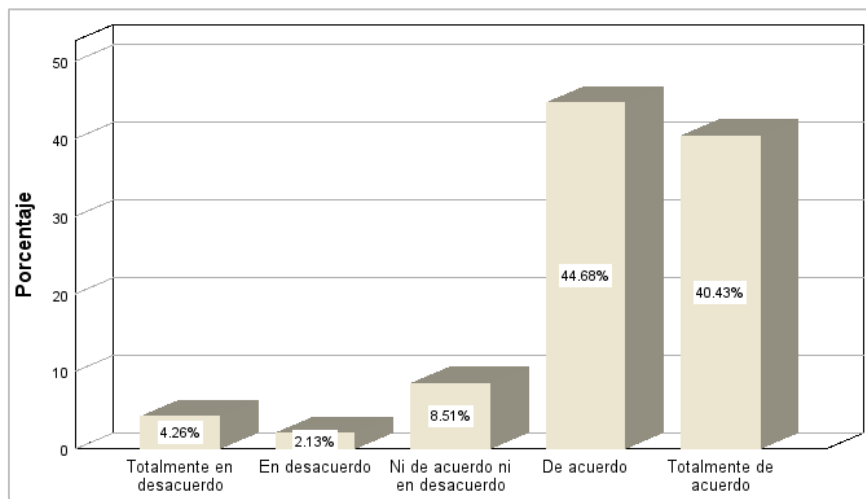
**Tabla 9.** El registro actualizado de cuentas por cobrar para una correcta gestión de cobranza.

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Valido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	1	2,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8,5
	De acuerdo	21	44,7
	Totalmente de acuerdo	19	40,4
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 3.** El registro actualizado de cuentas por cobrar para una correcta gestión de cobranza



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

Según se observa en la tabla 9 y figura 3, el 44.7% de los encuestados están de acuerdo con que el registro actualizado de las cuentas por cobrar es importante para un mejor manejo de la gestión de cobranza, un 40.4% del total de los encuestados están totalmente de acuerdo con lo planteado. Por otro lado, el 8.5% no está de acuerdo ni en desacuerdo con la premisa antes mencionada, el 2.1% está en desacuerdo y el 4.3% está totalmente en desacuerdo con lo planteado. Se puede concluir entonces que los encuestados en su gran mayoría están de acuerdo y totalmente de acuerdo con que el registro actualizado que son computarizados va a apoyar a que sea sencillo determinar la antigüedad de una factura, pues esta va a clasificarlas mediante la antigüedad y así se podrá generar un mejor control de estas.

**5.2.3 Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que los descuentos por pronto pago otorgados a los clientes incentivan a tener una gestión de cobranza efectiva?**

**Tabla 10.** El descuento por pronto pago incentiva a tener una gestión de cobranza efectiva

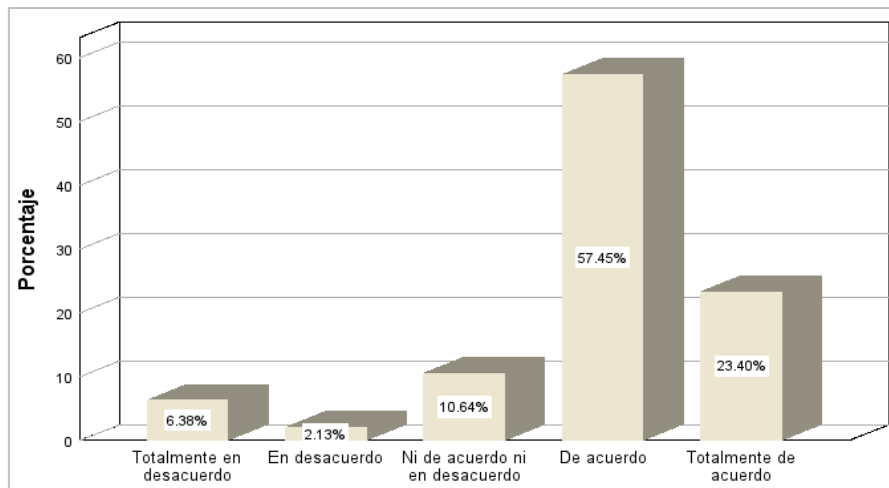
Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4
	En desacuerdo	1	2,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10,6
	De acuerdo	27	57,4
	Totalmente de acuerdo	11	23,4
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia



**Figura 4.** El descuento por pronto pago incentiva a tener una gestión de cobranza efectiva



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

Según se observa en la pregunta N°3, el 57.45% de los encuestados están de acuerdo en que los descuentos por pronto pago incentivan a que los clientes cancelen y pueda ayudar a tener una gestión de cobranza efectiva, un 29.4% está totalmente de acuerdo con lo mencionado. Por otro lado, el 10.64 % no está de acuerdo ni en desacuerdo con lo anterior, el 6.36% restante de los encuestados están totalmente en desacuerdo y el 2.13% en desacuerdo con lo mencionado.

Se puede concluir entonces que los encuestados en su gran mayoría están de acuerdo y totalmente de acuerdo con que los descuentos por pronto pago que se le otorga al cliente incentivan a los mismos para que puedan efectuar el pago de manera voluntaria en un menor plazo a lo establecido.

#### **5.2.4 Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que el factoring es una buena herramienta para la gestión de cobranza?**

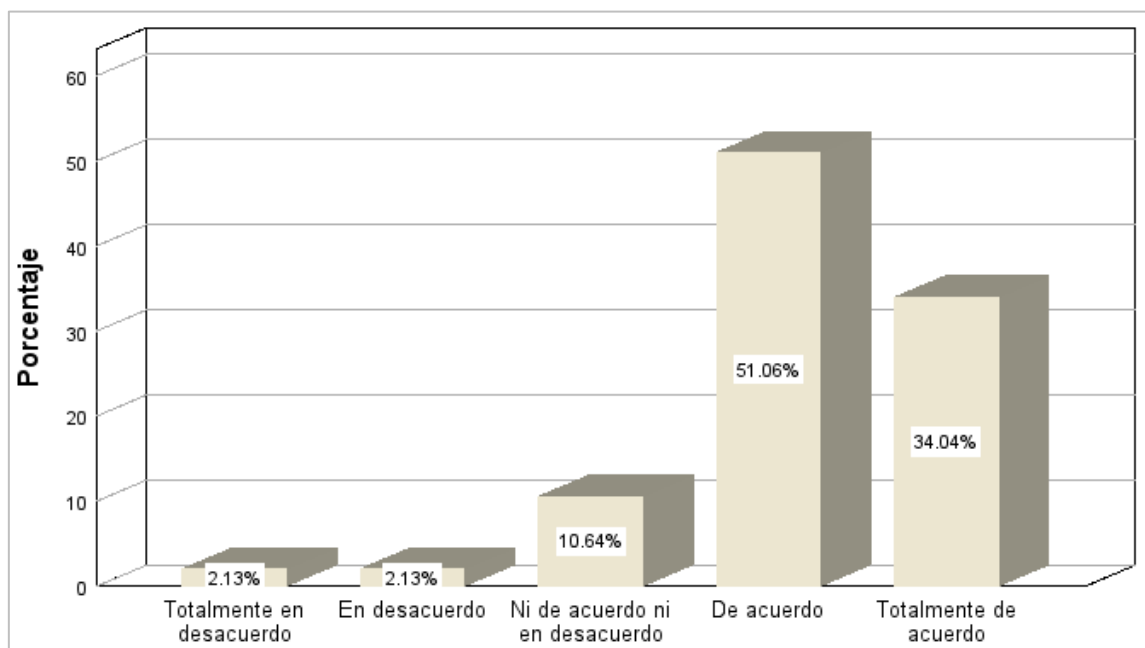
**Tabla 11.** El factoring como una buena herramienta para la gestión de cobranza

Identificación de riesgos	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2,1
En desacuerdo	1	2,1
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10,6
De acuerdo	24	51,1
Totalmente de acuerdo	16	34,0
Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 5.** El factoring como una buena herramienta para a gestión de cobranza



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

Según se observa en la pregunta N°4, el 51.06% de los encuestados están de acuerdo en que el factoring va a apoyar a tener una mejor gestión de cobranza, un 34.04% está totalmente de acuerdo con lo mencionado. Por otro lado, el 10.64% no está de acuerdo ni en desacuerdo con lo anterior, el 2.13% restante de los encuestados están en desacuerdo y el 2.13% como totalmente en desacuerdo.

En conclusión, decimos que los encuestados en su mayoría están de acuerdo que la herramienta del factoring, es de gran ayuda para las empresas que no cuentan con los recursos en el momento y necesitan cobrar sus facturas en un menos tiempo.

### 5.2.5 Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que el factoring es una buena herramienta para la gestión de cobranza?

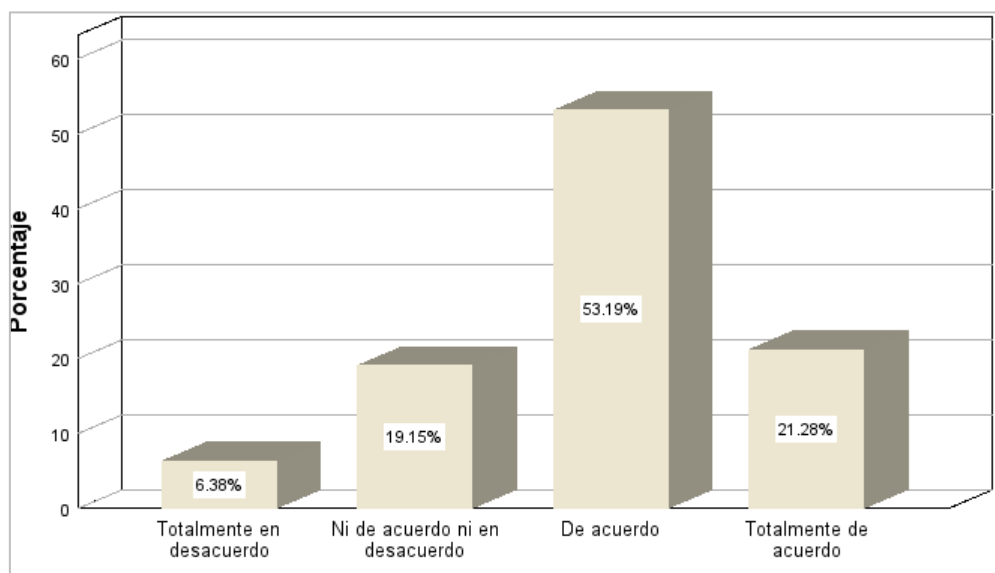
**Tabla 12.** Los descuentos comerciales son importantes para la gestión de cobranza

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	19,1
	De acuerdo	25	53,2
	Totalmente de acuerdo	10	21,3
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 6.** Los descuentos comerciales son importantes para la gestión de cobranza



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

Según se observa en la pregunta N°5, el 53.19% de los encuestados están de acuerdo en que los descuentos comerciales van a apoyar a tener una mejor gestión de cobranza, un 21.28% está totalmente de acuerdo con lo mencionado. Por otro lado, el 19.15% no está de acuerdo ni en desacuerdo con lo anterior mencionado y el 6.38% están totalmente en desacuerdo con lo planteado.

En conclusión, decimos que la mayoría de los encuestados están de acuerdo con que los descuentos comerciales son muchas veces necesarias para que la empresa pueda obtener mayor liquidez en un menor tiempo, sin embargo, este beneficio al ser cobrada por la entidad financiera genera un pago de interés y gastos de gestión que la empresa deberá asumir.

**5.2.6 Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que otorgar una correcta condición de crédito es ideal para una buena gestión de cobranza?**

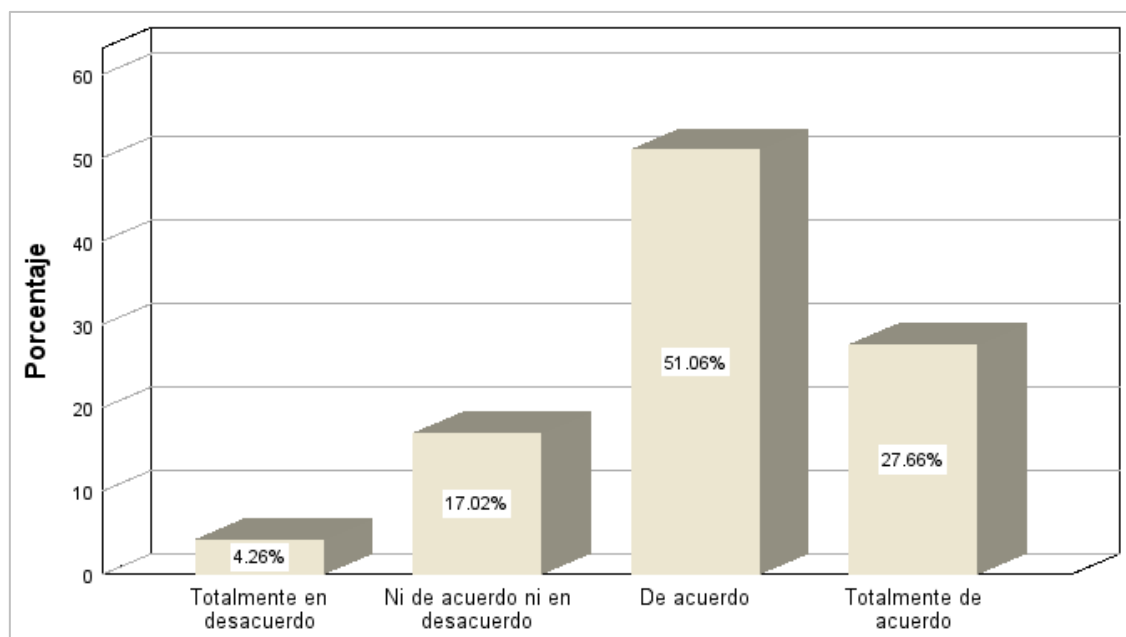
**Tabla 13.** La condición de crédito es ideal para una buena gestión de cobranza.

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	17,0
	De acuerdo	24	51,1
	Totalmente de acuerdo	13	27,7
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 7.** La condición de crédito es ideal para una buena gestión de cobranza



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

Según se observa en la pregunta N°6, el 51.06% de los encuestados están de acuerdo en que otorgar una correcta condición de crédito es beneficioso para una correcta gestión de cobranza, un 27.66% está totalmente de acuerdo con lo mencionado.

Por otro lado, el 17.02% no está de acuerdo ni en desacuerdo y el 4.26% están totalmente en desacuerdo con lo anteriormente mencionado.

Concluimos entonces que la mayoría de los encuestados están de acuerdo con que proponer correcta condición de crédito va a apoyar a tener una gestión de cobranza efectiva.

### 5.2.7 Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que los plazos de cobro influyen en una correcta gestión de cobranza?

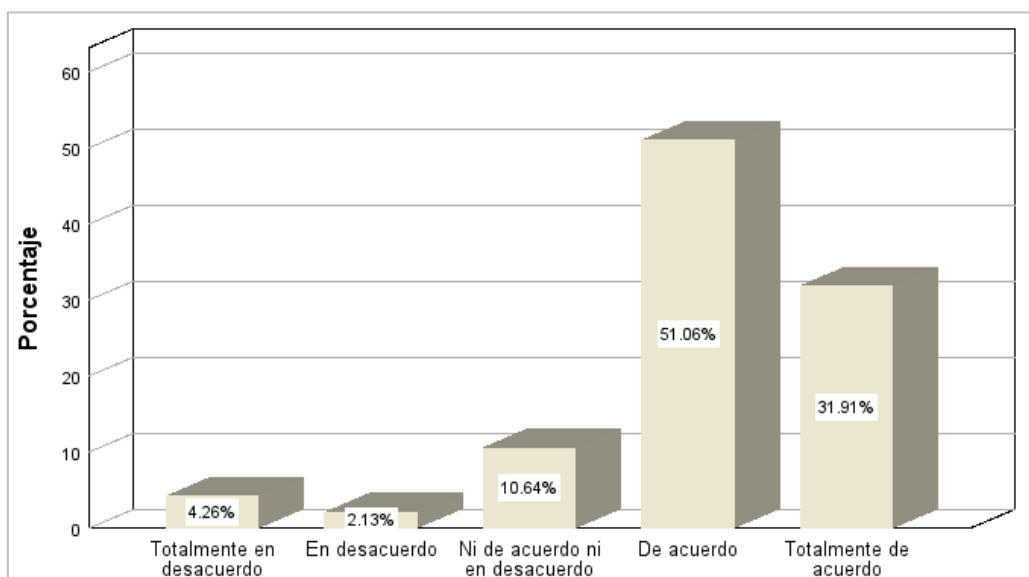
**Tabla 14.** Los plazos de cobro influyen para una buena gestión de cobranza.

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	1	2,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10,6
	De acuerdo	24	51,1
	Totalmente de acuerdo	15	31,9
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 8. Los plazos de cobro**



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

Según se observa en la pregunta que el 51.06% de los encuestados están de acuerdo en que los plazos de cobro apoyan a tener una correcta gestión de cobranza, un 31.91% está totalmente de acuerdo con lo mencionado. Por otro lado, el 10.64% no está de acuerdo ni en desacuerdo con lo anterior, el 4.26% están totalmente en desacuerdo y el 2.13% están en desacuerdo con lo planteado. Concluimos entonces que la mayoría de encuestados están de acuerdo con respecto que los plazos de cobro van a influir para que la misma apoye a manejar de manera adecuada la gestión de cobranza, la empresa debe de negociar con el cliente para que se pueda reducir los plazos en el tiempo de cobro si la misma necesita liquidez.

**Variable Y: Liquidez**

**5.2.8. Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que la liquidez es fundamental para el desarrollo de la empresa?**

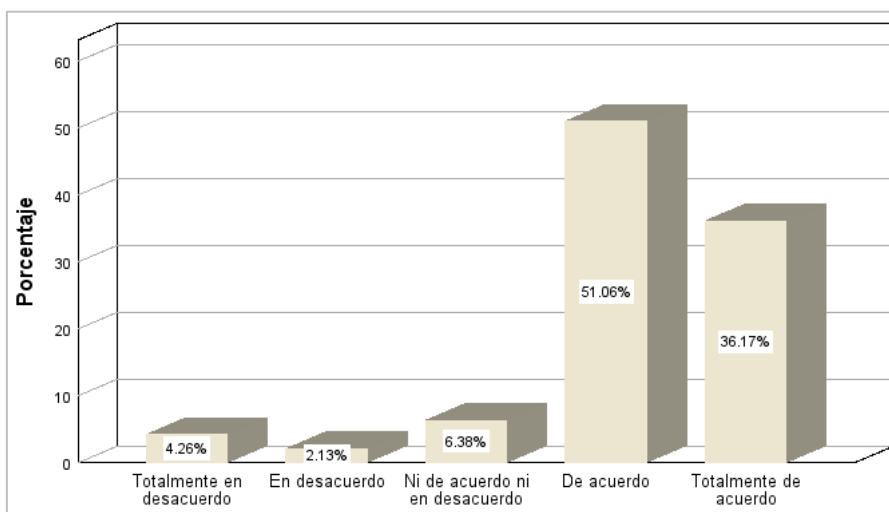
**Tabla 15. Liquidez**

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	1	2,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6,4
	De acuerdo	24	51,1
	Totalmente de acuerdo	17	36,2
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 9. Liquidez**



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia



En relación con la tabla 15 y figura 9, se observó que en un 51.06% de los encuestados está de acuerdo con que la liquidez es fundamental para el desarrollo de la empresa. Por otro lado, el 36.17% de los encuestados sostiene que está totalmente de acuerdo con que la liquidez es fundamental para el desarrollo de la empresa. Mientras el 6.38% de los encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con que la liquidez es fundamental para el desarrollo de la empresa. Así mismo, el 2.13% de los encuestados menciona que están en desacuerdo que la liquidez es fundamental para el desarrollo de la empresa. Por último, el 4.26% de los encuestados dicen que están en totalmente en desacuerdo con que la liquidez es fundamental para el desarrollo de la empresa.

Este resultado permite deducir que la mayoría de los encuestados de las PYMES comerciales de accesorios de tecnología de Lima Metropolitana creen que es importante la liquidez en el negocio para su desarrollo empresarial.

### **5.2.9. Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que llevar un control financiero es importante para la liquidez de la empresa?**

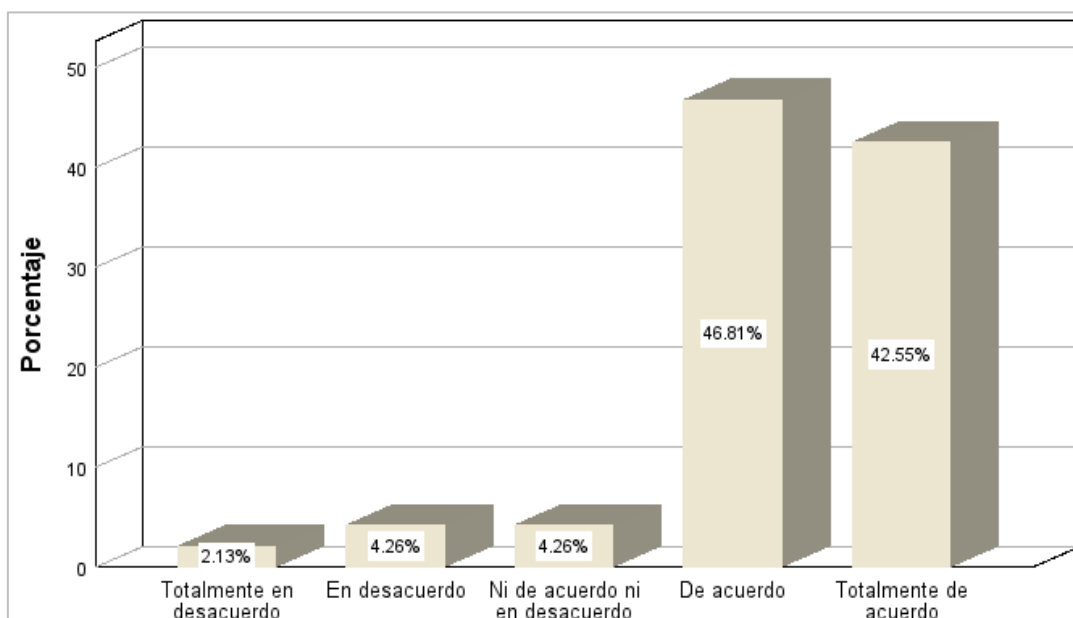
**Tabla 16.** El control financiero

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	2,1
	En desacuerdo	2	4,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	4,3
	De acuerdo	22	46,8
	Totalmente de acuerdo	20	42,6
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 10. El control financiero**



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

En relación con la tabla 16 y figura 10, se observó que en un 46.81% de los encuestados está de acuerdo con que llevar un control financiero es importante para la liquidez en la empresa. Por otro lado, el 42.55% de los encuestados sostiene que está totalmente de acuerdo con que llevar un control financiero es importante para la liquidez en la empresa. Mientras que el 4.26% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con que llevar un control financiero es importante para la liquidez en la empresa. Así mismo, el 4.26% menciona que está en desacuerdo que llevar un control financiero es importante para la liquidez en la empresa. Por último, el 2.13% dice que está totalmente en desacuerdo que llevar un control financiero es importante para la liquidez en la empresa. Este resultado permite deducir que la mayoría de los encuestados de las PYMES comerciales de accesorios de tecnología de Lima Metropolitana opinan que tener un control financiero es importante para que la empresa cuente con liquidez.

**5.2.10. Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que los cobros a corto plazo influyen a que la empresa obtenga liquidez?**

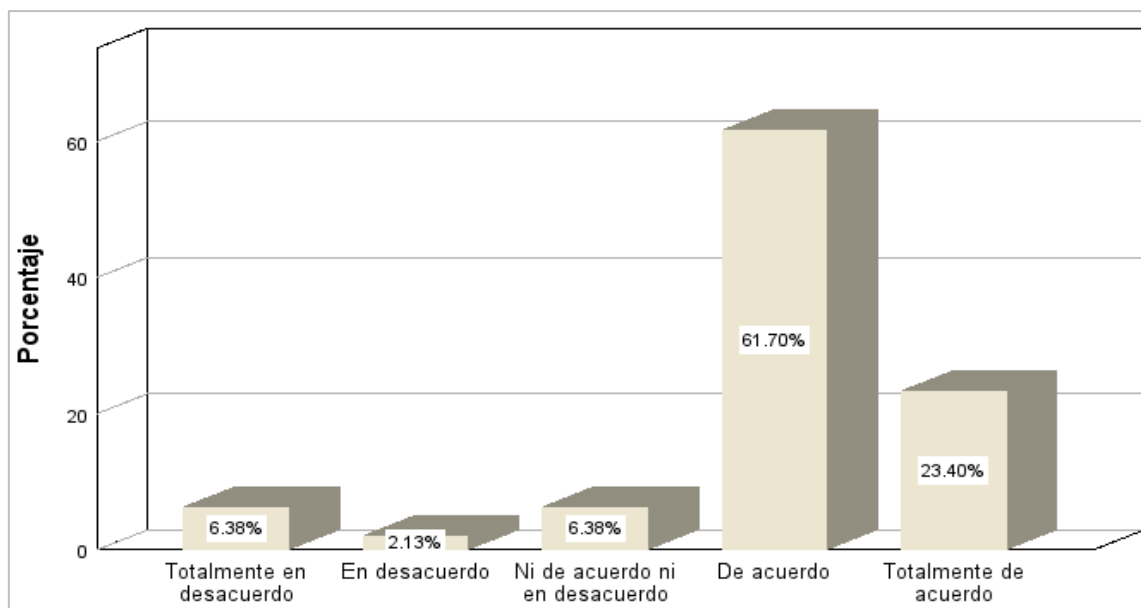
**Tabla 17. Cobros a corto plazo**

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4
	En desacuerdo	1	2,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	6,4
	De acuerdo	29	61,7
	Totalmente de acuerdo	11	23,4
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 11. Los cobros a corto plazo influyen a que la empresa obtenga liquidez**



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración Propia

En relación con la tabla 17 y figura 11, se observó que en un 61.70% de los encuestados están de acuerdo con que la cobranza a corto plazo influye en la empresa para que obtenga liquidez. Por otro lado, el 23.40% de los encuestados sostiene que está totalmente de acuerdo con la cobranza a corto plazo influye en la empresa para que obtenga liquidez. Adicional el 6.38% de los encuestados mencionan que no están de acuerdo ni en desacuerdo con la cobranza a corto plazo influye en la empresa para que obtenga liquidez. Mientras que el 6.38% de los encuestados están totalmente en desacuerdo con la cobranza a corto plazo influye en la empresa para que obtenga liquidez. Por último, el 2.13% está en desacuerdo con la pregunta mencionada.

Este resultado permite deducir que la mayoría de los encuestados de las PYMES comerciales de accesorios de tecnología de Lima Metropolitana mencionan que se encuentran de acuerdo con los cobros a corto plazo ya que influyen a que la empresa obtenga liquidez.

**5.2.11. Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que es importante el uso de efectivo de inversión de la empresa para obtener liquidez?**

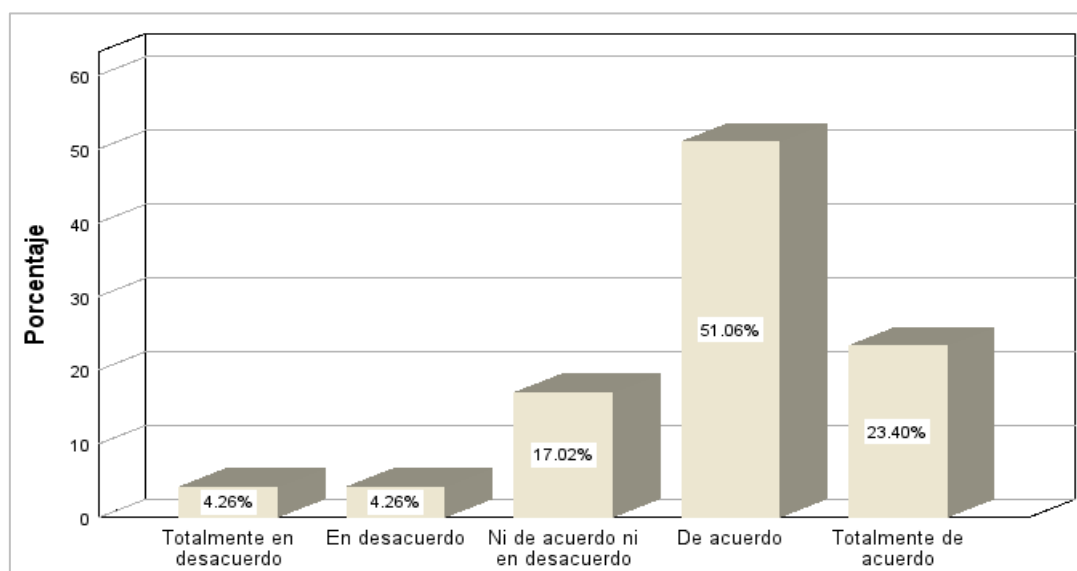
**Tabla 18. El uso de efectivo**

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	2	4,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	17,0
	De acuerdo	24	51,1
	Totalmente de acuerdo	11	23,4
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración Propia

**Figura 12. El uso de efectivo**



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

En relación con la tabla 18 y figura 12, se observó que en un 51.06% de los encuestados están de acuerdo con que el uso de efectivo de inversión es

importante para obtener liquidez. Por otro lado, el 25.53% de los encuestados están totalmente de acuerdo. Mientras que un 17.02% es indiferente no están de acuerdo ni en desacuerdo con la pregunta. Apenas un 4.26% de los encuestados se encuentran en desacuerdo y por último el 4.26% de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo con el uso de efectivo de inversión.

Este resultado permite deducir que la mayoría de los encuestados de las PYMES comerciales de accesorios de tecnología de Lima Metropolitana están de acuerdo con que es importante el uso de efectivo de inversión en la empresa para obtener liquidez.

**5.2.12. Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que gestionar de manera óptima un efectivo operativo es importante para la liquidez?**

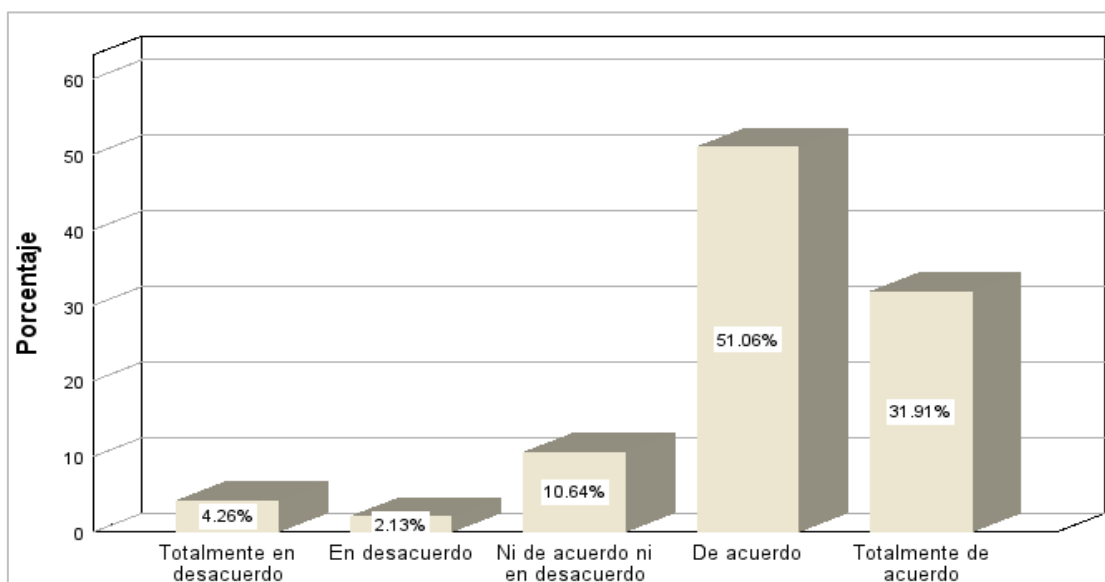
**Tabla 19.** *Gestionar de manera óptima un efectivo operativo*

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	2	4,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	10,6
	De acuerdo	25	53,2
	Totalmente de acuerdo	13	27,7
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 13.** Gestionar de manera óptima un efectivo operativo



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

En relación con la tabla 19 y figura 13, se observó que en un 51.06% de los encuestados están de acuerdo con gestionar de manera óptima el efectivo operativo es importante para obtener liquidez. Por otro lado, el 31.91% % de los encuestados están totalmente de acuerdo con gestionar de manera óptima el efectivo operativo es importante para obtener liquidez. Mientras que un 10.64% de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo con gestionar de manera óptima el efectivo operativo es importante para obtener liquidez. Así mismo el 4.26% de los encuestados están totalmente desacuerdo y por último el 6.38% de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo gestionar de manera óptima el efectivo operativo.

Este resultado permite deducir que la mayoría de los encuestados de las PYMES comerciales de accesorios de tecnología de Lima Metropolitana mencionan que

tener una gestión óptima de un efectivo operativo es importante para obtener liquidez en la empresa.

**5.2.13. Ante la pregunta ¿Está de acuerdo que tener un buen ciclo de capital de trabajo va a apoyar a tener una buena liquidez?**

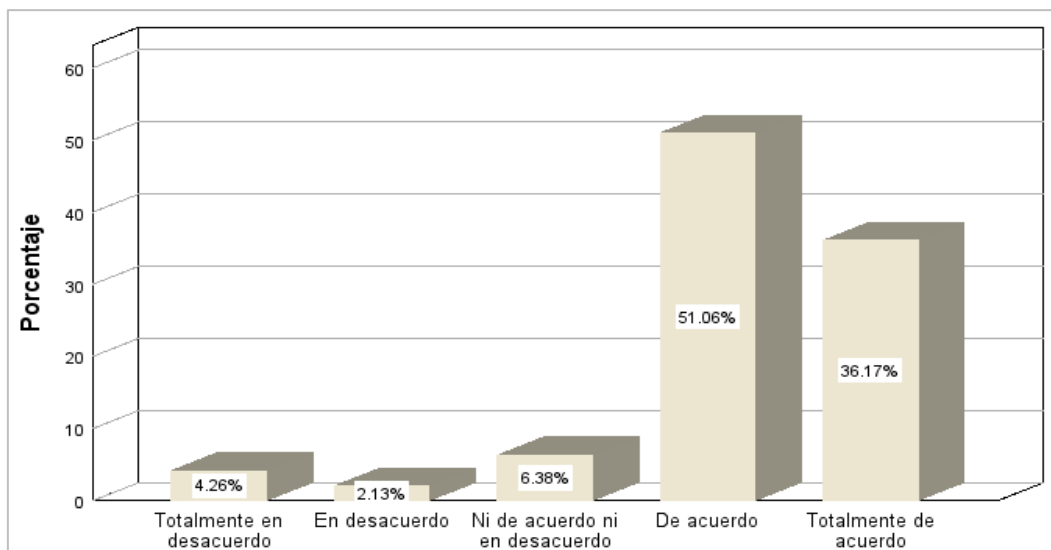
*Tabla 20. Ciclo de capital de trabajo*

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3
	En desacuerdo	2	4,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	8,5
	De acuerdo	23	48,9
	Totalmente de acuerdo	16	34,0
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

*Figura 14. Ciclo de capital de trabajo*



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia



En relación con la tabla 20 y figura 14, se observó que en un 51.06% de los encuestados están de acuerdo con tener un buen ciclo de capital de trabajo ya que apoya a tener una buena liquidez en la empresa. Por otro lado, el 36.17% % de los encuestados están totalmente de acuerdo, mientras que el 6.38% de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo acuerdo, apenas el 4.26% de los encuestados están totalmente en desacuerdo y por último el 2.13% está en desacuerdo con tener un buen ciclo de capital de trabajo va a apoyar a tener una buena liquidez. Este resultado permite deducir que la mayoría de los encuestados de las PYMES comerciales de accesorios de tecnología de Lima Metropolitana se encuentran de acuerdo con la pregunta mencionada ya creen que tener un buen ciclo de capital de trabajo apoya a tener una buena liquidez en la empresa.

**5.2.14. Ante la pregunta ¿Está usted de acuerdo que es necesario recurrir a un financiamiento externo para obtener liquidez?**

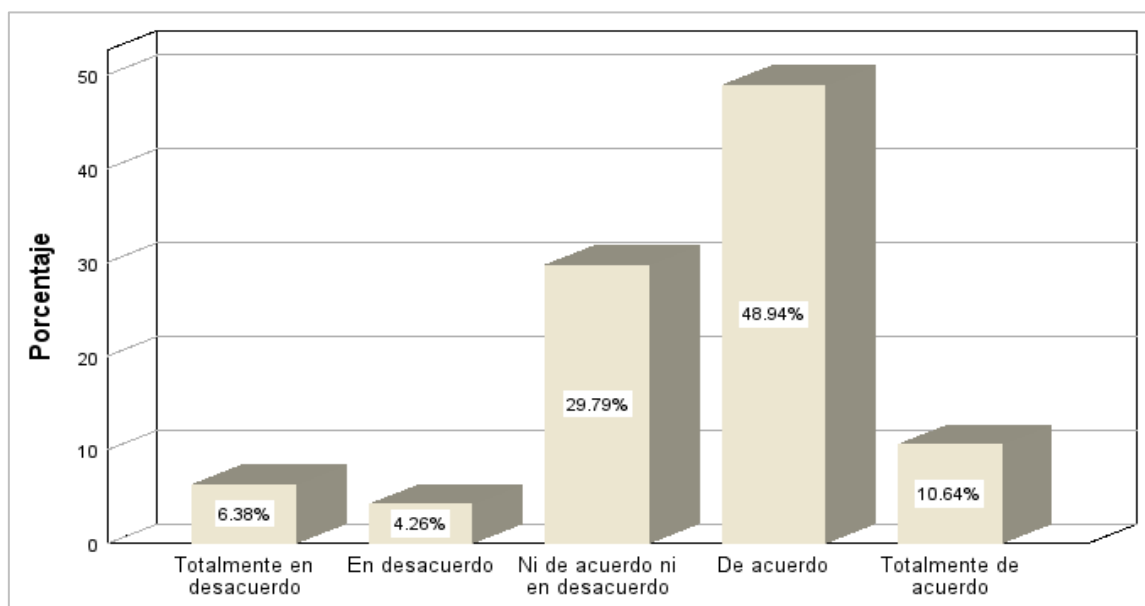
**Tabla 21.** *Recurrir a un financiamiento externo*

Identificación de riesgos		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4
	En desacuerdo	2	4,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	29,8
	De acuerdo	23	48,9
	Totalmente de acuerdo	5	10,6
	Total	47	100,0

Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

**Figura 15. Financiamiento Externo**



Fuente: Profesionales en comercialización de accesorios de celulares

Elaboración: Propia

En relación con la tabla 21 y figura 15, se observó que en un 48.94% de los encuestados están de acuerdo con que es necesario recurrir a un financiamiento externo para obtener liquidez en la empresa. Mientras que un 29.79% de los encuestados no están de acuerdo ni en desacuerdo. Por otro lado, el 10.64% de los encuestados están totalmente de acuerdo y el 6.38% están totalmente en desacuerdo y por último 4.26% de los encuestados están en desacuerdo con la pregunta mencionada.

Este resultado permite deducir que existe una gran diferencia de opiniones al recurrir a un financiamiento externo para los encuestados de las PYMES comerciales de accesorios de tecnología de Lima Metropolitana, sin embargo, la mayoría se encuentra de acuerdo recurrir a un financiamiento externo para obtener liquidez en la empresa.

### 5.3. Contrastación de Hipótesis

Para realizar la contrastación de hipótesis se utilizó la herramienta de Chi Cuadrado de Pearson, teniendo en cuenta que las preguntas relacionadas a las variables Gestión de cobranza y Liquidez han tenido como respuestas nominales, en escala de Likert.

Para poder comprobar si las hipótesis planteadas eran nulas se debe de determinar que haya una independencia entre las variables estudiadas contra las hipótesis alternativas, las cuales sí afirman que no existe independencia de las variables.

Se detalla a continuación la contrastación de las Hipótesis Específicas:

#### 5.3.1. Hipótesis Específica (a)

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

**$H_0$ :** Las estrategias de cobranza no incide en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**$H_1$ :** Las estrategias de cobranza sí incide en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

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

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

**Figura 16.** Tabla cruzada estrategia de cobranza y liquidez corriente

			Liquidez Corriente				Total
			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Estrategia de Cobranza	En desacuerdo	Recuento	3	0	1	0	4
		Recuento esperado	.3	.1	1.4	2.2	4.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	1	1	1	3
		Recuento esperado	.3	.1	1.0	1.7	3.0
	De acuerdo	Recuento	1	0	7	8	16
		Recuento esperado	1.4	.3	5.4	8.9	16.0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	7	17	24
		Recuento esperado	2.0	.5	8.2	13.3	24.0
Total	Recuento	4	1	16	26	47	
	Recuento esperado	4.0	1.0	16.0	26.0	47.0	

Fuente: SPS

Elaboración: Propia

Procede a utilizar la fórmula, lo cual nos da el siguiente resultado:

$$\begin{aligned} \chi^2_{calculado} &= \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \\ &= \frac{(3 - 0.34)^2}{0.34} + \frac{(1 - 1.36)^2}{1.36} + \dots + \frac{(17 - 13.27)^2}{13.27} = 12.230 \end{aligned}$$

**Figura 17.** Prueba de Chi Cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	42.147 <sup>a</sup>	9	<.001
Razón de verosimilitud	24.406	9	.004
Asociación lineal por lineal	18.703	1	<.001
N de casos válidos	47		

a. 12 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .06.

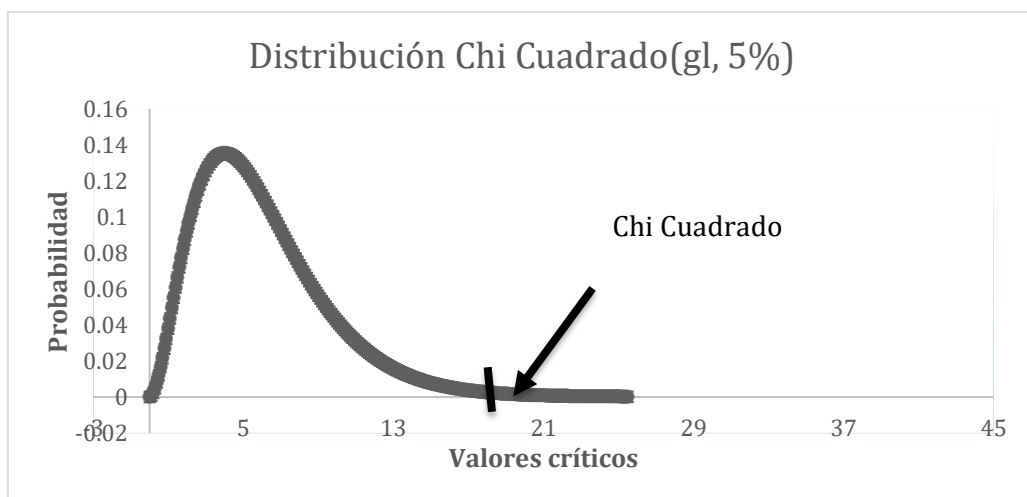
Fuente: SPS

Elaboración: Propia

#### Paso 4. Decisión

Se puede observar de la respuesta obtenida del Chi Cuadrado nos da como resultado que  $X^2_{Calculado} = 42.147 > X^2 = 16.92$ . Lo cual permite concluir que la hipótesis nula se rechaza.

**Figura 18.** Distribución Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (a)

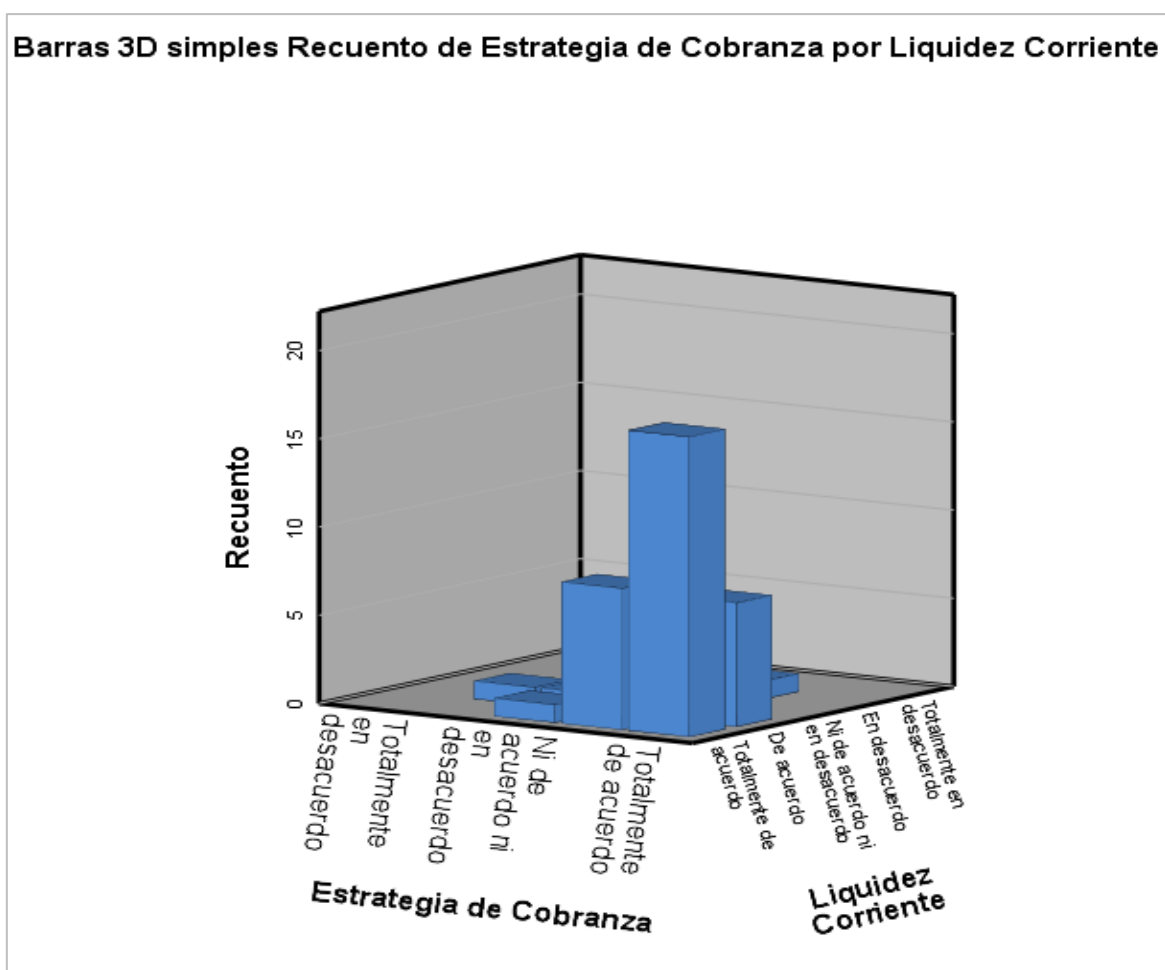


Elaboración: Propia

### Paso 5. Conclusión e interpretación

Como resultado nos brinda que la hipótesis nula  $H_0$  es rechazada por consiguiente la hipótesis  $H_1$  es aceptada. Entonces se sustenta que las estrategias de cobranza sí inciden en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**Figura 19.** Gráfico de cruce en indicadores



Fuente: SPS

Elaboración: Propia

Se interpreta: Como resultado del gráfico que se detalla, se observa que en los indicadores Estrategia de cobranza y liquidez corriente en su mayoría de los 47 encuestados están totalmente de acuerdo con ambos indicadores.

### 5.3.2. Hipótesis Específica (b)

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

**$H_0$ :** Las herramientas financieras no incide en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**$H_1$ :** Las herramientas financieras si incide en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**Paso 2:** Contamos dentro del nivel de significancia al  $\alpha = 0.05$  y por parte del estadístico para la prueba Chi Cuadrado donde  $r = 5$  número de filas y  $c = 5$ .

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi Cuadrado calculado.

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

**Figura 20. Tabla cruzada de herramientas financieras de cobranza y flujo de efectivo**

			Flujo de Efectivo				Total
			En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Herramientas Financieras de Cobranza	En desacuerdo	Recuento	0	1	0	0	1
		Recuento esperado	.1	.1	.4	.4	1.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	1	2	3	0	6
		Recuento esperado	.4	.6	2.6	2.4	6.0
	De acuerdo	Recuento	2	1	9	10	22
		Recuento esperado	1.4	2.3	9.4	8.9	22.0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	1	8	9	18
		Recuento esperado	1.1	1.9	7.7	7.3	18.0
Total	Recuento	3	5	20	19	47	
	Recuento esperado	3.0	5.0	20.0	19.0	47.0	

Fuente: SPS

Elaboración: Propia

Reemplazando en la fórmula del estadístico de prueba y operando, resulta

$$\chi^2_{\text{calculado}} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(1 - 0.10)^2}{0.10} + \frac{(1 - 0.38)^2}{0.38} + \dots + \frac{(9 - 7.27)^2}{7.27}$$

$$= 17.98$$

**Figura 21. Prueba de Chi Cuadrado**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	17.984 <sup>a</sup>	9	.035
Razón de verosimilitud	16.509	9	.057
Asociación lineal por lineal	7.763	1	.005
N de casos válidos	47		

a. 12 casillas (75.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .06.

Fuente: SPS

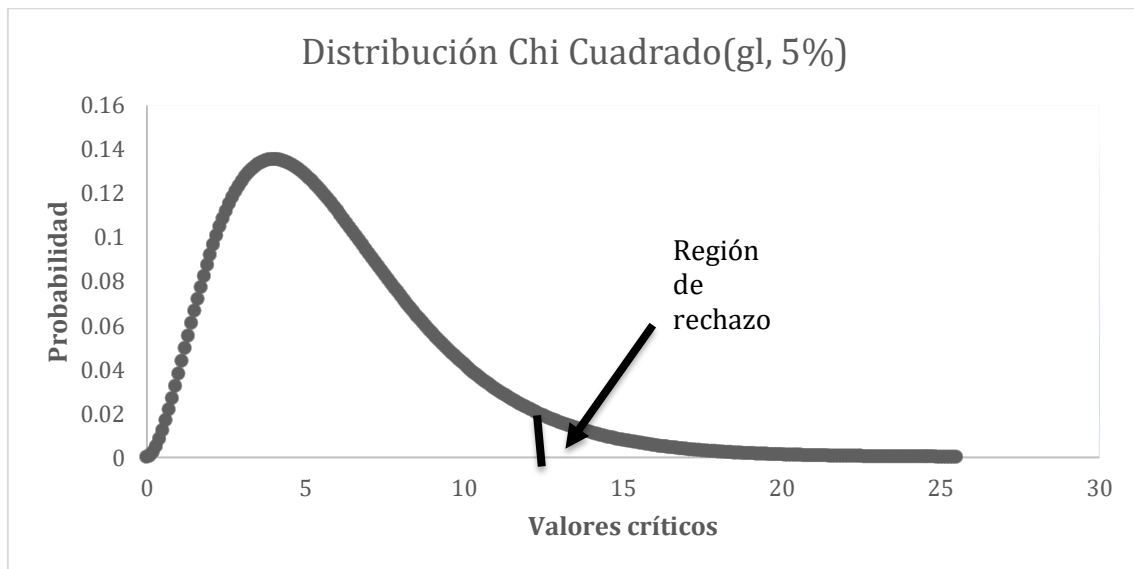
Elaboración: Propia



#### Paso 4. Decisión

Como resultados del cálculo realizado para el Chi Cuadrado calculado y el Chi Cuadrado teórico, nos da que  $X^2_{Calculado} = 17.984 > X^2 = 16.92$ . Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula.

**Figura 22.** Distribución Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (b)

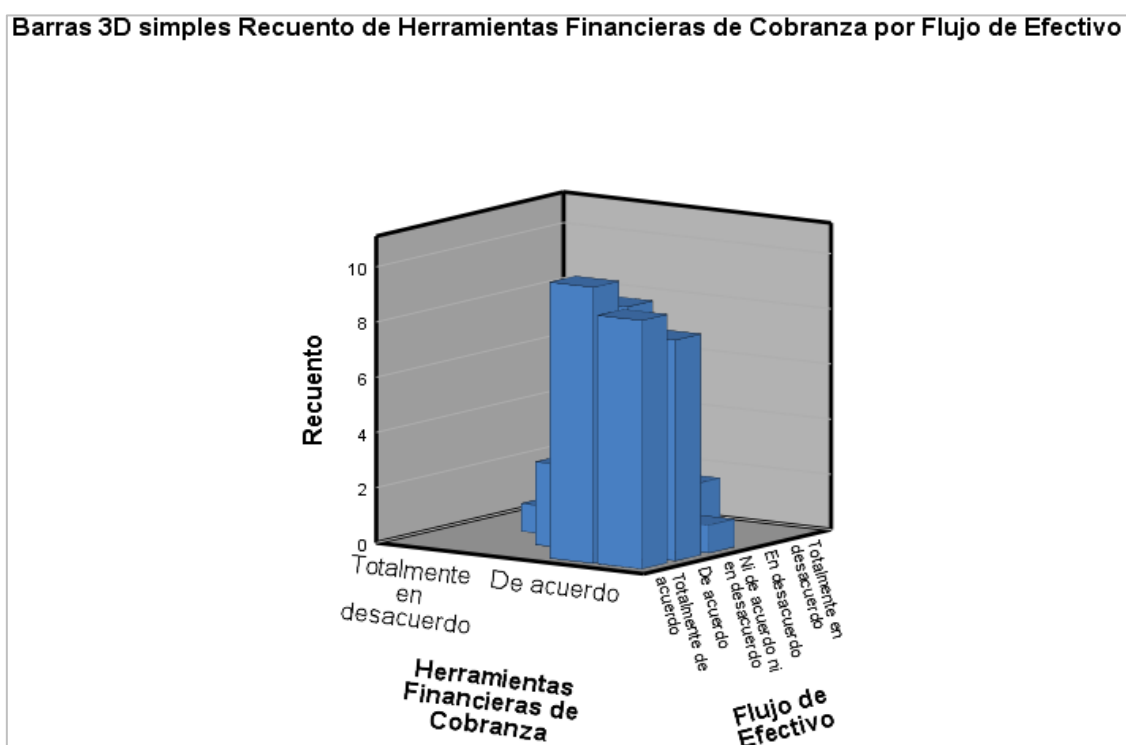


Elaboración: Propia

#### Paso 5. Conclusión e interpretación

Como resultado nos brinda que la hipótesis nula  $H_0$  es rechazada por consiguiente la hipótesis  $H_1$  es aceptada. Entonces existe sustento que indican que las herramientas financieras si incide en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**Figura 23.** Gráfico de cruces de indicadores



Fuente: SPS

Elaboración: Propia

Se interpreta: Como resultado del gráfico que se detalla, se observa que en los indicadores Herramientas financieras de cobranza y flujo de efectivo la mayoría de los 47 encuestados están totalmente de acuerdo y de acuerdo con ambos indicadores.

### 5.3.3. Hipótesis Específica (c)

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

**$H_0$ :** Las estrategias de cobranza no incide en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**H<sub>1</sub>:** Las estrategias de cobranza sí incide en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**Paso 2:** Se elige nivel de significancia  $\alpha = 0.05$  y por parte de estadística el uso de la prueba Chi Cuadrado donde  $r = 5$  número de filas y  $c = 5$  número de columnas en la Tabla de contingencia.

**Paso 3:** Cálculo del estadístico de prueba Chi Cuadrado calculado.

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

**Figura 24.** Tabla cruzada de políticas de cobranza y capital de trabajo

			Capital de Trabajo				Totalmente de acuerdo	Total
			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo		
Políticas de Cobranza	Totalmente en desacuerdo	Recuento	0	0	1	0	0	1
		Recuento esperado	.0	.0	.1	.6	.3	1.0
	En desacuerdo	Recuento	0	0	1	0	0	1
		Recuento esperado	.0	.0	.1	.6	.3	1.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	1	0	2	0	0	3
		Recuento esperado	.1	.1	.3	1.7	.8	3.0
	De acuerdo	Recuento	0	2	1	15	4	22
		Recuento esperado	.5	.9	2.3	12.2	6.1	22.0
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	0	11	9	20
		Recuento esperado	.4	.9	2.1	11.1	5.5	20.0
	Total	Recuento	1	2	5	26	13	47
		Recuento esperado	1.0	2.0	5.0	26.0	13.0	47.0

Fuente: SPS

Elaboración: Propia

Reemplazando en la fórmula del estadístico de prueba y operando, resulta

$$\chi^2_{\text{calculado}} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(1 - 0.10)^2}{0.10} + \frac{(1 - 0.10)^2}{0.10} + \dots + \frac{(9 - 5.53)^2}{5.53}$$

$$= 51.39$$

**Figura 25.** Prueba de Chi Cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	51.396 <sup>a</sup>	16	<.001
Razón de verosimilitud	34.691	16	.004
Asociación lineal por lineal	14.029	1	<.001
N de casos válidos	47		

a. 21 casillas (84.0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .02.

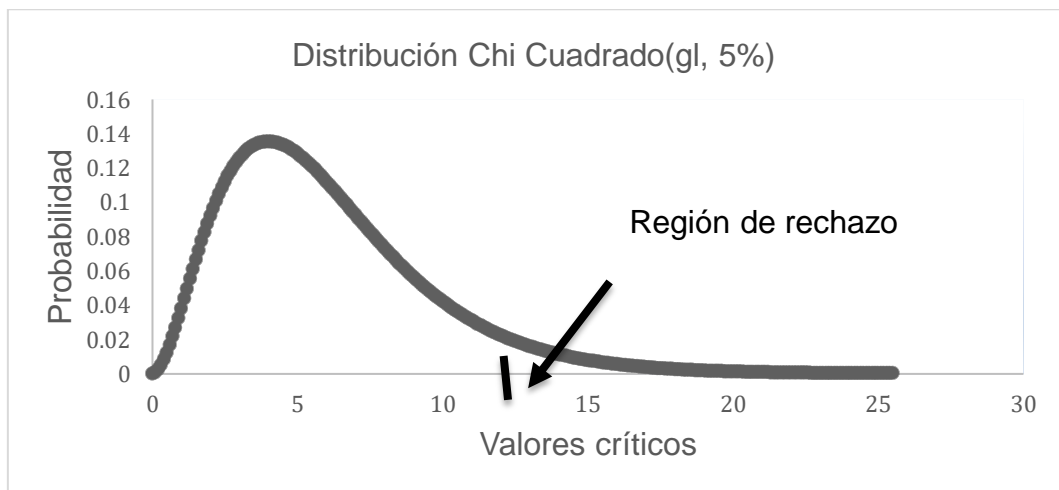
Fuente: SPS

Elaboración: Propia

#### Paso 4. Decisión

Como resultados del cálculo realizado para el Chi Cuadrado calculado y el Chi Cuadrado teórico, nos da que  $X^2C = 51.396 > X^2t = 26.3$ . Por lo tanto, se concluye que se rechaza la hipótesis nula.

**Figura 26.** Distribución Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (c)



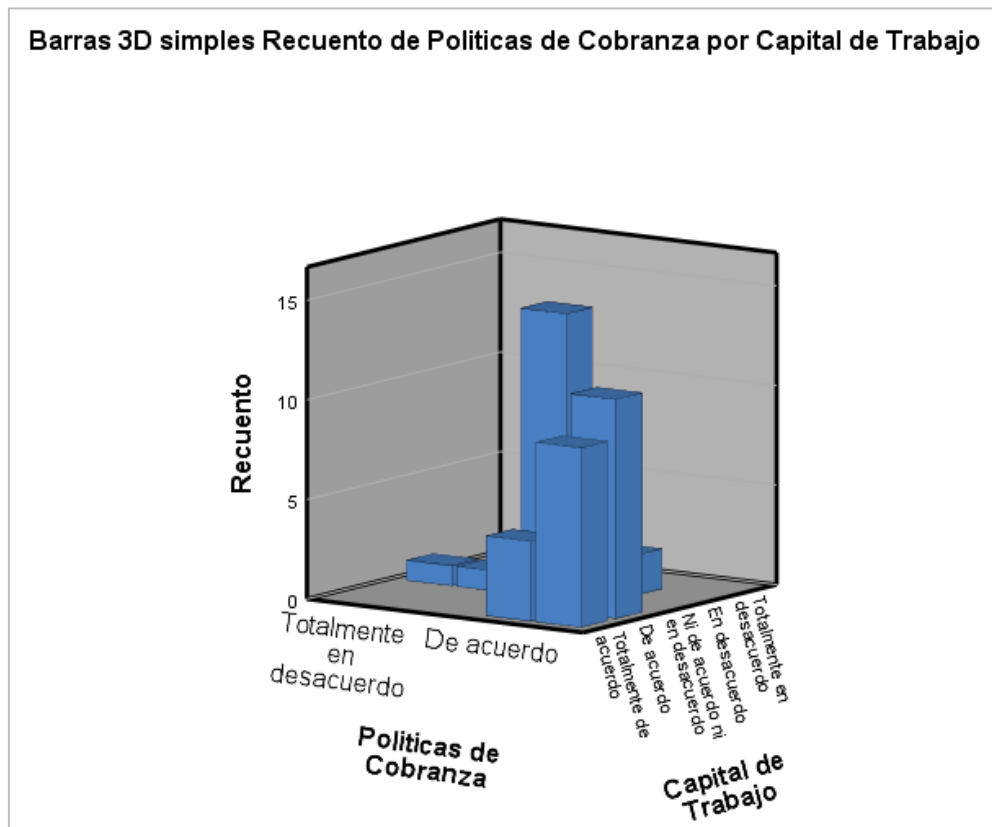
Fuente: SPS

Elaboración: Propia

#### Paso 5. Conclusión e interpretación

Como resultado nos brinda que la hipótesis nula  $H_0$  es rechazada por consiguiente la hipótesis  $H_1$  es aceptada. Entonces existe sustento que indican que las estrategias de cobranza sí inciden en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**Figura 27.** Gráfico de cruce en indicadores



Fuente: SPS

Elaboración: Propia

Se interpreta: Como resultado del gráfico que se detalla, se observa que en los indicadores Políticas de cobranza y Capital de trabajo en la mayoría de los 47 encuestados están en desacuerdo y ni en de acuerdo ni en desacuerdo con los indicadores planteados.

#### **5.3.4. Hipótesis General**

**Paso 1:** Planteamos la hipótesis Nula y su Alternativa

**H<sub>0</sub>:** La gestión de cobranzas no incide en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**H<sub>1</sub>:** La gestión de cobranzas si incide en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**Paso 2:** Tenemos como nivel de significancia al  $\alpha = 0.05$  y del lado del

estadístico a la prueba Chi Cuadrado  $\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$  donde  $r = 5$

número de filas y  $c = 5$  número de columnas en la Tabla de contingencia.

**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.

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

**Figura 28.** Tabla cruzada de gestión de cobranza y liquidez

				Liquidez			Totalmente de acuerdo	Total
				En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo		
Gestion de Cobranza	En desacuerdo	Recuento	1	0	0	0	1	
		Recuento esperado	.1	.0	.7	.2	1.0	
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	4	1	1	0	6	
		Recuento esperado	.6	.3	4.0	1.1	6.0	
	De acuerdo	Recuento	0	1	23	5	29	
		Recuento esperado	3.1	1.2	19.1	5.6	29.0	
	Totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	7	4	11	
		Recuento esperado	1.2	.5	7.3	2.1	11.0	
Total	Recuento	5	2	31	9	47		
	Recuento esperado	5.0	2.0	31.0	9.0	47.0		

Fuente: SPS

Elaboración: Propia

Remplazamos la información mostrada en la fórmula del estadístico de prueba y simplificando, resulta

$$\chi^2_{calculado} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(1 - 0.10)^2}{0.10} + \frac{(4 - 0.63)^2}{0.63} + \dots + \frac{(4 - 2.10)^2}{2.10}$$

$$= 38.9$$

Verificamos con el software SPSS

**Figura 29. Prueba de Chi Cuadrado**

<b>Pruebas de chi-cuadrado</b>			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	38.954 <sup>a</sup>	9	<.001
Razón de verosimilitud	30.782	9	<.001
Asociación lineal por lineal	21.207	1	<.001
N de casos válidos	47		

a. 13 casillas (81.3%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .04.

Fuente: SPS

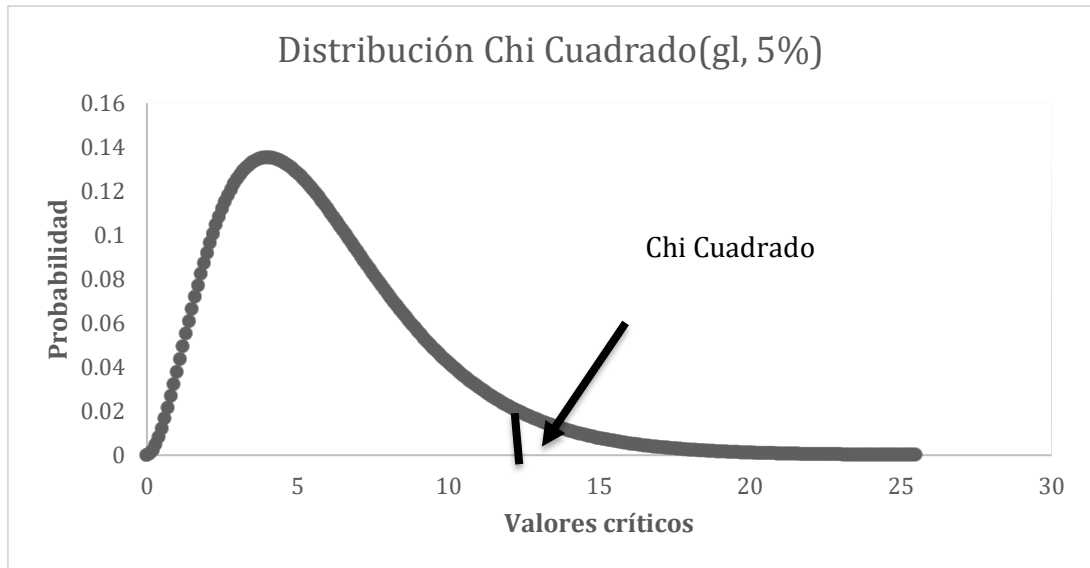
Elaboración: Propia

**Paso 4. Decisión**

Como resultados del cálculo realizado para el Chi Cuadrado calculado y el Chi Cuadrado teórico, nos da que  $X^2_{Calculado} = 38.954 > X^2 = 16.92$  se concluye rechazar la hipótesis nula.



**Figura 30.** Distribución Chi Cuadrado de Hipótesis Específica (d)

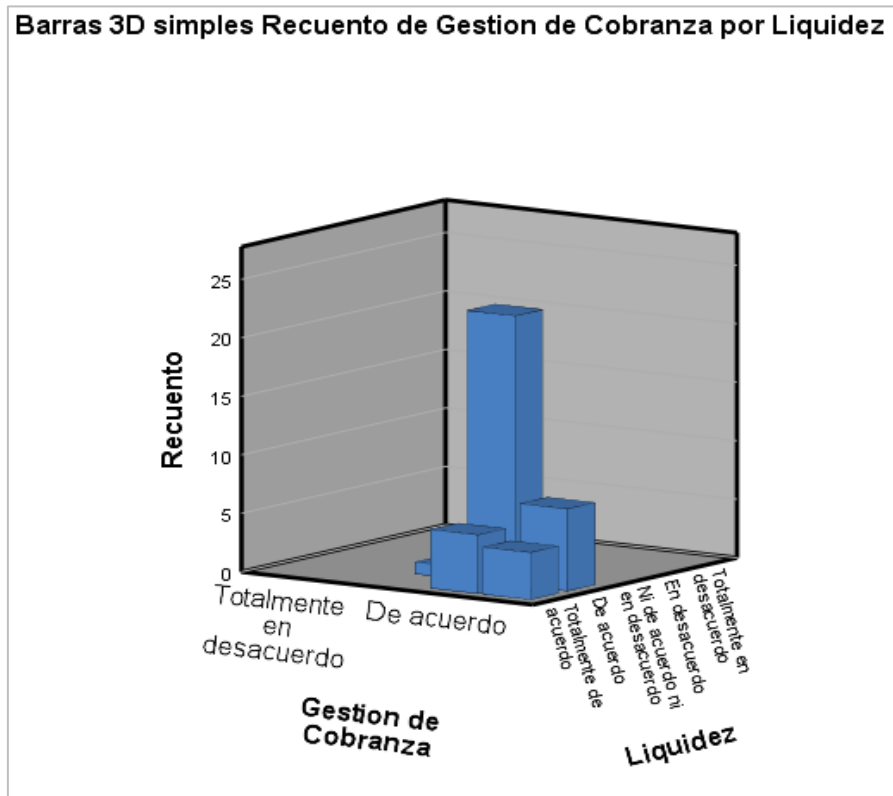


Elaboración: Propia

### **Paso 5.** Conclusión

Como resultado nos brinda que la hipótesis nula  $H_0$  es rechazada por consiguiente la hipótesis  $H_1$  es aceptada. Entonces existe sustento que indican que la gestión de cobranzas si incide en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana.

**Figura 31.** Gráfico de cruce en indicadores



Fuente: SPS

Elaboración: Propia

Se interpreta: Como resultado del gráfico que se detalla, se observa que en los indicadores Políticas de cobranza y Capital de trabajo en la mayoría de los 47 encuestados están en desacuerdo y ni en de acuerdo ni en desacuerdo con los indicadores planteados.

## **CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **6.1. Discusión**

Teniendo en cuenta el problema principal que sufren las PYMES para tener una eficiente gestión de cobranza y liquidez en las empresas es necesario el uso de herramientas, estrategias y políticas de cobranza el cual se ha demostrado que es fundamental para mantener los ingresos dentro de la condición de plazo del crédito otorgado.

De tal manera al revisar los antecedentes de la investigación en su gran mayoría existe una relación entre la gestión de cobro y la liquidez pues mencionan problemas por no tener una implementación de políticas de cobro, incumplimiento de pagos, falta de capacitación al personal entre otros, lo cual trae como consecuencia que estas empresas se retrasen en cobrar y no tengan un capital para continuar sus operaciones.

En la investigación se halló que la liquidez en cualquier negocio es vital para que esta siga en crecimiento, pero esta se encuentra relacionada con tener al día las cuentas por cobrar y su mala gestión podría generar pérdidas a largo plazo ya que al ser pequeñas empresas estarían en constante búsqueda de financiamiento externo o capital de trabajo para poder cumplir con sus obligaciones como pagos a proveedores, personal, etc.

## **6.2. Conclusiones**

- a. En la investigación se determinó que la gestión de cobranza incide de manera significativa en la liquidez de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.
- b. En la investigación se dio a conocer que las estrategias de cobranza que se utilizan en el proceso de cobro inciden en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.
- c. En la investigación se determinó que las herramientas financieras inciden en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022, debido a que permitan a gestionar los recursos de la empresa esta influye en el flujo de caja de las PYMES facilitando el control del dinero tanto en ingresos como egresos.

- d. En la investigación se identificó que las políticas de cobranza inciden en el capital de trabajo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022, pues en su mayoría requieren establecer políticas de cobranza para mantener en orden sus cuentas por cobrar y de tal manera obtener autofinanciamiento e invertir su capital de trabajo.

### **6.3. Recomendaciones**

- a. Se sugiere a las empresas del PYMES de accesorios de tecnología en Lima Metropolitana conocer la importancia de una correcta gestión de cobranza, pues si esta no tiene un buen manejo pueden surgir problemas financieros que conlleva desde que la empresa se quede estancada o pueda quedar en la quiebra por una falta de liquidez.
- b. Se recomienda que las empresas del rubro analicen de mejor manera las estrategias que se dan al momento de cobrar, pues pueden implementar distintas opciones como un seguimiento efectivo, otorgar opciones de pago, definir un proceso del otorgamiento del crédito y del cobro para de esta manera no verse afectados.
- c. Las empresas PYMES de accesorios de tecnología en Lima Metropolitana deberían incluir las herramientas financieras en sus negocios por ejemplo, un sistema de facturación ya que permitirá optimizar tiempo y recursos, esto permitirá tener una mejor transparencia de cobros y automatizar diversas tareas, así mismo al mantener un seguimiento constante se podrá conseguir en menor tiempo los cobros a los clientes y evitar riesgos de impago esto

permitirá incrementar ingresos y así mismo conocer la estimación o un proyectado del flujo de efectivo.

- d. Es importante que las PYMES de accesorios de tecnología en Lima Metropolitana cuenten con políticas de cobranza establecidas y claras de acuerdo con el giro del negocio ya que esto beneficiaría a la empresa, teniendo en cuenta las prioridades y aumentando los cobros de clientes morosos y establecer condiciones de crédito de mutuo acuerdo, esto ayudara a convertir esas facturas pendientes de cobro en efectivo, y obteniendo capital de trabajo para una mejora de inversión y crecimiento de la empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Atauje, M. & Espinoza, J. (2022). *La gestión de cobranzas y su incidencia en la administración de tesorería en las empresas del sector construcción en Lima Metropolitana, 2019-2021*. [Tesis para optar al título profesional de contador público, Universidad de San Martín de Porres]. Repositorio académico de la Universidad de San Martín de Porres. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/10969>.
- Brachfield, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro*, primera edición. Obtenido de <https://www.marcialpons.es/libros/gestion-del-credito-y-cobro/9788496998186/>
- Bravo, G. (2010). *Administración financiera*. Instituto Politécnico Nacional. <https://elibro.net/es/lc/bibliotecafmh/titulos/72231>
- Brun, X. et al. (2008). *Como interpretar la información económica*. Barcelona: España. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=NMK3NRQsJEgC&pg=PA85&dq=concepto+de+liquidez&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwie\\_Z3dxozqAhUCIbkGHXwRBV8Q6AEITjAF#v=onepage&q=concepto%20de%20liquidez&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=NMK3NRQsJEgC&pg=PA85&dq=concepto+de+liquidez&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwie_Z3dxozqAhUCIbkGHXwRBV8Q6AEITjAF#v=onepage&q=concepto%20de%20liquidez&f=false)
- Diario El Correo. (23 de noviembre de 2022). CCL: Solo el 5.8% de las pequeñas y medianas empresas tienen acceso al financiamiento. Obtenido de <https://normas-apa.org/referencias/citar-periodicos/>

- Ferraro, C. et al. (2011). *Eliminando barreras: El financiamiento a las PYMES en América Latina*. Primera edición. Obtenida de <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/7336fcfb-b028-4188-b089-68107c721da6/content>
- Guevara, E. (2020), *Gestión de las cuentas por cobrar comerciales terceros y su efecto en la rentabilidad de la empresa TECNIMOTOS R-R EIRL -2018*. [Tesis para optar al título de Contador Público]. Universidad Señor de Sipán. Obtenido <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/7383/Guevara%20Polo%20Eduard%20Deivis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gutiérrez, J. & Tapia, J. (2016). *Liquidez y rentabilidad. Una revisión conceptual y sus dimensiones*. Revista Valor Contable, 3,1, (9-32). Obtenido de [file://Downloads/1229-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2083-1-10-20200303%20\(1\).pdf](file://Downloads/1229-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2083-1-10-20200303%20(1).pdf)
- Higuerey, A. (2007). *Administración de Cuentas por Cobrar*. Obtenido de [http://webdelprofesor.ula.ve/nucleotrujillo/anahigo/guias\\_finanzas1\\_pdf/tema5.pdf](http://webdelprofesor.ula.ve/nucleotrujillo/anahigo/guias_finanzas1_pdf/tema5.pdf)
- Macias, G. et al. (2021). *Medición del riesgo de liquidez: Una aproximación teórica y práctica*. Primera edición. Obtenida de <file:///C:/Users/Downloads/2021%20Medicion%20del%20riesgo.pdf>
- Mogollón, J. (2020). *La gestión de cobranza y su impacto en la gerencia financiera de la empresa Petroperú S. A: periodo 2014 -2016* [Tesis para obtener el grado de bachiller]. Universidad Nacional Autónoma de Huanta. Obtenido por <https://www.revistas.unah.edu.pe/index.php/puriq/article/view/121/249>



Morales, A. & Martínez, F. (2014). *Administración financiera*. México D.F, México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/biblioteca/mh/titulos/39395>.

Moreno, J. (2014). *Contabilidad de la estructura financiera de la empresa*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de [https://www.academia.edu/24635968/CONTABILIDAD\\_DE\\_LA\\_ESTRUC\\_TURA\\_FINANCIERA\\_DE\\_LA\\_EMPRESA](https://www.academia.edu/24635968/CONTABILIDAD_DE_LA_ESTRUC_TURA_FINANCIERA_DE_LA_EMPRESA)

Morales, J. & Morales, A. (2014). *Crédito y Cobranza*. primera edición. Obtenido de [https://www.google.com.pe/books/edition/Cr%C3%A9dito\\_y\\_Cobranza/gtXhBAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=políticas+de+cobranza+libros+pdf&printsec=frontcover](https://www.google.com.pe/books/edition/Cr%C3%A9dito_y_Cobranza/gtXhBAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1&dq=políticas+de+cobranza+libros+pdf&printsec=frontcover)

Onofre, R. (2020). *Gestión de cobranza y su incidencia en la liquidez de la Cooperativa San Antonio, sucursal La Unión*. [Tesis para optar al título de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría]. Universidad Técnica de Babahoyo. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/8517>

Peñaloza, M. (2008). *Administración del capital de trabajo*. Perspectivas, (21), 161-172. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf](https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf)

Quezada, L. (2021). *Implementación de políticas de gestión en las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Refermat S.A.C, periodo 2020*. [Tesis para optar al título profesional de contador público,

Universidad Ricardo Palma]. Repositorio institucional de la Universidad Ricardo Palma. <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/20.500.14138/4188>

Rodríguez, L. (2012). *Análisis de Estados Financieros*. (Mc Graw Hill, Ed.). México, D.F.: GM Impresores

Superintendencia de Banca y Seguros. (2018). *Reglamento de la ley del Impuesto a la Renta*. Por lo cual se expide el artículo 21 Renta Neta de Tercera Categoría. Obtenido de <https://www.sunat.gob.pe/legislacion/renta/regla/cap6.pdf>

Vargas, D. & Zavala, T. (2019). *Optimización de la gestión de cobranza para aumentar la liquidez de Servimanteci* [Tesis para optar al título de contador público, Universidad de Guayaquil]. Repositorio institucional de la Universidad Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/42389/1/OPTIMIZACION%20DE%20LA%20GESTION%20DE%20COBRANZA%20PARA%20AUMENTAR%20LA%20LIQUIDEZ%20DE%20SERVIMANTECI.pdf>.

Velasco, L. et al. (2021). *Importancia del estado de flujo de efectivo en las PYMES*. Revista Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Administrativas, 12, 1. Obtenido de <http://portal.amelica.org/ameli/journal/452/4523212007/4523212007.pdf>

Villamar, A. & Romero, C. (2021). *Propuesta de estrategias para la optimización de la gestión de cobranzas en la empresa SERVCAFIN S.A.* [Tesis para optar al título de Ingeniero Comercial]. Universidad de Guayaquil. Obtenido de

<https://repositorio.ug.edu.ec/statistics/items/c5c5b273-2ff6-4344-b342-e39360ad268b>.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1. ENCUESTA

La presente técnica tiene por finalidad recoger información vital que ayude a complementar este trabajo de investigación que tiene como nombre “LA GESTIÓN DE COBRANZAS Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS PYMES COMERCIALES DE ACCESORIOS DE CELULARES EN LIMA METROPOLITANA DEL AÑO 2022”. Siendo una técnica anónima, se solicita total sinceridad, puesto que la información que nos proporcione permitirá detectar deficiencias y mejorar la gestión de las empresas de este rubro.

A continuación, encontrará las alternativas de respuestas, por lo que, luego de leer la pregunta, marcará con un aspa (x) la respuesta que usted considere correcta:

1. ¿Está usted de acuerdo que la gestión de cobranza deberá estar planificada correctamente para que se maneje de manera efectiva?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

2. ¿Está usted de acuerdo que es importante el registro actualizado de las cuentas por cobrar para una correcta gestión de cobranza?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )

e) Totalmente de acuerdo ( )

3. ¿Está usted de acuerdo que los descuentos por pronto pago otorgados a los clientes incentivan a tener una gestión de cobranza efectiva?

a) Totalmente en desacuerdo ( )

b) En desacuerdo ( )

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )

d) De acuerdo ( )

e) Totalmente de acuerdo ( )

4. ¿Está usted de acuerdo que el factoring es una buena herramienta para la gestión de cobranza?

a) Totalmente en desacuerdo ( )

b) En desacuerdo ( )

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )

d) De acuerdo ( )

e) Totalmente de acuerdo ( )

5. ¿Está usted de acuerdo que otorgar descuentos comerciales es importante para la gestión de cobranza?

a) Totalmente en desacuerdo ( )

b) En desacuerdo ( )

c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )

d) De acuerdo ( )

e) Totalmente de acuerdo ( )

6. ¿Está usted de acuerdo que otorgar una correcta condición de crédito es ideal para una buena gestión de cobranza?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

7. ¿Está usted de acuerdo que los plazos de cobro influyen en una correcta gestión de cobranza?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

8 ¿Está usted de acuerdo que la liquidez es fundamental para el desarrollo de la empresa?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

9 ¿Está usted de acuerdo que llevar un control financiero es importante para la liquidez de la empresa?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

10 ¿Está usted de acuerdo que los cobros a corto plazo influyen a que la empresa obtenga liquidez?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

11 ¿Está usted de acuerdo que es importante el uso de efectivo de inversión de la empresa para obtener liquidez?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )



12 ¿Está de acuerdo que gestionar de manera óptima un efectivo operativo es importante para la liquidez?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

13 ¿Está de acuerdo que tener un buen ciclo de capital de trabajo va a apoyar a tener una buena liquidez?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

14 ¿Está usted de acuerdo que es necesario recurrir a un financiamiento externo para obtener liquidez?

- a) Totalmente en desacuerdo ( )
- b) En desacuerdo ( )
- c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo ( )
- d) De acuerdo ( )
- e) Totalmente de acuerdo ( )

**ANEXO 02. MATRIZ DE CONSISTENCIA**

**TÍTULO: “LA GESTIÓN DE COBRANZAS Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS PYMES COMERCIALES DE ACCESORIOS DE CELULARES EN LIMA METROPOLITANA EN EL AÑO 2022”**

**AUTORES: CHUMPISUCA ARIAS, YADIRA VICTORIA - ZUÑIGA ENERO, KAREN VANESSA**

<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>HIPÓTESIS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<b>Problema General</b>	<b>Objetivo General</b>	<b>Hipótesis General</b>	<b>Variable Independiente</b> <b>X. Gestión de Cobranzas</b>	
¿De qué manera la gestión de cobranzas incide en la liquidez de	Determinar si la gestión de cobranzas incide en la liquidez de las pequeñas y	La gestión de cobranzas incide en la liquidez de las pequeñas y medianas	<b>INDICADORES</b> <b>X1 Estrategias de</b>	Tipo de investigación. - Aplicada. Diseño de

las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022?	medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.	empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.	cobranza <b>X2</b> Herramientas financieras de cobranza <b>X3</b> Políticas de cobranza.	investigación. - No experimental. Descriptivo - Correlacional. Población. - La muestra la componen Técnicas de investigación: a. Encuesta. Instrumentos de investigación: a. El Cuestionario. b. Guía de entrevista.
<b>Problemas Específicos</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Hipótesis Específicas</b>	<b>Variable Dependiente</b> <b>Y. Liquidez</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>¿De qué manera influyen las estrategias de cobranza en la liquidez corriente de las pequeñas y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar si las estrategias de cobranza inciden en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las estrategias de cobranza inciden en la liquidez corriente de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares</li> </ul>	<b>INDICADORES</b> <b>Y1</b> Liquidez Corriente <b>Y2</b> Flujo de efectivo <b>Y3</b> Capital de trabajo	

<p>medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿En qué medida las herramientas financieras de cobranza inciden en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de</li> </ul>	<p>de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar si las herramientas financieras inciden en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.</li> </ul>	<p>en Lima Metropolitana en el año 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las herramientas financieras inciden en el flujo de efectivo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.</li> <li>• Las políticas de cobranza inciden en el capital de trabajo de las pequeñas y medianas</li> </ul>		
--	---	---	--	--

<p>celulares en Lima Metropolitana en el año 2022?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera las políticas de cobranza inciden en el capital de trabajo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar si la política de cobranzas de cobranza incide en el capital de trabajo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.</li> </ul>	<p>empresas comerciales de accesorios de celulares en Lima Metropolitana en el año 2022.</p>		
---	--	--	--	--