

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



**Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la
empresa JH contratistas S.A.C años 2020-2021**

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

AUTOR

Ytala Elizabeth Cabrera Vives

ASESOR

Eduardo Enrique Espinoza Tello

<https://orcid.org/0000-0001-9921-0013>

Chiclayo, 2024

**Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la
empresa JH contratistas S.A.C años 2020-2021**

PRESENTADA POR
Ytala Elizabeth Cabrera Vives

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Luis Antonio Montenegro Perez
PRESIDENTE

Cecilia del Rosario Alayo Palomino
SECRETARIO

Eduardo Enrique Espinoza Tello
VOCAL

Dedicatoria

A mi madre, por su confianza en mí, por su apoyo incondicional y por su esfuerzo que me dio las posibilidades de estudiar una carrera profesional.

Agradecimientos

Agradezco a Dios, por darme vida, salud y fortaleza para culminar con mis estudios universitarios.

Agradezco a mi madre, quien me apoyo incondicionalmente hasta el final de mi carrera universitaria.

Agradezco a mi asesor Eduardo Espinoza Tello por su tiempo en el proceso de investigación.

Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa JH contratistas SAC, años 2020-2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

18%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upp.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	tucolegacontable.blogspot.com Fuente de Internet	1%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uch.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Corporación Universitaria Remington Trabajo del estudiante	1%
6	es.kamiltaylan.blog Fuente de Internet	1%
7	repositorio.sangregorio.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%

ÍNDICE

Resumen	
Astract	10
I. Introducción	11
II. Revisión de literatura	13
2.1. Antecedentes preliminares	13
2.2. Bases teóricas	15
2.2.1. Cuentas por cobrar	15
2.2.2. Liquidez.....	19
2.2.3. Gestión	23
III. Materiales y Métodos	25
3.1. Tipo y Nivel de investigación	25
3.1.1. Tipo de Investigación	25
3.1.2. Enfoque	25
3.1.3. Nivel de Investigación.....	25
3.2. Diseño de Investigación	25
3.3. Población, Muestra y Muestreo	25
3.3.1. Población.....	25
3.3.2. Muestra.....	25
3.4. Criterios de Selección	26
3.5. Operacionalización de Variables	26
3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	29
3.6.1. Técnicas de recolección de datos	29
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos.....	29
3.7. Procedimientos	29
3.8. Plan de procesamiento y Análisis de datos	30
3.10. Consideraciones Éticas	32
IV. Resultados y Discusión	33
4.1. Resultados	33
4.1.1. Conocer los aspectos generales de la empresa	33
4.1.2. Describir el proceso de otorgamiento de crédito y cobranzas, determinación de deficiencias.....	35
4.1.3. Analizar mediante indicadores financieros la liquidez de la empresa.....	39
4.1.4. Elaborar estrategias de gestión para las cuentas por cobrar	43
4.2. Discusión	46

V. Conclusiones	48
VI. Recomendaciones	50
VII. Referencias	51
VIII. Anexos	54

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables.....	27
Tabla 2 Matriz de Consistencia	30
Tabla 3 Ratios financieros	39
Tabla 4 Aumento de capital	40
Tabla 5 Ratios financieros	41

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de otorgamiento de crédito.....	34
Figura 2. Proceso de cobranza	36
Figura 3. Proyección mediante multicanalidad de dos vías	43
Figura 4. Proyección mediante descuento por pronto pago	44

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como propósito identificar en qué medida la gestión de las cuentas por cobrar impacta en la liquidez de la empresa. La investigación fue de tipo aplicada, nivel descriptivo, cuyo diseño fue no experimental; puesto que se recolectó, describió y analizó información y datos de los períodos 2020-2021. Por consiguiente, el primer paso de la metodología aplicada fue la caracterización de la empresa como Sociedad Anónima Cerrada. Después, se describió el proceso de otorgamiento de crédito y cobranzas. Posteriormente, se analizó la situación económica y financiera, detallando que la rotación de las cuentas por cobrar suele ser en promedio de 7 veces por año, demorando entre 60 y 46 días en el cobro entre 2020 y 2021, respectivamente. Además, se evidenció que la empresa cuenta con liquidez y capital de trabajo; sin embargo, el financiamiento de terceros es mayor, lo cual genera un riesgo financiero. Por último, se plantearon estrategias de gestión para las cuentas por cobrar con el propósito de que sean un apoyo para el recupero de las cuentas por cobrar en un corto plazo.

Palabras Clave: Gestión, Liquidez, Cuentas por cobrar, Estrategias

Abstract

The purpose of this research is to identify to what extent accounts receivable management impacts the liquidity of the company. The research was applied in nature, descriptive in level, with a non-experimental design; as information and data from the periods 2020-2021 were collected, described, and analyzed. Consequently, the first step in the applied methodology was characterizing the company as a Closed Corporation. Next, the process of credit granting and collections was described. Subsequently, the economic and financial situation was analyzed, detailing that accounts receivable turnover averaged 7 times per year, taking between 60 and 46 days to collect in 2020 and 2021, respectively. Additionally, it was evidenced that the company has liquidity and working capital; however, third-party financing is higher, which poses a financial risk. Finally, management strategies for accounts receivable were proposed with the purpose of aiding in the recovery of accounts receivable in the short term.

Keywords: Management, Liquidity, Accounts Receivable, Strategies

I. Introducción

En la actualidad, las distintas compañías del mundo se ven inmersas en una crisis de otorgamiento de créditos. Teniendo en cuenta la competitividad empresarial, las empresas se ven obligadas a utilizar dentro de sus estrategias comerciales el otorgamiento de créditos a sus clientes. Los mismos que a su vez, para elegir entre un producto y/o servicio, evalúan la posibilidad de efectuar pagos de diferentes formas, entre ellas la del crédito. Esto permite el consumo de sus productos en el momento actual y facilita su pago en fechas futuras.

Por tal razón, es importante conseguir una buena gestión de las cuentas por cobrar y, en muchas ocasiones, es un gran reto para las empresas. Ya que, de no ser adecuada y tener deficiencias en el proceso, generará problemas financieros y, en casos muy extremos, la quiebra del negocio.

En el ámbito internacional, Castro y Morales (2014) mencionan que uno de los factores originarios de la crisis de otorgamiento de crédito fue precisamente la manera en que otorgaron los créditos los bancos a los clientes para la adquisición de viviendas en Estados Unidos: los denominados créditos subprime. Estos créditos tenían un elevado riesgo porque los acreditados apenas podían pagar la mensualidad del crédito. En el año 2008, se incrementaron las tasas de interés, lo cual fue el detonador para que gran cantidad de acreditados dejaran de pagar la mensualidad de su crédito. En cuanto los bancos aumentaron la cartera de clientes vencidos por falta de pagos, la quiebra de instituciones financieras, como el caso de los bancos, las aseguradoras, y otras instituciones financieras disminuyeron sus ingresos como resultado del incumplimiento de los clientes en sus pagos y se multiplicó el número de instituciones en problemas, primero en Estados Unidos y posteriormente en varios países del orbe.

Para Raga (2017) la liquidez es la cantidad de recursos que se almacenan bajo un colchón o en un depósito bancario y pueden utilizarse como efectivo en cualquier momento. Son fondos destinados a necesidades de corto plazo y de libre acceso, pero que pueden ser rentables (a corto plazo) dentro de la amplia oferta de los mercados monetarios. Cuanto antes se hace efectivo un activo, más líquido es, pero menos rentable. Castro y Castro (2014) afirman que las cuentas por cobrar son saldos creados principalmente a partir de la venta de bienes o servicios proporcionados a un cliente, donde el recibo de la transacción es un registro de la

orden de compra o contrato de venta y prueba de la recepción de bienes o servicios a el comprador.

Hasta la fecha, diversos profesionales han realizado investigaciones que nos sirven como antecedentes para poder realizar nuestra investigación, tales como Huamán y Quiñonez (2018), quienes concluyen en su trabajo sobre el “Impacto de la gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa agraria de café Chanchamayo Highland Coffee S.A.C., del departamento Junín, año 2018”, que la inadecuada implementación de lineamientos de cobranza repercute negativamente en las empresas.

En la empresa JH Contratistas SAC, esta realidad no es muy lejana, ya que es muy común observar que en el ámbito comercial se otorguen créditos como una estrategia para incentivar las ventas. Ya que los clientes se animan a comprar o adquirir un servicio si les das la facilidad de pagar en abono o cuotas dentro de un periodo de tiempo comprensible. Como consecuencia de ello, la empresa cuenta con más ingresos, pero a la vez aumentan los montos por cobrar, acompañado del riesgo de que no se recuperen o resulten incobrables, lo que podría ser, en algún momento, perjudicial para la compañía. Bajo este contexto, planteamos el problema con la siguiente interrogante: ¿En qué medida la gestión de cuentas por cobrar impacta en la liquidez de la empresa JH Contratistas SAC?

El aporte práctico del estudio es justificado, pues se determinará el impacto que genera la gestión de las cuentas por cobrar en la liquidez de las empresas. Esto beneficia a las entidades del mismo rubro, debido a que cuentan con estrategias para que la cobranza sea eficiente y pueda ser utilizada para mejorar sus resultados económicos y financieros. Por consiguiente, el objetivo general de la investigación es determinar la eficiencia de la gestión de las cuentas por cobrar y su impacto en la liquidez de la empresa JH Contratistas SAC en los años 2020-2021. Además, los objetivos específicos se detallan de la siguiente manera: conocer los aspectos generales de la empresa, describir el proceso de otorgamiento de crédito y cobranzas, determinación de deficiencias, analizar mediante indicadores financieros la liquidez de la empresa y elaborar estrategias de gestión para las cuentas por cobrar.

II. Revisión de literatura

2.1. Antecedentes preliminares

Huamán y Quiñonez (2018), en su análisis, plantean como objetivo general determinar en qué medida la gestión de las cuentas por cobrar impacta en la liquidez de la empresa Agraria Cafetalera Chanchamayo Highland Coffee SAC, ubicada en el departamento de Junín, en el año 2018. Entre sus conclusiones, detallan que la implementación inadecuada de los lineamientos de cobranza repercute negativamente para reducir el riesgo de impacto de la Empresa Agraria Cafetalera Chanchamayo Highland Coffee S.A.C., en el departamento de Junín, durante el año 2018.

Aliaga (2021), en su tesis, tiene como propósito determinar el efecto que tienen las cuentas por cobrar en la empresa PROAGRO S.A.C. en el año 2018, concluyendo que el control de las cuentas por cobrar en PROAGRO S.A.C. fue deficiente durante el periodo 2018 debido a una mala administración que afectó el flujo de caja, la rentabilidad y las cuentas por pagar a sus acreedores, las cuales aumentaron en un 41% para el año 2018. Debido a que no se utilizaron métodos específicos de análisis para gestionar las cuentas por cobrar, la evaluación procesada detectó que las políticas de crédito sí tienen una influencia en toda la organización Proagro SAC.

Rodríguez (2019), en su investigación, presenta como objetivo determinar el efecto del control interno en las cuentas por cobrar de la empresa G Force Electronic S.A.C. en el periodo 2017, basándose en los componentes del modelo COSO 2013, con la finalidad de reducir los riesgos y mejorar la gestión administrativa en la empresa. El autor concluyó que había un control deficiente en el área de cuentas por cobrar y también una insuficiencia de personal, ya que el 60% afirmó que no estaban bien definidos los procedimientos de seguimiento de deudas debido a la falta de comunicación entre las personas involucradas en dicha área.

Uceda y Villacorta (2014) señalan en su estudio que las políticas de ventas a crédito influyen en la morosidad de los clientes de la empresa Import Export Yomar E.I.R.L. en el año 2013. Posteriormente, luego de evaluar y analizar una muestra de 100 clientes, determinaron que los retrasos en los pagos se debían a la violación de los requisitos establecidos en las políticas de crédito por parte de la empresa. El nivel de ventas de Import Export Yomar E.I.R.L. en 2013, según los resultados obtenidos, mostró que los meses con los porcentajes más altos

fueron: enero con un 12%, noviembre con un 10% y diciembre con un 11%, especialmente debido a las ventas de producción con alta rotación en ciertas temporadas del año. Asimismo, los tipos de ventas con los que la empresa está colaborando son: ventas a crédito en un 66% y ventas al contado en un 34%, lo que indica que la empresa tiene ventas a crédito significativas.

Chávez y Loconi (2018), en su investigación, tienen como objetivo general evaluar la gestión de las cuentas por cobrar comerciales para determinar la eficiencia de las políticas de crédito y cobranza en la empresa Ferronor SAC y proponer directrices de mejora. Entre sus conclusiones, detallan que las políticas de crédito establecidas en la empresa influyen directamente en la gestión de las cuentas por cobrar comerciales de la entidad. Además, se evidencia que la cartera vencida puede ascender hasta S/4,482,313, siendo perjudicial para el tratamiento y la continuidad del negocio.

Paz y Paz (2021), en su tesis, plantean como objetivo general analizar el efecto de la gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa TIMED. La metodología aplicada tiene un enfoque mixto con un alcance descriptivo, comparativo y explicativo. Entre los resultados obtenidos, se detalla que hay facturas de cobro vencidas de un año a otro debido a una gestión deficiente de seguimiento de cuentas por cobrar, corriendo el riesgo de convertirse en cuentas morosas, lo que representa un riesgo para la liquidez y el flujo de efectivo de la empresa, afectando directamente el cumplimiento de las obligaciones de pago a corto plazo.

Carrera (2017), en su estudio, detalla como objetivo general analizar la gestión de cobro en la empresa industrial durante el periodo 2015 utilizando el método COSO 1 para identificar las deficiencias en la recuperación. Los resultados muestran que el riesgo de cuentas improbables es muy alto, debido a que la empresa no cuenta con reglamentos internos que permitan mejorar la gestión de estas cuentas. Por otro lado, considera apropiado aplicar controles que garanticen la recuperación de las cuentas morosas y realizar un análisis de cartera de forma gradual, lo que permitiría clasificar las cuentas y establecer provisiones para gastos por cuentas incobrables en la empresa.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Cuentas por cobrar

Vargas (2007) define que, las cuentas por cobrar son el monto que un tercero debe pagar a la empresa. Hay quejas que surgen del negocio de la empresa y quejas que no están el negocio de la empresa. Las cuentas por cobrar que no resultan de un negocio provienen de una variedad de transacciones, tales como préstamos a empleados y anticipos a empleados otorgados por la empresa.

Para Castro y Castro (2014), afirman que: “Las cuentas por cobrar son saldos creados principalmente a partir de la venta de bienes o servicios proporcionados a un cliente, donde el recibo de la transacción es un registro de la orden de compra o contrato de venta y prueba de la recepción de bienes o servicios a el comprador.”

Para Mendoza y Ortiz (2016), es la cuenta de activo que un cliente debe a una empresa como resultado de la venta de bienes y servicios a crédito que se les otorgó y que el cliente aún no ha pagado. Esta cuenta simboliza un valor ventajoso para la empresa y es responsable ante todo tipo de clientes nacionales o internacionales por la venta de los bienes, servicios o contratos celebrados.

2.2.1.1. Estrategias de cobranza

Según Castellano y Peluffo (2018), las principales estrategias de cobranza es contactar al cliente y ver cuáles son sus posibilidades de pago de la deuda vencida. Describen que se debe llegar a un acuerdo con el usuario a través de formas de pago, como puede ser el número de cuotas, disminución de montos, y detallándoles que, si no son responsables con las facilidades que se les está dando, se les considerará clientes morosos perjudicando su historial crediticio y teniendo serias consecuencias con problemas bancarios.

Castro y Morales (2014) opinan que, para definir estrategias, es necesario segmentar la cartera de clientes según características comunes de clientes y cuentas, como antigüedad, cantidad, producto, geografía, perfil de clientes o endeudamiento, para identificar estrategias que se adapten a segmentos de clientes con problemas similares. Dependiendo de las características de cada sector, se determinan las estrategias y políticas de recaudación. Las estrategias que definen los sistemas de fijación de precios, los parámetros de transacción, como los términos,

los descuentos y las exenciones, se ajustan al segmento específico y seguramente tendrán un efecto más sutil para lograr que los clientes cumplan con la deuda.

Multicanalidad de dos vías según Lacú (2011), para tener éxito con esta estrategia debemos consultar a nuestro cliente su canal preferido de contacto. El canal preferido de un cliente para ser contactado podemos obtenerlo por vía directa o indirecta.

El descuento por pronto pago también sería una estrategia que, según Van Horne (2002), un porcentaje de reducción en el precio de venta o de compra otorgado por pronto pago de facturas. Es un incentivo para los clientes con crédito para pagar sus facturas oportunamente.

2.2.1.2. Fases de la cobranza

Según Castellano y Peluffo (2018) existen 10 fases en la cobranza:

1. **Se asigna la factura vencida:** Cuando una factura se retrasa por el pago, generalmente se asigna a un empleado para actividades de recaudación.
2. **Verificar el monto vencido del pasado:** Puede haber ajustes necesarios a la factura anterior debido a deducciones, devoluciones de productos, o promociones especiales.
3. **Emitir cartas:** Se envían notificaciones al cliente indicando que la cuenta está vencida, normalmente enviadas a intervalos regulares por correo postal.
4. **Llame al cliente:** Además de las cartas, se realizan llamadas telefónicas para discutir las razones del retraso en el pago.
5. **Liquidar arreglos de pago:** Esto puede incluir el pago inmediato por teléfono, una extensión en la fecha límite, o nuevos términos de pago.
6. **Ajustar el límite de crédito:** Dependiendo del historial de pagos del cliente, se puede revisar y ajustar su límite de crédito según la política de la empresa.
7. **Monitorear los pagos bajo los arreglos de liquidación:** Si hay planes de pago especiales, las empresas quieren mantenerse al tanto de los nuevos arreglos y contactar a los clientes tan pronto como parece que se perderán una fecha de pago programada.
8. **Consulte una agencia de cobranza:** Una vez que se han intentado todas las demás técnicas de recolección interna, muchas empresas transfieren facturas a una agencia de cobro. En este punto, el cliente a menudo se coloca en una lista de retención de crédito.

9. Demandar al cliente: Si todas las demás alternativas han fallado, una empresa puede autorizar al personal legal a proceder con una demanda contra el cliente, en un intento de reclamar la deuda.

10. Cancelar el saldo restante: Si todas las técnicas de cobro han fallado, las empresas pueden cancelar la cantidad vencida como deuda incobrable.

Por otro lado, según Castro y Morales (2014) existen 4 fases para lograr la cobranza:

1. Prevención

Son medidas para evitar la morosidad de los clientes, reducir el riesgo de morosidad en las carteras de las cuentas de clientes y asegurar los elementos necesarios para operar en caso de aumento del riesgo por mayor exposición. Si el cliente no paga. Se aplica una demanda, con un abogado corporativo, o a través de una empresa que se especializa en recuperar clientes morosos.

2. Cobranza

Referidas a las acciones orientadas a restablecerse adeudos en tempranas instancias de mora, donde igualmente la compañía desea quedar su sujeción de compra con el cliente, regalado que igualmente existe la decisión de llevar a cabo negocios de práctica rentable.

También se conoce como financiamiento de terceros y hay varias formas de financiarse.

3. Recuperación

Acciones para cobrar deudas de crédito vencidas con el tiempo suficiente, la empresa puede no querer continuar con las relaciones comerciales con los clientes, porque cree que los clientes no pagarán las deudas.

4. Extinción

Son los procedimientos de registro de cuentas por cobrar a liquidar cuando los clientes paguen sus deudas.

2.2.1.3. Políticas de cobranza

Castro y Morales (2014) las definen como los procedimientos seguidos por la empresa para recuperar los créditos concedidos a sus clientes.

Según Castillo (2021) las políticas de cobranzas deben estar definidas antes de iniciar un negocio, en toda empresa habrá un riesgo de actividad morosa que se debe controlar y disminuir para que la entidad no salga perjudicada a largo plazo.

2.2.1.4. Factores que afectan políticas de cobro

Castro y Morales (2014) definen algunos factores que afectan a las políticas. Entre ellas:

1. Capital: Es el monto del capital propio del cual dispone la empresa que diseña la política de cobranza. Dado que, si la empresa no recupera los créditos, requerirá recursos financieros adicionales, lo cual puede desencadenar problemas para el desarrollo de sus operaciones. Si la empresa no cuenta con suficiente capital de trabajo y depende de la rotación de sus mercancías para obtener los fondos necesarios, esto representa una pérdida de recursos para la compañía.

2. Competencia: Es necesario conocer qué está haciendo la competencia, porque una empresa que ofrece mejores condiciones de pago a los deudores atraerá más clientes. Para aquella empresa cuya política de cobro sea más rígida, perderá clientes y esto afectará sus resultados financieros.

3. Tipo de mercancía: En la medida que mayor es lo perecedero de las mercancías, más grande es la necesidad del pronto pago de la cuenta y, por lo tanto, deberá ser más estricta la política de cobranza.

4. Clases de clientes: Algunos clientes pagan regular y casi automáticamente en respuesta a una simple llamada o recordatorio de que ha llegado el momento de pagar su crédito. Para estos clientes, no son necesarias estrategias complejas para lograr el pago. En el otro extremo están los clientes que no responden a políticas de cobranza más suaves y graduales, para quienes se deben adoptar políticas que incluyan la amenaza de acciones legales inmediatas.

2.2.1.5. Rotación de cuentas por cobrar

Rotación de las cuentas por cobrar

Esta relación determina la cantidad de veces que se realizan ventas de facturas comerciales en un período (generalmente anualmente) a crédito.

Ventas anuales / Cuentas por cobrar

2.2.2. Liquidez y ratios financieros

Para Raga (2017), la liquidez se refiere a la cantidad de recursos que se almacenan bajo un colchón o en un depósito bancario y pueden utilizarse como efectivo en cualquier momento. Estos fondos están destinados a necesidades de corto plazo y son de libre acceso, pero también pueden ser rentables a corto plazo dentro de la amplia oferta de los mercados monetarios. Cuanto más rápido se convierte un activo en efectivo, más líquido es, pero también menos rentable.

Según **Calleja (2017)**, la liquidez se define como la eficiencia o facilidad con la que se puede convertir un activo o seguridad en efectivo listo sin afectar su precio de mercado. El activo más líquido de todos es el efectivo en sí mismo. Por lo tanto, la disponibilidad de efectivo para realizar estas conversiones tiene una gran influencia en si un mercado puede moverse de manera eficiente.

En su análisis, **Macías (2021)** describe la liquidez como el grado en que un activo se puede comprar o vender rápidamente en el mercado a un precio que refleje su valor intrínseco. El efectivo se considera universalmente el activo más líquido porque puede convertirse de manera más rápida y fácil en otros activos. En contraste, los activos tangibles como bienes raíces, bellas artes y coleccionables son relativamente ilíquidos.

Según Urteaga (2010) indica que, la liquidez del mercado se refiere a la capacidad de un inversor para negociar grandes cantidades rápidamente y a un precio razonable, dependiendo de las condiciones subyacentes de oferta y demanda. En resumen, un activo es líquido si puede ser negociado en grandes cantidades inmediatamente después de la decisión de hacerlo, a un precio cercano al prevaleciente antes y después de la negociación. Por lo tanto, la liquidez de los activos financieros está asociada con la idea de una negociación continua, con bajos costos y grandes volúmenes.

2.2.2.1. Ratios financieros

Brindan información que posibilita a los interesados en los negocios tomar las decisiones correctas, ya sean propietarios, banqueros, asesores, entrenadores, gobiernos y más.

Igualmente, se utilizan para establecer el alcance y la dirección de los cambios en el negocio a lo largo de una época de tiempo. (Aching, 2015)

2.2.2.1.1. Ratio de liquidez

Miden la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas. (Aching, 2015)

Liquidez general

Generalmente determina la liquidez y la capacidad de la empresa para cumplir con su corto plazo de forma cuidadosa.

$$\text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente}$$

Prueba ácida

Este es un método de liquidez, en el que los activos líquidos se descuentan de los elementos menos líquidos, como cargos diferidas y existencias.

$$\text{Activo corriente} - \text{Inventarios} / \text{Pasivo corriente}$$

Capital de trabajo

Esto es lo que queda del negocio después de liquidar sus obligaciones inmediatas, calculado entre el activo corriente menos el pasivo corriente, algo como la cantidad de dinero que le queda para ejecutar. (Aching, 2005)

$$\text{Activo corriente} - \text{Pasivo corriente}$$

Periodo promedio de cobranza

Esta relación establece la cantidad de días que necesita una empresa cobrar las ventas realizadas a crédito.

$$\text{Cuentas por cobrar} \times 360 / \text{ventas anuales}$$

2.2.2.1.2. Ratios de solvencia

Permite establecer la función deudora de la empresa. (Tanaka, 2015)

Razón de endeudamiento

Se brinda una referencia del porcentaje de la inversión total que se financia mediante deuda con terceros.

$$\text{Pasivo total} / \text{Activo total}$$

Estructura de capital

Si es mayor que la unidad, significa que la financiación de terceros es mayor que la financiación de los accionistas.

$$\text{Pasivo total} / \text{Patrimonio}$$

Cobertura de gastos financieros

Esta ratio nos indica hasta qué punto pueden disminuir las utilidades sin poner a la empresa en una situación de dificultad para pagar sus gastos financieros.

$$\text{Utilidad antes de impuestos} / \text{gastos financieros}$$

2.2.2.1.3. Ratio de gestión

Pueden evaluar el impacto de las elecciones financieras de una entidad. (Tanaka, 2015)

Rotación de inventarios (días)

Determina el número de días que la empresa necesita para vender mercancía en almacén.

$$\text{Inventario promedio} * 360 / \text{Costo de ventas}$$

Rotación de existencias (veces)

Define la cantidad de veces durante un período (generalmente un año) que una empresa necesita para reponer su inventario.

$$\text{Costo de ventas} / \text{Existencias promedio}$$

Periodo pago a proveedores

Decreta la cantidad de días que la empresa tiene que cancelar por las compras realizadas.

$$\text{Cuentas por pagar a proveedores promedio} * 360 / \text{Costo de ventas}$$

Rotación de cartera

Miden la frecuencia de recuperación de las cuentas por cobrar.

$$\text{Cuentas por cobrar promedio} \times 360 / \text{ventas}$$

2.2.2.1.4. Ratio de rentabilidad

Mide la efectividad de las inversiones llevadas a cabo de una entidad. (Tanaka, 2015)

Utilidad por acción

Ratio utilizada para determinar las utilidades netas por acción común.

$$\text{Utilidad neta} / \text{número de acciones comunes}$$

Rendimiento sobre la inversión

Conocido como ROA, muestran la disposición de dichas inversiones realizadas por la entidad.

$$\text{Utilidad Neta} / \text{Activo total}$$

Rendimiento sobre el patrimonio

También conocido como ROE, refleja aproximadamente el rendimiento obtenido por los inversores a través de los accionistas.

2.2.3. Gestión del capital de trabajo

Evcı y Şak (2017) considera que, la gestión del capital de trabajo es un proceso empresarial que ayuda a las empresas a hacer un uso eficaz de sus activos actuales y optimizar el flujo de caja. Está orientado a garantizar que se puedan cumplir las obligaciones y los gastos financieros a corto plazo, y al mismo tiempo contribuir a los objetivos comerciales a más largo plazo. El objetivo de la gestión del capital de trabajo es maximizar la eficiencia operativa.

Para **Fajardo y Soto (2018)** etimológicamente, gestión se refiere a la palabra latina “gestio”, donde el concepto de gestión se basa en el acto y la gestión de algo. Por lo tanto, se sabe que gestión es el conjunto de acciones que realiza una persona para dirigir una empresa o negocio hacia un fin último.

Según **Tran, Abbott y Jin Yap (2017)** El capital de trabajo es esencial para la salud de todas las empresas y mejorar su posición de capital de trabajo puede proporcionar un impulso a la eficiencia operativa de una empresa, pero administrarlo de manera efectiva es una especie de acto de equilibrio.

2.2.4. Riesgos de cuentas incobrables

Según **Lacú (2011)**, el riesgo de las cuentas siempre estará presente hasta el momento en que se cancele la cuenta o se provisione, por otro lado, uno de los mayores riesgos que asume una empresa es la concesión de crédito a los clientes. Utiliza el valioso flujo de caja de su negocio y corre el riesgo de atraer clientes que no son solventes y dejan atrás deudas incobrables. Sus ingresos se ven afectados cuando tiene que cargar esa deuda incobrable a las cuentas por cobrar de su empresa.

2.2.4.1. Provisión para cuentas incobrables

Según **Vargas (2007)**, “el método utilizado en la provisión para cuentas incobrables se denomina método de estimación porque obtiene una estimación de la deuda incobrable que

eventualmente podría ocurrir cada vez que ocurra una deuda incobrable o al final del mes. Una entidad estima estas deudas incobrables con base en su experiencia dentro de la entidad o entidad similar. Este método funciona en base a una cotización porque no sabe qué cliente es el predeterminado en el momento de la venta o el servicio.”

Recuperación de cuentas declaradas como incobrables: Luego de declarar la cuenta completamente inaccesible y eliminar la entrada correspondiente de la cuenta de débito, a veces el cliente borra esta cuenta. Si esto sucede, se tendrán que hacer dos entradas en el registro. La primera es “transferir” el artículo cancelado para que sea declarado incobrable, luego se realiza el artículo para recibir el dinero por el pago realizado.

2.2.5. Documentos por cobrar

Según Vargas (2007), los documentos por cobrar pueden ser los siguientes: pagarés, letras de cambio, prendas, hipotecas o cualquier otro documento requerido, incluyendo la fecha de inicio, vencimiento y tasa de interés a pagar al vencimiento en el principal documento, ya sea de manera mensual o por convenio. Dichos documentos pueden venderse antes de la fecha de vencimiento a una compañía financiera o un banco, que razonablemente recibirá menos de lo que recibirá si esperáramos a que el documento caducará. A esto se le llama documento de descuento.

2.2.5.1. Registro contable de documentos por cobrar

Un primer tipo de transacción es cuando vendemos a crédito a una persona, pero a cambio de usar una factura de venta, le pedimos que firme un pagaré de la venta realizada.

Segundo tipo de transacción ocurre cuando un cliente tiene una cuenta por cobrar anterior pendiente por una venta anterior y convertimos esa cuenta en un documento, le pedimos al cliente que firme un pagaré que nos da el monto vencido, por lo que la fecha límite está incrementado. Esto se llama convertir una cuenta por cobrar en un documento por cobrar.

2.2.5.2. El crédito

El crédito para **Castro y Castro (2014)**, es un préstamo monetario en el que, una persona se obliga a reembolsar la cantidad requerida en un plazo o plazo determinado de acuerdo con las condiciones previstas para dicho préstamo, además de los intereses devengados, seguros, seguros y gastos conexos, si los hubiere.

III. Materiales y Métodos

3.1. Tipo y Nivel de investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

En este proyecto se utilizó un tipo de investigación aplicada, ya que planteó resolver diversos problemas basándose en los conocimientos adquiridos, aplicando técnicas y métodos, presentando estrategias de gestión para las cuentas por cobrar.

3.1.2. Enfoque

El presente estudio adoptó un enfoque mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos. Se basó en documentos proporcionados por la empresa para obtener datos numéricos y comprender la realidad empresarial. Según Hernández y Mendoza (2008), este enfoque implica la recolección y análisis de datos de ambos tipos para lograr un entendimiento más completo del fenómeno estudiado.

3.1.3. Nivel de Investigación

La investigación tuvo un nivel descriptivo, detallando la situación actual de la empresa “JH CONTRATISTAS S.A.C”.

3.2. Diseño de Investigación

El proyecto empleó un diseño no experimental, basado en observaciones realizadas en el entorno natural de la empresa para su posterior análisis. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el diseño de investigación es un plan estratégico para obtener y analizar la información requerida.

3.3. Población, Muestra y Muestreo

3.3.1. Población

La población estudiada fue toda la empresa “JH CONTRATISTAS S.A.C”.

3.3.2. Muestra

La muestra consistió en los estados financieros, anexos y notas proporcionadas por el contador general de la empresa.

3.4. Criterios de Selección

Se seleccionó la empresa JH CONTRATISTAS S.A.C. debido a que ofrece líneas de crédito a sus clientes para servicios en el taller, pero ha enfrentado problemas de morosidad al no dar seguimiento adecuado a estas cuentas por cobrar convertidas en facturas pendientes.

3.5. Operacionalización de Variables

Tabla 1 Operacionalización de Variables*Tabla 1: Operacionalización de variables*

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable Independiente: Gestión	Mintzberg (1984) considera que el término gerencia es “la disposición y organización de los recursos de los individuos o grupos para lograr los resultados deseados, puede generalizarse como el arte de anticipar el cambio de manera participativa, con el objetivo de seguir creando estrategias que aseguran el futuro deseado de la organización; es un método de ordenar esfuerzos y recursos para lograr una meta particular.	En el área de créditos y cobranzas, las cuentas por cobrar comerciales se reflejarán e incluirán todos los controles y procedimientos para asegurar que se alcancen los siguientes objetivos.	Administración de la cobranza	Estrategias de cobranza. Fases de la cobranza. Políticas de cobranza. Factores que afectan políticas de cobro.
			Indicadores de gestión	Rotación de las cuentas por cobrar.
Variable dependiente: Liquidez	Domínguez (2007) afirma que la liquidez es una medida de la liquidez a corto plazo, en la medida en que una empresa puede hacer frente a sus	En la empresa la liquidez es fundamental porque ya que es el principal medio para cumplir con las	Indicadores financieros	Liquidez corriente. Relación liquidez – rentabilidad.

	obligaciones corrientes”. Por lo tanto, liquidez significa la capacidad oportuna de convertir un activo en fondos líquidos o ponerlo a disposición para cumplir con vencimientos de corto plazo.	obligaciones con terceros y mantenerse a flote. Por lo contrario, si la empresa tiene problemas de liquidez, es probable que tenga que cerrar por quiebra.	Capital de trabajo	Gestión del capital de trabajo asociado a cuentas por cobrar.
Variable interviniente: Cuentas por cobrar	Según Lambarry (2021) menciona que La cuenta por cobrar es un derecho de cobro a favor de una empresa que surge de la venta de bienes y la prestación de servicios, el otorgamiento de préstamos, u otros conceptos similares en los que se involucre la empresa en su proceso clave llegando a ser la principal fuente de ingresos.	Asimismo, se asignará el análisis de documentos, incluida la recopilación de datos de documentos y, en última instancia, datos históricos.	Riesgos de cuentas incobrables	Provisión para cuentas incobrables. Recuperación de la cuenta declarada incobrable.
			Documentos por cobrar	Registro contable de documentos por cobrar.
			El crédito	Políticas de crédito. Clasificación de políticas de crédito. Políticas de concesión de créditos.

3.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Según Rivero (2008) “la recopilación de datos es el uso de una variedad de técnicas y herramientas por parte del analista para desarrollar sistemas de información, ya sean entrevistas, cuestionarios, observaciones, diagramas de flujo o diccionarios de datos”.

- **Entrevista:** Se realizó una entrevista dirigida al contador general de la empresa para obtener información relevante sobre las cuentas por cobrar.
- **Análisis documental:** Se empleó esta técnica para recopilar información cuantitativa de los periodos 2020-2021 de la empresa JH Contratistas S.A.C., incluyendo estados y reportes financieros, entre otros.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

- **Guía de entrevista:** Se utilizó como base para formular las preguntas al jefe del área contable y obtener información relevante.
- **Guía de análisis documental:** Herramienta empleada para acceder y analizar los resultados del análisis documental de los estados financieros, como el estado de situación financiera y el estado de resultados, con el fin de aplicarlos en la toma de decisiones de la empresa.

3.7. Procedimientos

Inicialmente, se entrevistó al contador general para obtener un entendimiento inicial de la empresa. Posteriormente, se procedió a revisar toda la documentación proporcionada para realizar un análisis detallado mediante indicadores financieros. Este análisis permitirá desarrollar estrategias efectivas para la gestión de las cuentas por cobrar.

3.8. Plan de procesamiento y Análisis de datos

Para el procesamiento de datos, se analizó la información obtenida de la entrevista al contador general, la cual proporcionó datos generales y detalles relevantes sobre el funcionamiento de la empresa. Además, se entrevistó al jefe de taller para comprender el proceso de otorgamiento de créditos. Se solicitaron los estados financieros al contador para evaluar la liquidez de la empresa mediante indicadores financieros. Toda esta información se procesará utilizando Excel.

3.9. Matriz de Consistencia

Tabla 2 Matriz de Consistencia

Tabla 2: Matriz de consistencia

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	HIPOTESIS	VARIABLES	
¿En qué medida, la gestión de las cuentas por cobrar, impacta en la liquidez de la empresa JH CONTRATISTAS SAC?	Determinar la eficiencia de la gestión de las cuentas por cobrar y su impacto en la liquidez de la empresa "JH CONTRATISTAS S.A.C" años 2020-2021.	La eficiencia de la gestión de las cuentas por cobrar tendrá un impacto positivo en la liquidez de la empresa.	Variable dependiente: Liquidez Variable independiente: Gestión Variable Interviniente: Cuentas por cobrar	
	OBJETIVOS ESPECIFICOS		DIMENSIONES	INDICADORES
	a. Conocer los aspectos generales de la empresa.		Administración de la cobranza	Estrategias de cobranza. Fases de la cobranza. Políticas de cobranza. Factores que afectan las políticas de cobro
	b. Describir el proceso de otorgamiento de crédito y cobranzas, determinación de deficiencias.		Indicadores de gestión	Rotación de cuentas por cobrar
	c. Analizar mediante indicadores financieros la liquidez de la empresa.		Indicadores financieros	Liquidez corriente. Relación liquidez - rentabilidad Relación liquidez – rentabilidad.
d. Elaborar estrategias de gestión para las cuentas por cobrar.	Capital de trabajo	Gestión del capital de trabajo asociado a las cuentas por cobrar.		
			Riesgos de cuentas incobrables.	Provisión para cuentas incobrables. Recuperación de una cuenta declarada incobrable.
			Documentos por cobrar.	Registro contable de los documentos por cobrar.
			El crédito	Políticas de crédito Clasificación de las políticas de crédito. Políticas de concesión de créditos.
DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO		PROCEDIMIENTOS Y PROCESAMIENTO DE DATOS	
Tipo de Investigación Enfoque: mixto. Tipo: aplicada Niveles: descriptiva Diseño de la Investigación No Experimental	Población: Está conformada por toda la empresa "JH CONTRATISTAS S.A.C". Muestra: Para la muestra necesitaremos los estados financieros, anexos y notas que serán brindados por el contador general de la empresa.		En un principio lo que se hará en el presente trabajo será entrevistar al contador general para que nos dé un alcance y conocimiento sobre la empresa, posterior a ello se procederá a observar toda la documentación que nos brinde para su posterior análisis mediante indicadores financieros para que finalmente, brindemos estrategias para una gestión de cuentas para cobrar	

3.10. Consideraciones Éticas

Confidencialidad: En la investigación se ha respetado la confidencialidad de la información de la empresa. Por lo tanto, se ha cambiado su denominación social por una ficticia para evitar cualquier alteración de sus políticas.

Objetividad: Se ha obtenido información crucial para abordar el problema de estudio, establecer los objetivos de investigación, recopilar datos mediante la solicitud y análisis de documentos, así como el desarrollo oportuno de entrevistas.

Consentimiento informado y expreso: Se aseguró que las personas entrevistadas manifestaran su consentimiento de manera voluntaria, libre e informada. Se les informó que los resultados del estudio se utilizarán únicamente con fines académicos.

IV. Resultados y Discusión

4.1. Resultados

4.1.1. Conocer los aspectos generales de la empresa

4.1.1.1. Tipo de ámbito geográfico

JH Contratistas S.A.C es uno de los concesionarios autorizados por parte de Nissan Perú ubicado en la Av. Nicolas de Piérola Nro. 1475 Urb. Los Cedros en la ciudad de Trujillo. Inició sus operaciones comerciales el 09 de enero de 2019.

4.1.1.2. Forma de constitución

JH Contratistas S.A.C es una empresa comercial, inicia sus actividades bajo la modalidad de Sociedad Anónima Cerrada, ya que, cumple con la principal característica de estar constituida entre 2 a 20 personas, en este caso, por 4 hermanos, quienes constituyeron la empresa el día 27 de octubre de 2018 bajo la siguiente formación del capital social. El monto del capital de la sociedad fue de S/20,000, y fue cancelado con dinero en efectivo y dividido en 20000 acciones nominativas de un valor de S/1.00. El capital se encuentra suscrito y pagado de la siguiente manera: DEPR suscribe 5000 acciones de S/1.00, SEPR suscribe 5000 acciones de S/1.00, CEPR suscribe 5000 acciones de S/1.00 y por último CCPR suscribe 5000 acciones de S/1.00. A parte de ello, cuenta con una junta general de accionistas, un gerente y recientemente con un directorio.

4.1.1.3. Actividad económica

4.1.1.3.1. Objeto social

La empresa tiene como actividad principal la venta de vehículos, como actividad secundaria, el mantenimiento y reparación de los mismos.

4.1.1.3.2. Clientes

Los clientes se clasifican en dos tipos: clientes de crédito; en esta clasificación se ubican nuestros clientes a los que se les brinda crédito a un plazo de 30 días y 45 días tales como: empresas privadas, entidades del sector público, aseguradoras que realizan mantenimientos a sus vehículos en el taller. Por otro lado, tenemos a los clientes de contado: en esta clasificación se encuentran los clientes que vienen por repuestos al taller y aquellos clientes que adquieren vehículos en el concesionario.

4.1.1.3.3. Proveedores

Uno de sus principales proveedores es la misma marca NISSAN PERU S.A.C.

4.1.1.4. Tamaño

4.1.1.4.1. Régimen

La empresa “JH CONTRATISTAS” se acoge al régimen MYPE tributario por lo que tiene que pagar tributos de acuerdo con la ganancia obtenida, aparte de ello, emite todos los tipos de comprobantes según su actividad, además de, llevar libros contables en función a sus ingresos.

4.1.1.4.2. Sistema de contabilidad

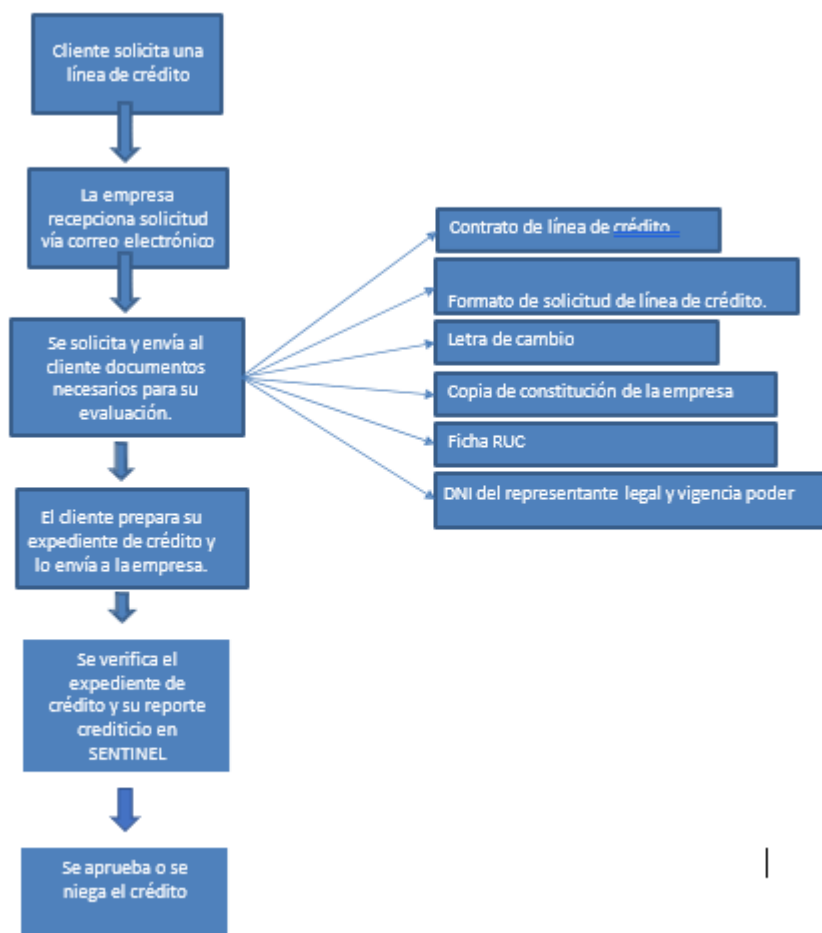
La empresa cuenta con un sistema de emisión de comprobantes de pago computarizado, por lo que es emisor electrónico desde el 18 de marzo de 2019 emitiendo los siguientes comprobantes: facturas, boletas de venta, notas de crédito y guías de remisión.

4.1.1.4.3. Cantidad de trabajadores

Al periodo 2022-08 la empresa cuenta con un total de 45 trabajadores.

4.1.2. Describir el proceso de otorgamiento de crédito y cobranzas, determinación de deficiencias.

Figura 1 *Proceso de otorgamiento de crédito*



Fuente: Elaboración propia

- Cliente solicita una línea de crédito

El cliente quien desea nuestros servicios solicita mediante correo electrónico se le pueda brindar una línea de crédito, para que sus unidades puedan llegar al taller y realicen mantenimientos.

- La empresa recepciona solicitud

La empresa o el jefe de taller quien es el encargado de autorizar el crédito, recepciona la solicitud, con el fin de que el área de créditos y cobranzas le soliciten al cliente cierta documentación para armar su expediente.

- Se solicita y envía al cliente documentos necesarios para su evaluación

El área encargada solicita al cliente que pueda llenar una documentación que se le adjunta vía correo para aprobar el crédito, entre ellos se encuentran: el contrato de línea de crédito, formato de solicitud de crédito y por último la letra de cambio. A parte de ello, el cliente debe adjuntar los siguientes documentos para armar su expediente y se le tenga en la base de datos: copia de constitución de la empresa, ficha ruc, DNI del representante legal y vigencia poder.

- Se verifica el expediente de crédito y su reporte crediticio en SENTINEL

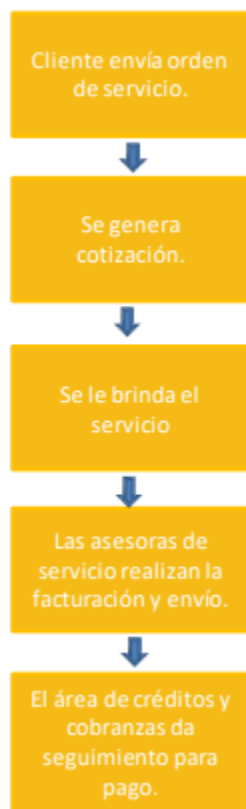
La empresa con la información referida y con la evaluación en SENTINEL, evalúa la capacidad de pago del cliente y en qué estado se encuentra.

- Se aprueba o niega el crédito

De acuerdo con la evaluación, la empresa le comunica al cliente que su crédito ha sido otorgado o denegado, y comienza la relación comercial.

- Deficiencias

Este proceso presentó deficiencias ya que en muchas ocasiones el jefe de taller autorizaba los créditos sin pedirle al cliente la documentación necesaria para poder evaluarlo, lo cual generaba que no se tuviera información suficiente para realizar el cobro de la venta, un recupero tardío del importe y en muchas ocasiones la incobrabilidad de esta.

Figuras 2 Proceso de cobranzas**PROCESO DE COBRANZAS**

Fuente: elaboración propia

- Cliente envía orden de servicio

El cliente envía orden de servicio mediante correo electrónico para que las asesoras encargadas puedan brindarle una cotización.

- Se genera cotización

Las asesoras de servicio generan cotización en base a la orden de servicio y se la envían a la cliente media correo electrónico.

- Se brinda el servicio

Cuando el cliente aprueba la cotización, las asesoras generan la cita para que los vehículos ingresen al taller para mantenimiento y puedan realizarle el servicio.

- Las asesoras de servicio realizan la facturación y envío

Posterior al servicio y cuando es entregada la unidad, las asesoras se encargan de facturar y enviar la factura al cliente mediante correo electrónico.

- El área de créditos y cobranzas da el seguimiento para el pago

El área de créditos y cobranzas al visualizar que la factura esta próxima a vencer, da el seguimiento correspondiente mediante correo electrónico, llamadas telefónicas, mensajes por Whatsapp para que le indiquen la programación de pago. Este seguimiento se intenta realizar con tiempo de anticipación a que la factura venza para tratar de que se pague en el tiempo establecido.

- Deficiencias

Con respecto al proceso de cobranza, se identificó una deficiencia importante que recaía en el área de post venta, específicamente siendo la responsabilidad de los asesores de servicio, ya que, ellos son los que se encargaban de facturar y enviar la factura al cliente para que puedan ingresarla a contabilidad, en este proceso existe mucha demora en el envío a los clientes de los comprobantes, lo cual repercute en las cuentas por cobrar, debido que, en muchas ocasiones, el asesor genera la factura pero no la envía al buzón del cliente a tiempo (plazo de 24 horas), en nuestro sistema la factura vence a los 30 días de haber sido generada, por lo cual, al cumplirse el plazo nos genera una alerta de vencimiento, sin embargo, no se puede cobrar porque aún se le ha notificado al cliente.

4.1.3. Analizar mediante indicadores financieros la liquidez de la empresa

Tabla 3

Ratios de liquidez de los periodos 2020 y 2021

PERIODOS		2021	2020
Ratio de liquidez	LIQUIDEZ GENERAL	1.16	1.05
	PRUEBA ÁCIDA	0.97	0.93
	CAPITAL DE TRABAJO	S/ 2,648,653	S/ 458,078
	PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA	46	60
	ROTACION DE LAS CUENTAS POR COBRAR	7.79	6.02

Nota. Elaboración propia

- Ratio de liquidez

En cuanto al indicador de liquidez general se observa un incremento de 0.11 de un periodo a otro, producto de una mayor rotación de las existencias. Se puede observar también un endeudamiento financiero para capital de trabajo (mercaderías).

Con respecto a los resultados obtenidos de la prueba ácida se puede precisar que la empresa en ambos años no cuenta con activos líquidos suficientes para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

De acuerdo con el capital la empresa muestra capital de trabajo existiendo un incremento de un periodo a otro esto se debe que para el año 2021 el efectivo y las cuentas por cobrar aumentaron, dicho de otra manera, nos indica que la compañía contó capacidad económica para responder obligaciones con terceros.

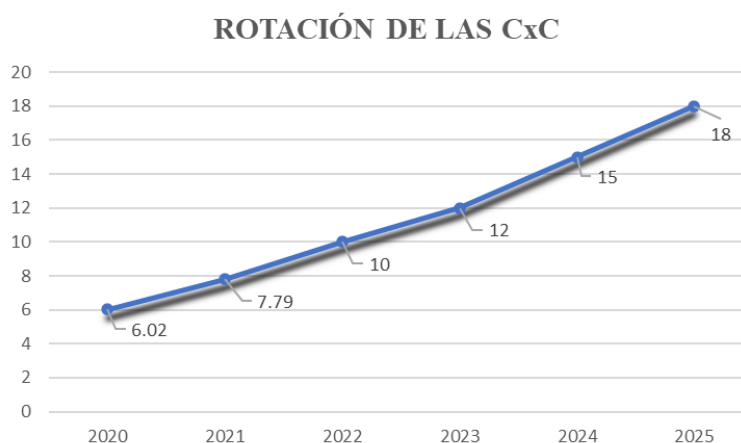
Con respecto a la rotación de cuentas por cobrar se puede observar que los créditos otorgados han tenido una mejor gestión financiera de un periodo a otro, recuperando la liquidez con una mayor rapidez durante el año 2021 (8 veces). El resultado de la buena gestión financiera dio como resultado tener mayor liquidez. Así mismo, el indicador periodo promedio de cobranza,

nos muestra que las cuentas por cobrar están circulando en el año 2021 a 46 días y en el año 2020 a 90 días, lo cual nos indica que en el año 2021 está siendo más eficiente la manera en la que las cuentas por cobrar se convierten en efectivo.

A materia de análisis de la investigación, un aumento en la rotación de las cuentas por cobrar beneficia directamente a la liquidez de la empresa.

Grafico 1

Rotación de las cuentas por cobrar entre 2020 con proyección hasta 2025.



Nota: Elaboración propia

Las cuentas por cobrar suelen ser uno de los más grandes activos circulantes en los libros contables de las sociedades, el análisis de este activo es importante porque suele ser la mayor fuente de flujo de caja de una empresa. Por ello, como proyección, se ha considerado que la entidad debe llegar hasta una rotación de 18 veces al año para el periodo de 2025, esto ayudará a agrandar la liquidez y fuente financiera, de tal manera que cuente con apalancamiento, reinversión propia, para transacciones futuras. Al tener una rotación de esa magnitud, las cuentas por cobrar se harán liquidez en menos de 30 días, aumentando la probabilidad de disminuir las tasas de morosidad.

Tabla 4

Aumento de capital de 2022 con proyección hasta 2025

AUMENTO DE CAPITAL	2022	2023	2024	2025
CAPITAL DE TRABAJO	S/ 2,500,000	S/ 2,800,000	S/ 3,000,000	S/ 3,500,000

Nota: Elaboración propia

Una correcta gestión de las cuentas por cobrar permitirá a la empresa generar liquidez, con una proyección de capital de trabajo a 2025 con más de 3 millones se logrará el buen manejo de inversiones que se tengan para ese año, evitando de esta manera seguir apalancándose y generar gasto financiero. La correcta dirección del capital de trabajo propicia el éxito de una empresa comercial, industrial o de servicios. Debido a que varias empresas en los últimos años han tenido dificultades para resolver los crecientes problemas de adoptar con seriedad la gestión del capital circulante. Una empresa puede existir sin obtener beneficios, pero no puede sobrevivir sin liquidez.

Como complemento al análisis de la liquidez de la empresa, se ha visto en la necesidad de indagar también en otras ratios financieros como gestión, solvencia y rentabilidad.

Tabla 5

Ratios financieros de los periodos 2020 y 2021

PERIODOS		2021	2020
Ratio de gestión	ROTACIÓN DE CARTERA	34	95
	ROTACIÓN DE INVENTARIOS (VECES)	21.08	7.28
	ROTACIÓN DE INVENTARIOS (DÍAS)	17	49
Ratio de solvencia	ESTRUCTURA DE CAPITAL	2.98	2.05
	RAZÓN DE ENDEUDAMIENTO	74.88%	67.22%
	COBERTURA DE GASTOS FINANCIEROS	9	1
Ratio de rentabilidad	RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO	23%	7%
	RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION	6%	2%

Nota: Elaboración propia

- Ratio de gestión

Según el indicador de rotación de cartera, el resultado obtenido para el año 2021 es de 34 días y para el año 2020 es de 95 días, lo cual nos refleja que en el año 2021 la empresa contó con una acertada política de crédito en comparación al año 2020. Esta gran diferencia se debe a que las ventas en el año 2021 incrementaron considerablemente.

El indicador de rotación de inventarios nos muestra que los inventarios fueron al mercado en el año 2021 cada 21 veces, y en el año 2020 cada 7 veces. Lo que demuestra una baja rotación de esta inversión en comparación al 2021. En lo que respecta a los días en el año 2021 rotó cada 17 días y en el año 2020 cada 49 días, siendo la principal razón el aumento de mercadería del año 2021. Es importante recalcar, que a mayor rotación mayor movilidad del capital invertido en inventarios.

- Ratio de solvencia

Con respecto al indicador de estructura del capital los resultados observados nos indican que, por cada UM aportada por el dueño, en el año 2021 hay 3% aportados por el acreedor y en el año 2020 hay 2%. En este caso ambos valores sobrepasan el 1%, lo cual significa que la financiación de terceros es mayor que la financiación de los accionistas, así mismo refleja que la empresa tiene menor autonomía financiera y mayor riesgo financiero.

Del resultado obtenido por el indicador de razón de endeudamiento se deduce que para el periodo 2020 el 67.22% de los activos totales está siendo financiado por terceros y para el año 2021 el 74.88%.

Según los resultados obtenidos en el indicador de cobertura de gastos financieros, nos indica que la empresa puede cubrir sus gastos financieros en el año 2021 9 veces y en el año 2020 1 vez.

- Ratio de rentabilidad

En cuanto a, el resultado de rendimiento sobre el patrimonio, para el año 2021 fue de 23% y para el año 2020 de 7%, una de las razones por la cual hay una diferencia considerable es debido al aumento de utilidad neta de un año a otro. Este resultado nos quiere decir que los accionistas están consiguiendo mayores beneficios por cada unidad monetaria invertida.

En lo que respecta al rendimiento sobre la inversión en el año 2021 fue de 6% y en el año 2020 de 2%, de ello se deduce que la empresa está empleando eficientemente sus recursos y está obteniendo mayores retornos por cada unidad de activos que posee.

4.1.4. Elaborar estrategias de gestión para las cuentas por cobrar

- Multicanalidad de dos vías

Esta estrategia consiste en poder contactar al cliente no solo por una vía, sino ver todas las opciones posibles, tales como: una llamada telefónica, correo o utilizando los diversos medios de comunicación. Según Lacú (2011), para tener éxito con esta estrategia debemos consultar a nuestro cliente su canal preferido de contacto, el canal preferido de un cliente para ser contactado podemos obtenerlo por vía directa o indirecta. Es decir, que podríamos habérselo preguntado al cliente en el momento del otorgamiento o en algún otro contacto, o bien inferirlo por medio de la historia de contactos anteriores y de esta manera identificar con cual se obtiene mejor respuesta de cada cliente.

Figura 3

Flujo de caja proyectado en un periodo de 6 meses mediante multicanalidad de dos vías

PROYECCIÓN DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COBRANZA						
CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES TERCEROS	3,250,000.00					
CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS TERCEROS	3,200,000.00					
FLUJO DE CAJA A 6 MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
AL CRÉDITO 1 MES	800,000	700,000	650,000	650,000	625,000	625,000
AL CRÉDITO 3 MESES	1,000,000	900,000	850,000	850,000	825,000	825,000
AL CRÉDITO 5 MESES	1,300,000	1,200,000	1,150,000	1,150,000	1,100,000	1,100,000
VENTA LIQUIDA	900,000	1,200,000	1,350,000	1,350,000	1,450,000	1,450,000
COBRO DE CxC PENDIENTES	250,000	180,000	225,000	150,000	200,000	230,000
COBRO DE CxC DE 1 MES		800,000	700,000	650,000	650,000	625,000
COBRO DE CxC DE 3 MES				1,000,000	900,000	850,000
COBRO DE CxC DE 5 MES						1,300,000
OTROS INGRESOS	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
INGRESO TOTAL DE CAJA	1,250,000	2,280,000	2,375,000	3,250,000	3,300,000	4,555,000

Nota: Elaboración propia

Teniendo en cuenta la proyección de las cuentas por cobrar, se evidencia un aumento significativo en los ingresos del flujo de caja en los últimos 6 meses, con ingresos netos superiores a los 4 millones. Estos ingresos deben utilizarse para cubrir los egresos mensuales pendientes y los compromisos de apalancamiento, asegurando así la subsistencia de la empresa hasta que se alcance la liquidez necesaria.

Antes de conceder crédito a un cliente, es crucial que la empresa se asegure, en la medida de lo posible, de la solvencia del cliente y de la probabilidad de que no se generen deudas incobrables. Este proceso de evaluación debe extenderse también a los clientes existentes, especialmente a aquellos claves para la empresa, con el fin de detectar tempranamente cualquier problema emergente.

Una vez tomada la decisión de otorgar crédito, es fundamental establecer condiciones crediticias adecuadas y monitorear de manera eficiente las cuentas por cobrar resultantes. El cobro efectivo de los pagos de los clientes es crucial para controlar los costos asociados con el crédito. Toda empresa debe contar con un sistema riguroso para garantizar que todos los clientes paguen puntualmente. Sin este control, el nivel de cuentas por cobrar, los costos de financiamiento y el riesgo de incobrabilidad inevitablemente aumentarán.

Descuento por pronto pago

Los descuentos por pronto pago son una alternativa que permitiría incentivar el pago de las facturas, contribuyendo a poder recuperar el crédito en corto tiempo. En la empresa no se realiza esta estrategia por lo que sería una buena opción de implementación. Según Van Horne (2002), un porcentaje de reducción en el precio de venta o de compra otorgado por pronto pago de facturas. Es un incentivo para los clientes con crédito para pagar sus facturas oportunamente.

Figura 4

Flujo de caja proyectado en un periodo de 6 meses mediante descuento por pronto pago

PROYECCIÓN DE APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COBRANZA						
CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES TERCEROS	3,250,000.00					
CUENTAS POR COBRAR DIVERSAS TERCEROS	3,200,000.00					
FLUJO DE CAJA A 6 MESES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000	4,000,000
AL CRÉDITO 1 MES	800,000	700,000	650,000	650,000	625,000	625,000
AL CRÉDITO 3 MESES	1,000,000	900,000	850,000	850,000	825,000	825,000
AL CRÉDITO 5 MESES	1,300,000	1,200,000	1,150,000	1,150,000	1,100,000	1,100,000
VENTA LIQUIDA	900,000	1,200,000	1,350,000	1,350,000	1,450,000	1,450,000
COBRO DE CxC PENDIENTES	250,000	180,000	225,000	150,000	200,000	230,000
COBRO DE CxC DE 1 MES		800,000	700,000	650,000	650,000	625,000
COBRO DE CxC DE 3 MESES			1,000,000	900,000		1,700,000
COBRO DE CxC DE 5 MESES					1,300,000	
DESCUENTO POR PRONTO PAGO			- 15,000	- 10,000	- 30,000.00	- 10,000.00
OTROS INGRESOS	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
INGRESO TOTAL DE CAJA	1,250,000	2,280,000	3,360,000	3,140,000	3,670,000	4,095,000

Nota: Elaboración propia

Como segunda estrategia, los descuentos por pronto pago suelen ser incentivos de ahorro para los clientes, ya que benefician tanto a ellos como a la empresa. Estos descuentos permiten a la empresa disponer de la liquidez necesaria para enfrentar eventos actuales. Por otro lado, implementar descuentos por pago anticipado en las transacciones comerciales y definir sus términos correspondientes puede mejorar significativamente la estrategia financiera. Esto fomenta relaciones más sólidas con los clientes y asegura flujos de efectivo más fluidos. Los descuentos por pronto pago benefician tanto a vendedores como a compradores. Los compradores se benefician al pagar menos por los artículos adquiridos, mientras que los vendedores obtienen el beneficio del pago anticipado. Esto ayuda a evitar altos saldos en cuentas por cobrar y reduce la carga administrativa asociada con la gestión de cobros, lo cual consume mucho tiempo.

4.2. Discusión

En la descripción del proceso de otorgamiento de crédito y cobranzas, determinación de deficiencias, se observó que el proceso de otorgamiento de crédito no se lleva a cabalidad con todos los clientes. Según Oñate et al (2022), en su artículo científico, comentan que las cuentas por cobrar pueden ayudar a las empresas a ampliar las ventas y reducir el inventario; sin embargo, las deudas incobrables en cuentas por cobrar no son infrecuentes y ocupan drásticamente los fondos de la empresa. Por ello, es necesario el estudio sobre los problemas existentes en la gestión de la cuenta por cobrar de una empresa. Por otro lado, fomentar la implementación de que a los clientes con más antigüedad se les realice un expediente de línea de crédito para que puedan ser evaluados previamente, en ese sentido, si no se realiza esta implementación la cobranza para ellos se puede volver mucho más compleja.

Según el proceso de cobranza, se identificó que en muchas ocasiones los asesores de servicio realizan la facturación, pero demoran en notificarla al cliente, por ende, esto genera un retraso en el cobro ya que el cliente no ha recibido la factura. Según, Castro y Morales (2014), mencionan que, para que exista una eficiente administración de la cobranza una actividad fundamental es la prevención, a través del conocimiento mejor de los clientes, y teniendo cuidado especial en el otorgamiento de créditos. Así mismo, Uceda y Villacorta (2014), señalan que las políticas de ventas al crédito influyen en la morosidad del cliente, de alguna manera u otra, el cliente al no contar con los fondos de pago de sus cuentas, simplemente no las paga, perjudicando la liquidez de la empresa.

Con respecto al objetivo de analizar mediante indicadores financieros la liquidez de la empresa, según Barreto (2020), en su artículo científico menciona que los índices de liquidez son una clase de métricas financieras que se utilizan para determinar la capacidad de un deudor para pagar sus obligaciones de deuda actuales sin recaudar capital externo. Los índices de liquidez miden la capacidad de una empresa para pagar sus obligaciones de deuda y su margen de seguridad mediante el cálculo de métricas que incluyen el índice circulante, el índice rápido y el índice de flujo de efectivo operativo. Según (Aching, 2005), los indicadores financieros brindan información que posibilita a los interesados en los negocios tomar las decisiones correctas. Igualmente, se

utilizan para establecer el alcance y la dirección de los cambios en el negocio a lo largo de una época de tiempo.

De acuerdo con el sector de la empresa, se identificaron algunas estrategias que colaboraran con el recupero a tiempo de las cuentas por cobrar, tales como: la multicanalidad de vías, que será mediante el uso de la tecnología y las diferentes redes sociales, los descuentos por pronto pago. Castro y Morales (2014), opinan que, para definir estrategias, es necesario segmentar la cartera de clientes, según características comunes de clientes y cuentas, como antigüedad, cantidad, producto, geografía, perfil de clientes o endeudamiento, para identificar estrategias que se adapten a segmentos de clientes con problemas similares. Dependiendo de las características de cada sector, se determinan las estrategias y políticas de recaudación. Las estrategias que definen los sistemas de fijación de precios, los parámetros de transacción, como los términos, los descuentos y las exenciones, se ajustan al segmento específico y seguramente tendrán un efecto más sutil para lograr que los clientes cumplan con la deuda.

V. Conclusiones

La empresa JH Contratistas SAC es una empresa comercial, está constituida bajo la modalidad de Sociedad Anónima Cerrada por estar constituida por 4 hermanos, su actividad principal es la venta de vehículos y la secundaria la reparación de los mismos, tiene competencia en el mercado con Hyundai, Toyota, Kia, así mismo cuenta con una amplia cartera de clientes tales como: Mannucci Diesel SAC, Maqbeta, Maquinarias, Gerencia Regional de Agricultura.

La empresa JH Contratistas SAC, presentó deficiencias en el proceso otorgamiento de crédito ya que en muchas ocasiones el jefe de taller autorizaba los créditos sin pedirle al cliente la documentación necesaria para poder evaluarlo, lo cual generaba que no se tuviera información suficiente para realizar el cobro de la venta, un recupero tardío del importe y en muchas ocasiones la incobrabilidad de la misma. Con respecto al proceso de cobranza, se identificó una deficiencia importante que recaía en el área de post venta, específicamente siendo la responsabilidad de los asesores de servicio, ya que ellos son los que se encargaban de facturar y enviar la factura al cliente para que puedan ingresarla a contabilidad, en este proceso existe mucha demora en el envío a los clientes de los comprobantes, lo cual repercute en las cuentas por cobrar, ya que en muchas ocasiones, el asesor genera la factura pero no la envía al buzón del cliente a tiempo (plazo de 24 horas), en nuestro sistema la factura vence a los 30 días de haber sido generada, por lo cual al cumplirse el plazo nos genera una alerta de vencimiento, sin embargo, no se puede cobrar porque aún se le ha notificado al cliente.

Por otro lado, a través del análisis mediante indicadores financieros se observó que existe liquidez en la empresa y que cuenta con capital de trabajo, así mismo, hay una buena gestión en las cuentas por cobrar de un año a otro, debido a que en el año 2021 se incrementaron las ventas y hubo personal que se encargó a dar seguimiento y las políticas y estrategias mejoraron, lo cual permitió que las cuentas por cobrar se convirtieran en efectivo mucho más rápido. Con respecto al ratio de solvencia, nos mostró que el financiamiento de terceros es mayor lo cual genera menor autonomía y riesgo financiero. Además, la empresa mejoró considerablemente con respecto al ratio de liquidez rotación de cuentas por cobrar de un año a otro, ya que los resultados obtenidos nos indican que para el año 2021, las cuantas por cobrar se convertían en efectivo mucho más rápido que en el año 2020. En al año 2020 con un resultado de 60 días y para el año 2021 a los 49 días.

Esto fue producto de la disminución de cuentas por cobrar y de la buena gestión que se vino realizando mediante el seguimiento correspondiente. A su vez, se analizó el comportamiento de la liquidez donde se identificó que la empresa cuenta con liquidez y hubo un incremento de un año a otro producto de una mayor rotación de existencias, también se obtuvo un resultado positivo con respecto al capital de trabajo, en donde se refleja que la compañía contó con capacidad económica para responder obligaciones con terceros. En este análisis también se comprobó en la ratio de solvencia, que el financiamiento de terceros es mayor, lo cual genera una menor autonomía financiera y mayor riesgo financiero.

Finalmente, se identificaron algunas estrategias para que la gestión de las cuentas por cobrar sea mucho más eficaz y el tiempo de días disminuya aún más. De acuerdo con la proyección en ambas estrategias se pudo identificar que hubo un aumento significativo en los ingresos del flujo de caja, en 6 meses con ingresos líquidos de más de 4 millones.

VI. Recomendaciones

Se recomienda a la gerencia y al área contable de la empresa tomar en consideración las estrategias de cobranza planteadas en la investigación para que de esta manera el recupero de las cuentas por cobrar sea mucho más efectivo.

Se recomienda la implementación del área de créditos y cobranzas con el fin de que esta área se encargue de realizar el respectivo análisis para su otorgamiento. Así mismo para que de el seguimiento respectivo a las cuentas por cobrar de la empresa. Se recomienda canalizar el envío de facturas a los clientes mediante una sola persona, ya que en muchas ocasiones los asesores de servicio demoran más del plazo establecido por lo que genera un efecto tardío en el recupero de las cuentas por cobrar.

Se sugiere a la gerencia, llevar el control de endeudamiento con el fin de mantener el equilibrio su ratio de solvencia, así como también, preservar la liquidez y diseñar un plan de acción para evitar desequilibrios financieros.

VII. Referencias

Aching, C. (2005). *Ratios financieros y matemáticas de la Mercadotecnia*.

Barreto, N. (2020) Análisis financiero: Factor sustancial para la toma de decisiones en una empresa del sector comercial. Perú.

Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300129&lang=es

Calleja, F. J. (2017). Análisis de Estados Financieros. México: Pearson.

Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2014). Crédito y cobranza. México: Grupo Editorial Patria.

Castillo. (2021). Créditos y cobranza: enfoque profesional (Primera ed.). Buenos Aires.

Castellano, G., & Peluffo, S. (2018). Estrategias de Cobranza: Mejoramiento en Procesos de Cobranzas de Empresas y/o Organizaciones. España: Editorial Académica Española.

Carrera, S. (2017). Análisis de la gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma SA en el año 2015.

Dominguez, P. R. (2007). Manual de Análisis Financiero. Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

Chavez, Y. & Loconi, J. (2018). Evaluación de la gestión de cuentas por cobrar comerciales para determinar la eficiencia de las políticas de créditos y cobranzas en la empresa Ferronor SAC, 2015. Propuesta de mejora.

Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2014). Crédito y cobranza. México: Grupo Editorial Patria.

Dominguez, P. R. (2007). Manual de Análisis Financiero. Madrid: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.

Eslava, J. d. (2003). La gestión del control de la empresa. España: Esic Editorial.

Eslava, J. d. (2011). La gestión del control interno en la empresa . Madrid: ESIC EDITORIAL.

- Evci, S., y Şak, N. (2017). The Effect of Working Capital Management on Firm Profitability: Evidence from Turkey. *The International Journal of Applied Economics and Finance*, 2(1), 206–218. <https://doi.org/10.3923/ijaef.2008.44.50>
- Fajardo Ortiz, M., & Soto Gonzáles, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial*. Machala: UTMACH.
- Granados, I., Latorre, L., & Ramirez, E. (s.f.). *Contabilidad gerencial, fundamentos, principios e introducción a la contabilidad*.
- Guzmán, C. A. (2006). *Ratios Financieros y matematicas de la mercadotecnia*. Procidencia y Cultura S.A.
- Huaman, G. T., & Quiñonez Ordoñez, G. L. (2018). *Impacto de la gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa agraria cafetalera Chanchamayo Highland Coffee S.A.C., ubicado en el departamento de Junín, año 2018*.
- Lambarry, H. A. (2021). *Prácticas de contabilidad II*. Ciudad de México: Patria Educación.
- Lawrence, G., & Chad, Z. (2012). *Principios de administración financiera*. Naucalpan de Juarez: Cámara Nacional de la Industria.
- Macías, G. et al. (2021) *Medición del riesgo de liquidez: Una aproximación teórica y práctica*. UNAB: Colombia.
- Recuperado de: <https://repository.unab.edu.co/handle/20.500.12749/15211>
- Mendoza Roca, C., & Ortiz Tovar, O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Morales Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2014). *Crédito y cobranza*. Mexico : Ebook.
- Morales, H. S. (2012). *Introducción a la auditoría*. Estado de México.
- Ortega Salavarría, R., Pacherres Racuay, A., & Díaz Romero, R. (2010). *Dinámica contable, registros y casos prácticos*. Lima: Ediciones Caballero Bustamante.
- Oñate, C. et al. (2022) *Ranking of a set of accounts receivable strategies in a mexican regional company based on a multicriteria approach*. *Brazilian Operations Research Societ*.

Recuperado de: <https://www.scielo.br/j/pope/a/SFRHgwNNzn5HPvkJxx84QTh/?lang=en>

Paz, M. & Paz, M. (2021) Gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa TIMED.

Raga, S. R. (2017). Finanzas personales, su mejor plan de vida . Bogotá: Uniandes.

Royo, M. B. (2013). Manuel Práctico de Control Interno: Teoría y aplicación práctica. Barcelona: PROFIT.

Tran, H., Abbott, M., y Jin Yap, C. (2017). How does working capital management affect the profitability of Vietnamese small- and medium-sized enterprises? Journal of Small Business and Enterprise Development, 24(1), 2–11. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2016-0070>.

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

Uribe Macías, M., & Reinado Lastra, J. (2014). Sistema de indicadores de gestión . Bogotá: Ediciones de la U.

Urteaga, A. G. (2010). Liquidez , Volatilidad estocástica y saltos . Publican.

Vargas, C. M. (2007). Contabilidad análisis de cuentas . San José, Costa Rica: EUNED.

Veiga, J. P. (2008). Control de la Gestión Empresarial. Madrir.

Wong, D. (1996). Finanzas en el Perú: un enfoque de liquidez, rentabilidad y riesgo. Lima: Universidad del Pacífico.

VIII. Anexos

Anexo 1 Instrumentos de recolección por objetivo 1 – Guía de Entrevista

FICHA DE GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONTADOR GENERAL

INTRODUCCIÓN

Estimado señor(a), reciba mi más grato y cordial saludo, la presente encuesta tiene la finalidad de recolectar información sobre los aspectos generales de la empresa, con el fin de poder desarrollar mi proyecto de tesis titulada "Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa JH CONTRATISTAS SAC AÑO 2020-2021". Agradezco su colaboración. Las respuestas que usted nos va a brindar se tomarán de forma confidencial.

Gracias de antemano por su cooperación.

Información General:

Apellidos **y** **Nombres:**

.....

Edad: **Sexo:** () M () F **Cargo:**

Fecha: / /

Desarrollo de preguntas y respuestas:

Objetivo específico: Conocer los aspectos generales de la empresa.

Forma de constitución

1. ¿Qué tipo de empresa es?
2. ¿Bajo qué modalidad se constituyó la empresa?
3. ¿Cuál fue el aporte del capital social?

Actividad económica

1. ¿Cuál es el objeto social de la empresa?
2. ¿Quiénes son sus principales proveedores?
3. ¿Quiénes componen principalmente su cartera de clientes?
4. ¿Quiénes son sus competidores actuales?

Tipo de organización jurídica

5. ¿En qué tipo de organización jurídica se encuentra la empresa?
6. ¿Cómo está establecida la sociedad de su empresa?

Tamaño

7. ¿Cuál es el tamaño de la empresa?
8. ¿Cuál es la cantidad de trabajadores según su tamaño?

Tipo de Ámbito Geográfico

9. ¿La empresa desarrolla sus actividades a nivel Nacional, Local, Regional o Internacional?
10. ¿Cuál es la dirección de la empresa?
11. ¿Tiene una o más sucursales?

Anexo 2 Instrumentos de recolección por objetivo 2 – Guía de entrevista

FICHA DE GUÍA DE ENTREVISTA DIRIGIDA AL CONTADOR GENERAL

INTRODUCCIÓN

Estimado señor(a), reciba mi más grato y cordial saludo, la presente encuesta tiene la finalidad de recolectar información sobre los aspectos generales de la empresa, con el fin de poder desarrollar mi proyecto de tesis titulada "Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa JH CONTRATISTAS SAC AÑO 2020-2021". Agradezco su colaboración. Las respuestas que usted nos va a brindar se tomarán de forma confidencial.

Gracias de antemano por su cooperación.

Información General:

Apellidos _____ **y** _____ **Nombres:**

.....

Edad: **Sexo:** () M () F **Cargo:**

Fecha: / /

Desarrollo de preguntas y respuestas:

Objetivo específico: Describir el procedimiento de otorgamiento de créditos y cobranzas, determinación de deficiencias.

1. ¿Cuál es el procedimiento de otorgamiento de crédito?
2. ¿Cuál es el procedimiento de cobranzas?
3. ¿Qué deficiencias existen en ambos procesos?

Anexo 3 Estado de Situación Financiera – JH Contratistas SAC

JH CONTRATISTAS SAC
RUC: 20603019563
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
Al 31 de Diciembre del 2020
(Expresado en Soles)

ACTIVO	2021	2020
Activo corriente		
Efectivo y equivalentes de efectivo	1,014,645	351,295
Cuentas por Cobrar Comerciales - Terceros	3,259,277	2,205,599
Cuentas por cobrar al personal, accionis , direct y gerente	210,841	93,060
Cuentas por cobrar diversas -terceros	3,193,738	784,237
Servicios y otros Contratados por Anticipado		4,107
Mercadería	3,132,568	1,073,704
Existencias por Recibir	8,019,297	4,265,120
Otros Activos no Corrientes	498,091	331,634
Total activo corriente	19,328,457	9,108,756
Activo no corriente		
Inmueble Maquinaria y Equipo	4,731,606	4,544,177
(Depreciación y Amortizac. Acumulada)	-548,461	-323,328
Total activo no corriente	4,183,145	4,220,849
TOTAL ACTIVO	23,511,602	13,329,605
PASIVO Y PATRIMONIO NETO		
Pasivo corriente		
Tributos y aportes al sistema de pensiones y de salud	21,453	6,996
Remuneraciones y participaciones por pagar	187,949	83,294
Cuentas por Pagar Comerciales - Terceros	249,159	5,590,768
Obligaciones financieras	10,718,650	1,479,753
Cuentas por pagar diversas	3,681,253	1,208,107
Pasivo Diferido	1,821,340	281,760
Total pasivo corriente	16,679,804	8,650,678
Pasivo no corriente		
Cuentas por pagar a los accionistas , directorio y gerentes	924,719	309,883
Total pasivo no corriente	924,719	309,883
TOTAL PASIVO	17,604,523	8,960,561
Patrimonio neto		
Capital	3,973,788	3,973,788
Resultados Acumulados	581,328	85,135
Resultado del ejercicio	1,351,965	310,121
Total patrimonio neto	5,907,081	4,369,044
Total pasivo y patrimonio neto	23,511,604	13,329,605

Anexo 3 Estado de Resultados – JH CONTRATISTAS SAC

JH CONTRATISTAS SAC
RUC 20604019463
ESTADO DE RESULTADOS POR FUNCIÓN
al 31 de Diciembre del 2020
EN SOLES

Ventas	18,552,998	51,883,901
Descuentos y bonificaciones otorgados	-71,774	0
Costo de Ventas	-15,313,182	-44,328,392
Costo del Servicio	-342,185	-821,244
<u>Utilidad Bruta</u>	2,825,856	6,734,265
Gastos Administrativos	-903,153	-1,494,785
Gastos de Ventas	-814,787	-1,985,799
Otros ingresos	148,231	145,454
Otros gastos		
<u>Utilidad Operativa</u>	1,256,147	3,399,135
Gastos Financieros	-992,169	-368,365
Ingresos Financieros	232,215	0
		-867,166
<u>Utilidad antes de Participaciones e I. Renta</u>	496,193	2,163,604
Participación de los trabajadores	-39,695	-173,088
Impuesto a la renta	-146,377	-638,551
<u>Utilidad antes de Impuestos</u>	310,121	1,351,965
Reservas	0	0
<u>Utilidad Neta</u>	310,121	1,351,965