



ESCUELA DE POSGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**El nivel de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva
Courier S.A.C, Callao, 2016**

TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Finanzas

AUTOR:

Br. Catalina Janet Lock García

ASESOR:

Dr. Gliria Susana Méndez Ilizarbe

SECCIÓN

Ciencias Empresariales

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Planificación y Control Administrativo

PERÚ - 2017

Página de Jurado

Presidente

Dra. Rosalía Zarate Barrial

Secretario

Dr. Edwin Alberto Martínez López

Vocal

Dra. Gliria Susana Méndez Ilizarbe

Dedicatoria

Este trabajo de investigación, se lo dedicó a mis padres, por apoyarme y acompañarme siempre en cada paso que doy.

A mi hermosa hija que me motiva día a día con sus tiernas palabras de amor.

A mi esposo por ser un gran amigo, cómplice de mis locuras y por apoyarme en cada decisión y proyectos que decido emprender.

Agradecimiento

El presente trabajo me gustaría agradecerle a ti Dios y definitivamente las metas que uno se propone, se pueden cumplir con mucha Fe y perseverancia.

A mi familia por cuidar de mi hija mientras trabajo y estudio, se los agradezco infinitamente

A la Universidad César Vallejo por la apertura del programa de Maestría y por darme la oportunidad de estudiar

A mi amiga, es una segunda madre porque me cuida y me aconseja y aprendo cada día de ella, gracias Sra. Jenny por su apoyo incondicional

Declaración de Autoría

Yo, **Catalina Janet Lock García**, estudiante de la Escuela de Posgrado, Maestría en Finanzas, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima; declaro el trabajo académico titulado “El nivel de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier S.A.C, Callao, 2016”, presentada, en 88 folios para la obtención del grado académico de Magister en Finanzas, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 01 de mayo del 2017

Catalina Janet Lock García
DNI: 42686320

Presentación

Señores miembros del jurado

A los Señores Miembros del Jurado de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo, filial Los Olivos presento la tesis titulada: “El nivel de las cuentas por cobrar en la empresa Olva Courier S.A.C, Callao, 2016”; en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, para obtener el grado de: Magister en Administración de la Educación.

La presente investigación está estructurada en siete capítulos. En el primero se expone los antecedentes de investigación, la fundamentación científica de las dos variables y sus dimensiones, la justificación, el planteamiento del problema, los objetivos y las hipótesis. En el capítulo dos se presenta las variables en estudio, la operacionalización, la metodología utilizada, el tipo de estudio , el diseño de investigación , la población , la muestra , la técnica e instrumento de recolección de datos, el método de análisis utilizado y los aspectos éticos. En el tercer capítulo se presenta el resultado descriptivo con tablas de frecuencia . El cuarto capítulo está dedicado a la discusión de resultados. El quinto capítulo está refrendado a las conclusiones de la investigación. En el sexto capítulo se fundamenta las recomendaciones y en el séptimo capítulo se presenta las referencias bibliográficas. Finalmente se presentan los anexos correspondientes.

Esperamos cumplir con los requisitos de aprobación.

El investigador

Índice de contenido

	página
Página de jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autoría	v
Presentación	vi
Índice de contenido	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
I. Introducción	
1.1 Antecedentes	14
1.2 Fundamentación técnica y humanista	19
1.3 Justificación	35
1.4 Problema	36
1.5 Objetivos	38
II. Marco metodológico	
2.1 Variable	41
2.2 Operacionalización de la variable	42
2.3 Metodología	42
2.4 Tipo de estudio	43
2.5 Diseño	44
2.6 Población, muestra y muestreo	44
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	45
2.8 Métodos de análisis de datos	47
2.9 Aspectos éticos	48

III. Resultados	
3.1 Descripción de resultados	51
IV. Discusión	57
V. Conclusiones	61
VI. Recomendaciones	63
VII. Referencias	65
VIII. Anexos	
Anexo A: Matriz de consistencia	69
Anexo B: Matriz de operacionalización de las cuentas por cobrar	71
Anexo C: Fiabilidad Alfa de Cronbach	74
Anexo D: Base de datos prueba piloto	75
Anexo E: Instrumento de evaluación	76
Anexo F: Certificado de validez	78
Anexo G: Carta de consentimiento informado	80
Anexo H: Base de datos	81
Anexo I: Artículo científico	82

Lista de tablas

	página
Tabla 1: Matriz de operacionalización de la variable cuentas por cobrar	42
Tabla 2: Validez de los instrumentos de medición	47
Tabla 3: Resultados de la confiabilidad del instrumento sobre las cuentas por cobrar	48
Tabla 4: Niveles de Confiabilidad	48
Tabla 5: Tabla que representa el nivel de las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C	51
Tabla 6: Tabla que representa el nivel del término de la venta en la empresa Olva Courier S.A.C	52
Tabla 7: Tabla que representa el nivel del análisis del crédito de la empresa Olva Courier S.A.C	53
Tabla 8: Tabla que representa el nivel de las políticas de cobranzas de la empresa Olva Courier S.A.C	54

Lista de figuras

	página
Figura 1: El ciclo de capital de trabajo	22
Figura 2: Gráfico de barras que expresa en porcentajes del nivel de las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C	51
Figura 3: Gráfico de barra que expresa en porcentajes del nivel del término de la venta de la empresa Olva Courier S.A.C	52
Figura 4: Gráfico de barra que expresa en porcentajes el nivel del análisis del crédito de la empresa Olva Courier S.A.C	53
Figura 5: Gráfico de barras que expresa en porcentajes del nivel de las políticas de cobranzas de la empresa Olva Courier S.A.C	54

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, determinar el nivel de las cuentas por cobrar en la Empresa Olva Courier, Callao, 2016. La población es de 26 trabajadores de área de administración y finanzas, en el cual se ha empleado la variable cuentas por cobrar.

El método que se utilizó es el método descriptivo y el tipo de investigación es básico con un enfoque cuantitativo. El tipo de diseño que utilizamos es el no experimental, de corte transversal descriptivo. La técnica que se utilizó es la encuesta y el instrumento de recolección fue el cuestionario aplicado a los trabajadores. La población estuvo constituida por la respuesta de 26 trabajadores de área de administración y finanzas en la escala de Likert (Siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca), que brindaron información acerca de las cuentas por cobrar cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente.

Asimismo, luego de haber desarrollado la investigación, aplicado los instrumentos se realizó el procesamiento de datos y se llegó a la siguiente conclusión: que existe un nivel adecuado en las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

Palabras claves: Cuentas por cobrar, término de venta, análisis de crédito y política de cobranza.

Abstract

This research work was as a general objective, determining the level of accounts receivable the company Olva courier, Callao, 2016. The population is about 26 workers of administration and finance, which has used the variable accounts receivable.

The method used is descriptive method and the type of research is basic with a quantitative approach. The type of design that we use is the experimental, descriptive cross-sectional no. The technique that I use is the survey and collection instrument was the questionnaire applied to workers. The population was constituted by the answer of 26 workers in finance and administration in the Likert scale (always, often, sometimes, almost never and never), which provided information about accounts receivable whose results are presented graphically and textually.

Also, after having developed research, applied instruments was performed the data processing and I came to the following conclusion: that there is a proper level in accounts receivable of the company Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

Key words: accounts receivable, a term of sale, credit analysis and collection policy

I. Introducción

1.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

Noriega (2013), realizó un trabajo de investigación titulada “Administración de cuentas por cobrar-un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquiladora de prendas de vestir en Guatemala”, tiene como objetivo general crear una propuesta administrativa de cuentas por cobrar eficiente que brinde apoyo a la gestión financiera y toma de decisiones a empresas que se dedican a la industria de maquilado de prendas de vestir en Guatemala. Su investigación es descriptiva, cualitativa y cuantitativa. Se llegó a las siguientes conclusiones: a) Se estableció mediante el análisis financiero a un grupo de empresas dedicadas a la industria maquiladora de prendas de vestir, que durante el período 2007-2009 atraviesa por una administración desatendida de cuentas por cobrar, producto de la falta de control en la concesión de créditos, ya que los otorgan con demasiada libertad, sin prestar la atención adecuada a los nuevos clientes b) Se realizó un análisis de cuentas vencidas y se evidenció que durante el período 2007-2009, hubo evasión al manejo y control de cuentas vencidas. c) La administración eficiente de cuentas por cobrar en una empresa dedicada a la industria maquiladora de prendas de vestir, depende de la planificación e implementación de procedimientos y políticas de crédito acorde del giro del negocio, las cuales deben ser cumplidas a cabalidad, además de ser revisadas y controladas periódicamente para asegurar una óptima gestión administrativa de cuentas por cobrar.

Bonifaz y Verdezoto (2013), en su trabajo de investigación titulada “Diseño de un modelo de cobranzas de créditos de consumo otorgados por el sistema financiero y viabilización del aplicativo informático (SAC) para disminuir el índice de morosidad de las cuentas por cobrar en cartera de consumo en la ciudad de Guayaquil”, cuyo objetivo principal es analizar la viabilidad del aplicativo informático denominado sistema de administración de cobranzas (SAC) conjuntamente con el diseño de un modelo de cobranzas de créditos del consumo aplicable al sistema financiero de la

ciudad de Guayaquil que permita reducir los índices de morosidad de los clientes. Su investigación es descriptiva, aplicada, cualitativa y cuantitativa. Su población es de 5016 personas y su muestra es de 150 personas. Se llegó a las siguientes conclusiones: a) Se propone el modelo de cobranzas para crédito de consumo otorgados por las instituciones del Sistema Financiero de la ciudad de Guayaquil el mismo que presenta diferentes procesos, reglamentaciones y políticas que deberán seguir los clientes, las empresas y las entidades financieras además se viabilizará conjuntamente la aplicación informática del Sistema de Administración de Cartera en las diferentes instituciones bancarias y de crédito de consumo para así optimizar los procesos de cobranza y control de cartera vencida siempre en concordancia a las leyes y reglamentos establecidos en el país.

Mijangos (2011), en su trabajo de investigación titulada “Administración del ciclo de conversión de efectivo en las empresas comercializadoras de neumáticos en Guatemala”, cuyo objetivo general es presentar a la administración de las empresas comercializadoras de neumáticos en Guatemala, una propuesta de solución a los problemas de liquidez que sufren actualmente, como consecuencia del desfase en su ciclo de conversión de efectivo y la deficiencia en la administración del capital de trabajo. Se utilizó el método científico, se realizó entrevistas y cuestionarios. Se llegó a las siguientes conclusiones: a) La alta concentración de recursos que estas empresas tienen en sus cuentas por cobrar, se debe a que no se tiene definida o no se está haciendo efectiva la política de crédito, por consiguiente existe desorden en la concesión de los créditos lo que se traduce en dificultades para recuperar los saldos cuando llega la fecha de vencimiento, por lo que muchas actividades operativas han tenido que ser financiadas con endeudamiento bancario, lo que se traduce en un alto costo que se debe asumir, mientras los clientes disfrutan el financiamiento sin costo, que la empresa les otorga, éste sector, tiene la política de dar a sus clientes sesenta (60) días de crédito.

Castillo (2012), en su trabajo de investigación titulada “Evaluación financiera de la liquidez en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos a través del

ciclo de conversión de efectivo”, cuyo objetivo general es evaluar financieramente la liquidez de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos, a través de las razones financieras y el análisis del ciclo de conversión de efectivo. Se utilizó el método científico para la planeación y sistematización de la investigación. Se llegó a las siguientes conclusiones: a) evaluar financieramente la liquidez de las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos, a través de las razones financieras y el análisis del ciclo de conversión de efectivo. b) Por las cifras mostradas por las dos compañías analizadas, se concluye que las mismas no tienen conocimiento de sus necesidades de efectivo ni el tiempo en que lo requerirán, motivo por el cual están dejando en la caja excesos de liquidez que pueden ser aprovechados de manera eficiente por medio de inversiones temporales. c) La administración de la liquidez depende de la planificación estratégica de cada compañía, lo cual debe incluir la administración eficiente de todos los recursos, pero en el tema de liquidez se debe poner mayor énfasis en el rubro de inventarios y cuentas por cobrar.

Tirado (2015), en su trabajo de investigación “Las políticas de créditos y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la fábrica de calzado Fadicalza”, tiene como objetivo general determinar la incidencia de las políticas de crédito y cobranza en la liquidez de la fábrica de calzado Fadicalza para incrementar la eficiencia en la gestión crediticia, su investigación tiene un enfoque mixto cuanti-cualitativo, es exploratoria, descriptiva y correlacional. Su población está conformada por 36 personas. Se llegó a las siguientes conclusiones a) la empresa no basa sus operaciones crediticias en políticas tanto de crédito como de cobranza, sino lo hace a través de procedimientos empíricos desarrollados por los encargados del manejo administrativo y es precisamente este error el que ha ocasionado inconvenientes en las cuentas por cobrar de la empresa. b) en la empresa no existe un adecuado control en las cuentas por cobrar, es decir no se realiza un seguimiento a los clientes que tienen créditos a la empresa y mucho menos realizan una constante actualización de datos, lo que ha generado que las ciertas cuentas por cobrar se vuelvan cuentas incobrables al no tener una información real y en ciertos casos incluso no poseer un documento de respaldo que facilite el cobro de lo adeudado.

Antecedentes Nacionales

Mayhuire (2015), en su trabajo de investigación titulada “Cartera de créditos y gestión de morosidad de la empresa MA & MM soluciones en la macro región sur del Perú, periodo de estudio enero 2012- diciembre 2014”, cuyo objetivo general es analizar la gestión de morosidad de la empresa MA & MM soluciones y su impacto en su cartera de créditos en la macro región sur del Perú ,su investigación es descriptivo y explicativo, se llegó a la siguientes conclusiones: a) Los niveles de morosidad no son constantes a través del tiempo y también tienen diferentes pesos para cada zona geográfica dentro de la macro región sur, así Arequipa es donde se encuentra la mayor densidad de créditos (visto desde el número, saldos y las diferentes clasificaciones usadas para esta investigación) seguido de Tacna, Juliaca Cusco e Ilo. Adicionalmente se observa que los niveles relativos de morosidad tienen tendencia a crecer a través de tiempo siendo Arequipa la que tiene mayor peso en el crecimiento de la morosidad y también de la cartera tanto en soles como en número. No obstante, para 2014 se tiene mayor preferencia por colocar mayores créditos, siendo en Arequipa donde se tiene preferencia por colocar créditos con mayores saldos de tal forma que reduce la cartera en número de créditos, esto puede tener importantes riesgos pues de no cambiar las prácticas de gestión de recuperación se puede esperar que para el largo plazo el ratio de cartera atrasada se eleve por causa de colocaciones riesgosas en Arequipa y al mismo tiempo elevando el ratio de cartera atrasada nacional. Adicionalmente se encuentra que la empresa tuvo una mejor calidad de cartera durante el 2012, periodo en el cual manejaba mayor cantidad de créditos con saldo en soles más moderados. Los créditos en pérdida o default son acumulados a través del tiempo, se pudo observar que estos conforme el tiempo avanzaba iba creciendo de tal forma que podemos inferir que la empresa no castiga su perdida declarándola como incobrable y sacándola de forma definitiva de la cartera, también se observó que son créditos de saldos menores a 1uit los que abundan en la cartera en perdida.

Maicelo y Rodríguez (2013), en su tesis titulado “Gestión de las cuentas por cobrar en la rentabilidad de las empresas de distribución en la ciudad de Huacho.”, cuyo objetivo general es determinar la gestión de las cuentas por cobrar y su efecto en la rentabilidad de las empresas de distribución en la ciudad de Huacho. Su investigación es aplicada y tiene un diseño descriptivo y explicativo, su enfoque es cuantitativo no experimental y transversal. Su población estuvo conformada por 191 personas, su muestra es de 50 personas, se obtuvo aplicando la fórmula de muestreo aleatorio simple. Se llegó a las siguientes conclusiones a) Si se realizara una adecuada gestión de las cuentas por cobrar, entonces tendrán efecto en la rentabilidad de las empresas de distribución en la ciudad de Huacho. b) Si aplicáramos adecuadamente las políticas de crédito y cobranzas relacionadas a la gestión de las cuentas por cobrar entonces tendrán efecto en la rentabilidad de las empresas de distribución en la ciudad de Huacho.

Rengifo (2011), en su tesis titulado “El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto”, cuyo objetivo general es analizar la incidencia del crédito en la rentabilidad de las microempresas comerciales en el distrito de Tarapoto. Su investigación es cuantitativa no experimental y transversal, aplico el método correlacional, inductivo. Su población estuvo conformada por 840 microempresas comerciales, su muestra es de 118 microempresas. Se llegó a las siguientes conclusiones a) Las microempresas comercializadoras del distrito de Tarapoto, exhiben un bajo nivel de gestión empresarial, toda vez que no disponen con personería natural el 61% del total, y cuentan con personería jurídica tan solo el 39%. Correlacionándose al hecho de que un 78% de las microempresas se encuentran comprendidas en los regímenes simplificado y especial del Registro Único del Contribuyente, no encontrándose obligadas a llevar libros de contabilidad y presentar balances y estados de pérdidas y ganancias, que representan los requisitos indispensables para el acceso a los diversos tipos de créditos, que oferta la banca comercial y de segundo piso. Corroborando esto con los resultados de la investigación que se tiene que durante el periodo 2007 – 2010 un considerable 41.5% de las microempresas no tuvieron

acceso a crédito alguno. b) Los niveles de rentabilidad de las microempresas comerciales de la ciudad de Tarapoto tienen relación directa con el acceso al crédito, la publicidad realizada, y, el grado de instrucción y estándares de capacitación de los conductores de las mismas, al margen de la demanda y el monto de los créditos que resultaron ser redundante y no significativa respectivamente. Esta lógica de razonamiento nos conlleva a confirmar la hipótesis de investigación propuesta.

1.2 Fundamentación técnica y humanística

Historia de la Finanzas

Chu (2012), manifestó que:

La gestión finanzas a través del tiempo ha tenido muchos cambios significativos a principios del siglo XIX, resaltando temas con relación a los aspectos legales con los diversos tipos de valores emitidos por las organizaciones.

A principios del año 1900 las finanzas aparecen como un campo de estudio independiente, teniendo como principal interés estudios relacionados con los aspectos legales, fusiones, consolidaciones y formación de nuevas organizaciones, así también como el tratamiento a los nuevos valores emitidos por las corporaciones. Al iniciarse el proceso de industrialización las empresas tenían como objetivo primordial obtener capitales para el crecimiento de sus negocios. La transferencia de fondos de los ahorristas individuales hasta las empresas era una tarea muy complicada.

La información de los estados financieros de las empresas no eran muy confiables. La negociación que realizan los inversionistas de los títulos y los valores (bonos y acciones), generaba fuertes fluctuaciones en los precios de los mismos, motivo por el cual el inversor se rehusaba adquirirlos.

Con la depresión del año 1930, muchas empresas quebraron, a causa de una mala gestión financiera. En esta etapa, los estudios de las finanzas se concentraron en las quiebras y reestructuración de negocios cuyo interés principal era la reorganización de las compañías dejando de la expansión.

En la década de 1940, los empresarios comenzaron a tomar mayor interés al diseño de métodos de análisis para saber cómo maximizar la utilidad y el precio de cada acción a recibir. Además se prestó mayor importancia al capital de trabajo el cual está conformado por los pasivos, deudas y patrimonio. En el mismo periodo se inicio la era de las computadoras, el cual ayudo en el desarrollarlo de diferentes modelos matemáticos para poder mejorar la administración de caja, inventarios, cuentas por cobrar y activos fijos.

En los años del 60, nuevamente se retomó el análisis de las deudas y del patrimonio, centrándose en optimizar el manejo de valores y el costo de capitales. En este periodo se desarrolló “la teoría del portafolio” y sus influencia en las finanzas corporativas.

Ya en la década de 1980, el punto más resaltante fue la inflación y como tratar con ella en las operaciones financieras. El interés se ha centrado en la toma de decisiones que generen valor para aquellos que aporten el capital (inversionistas y acreedores).

Hoy por hoy las finanzas tienen un papel fundamental para todas las empresas, porque contribuye en el crecimiento de la empresa; siempre y cuando se realicen adecuadamente los análisis financieros.

Administración del capital de trabajo

Besley & Brigham (2016), indica que:

La administración financiera a corto plazo, también denominada administración del capital de trabajo, que implica la administración de los activos y pasivos circulantes de la empresa, ambas desde sus orígenes puesto que a pesar que puede tratarse de una micro, pequeña, mediana o gran empresa la diferencia será solo su volumen de operaciones mas no la administración que deberían tener. La razón principal que explica por qué fracasan las empresas es que no son capaces de satisfacer sus necesidades de capital de trabajo. por consiguiente, la buena administración del capital de trabajo es un requisito para la supervivencia de la empresa (p. 542).

Gitman, Zutter (2012), manifestó que:

El capital de trabajo, es aquel que administra los activos y pasivos corrientes de la compañía, dentro de los cuales encontramos las cuentas por cobrar, y las cuentas por pagar. Una buena administración de capital es fundamental tanto para en sus operaciones diarias, así como también para su liquidez, rentabilidad y crecimiento de la compañía.

Capital de trabajo

Longenecker, Petty, Palich, Hoy (2012), el capital de trabajo “Es el activo circulante, es decir efectivo, cuentas por cobrar e inventario que necesita la empresa para realizar sus operaciones cotidianas” (p. 336). Por su parte Gitman, Zutter (2012), define el capital de trabajo “Como los activos corrientes que representan la parte de la inversión que circula de una forma a otra en la conducción ordinaria del negocio” (p.543).

Capital de trabajo neto

Gitman, Zutter (2012), indica que:

Es la diferencia entre el activo y sus pasivo circulantes de la compañía, y de su correcto equilibrio dependerá que la empresa funcione de manera exitosa pues contara con activos e ingresos suficientes para solventar los gastos y pagos a corto plazo con sus diversos proveedores.

Ciclo del capital de trabajo

Longenecker, Petty, Palich, Hoy (2012), el capital de trabajo es:

El proceso en que el inventario se compra o produce, después se realiza la venta al contado o al crédito .Las cuentas por cobrar posteriormente se convierten en efectivo cuando se cobran. Después este proceso se repite una y otro vez (p.302).

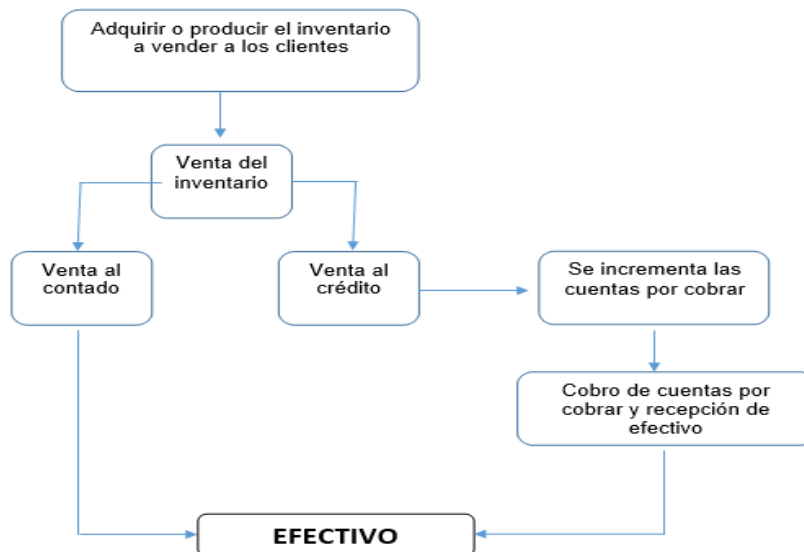


Figura 1. El ciclo del capital de trabajo

Variable 1: Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar representan en toda organización, el crédito que concede la empresa a sus clientes como resultado de una venta, sin más garantías que la promesa de pago a un plazo determinado. La palabra crédito significa tener fe o confianza en que el deudor o cliente pagará el importe de una operación. Por otro lado las cuentas por cobrar representan un activo que generan un beneficio económico a futuro para empresa.

Según Ross, Westerfield, Jaffe (2012), “Las cuentas por cobrar son los derechos del negocio contra deudores (clientes) que normalmente surgen de las ventas de mercancías o por la prestación de servicios dentro de las operaciones normales de la empresa” (p. 846). Por consiguiente cuando una empresa realiza una venta puede ser al contado ó extender un crédito a sus clientes. Dicho crédito genera una cuenta por cobrar el cual será pagado por el cliente en un tiempo determinado. Gitman, Zutter (2012), las cuentas por cobrar “es la duración promedio de tiempo que transcurre desde la venta al crédito hasta que el pago se convierte en fondos útiles para la empresa” (p. 558).

Podemos decir que las cuentas por cobrar es la gestión que se realiza desde el momento que se otorga el crédito al cliente, cuyo objetivo será gestionar la cobranza en el menor tiempo posible, para ello se puede utilizar algunas técnicas de cobranzas. Longenecker et al. (2012), argumenta que las cuentas por cobrar “Es la cuenta que comienza con una venta al crédito. La cantidad de los saldos de los clientes crédito se manejan en el balance como cuentas por cobrar, el cual es uno de los activos circulantes de la empresa” (p. 653). Por consiguiente las cuentas por cobrar se generan con la venta de un servicio al crédito, dichas cuentas se convierten en activo que no son en efectivo pero son los más cercanos a convertirse ya que los créditos por lo general se otorgan entre 30 a 60 días después de realizar la venta.

Apaza (2013), define las cuentas por cobrar como “Los derechos legítimamente adquiridos por la empresa que llegado el momento de ejecutar o ejercer ese derecho, recibirá a cambio efectivo o cualquier otra clase de bienes y servicio” (p.404). El servicio que la empresa brinda al crédito, genera una cuenta por cobrar el cual se convierte en una obligación para el cliente donde a finalizar el mes se generará una factura el cual tendrán que cancelar en el tiempo establecido de acuerdo a las condiciones de venta.

Administración de las cuentas por cobrar

Longenecker et al (2012), manifestó que:

Gran parte de las empresas realizan sus ventas al crédito, por lo tanto las ventas no tienen entradas de efectivo inmediatas, por lo contrario se origina una cuenta por cobrar, estas cuentas genera una inversión importante y continuada para las organizaciones que venden a crédito. En la actualidad, la inversión en activos la constituyen las cuentas por cobrar obtenidas de los crecientes incrementos en ventas. La administración de cuentas por cobrar, tiene como finalidad cobrar con rapidez los créditos otorgados a los clientes, cuyo resultado será generar liquidez para la empresa.

Periodo medio de cobro

Longenecker et al (2012), argumenta que “Es el número de días en promedio, que la empresa otorga el crédito para sus clientes, este análisis es útil para evaluar las políticas de crédito y cobro” (p.654). Se calcula dividiendo el saldo de las cuentas por cobrar entre las ventas diarias promedio.

$$\text{PPC} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas diarias promedio}} = \frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\frac{\text{Ventas anuales}}{365}}$$

Financiamiento de las cuentas por cobrar

Longenecker et al. (2012), argumentó que:

Alguna compañías agilizan el efectivo de la cuentas por cobrar al solicitar préstamos a los bancos utilizándolas como garantía, esta herramienta es conocida como el factoring. Al financiar dichas cuentas, estas organizaciones pueden asegurar el uso del efectivo entre treinta y sesenta días.

Existen dos tipos de financiamiento, el primero utiliza las cuentas por cobrar como garantía para un préstamo. Los pagos recibidos por los clientes se envían a la entidad financiera para amortizar el préstamo. El segundo tipo de financiamiento, una compañía vende sus cuentas por cobrar a una empresa de financiamiento, en ese caso la empresa financiera asume el riesgo de las deudas incobrables.

Una de las ventajas del financiamiento de las cuentas por cobrar es el flujo de efectivo inmediato que provee a las compañías que cuentan un capital de trabajo muy limitado.

Las desventajas de este financiamiento es que puede ser muy costoso. Por lo general las tasas que manejan los bancos son muy altas, porque deben de alguna manera compensar sus actividades y además por correr el riesgo de que los clientes no cumplan con sus pagos. Otra desventaja es que limitan la capacidad de la compañía y no podrían solicitar préstamos al banco ya que están retirando un activo principal del capital de trabajo.

Cuentas incobrables

Ross et al. (2012) manifiesta que:

La política de crédito y cobranza que pueda tener la empresa en la concesión de los créditos, por muy controlada que este la cobranza siempre existe el riesgo de que algunos clientes no paguen las obligaciones contraídas con el acreedor. Este problema se presenta en todos los negocios. Las cuentas incobrables carecen de valor y no se pueden presentar como activo, porque si no hubo pago, tampoco hubo ingreso, pero la venta se efectuó y la mercancía se entregó. El procedimiento contable consiste en presentar la suma incobrable como un gasto y no como una disminución en las ventas.

Dimensiones de la variable: Cuentas por cobrar

Para que una organización conceda crédito debe tener en cuenta los procedimientos, realizarlo y luego cobrarlas. Se debe tomar en cuenta los siguientes componentes:

Dimensión 1: Término de la venta

El término de la venta son las características particulares que pacta la compañía con un determinado cliente antes de otorgar el crédito, entre ellos tenemos las tarifas, la fecha de facturación, el tipo de servicio que se brindara al cliente, modalidad de facturación, entre otros. Ross et al. (2012), indica que el Término de la venta “Son los términos que se establecen al momento de realizar una venta. Para ello se debe decidir si será una al contado o se concederá un crédito” (p.846). Podemos concluir que el término de la venta especificara de manera implícita como venderá la empresa si al contado o al crédito, y si es una venta al crédito determinara el plazo del crédito.

Para Gitman y Zutter (2012), el termino de crédito “son las condiciones de venta para los clientes a quienes la empresa otorga un crédito. Los términos de 30 días significa que el cliente tendrá 30 días desde inicio del periodo de crédito para pagar el costo total de la factura” (p. 562). Por lo tanto concluimos que el término de crédito son los requisitos o las pautas que pacta la empresa al momento de otorgar un crédito. Por lo general se emite una factura al finalizar el mes por todo el servicio brindado en un determinado periodo. Según Apaza (2013), manifiesta que el término

de la venta “Son los acuerdos que tiene la empresa y el cliente, los cuales se comprometen a cumplir, llevar a cabo la forma y tiempo de pago de una determinada operación” (p. 408). El autor define el término de la venta como los acuerdos que pacta la empresa con sus clientes al momento otorgar un crédito, en dichos acuerdos se describe los compromisos y obligaciones de ambas partes.

Los factores que atribuyen a esta dimensión son las siguientes:

Periodo del crédito

Ross et al. (2012) argumentó que:

El periodo de crédito es el plazo que se otorga el crédito. El periodo puede varias de acuerdo al rubro de las empresas, generalmente es de 30 a 120 días. Hay empresa que ofrecen un descuento por pagar antes del vencimiento de sus facturas, a esta práctica se le conoce como descuento por pronto pago. El periodo del crédito tiene dos componentes: el periodo neto del crédito y el periodo del descuento por pronto pago. El periodo neto del crédito es el plazo que tiene el cliente para pagar (p. 848). En conclusión el periodo de crédito es la fecha de vencimiento que se les asigna a los clientes para que puedan cumplir con sus pagos oportunamente.

La fecha de facturación

Ross et al. (2012) manifestó que:

La fecha de facturación es el inicio del periodo del crédito. Una factura emitida es la conformidad de que el servicio fue realizado o por la compra de un producto. Los cortes de facturación se generan a fin de mes, por lo tanto la fecha de emisión de la factura son los 30 de cada mes.

Duración del periodo de crédito

Ross et al. (2012) argumentó que:

Existen diversos factores que influyen en la duración del periodo del crédito. Dos importantes son el periodo de inventario y el ciclo de operación del comprador. El periodo de inventario del comprador es el tiempo que se demora en adquirir inventario, para luego procesar y vender. El periodo de cuentas por cobrar es el tiempo que necesita para cobrar sus ventas. Tenga en cuenta que el periodo del crédito que ofrecemos es, en realidad, el periodo de cuentas por pagar del comprador. Al otorgar un crédito de alguna manera financiamos la operación diaria de nuestros clientes, como consecuencia reducimos su ciclo de efectivo. Por lo tanto si nuestro periodo del crédito es superior al periodo de inventario del cliente, estaremos costeadando no sólo sus compras de inventario, sino también una parte de sus cuentas por cobrar, es por este motivo que la duración del ciclo de operación del comprador se menciona a menudo como límite superior apropiado del periodo del crédito (p. 849).

Descuento por pronto pago

Ross et al. (2012) argumentó que:

Una razón por la que se ofrecen estos descuentos es para acelerar el reembolso de las cuentas por cobrar. Esto tendrá el efecto de reducir el monto del crédito que se ofrece y la empresa tiene que equilibrar esta posible ventaja con el costo del descuento. Tenga en cuenta que cuando se ofrece un descuento por pronto pago el crédito es, en esencia, gratuito durante el periodo de descuento. Otra razón para ofrecer descuentos por pronto pago es que éstos son una forma de cobrar precios más altos a los clientes que pagan a crédito. En este sentido, los descuentos por pronto pago son una forma conveniente de cobrar por el crédito otorgado a los clientes (p.850).

Instrumento del crédito

Ross et al. (2012) argumentó que:

El instrumento de crédito es la prueba básica del adeudo. Casi todo el crédito comercial se ofrece en una cuenta corriente. Esto significa que el único instrumento de crédito formal es la factura, que se envía con el embarque de productos y que el cliente firma para dejar constancia de que recibió los productos. Después, la empresa y sus clientes registran el intercambio en sus libros de contabilidad. Una empresa también puede usar un contrato de venta con reserva de dominio como instrumento de crédito. En este esquema, la firma conserva la propiedad legal de los productos hasta que el cliente haya efectuado el pago total. Por lo regular, los contratos de venta con reserva de dominio se pagan en abonos e incorporan un costo por interés (p.851).

Dimensión 2: Análisis de crédito

El análisis de crédito son los lineamientos para determinar si se otorga el crédito a un cliente, para ello la empresa debe utilizar las diferentes fuentes de información de crédito que son necesarias para llevar un correcto análisis dentro de los límites de tiempo y costo. Según Ross et al. (2012), el análisis de crédito “Son los componentes que de alguna manera influye en la decisión de otorgar un crédito” (p. 852). Por lo tanto la política de crédito son los componentes que determina si se otorgara crédito a los clientes para ello se deberá diferenciar entre los clientes que pagarán y aquellos que no lo harán. Es necesario calcular el VPN para definir si se concede el crédito al cliente.

Para Gitman y Zutter (2012), la política de crédito “Es la aplicación de técnicas con el propósito de determinar que clientes se encuentran actos para concederles el crédito. Este proceso comprende evaluar la capacidad crediticia del cliente y

compararla con los estándares del crédito de la compañía” (p. 558). Concluimos que la política de crédito es la pauta que da la empresa para determinar si se concederá el crédito a los clientes.

Apaza (2013), indica que la política de crédito:

Las políticas de crédito son los procedimientos de la empresa en donde se describe todas las actividades para obtener una cobranza efectiva, dichas políticas de crédito se le hace saber al cliente al momento de la firma para evitar contratiempos al momento de emitir la factura y del pago respectivo.

Efectos de la Política de crédito

Cuando se evalúa la política de crédito se debe considerar cinco factores básicos.

Ross et al. (2012), manifestó:

- a) Efecto en ingresos. Si la compañía otorga un crédito, tendrá un atraso en la cobranza de las ventas. A pesar de ello, es posible que la compañía tenga que cobrar una tarifa más elevada a todos los clientes con crédito para poder incrementar sus ingresos.
- b) Efectos sobre los costos. Así la compañía realice una venta al crédito y/o al contado, incurre en los costos de venta para comprar ó adquirir mercadería.
- c) El costo de la deuda. el costo del endeudamiento a corto plazo de la firma es un factor que debe tomarse en cuenta en la decisión de conceder crédito.
- d) La probabilidad de incumplimiento de pago. Si la compañía concede crédito, cierto porcentaje de clientes a crédito no pagarán en la fecha pactada, es por ello que se recomienda que la empresa genere reportes para que pueda analizar aquellos clientes que son morosos.
- e) El descuento por pronto pago. La empresa ofrece un descuento por pronto pago, algunos clientes optarán por pagar antes para aprovechar el descuento (p. 852).

Análisis del Crédito

Ross et al (2012), indica que el análisis de crédito “Es el proceso de determinar si se otorgar crédito a los clientes y debe establecer algunas formas para determinar a quién se le dará crédito y a quién no. comprende dos pasos: reunir la información pertinente y determinar la solvencia financiera” (p. 856).

Información del crédito

Ross et al. (2012), detalla las siguientes fuentes:

- a) Estados financieros. La empresa puede solicitar al cliente que presente sus estados financieros.
- b) Informes de crédito sobre el historial de pago del cliente.
- c) Bancos, brindan cierta asistencia a sus clientes empresariales en la adquisición de información sobre la solvencia de otras empresas.
- d) El historial de pago del cliente en la misma empresa. La manera más obvia de obtener una estimación de la probabilidad de que los clientes no paguen es examinar si han liquidado sus obligaciones pasadas (p.858).

Evaluación y calificación crediticia

Ross et al (2012) argumenta que:

La calificación crediticia es el proceso de calcular una puntuación numérica para un cliente con base a los datos obtenidos; el crédito se otorga o se niega de acuerdo al resultado. Por ejemplo, una compañía podría calificar a un cliente sobre una escala de 1 (muy malo) a 10 (muy bueno) en cada una de las cinco C del crédito usando toda la información disponible sobre el cliente, en la base a los resultados obtenidos la firma podría decidirse por

otorgar crédito sólo a los clientes cuya calificación sea superior a 30, por ejemplo.

Las clásicas cinco C del crédito son los factores básicos que deben evaluarse.

- a) **Carácter.** Disposición del cliente a cumplir obligaciones crediticias.
- b) **Capacidad.** Solvencia del cliente para cumplir obligaciones crediticias con los flujos de efectivo de operación.
- c) **Capital.** Reservas financieras del cliente.
- d) **Colateral.** Activo entregado en garantía en caso de incumplimiento.
- e) **Condiciones.** Las condiciones económicas generales en la línea de negocios del cliente (p.859).

Dimensión 3: Política de cobranza

La política de cobranza son los procedimientos adaptados para cobrar las cuentas cuando están por vencer, para ello es necesario hacer el seguimiento minucioso generando reportes de facturas para luego ser analizados utilizando las técnicas más conocidas como la tabla de antigüedad y el periodo promedio de pagar, estos indicadores nos ayudara a identificar el comportamiento de pago de cada uno de nuestros clientes. Según Ross et al. (2012), indica que la política de cobranza “Consiste en supervisar constantemente las cuentas por cobrar para detectar problemas y obtener el pago de las cuentas vencidas” (p. 859). Podemos decir que las políticas de cobranza es el seguimiento y/o revisión de la cuentas por cobrar, vale decir el crédito que se otorgó a los cliente, de esta manera analizar el comportamiento de pago del cliente.

Para Gitman y Zutter (2012), la política de cobranza consiste en “Una revisión continua de sus cuentas por cobrar para determinar si los clientes están pagando de acuerdo a los términos de crédito establecidos” (p. 565). La política de cobranza es el control y supervisión de las cuentas por cobrar para analizar la tendencia de los

clientes con crédito, dicha vigilancia de crédito advertirá a la compañía del problema y de esta manera como resultado positivo obtendríamos una cobranza oportuna.

Apaza (2013), definió la política de cobranza:

Es el método que utiliza la compañía para realizar sus cobranzas, las cuales se pueden realizar de la siguiente manera: Cobranza directa, los clientes cancelan directamente a la empresa. Cobranza por medio de cobradores, dichos cobradores son los bancos los cuales para llegar a cabo la cobranza se quedan con un porcentaje del cobro (p.409).

Supervisión de las cuentas por cobrar

Gitman y Zutter (2012), manifestó que:

La supervisión de las cuentas por cobrar consiste en una revisión y análisis constante de las facturas pendientes por cobrar para determinar si sus clientes están cumpliendo con sus pagos de acuerdo con los términos de venta pactados. Si los clientes no pagan la empresa deberá comunicar oportunamente al área correspondiente para que pueda gestionar el cobro de los mismos. Además los pagos lentos pueden ser muy costosos para la organización, porque extienden el periodo de cobro lo cual afecta considerablemente al capital de trabajo (p.859).

Periodo promedio de cobro

Gitman y Zutter (2012), argumentó que:

Es el número de días que las ventas al crédito se encuentran pendientes de cobro. El PPC consta de dos componentes: a) el tiempo que transcurre desde que se realiza la venta hasta el pago que realice el cliente. b) el tiempo para recibir, procesar y cancelar el pago. La fórmula para calcular el

periodo promedio es: $PPC = \text{Cuentas por cobrar} / \text{Ventas diarias}$. El uso de esta técnica permitirá a la empresa determinar si existe algún problema con sus cuentas por cobrar, por lo general las empresas de servicio otorgan créditos a 30 días, si el resultado de PPC es mayor a 30 días, la empresa tendría que revisar y analizar sus operaciones de crédito.

Tabla de antigüedad

Según Ross et al. (2012), argumenta que:

La tabla de antigüedad se utiliza para analizar la morosidad de los clientes se debe determinar la antigüedad de estas cuentas. Por medio de este proceso la empresa podrá determinar si el problema se encuentra en sus cuentas por cobrar o es atribuible a otras cuentas específicas (p.860).

Determinación de la antigüedad de las cuentas por cobrar

Gitman y Zutter (2012), argumentó que:

Un calendario de vencimiento clasifica las cuentas por cobrar en grupos de acuerdo al momento que se generó la factura. Generalmente se realiza una clasificación mensual del último trimestre. El calendario resultante indica los porcentajes del saldo total de las cuentas por cobrar que han estado pendientes durante periodos específicos (p.565).

Trabajo de Cobranzas

Ross et al (2012) manifestó que:

Las empresas llevan a cabo la siguiente secuencia de procedimientos con los clientes morosos:

- a) Envían una carta de aviso de morosidad para informar al cliente del estado de atraso de la cuenta.

- b) Efectúan una llamada telefónica al cliente.
- c) Contratan una agencia de cobranza.
- d) Emprenden acciones legales contra el cliente.

En ocasiones, una empresa podría suspender el crédito a los clientes morosos hasta que éstos regularicen sus pagos. Esto podría causar irritación en un cliente, lo que podría generar un conflicto de intereses entre el departamento de cobranzas y el de ventas (p.860).

1.3 Justificación

El propósito de esta investigación es mejorar la gestión de las cobranzas, se ha observado que no están utilizando las herramientas y técnicas adecuadas para analizar correctamente este activo tan importante que son las cuentas por cobrar. Además se observa que no están aplicando correctamente las políticas de crédito y cobranza establecidas, el área de ventas está captando cliente sin hacer un estudio minucioso y proyección de envíos y fuera de generar ingresos, ocasiona gastos porque el cliente no paga a tiempo y en casos hasta nos penaliza por no cumplir con los periodos de entrega según los acuerdos establecidos.

Justificación teorica

Desde el punto de vista teórico, el planteamiento de esta investigación es dar a conocer de que manera se puede optimizar las cobranzas en la empresa, y para ello es necesario contar con conceptos y definiciones referentes a la variable cuentas por cobrar, antecedentes y estudios relacionados con el tema, lo cual fundamenta teóricamente la investigación.

Justificación Práctica

Esta investigación ayudara a identificar las fallas y debilidades respecto a la forma en que administran sus cuentas por cobrar, cuyos resultados serán útiles para las empresas.

Justificación Financiera

Se realizó este trabajo de investigación porque la falta de control en las cuentas por cobrar, está afectando considerablemente la liquidez de la compañía, ya que se ha detectado que el 50% de los clientes están pagando a 60 días, cuando el crédito es a 30 días.

1.4 Problema

Los eventos de la última crisis financiera internacional, cuyo inicio estuvo marcado por el colapso de la banca de inversión Lehman Brother el 15 de septiembre del 2008, está forzando a todas las instituciones del sistema financiero y a las empresas, a revisar sus estructuras tradicionales de financiamiento, recordándoles que riesgo y la rentabilidad siempre van de la mano y que nadie está ajeno a un proceso de globalización constante.

Actualmente, a las empresas les resulta difícil mantener su nivel de actividad debido al déficit para financiar su circulante. El activo circulante es una pieza importante del capital de trabajo y su mala administración podría llevar a la quiebra a las compañías.

Las compañías peruanas buscan mantenerse a flote, se hace imprescindible trazar estrategias que aboguen por el desarrollo de las grandes, medianas y pequeñas compañías. Las organizaciones solo se concentran en generar ventas y reducir gastos, dejando de lado un factor importante que son las cuentas por cobrar, el cual representa el 80% de las ventas y el solo hecho de no cobrarlas a tiempo, está generando grandes problemas de liquidez. En este sentido, es necesario conocer los conceptos, herramientas, técnicas de las cuentas por cobrar para saber su importancia y el papel que tiene en las corporaciones.

Las ventas al crédito se han convertido en un ingreso fuerte para la empresa Olva Courier S.A.C., puesto que el 70% de sus ingresos corresponde a las ventas al

crédito, dichas ventas no son cobradas en el tiempo establecido con el cliente, esto se debe a varios factores, entre ellos tenemos que no están aplicando las políticas de crédito y cobranza, en los últimos años el área de ventas ha tenido varios cambios y cuenta con personal nuevo y no conocen el sistema y el negocio, finalmente terminan ofreciendo al cliente servicios que la empresa no puede cumplir lo cual generará pérdida de dinero porque el cliente no paga y además penaliza a la empresa por no cumplir con lo acordado en el contrato.

Por otro lado tenemos la falta de control y supervisión en el área de cobranzas, se ha podido observar que no aplican los métodos y herramientas para analizar a detalle la cartera de clientes con cuentas vencidas. Esto se debe a la ambigüedad de su proceso, porque el área solo se encarga de cancelar lo que paga el cliente, enviar cartas y hacer llamadas telefónicas coordinando o solicitando pagos, no existe un análisis detallado de cartera solo se limitan a generar reportes, identificar los clientes y llamarlos lo cual no es productivo para la empresa, porque lo que se busca es tomar decisiones oportunas y reducir el índice de morosidad.

Por las razones escritas fue necesario demostrar en que nivel se encuentra las cuentas por cobrar en la empresa Olva Courier, para tal efecto se analizaron los temas de: términos de la venta, análisis del crédito y políticas de cobranzas, se debe tomar conciencia de lo que implica la falta de control de las cuentas por cobrar, por tal razón es importante mejorar los sistemas de cobros, puesto que la demora excesiva afecta a la liquidez.

Problema General

¿Cuál es el nivel de las cuentas por cobrar en la Empresa Olva Courier, Callao, 2016?

Problemas específicos

Problema específico 1

¿Cuál es el nivel del término de la venta en las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016?

Problema específico 2

¿Cuál es el nivel del análisis del crédito de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016?

Problema específico 3

¿Cuál es el nivel de las políticas de cobranzas en las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016?

1.5 Objetivos

Hernández, Fernández y Baptista (2012), manifiesta que “Los objetivos de investigación señalan a lo que se aspira en la investigación y deben expresarse con claridad, pues son las guías del estudio” (p. 37). Por lo tanto podemos decir que los objetivos son las metas o el fin que se pretende alcanzar con la investigación.

Objetivo general

Determinar el nivel de las cuentas por cobrar en la Empresa Olva Courier, Callao, 2016.

Objetivos específicos

Objetivos específico 1

Determinar el nivel del término de venta en las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016

Objetivos específico 2

Determinar el nivel del análisis del crédito de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016

Objetivos específico 3

Determinar el nivel de las políticas de cobranza de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016

II. Marco Metodologico

2.1 Variables

Definición conceptual de las variable cuentas por cobrar

Según Ross et al.(2012), Las cuentas por cobrar representan derechos del negocio contra deudores (clientes) que normalmente surgen de las ventas de mercancías o por la prestación de servicios dentro de las operaciones normales de la empresa (p.846).

Definición operacional de las variables cuentas por cobrar

Definimos la variable cuentas por cobrar a partir de sus dimensiones: termino de venta, análisis de credito y politicas de cobranzas con sus respectivos indicadores, los cuales serán cuantificados a través de los índices, Siempre (5), Casi siempre (4), A veces (3), Pocas veces (2) y Nunca (1) a través del cuestionario. Finalmente será medido en niveles de muy adecuado, adecuado y nada adecuado.

2.2 Operacionalización de la variable

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable cuentas por cobrar

Dimensiones	Indicadores	Items	Escala/valor	Niveles
Término de la venta	Periodo del crédito	1;2;3;4		
	Descuentos por pronto pago	5;6		
	Instrumento del crédito	7;8;9;10		Nada adecuado
Análisis del crédito			Nunca (1)	
	Efectos de la política de crédito	11;12	Pocas veces (2)	
	Análisis del crédito	13;14	A veces (3)	Adecuado
	Información del crédito	15;16;17	Casi siempre (4)	
	Evaluación y calificación crediticia	18;19;20	Siempre (5)	Muy adecuado
Política de cobranzas	Supervisión de las cuentas por cobrar	21;22;23;24		
	Periodo promedio de cobro	25		
	Tabla de antigüedad	26		
	Tipo de cobranzas	27;28;29;30		

2.3 Metodología

En la presente investigación se empleó el método descriptivo. Podemos mencionar que el método descriptivo apunta a estudiar el fenómeno en su estado actual y en su forma natural, recoger información acerca de las características, comportamientos y fenómenos de una situación actual.

Hernández, Fernández y Baptista (2012), argumenta que:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, eso es, su objetivo no es indicar como se relacionan estas (p. 80).

2.4 Tipo de investigación

Debido al objetivo de estudio podemos determinar que es una investigación básica debido a que en un primer momento se ha descrito y caracterizado la variable de estudio; porque va a permitir medir el nivel de las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016, enriqueciendo a la vez el marco teórico conceptual de esta variable. Es de enfoque cuantitativo porque reúne y analiza datos numéricos de la variable.

Según Carrasco (2013), “La investigación básica no tienen propósitos aplicativos inmediatos, pues sólo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos existentes acerca de la realidad” (p. 43).

Según Tamayo (2012), indica que el enfoque cuantitativo “Se orienta fundamentalmente a la medición de las variables y sus relaciones, por lo cual se deben verificar para establecer la prueba de hipótesis y validar de esta forma las teorías enunciadas” (p.47).

2.5 Diseño

El diseño de la investigación es no experimental porque no se manipula las variables, de corte transversal porque se recolectan los datos en un solo momento y descriptivo porque tiene como objeto ubicar las variables en una población determinada.

Hernández, et al. (2012), que afirman que “Las investigaciones no experimentales son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos” (p.149). Por lo tanto podemos decir que un diseño no experimental no se realiza experimento alguno, no manipula las variables y se observa de manera natural los hechos o fenómenos, es decir tal y como se dan en su contexto natural.

Según Hernández, et al. (2012), señala que los diseños de investigación transeccional o transversal “ Recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (p.151).

Según Hernández, et al. (2012), manifiesta que:

Los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. Son por tanto, estudios puramente descriptivos (p.155).

2.6 Población

El presente trabajo de investigación está constituido por 26 colaboradores entre gerentes, jefes y analistas que pertenecen al área de administración y finanzas de la empresa Olva Courier S.A.C. Según Tamayo (2012), la población se define” Como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica en común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p.114).

Muestra

El presente trabajo de investigación no tiene muestra por tener una población pequeña. Carrasco (2013) define:

La muestra es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población. (p.237).

Muestreo

El presente trabajo de investigación no tiene muestreo. Carrasco (2013) define el muestreo “Como un instrumento de gran validez, en el cual el investigador selecciona las unidades representativas a partir de las cuales obtendrá los datos que le permitirán extraer inferencias acerca de la población que se investiga” (p.181).

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Ñaupas, Mejía, y Ramirez (2014), manifiesta que:

Las técnicas e instrumentos de investigación se refieren a los procedimientos y herramientas mediante los cuales vamos a recoger los datos e informaciones necesarias para probar o contrastar nuestras hipótesis de investigación, siendo una de sus técnicas la encuesta y la entrevista y cuestionario sus respectivos instrumentos (p. 201).

En el presente trabajo de investigación se han empleado las siguientes técnicas:

Técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario, que ha sido aplicada a los trabajadores del área de administración y finanzas de la empresa Olva Courier

en el distrito del Callao, 2016, para recoger información acerca de la variable: cuentas por cobrar.

Ficha Técnica del instrumento

Nombre del instrumento : Cuestionario cuentas por cobrar
Aplicación : Personal del área de administración y finanzas
Autora : Catalina Janet Lock García
Año : 2017
Duración : Aproximadamente 20 minutos
Estructura : La escala consta de 30 preguntas, con alternativa de respuesta como: Nunca (1), Cas nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5).El cuestionario estará distribuido en 3 dimensiones.

Técnica de procesamiento de datos, su instrumento las tablas de procesamiento de datos que ha sido empleada para tabular, y procesar los resultados de las encuestas a los trabajadores del área de administración y finanzas de la empresa Olva Courier en el distrito del Callao, 2016

Técnica del fichaje y su instrumento las fichas bibliográficas, que ha sido empleada para registrar la indagación de bases teóricas del estudio.

Técnica de opinión de expertos y su instrumento el informe de juicio de expertos, aplicado y desarrollado por dos o tres magísteres o doctores en educación para validar la encuesta-cuestionario.

2.8 Metodos de analisis de datos

Validez del instrumento

Según Hernández, et al. (2012), manifiesta que “La validez se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p. 200).

La validez de contenido

Según Hernández, et al. (2012), manifiesta que “La validez de contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. Es el grado en el que la medición representa al concepto o variable medida” (p. 201).

El procedimiento de validación de contenido que se utilizará para los instrumentos en este estudio será sometido a un proceso de aprobación mediante la técnica de peritaje o juicio de expertos en el área, antes de su aplicación.

Tabla 2

Validez de los instrumentos de medición

Validador	Resultado
Dra. Gliria Susana Mendez Ilizarbe	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad de la variable Cuentas por Cobrar

Según Hernández, et al. (2012), “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (p.200). Para determinar la confiabilidad del cuestionario sobre las cuentas por cobrar, se aplicó una prueba de niveles la misma que arrojó un

coeficiente de alfa de Cronbach 0.915, lo cual permite decir que el instrumento empleado en la prueba piloto tiene un nivel aceptable de alta confiabilidad.

Tabla 3

Resultados de la confiabilidad del instrumento sobre las cuentas por cobrar

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.915	30

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4

<i>Niveles de Confiabilidad</i>	
Valores	Nivel
De -1 a 0	No es confiable
De 0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
De 0,5 a 0,75	Moderada confiabilidad
De 0,76 a 0,89	Fuerte confiabilidad
De 0,9 a 1	Alta confiabilidad

Fuente: Elaboración propia

2.9 Aspectos éticos

Este trabajo de investigación ha cumplido con los criterios establecidos por el diseño de investigación cuantitativa de la Universidad César Vallejo, el cual sugiere a través de su formato el camino a seguir en el proceso de investigación. Asimismo, se ha

cumplido con respetar la autoría de la información bibliográfica, por ello se hace referencia de los autores con sus respectivos datos de editorial y la parte ética que éste conlleva.

Las interpretaciones de las citas corresponden al autor de la tesis, teniendo en cuenta el concepto de autoría y los criterios existentes para denominar a una persona “autora” de un artículo científico. Además de precisar la autoría de los instrumentos diseñados para el recojo de información, así como el proceso de revisión por juicio de expertos para validar instrumentos de investigación, por el cual pasan todas las investigaciones para su validación antes de ser aplicadas.

III. Resultados

3.1 Descripción de resultados

Tabla 5

Tabla que representa el nivel de las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C

Cuentas por cobrar			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Adecuado	7	26.9
	Adecuado	11	42.3
	Muy Adecuado	8	30.8
	Total	26	100.0

Fuente: Elaboración propia

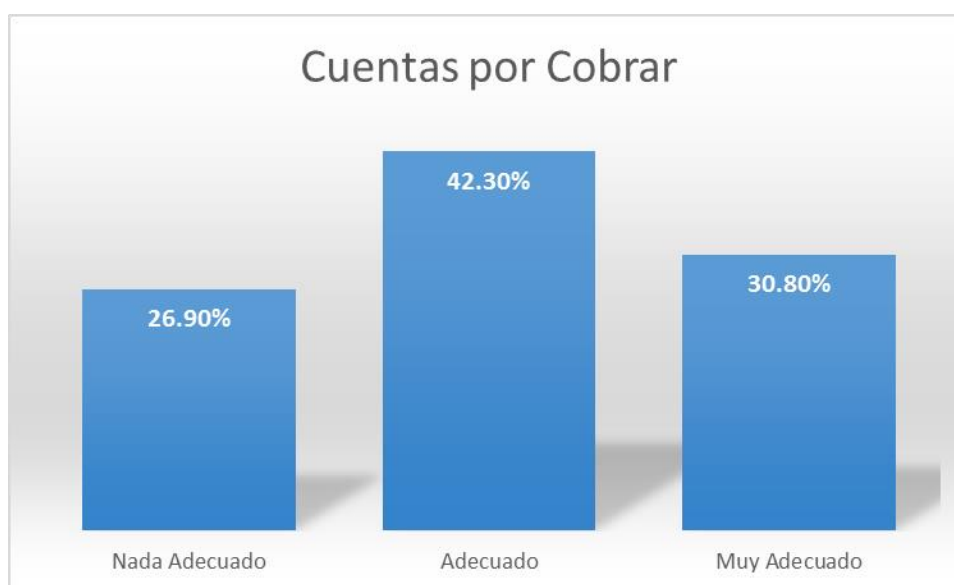


Figura 2: Gráfico de barras que expresa en porcentajes del nivel de las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C

En la tabla 5 y la figura 2, se observa que el 26.90% se ubica en un nivel nada

adecuado, un 42.30% en un nivel adecuado, un 30.80% en un nivel muy adecuado. Estos resultados muestran que las cuentas por cobrar se ubican en un adecuado, lo cual es muy favorable para la empresa.

Tabla 6

Tabla que representa el nivel del término de la venta en la empresa Olva Courier S.A.C

		Termino de Venta	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Adecuada	11	42.3
	Adecuada	9	34.6
	Muy Adecuada	6	23.1
	Total	26	100.0

Fuente: Elaboración propia

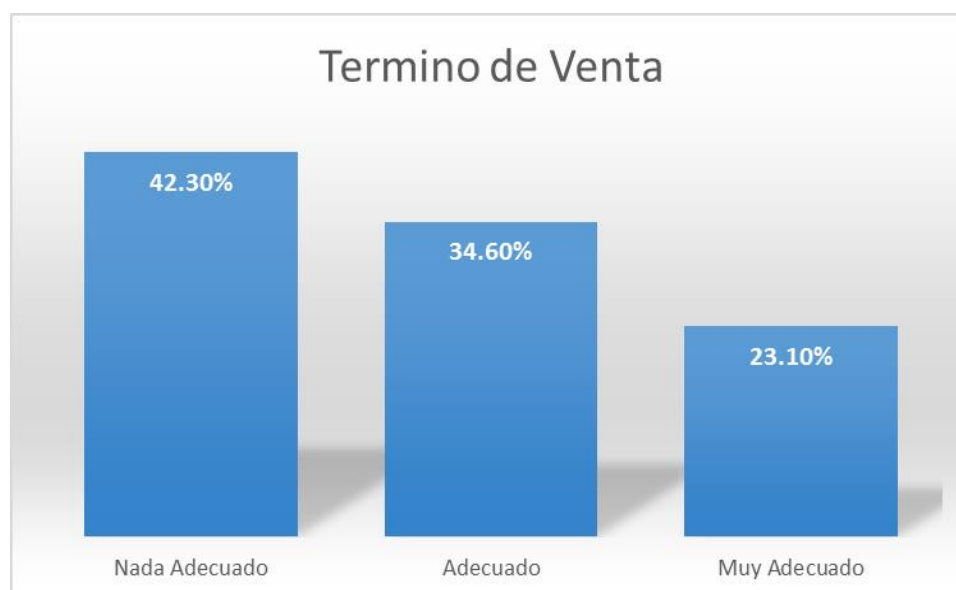


Figura 3: Grafico de barra que expresa en porcentajes del nivel del término de la venta de la empresa Olva Courier S.A.C

En la tabla 6 y la figura 3, se observa que el 42.30% se ubica en un nivel nada

adecuado, en seguida un 34.60% se ubica en un nivel adecuado y un 23.10% en un nivel muy adecuado. Estos resultados muestran que el término de la venta, no es nada adecuado, lo cual no es favorable para la empresa.

Tabla 7

Tabla que representa el nivel del análisis del crédito de la empresa Olva Courier S.A.C

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Adecuado	7	26.9
	Adecuado	10	38.5
	Muy adecuado	9	34.6
	Total	26	100.0

Fuente: Elaboración propia

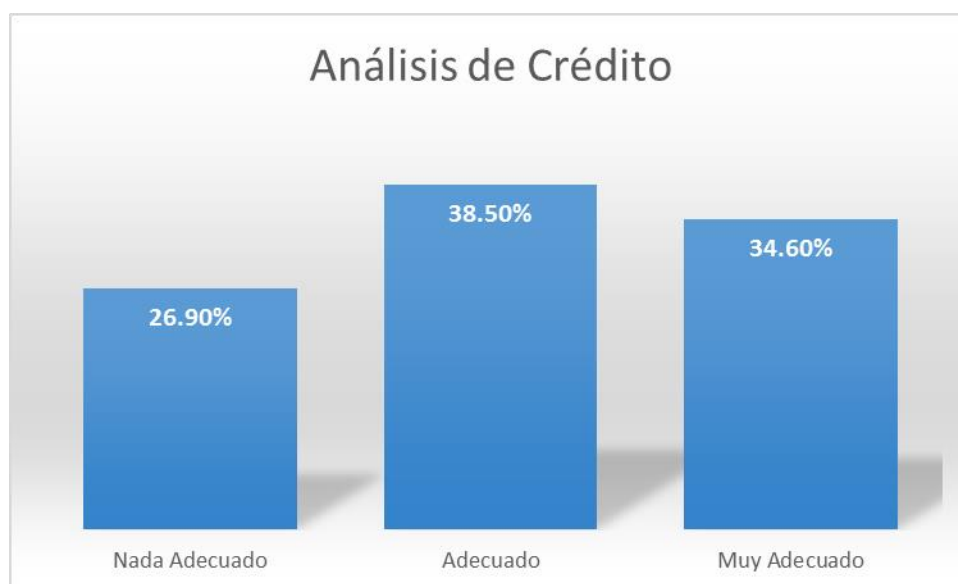


Figura 4: Gráfico de barra que expresa en porcentajes el nivel del análisis del crédito de la empresa Olva Courier S.A.C

En la tabla 7 y la figura 4, se observa que el 26.90% se ubica en un nivel nada

adecuado, el 38.50% en un nivel adecuado, el 34.60% en un nivel muy adecuado. Estos resultados muestran que el análisis de crédito es adecuado, lo cual es favorable para la empresa.

Tabla 8

Tabla que representa el nivel de las políticas de cobranzas de la empresa Olva Courier S.A.C

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nada Adecuado	11	42.3
	Adecuado	7	26.9
	Muy Adecuado	8	30.8
	Total	26	100.0

Fuente: Elaboración propia

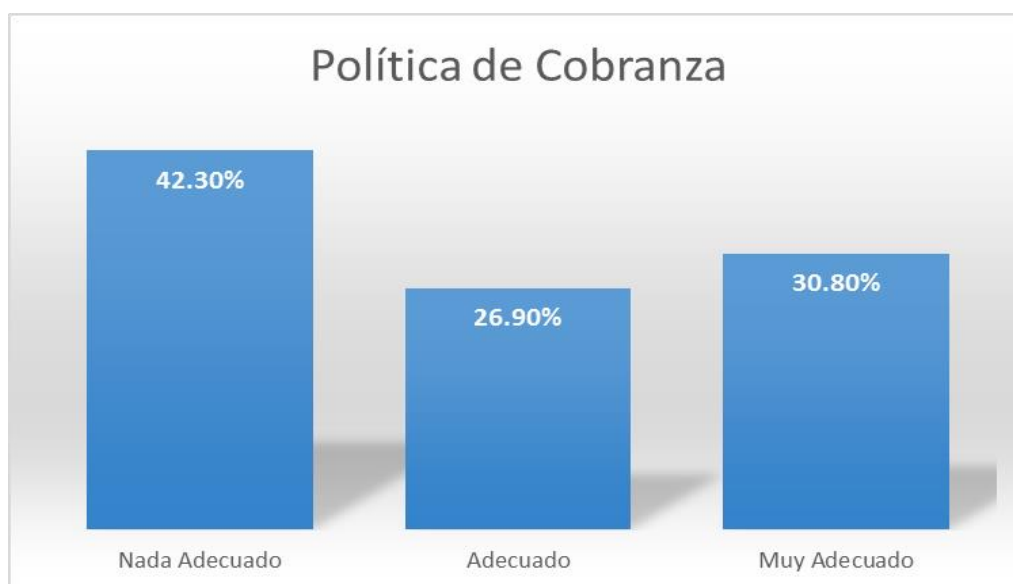


Figura 5: Gráfico de barras que expresa en porcentajes del nivel de las políticas de cobranzas de la empresa Olva Courier S.A.C

En la tabla 8 y la figura, se observa que el 42.30% se ubica en un nivel nada

adecuado, el 26.90% en un nivel adecuado, el 30.80% en un nivel muy adecuado. Estos resultados muestran que la política de cobranza se encuentra en un nivel nada adecuado, lo cual no es favorable para la empresa.

IV. Discusión

Discusión de los Resultados

El presente estudio se realizó fundamentalmente para evaluar las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C, Callao,2016. A continuación se discuten los resultados.

Con respecto al objetivo general, según los resultados obtenidos se observa que el 42.30% determina que existe un nivel adecuado de cuentas por cobrar , lo cual es no es muy positivo para la organización, lo que significa que Olva Courier gestiona de manera regular las cuentas por cobrar y su índice de morosidad no se encuentra dentro de los parámetros permitidos, el cual podría generar problema de liquidez para la empresa y no podría cumplir con sus pagos a corto plazo. Maicelo y Rodríguez (2013). En su trabajo de investigación titulada “Gestión de las cuentas por cobrar en la rentabilidad de las empresas de distribución en la ciudad de Huacho.”, establece que si existe una adecuada gestión de las cuentas por cobrar su rentabilidad se maximiza y puede afrontar pagos a corto plazo. Gitman, Zutter (2012), manifiesta que el capital de trabajo ó administración financiera, se encarga de administrar los activos y pasivos corrientes de la empresa, dentro de los cuales encontramos las cuentas por cobrar, valores negociables, el efectivo, cuentas por pagar. Una buena administración de capital es fundamental tanto para en sus operaciones diarias, así como también para su liquidez, rentabilidad y crecimiento de la compañía. Por ello se afirma que es importante que las empresas gestionen correctamente las cuentas por cobrar, para tener un capital de trabajo solido que cuente con liquidez para cubrir sus obligaciones a corto plazo y cumplir con todos sus compromisos.

Con respecto al objetivo específico 1, según los resultados, encontramos que un 42.30%, afirma que el nivel de término de venta no es nada adecuado, lo cual no es positivo para la compañía porque no desempeña un rol importante en las cuentas por cobrar, lo que significa que si la empresa no cumple con todos los procedimientos antes de otorgar un crédito al cliente, su flujo de caja presentara

problemas de liquidez .Mijangos (2011) en su trabajo de investigación titulada “Administración del ciclo de conversión de efectivo en las empresas comercializadoras de neumáticos en Guatemala”, determina que tiene una alta concentración de activos circulantes en la cuenta por cobrar, esto se debe a que no tiene bien definida las políticas de crédito. Si comparamos los resultados podemos apreciar que una mala gestión e interpretación de los términos de venta genera un desorden total en los créditos que se otorgan a los clientes lo cual resulta difícil después recuperarlas y afecta considerablemente a los activos circulantes, incluso la empresa se vería en la necesidad de solicitar préstamos bancarios para cubrir los gastos operativos. Ross et al. (2012), afirma que el términos de la venta es pieza fundamental dentro de las cuentas por cobrar porque determina las condiciones que se establecen al momento de realizar una venta al crédito ya sea de bienes y servicios y se comprometen a cumplir tanto el cliente como el acreedor, el cual es básico para poder analizar el tiempo en que retorna el dinero producto de una venta.

Con respecto al objetivo específico 2, según los resultados encontramos que 38.5%, ubica al análisis de crédito en un nivel adecuado, lo cual es positivo para la empresa , lo que significaría que existe un adecuado manejo y control de los créditos otorgados a los clientes. Noriega (2013), en su trabajo de investigación titulada “Administración de cuentas por cobrar-un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquiladora de prendas de vestir en Guatemala”, establece mediante el análisis financiero que las cuentas por cobrar atraviesa por una administración desatendida, producto de la falta de control en la concesión de créditos, ya que los otorgan con demasiada libertad, sin prestar la atención adecuada a los nuevos clientes. Podemos apreciar que ambos trabajos tienen los mismos resultados, por y no cumplir con los procedimientos establecidos por la compañía lo cual genera un análisis de crédito deficiente. Gitman y Zutter (2012), define la política de crédito como la aplicación de técnicas con la finalidad de determinar que clientes merecen recibir crédito. Este proceso implica evaluar la capacidad crediticia del cliente y compararla con los estándares del crédito de la compañía .Por ello se afirma la administración eficiente de las cuentas por cobrar, es producto de una buena

implementación de las políticas de crédito, las cuales tienen que ser cumplidas y controladas constantemente para asegurar una óptima gestión administrativa de cuentas por cobrar.

Con respecto al objetivo específico 3, en base a los resultados obtenidos encontramos que el 42.30% lo ubican en un nivel nada adecuado, lo cual no es muy favorable para la empresa, porque los encuestados manifiesta que no se está aplicando de manera correcta las técnicas de cobranzas, la empresa no cuenta con un sistema que ayude analizar la tabla de antigüedad y el periodo promedio de cobro, por ende no se realiza un seguimiento a los clientes cuyas facturas ya vencieron. Mantilla (2015), en su trabajo de investigación titulada “Las políticas de créditos y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la fábrica de calzado Fadicalza”, establece que la empresa no basa sus operaciones crediticias en políticas de crédito como de cobranza, sino lo hace a través de procedimientos empíricos que son desarrollados por el personal administrativo y es justamente por ello que la empresa no existe un adecuado control en las cuentas por cobrar, lo que ha provocado que ciertas cuentas por cobrar se vuelvan cuentas incobrables al no tener una información real. Si comparamos los resultados podemos apreciar que por la falta de opciones en el sistema, la falta de conocimientos y por no aplicar las políticas de cobranza, ocasiona que los cobros sean lentos lo cual hace que la empresa sea menos líquida lo cual afecta al capital del trabajo. Ross et al. (2012), indica que la política de cobranza consiste en supervisar las cuentas por cobrar para detectar problemas y obtener el pago de las cuentas vencidas. Por ello se afirma, que es primordial que las empresas cuenten con una política de cobranza adecuada, porque ayudara a controlar, supervisar y analizar constantemente las facturas pendientes por cobrar oportunamente.

V. Conclusiones

Conclusiones

Primera:

Sobre los resultados obtenidos para el objetivo general, se concluye que existe un nivel adecuado en las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

Segunda:

Con respecto al objetivo específico 1, se concluye que no existe un nivel adecuado en el término de venta de las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

Tercera:

Con respecto al objetivo específico 2 se concluye que existe un nivel adecuado en el análisis de crédito de las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

Cuarta:

Con respecto al objetivo específico 3 se concluye que no existe un nivel adecuado en la política de cobranza de las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

VI. Recomendaciones

Recomendaciones

Primera:

Se recomienda establecer un sistema de mayor control en las cuentas por cobrar que es el principal elemento de análisis en temas de liquidez, al saber que dicha cuenta determina la disponibilidad efectiva para cubrir las obligaciones a corto plazo. En este sentido a más de un control contable es necesario establecer políticas de cobranza que permitan tener un seguimiento a las ventas a crédito que otorga la empresa, con el objetivo de reducir al máximo los inconvenientes en la cartera de clientes que generen problemas liquidez en la empresa.

Segunda:

Se sugiere evaluar y negociar correctamente los términos de la venta, ya que en él se establece las condiciones de crédito, lo cual es muy importante para empresa porque permitirá analizar y proyectar los ingresos. También se debe realizar un plan de seguimientos con el área de cobranzas para revisar si todo lo pactado con el cliente se está cumpliendo.

Tercera:

Para analizar el crédito adecuadamente, se recomienda diseñar una política que sirva de soporte para la toma de decisiones crediticias, En realidad el determinar políticas, no solo genera un modelo a seguir sino que además aporte a la aplicación de funciones que permitan dar un seguimiento y control a la cartera de clientes con la finalidad de conocer sus aspectos generales y saber cuál es merecedor de la confianza empresarial.

Cuarta: Se recomienda mejorar e implementar opciones en el sistema, el cual ayude al área optimizar las cobranzas, por otro lado se sugiere capacitar al personal para actualizar los métodos de trabajo en las actividades de cobranza. Además es importante establecer un sistema de comunicación e información eficaz para el personal encargado de las actividades de cobranza.

VII. Referencias

Referencias

- Apaza, M. (2013). *Guía Práctica de Finanzas Corporativas*. (1ª Ed.) Lima – Perú: Pacifico Editores.
- Bonifaz, J., Verdezoto, R. (2013). *Diseño de un modelo de cobranzas de créditos de consumo otorgados por el sistema financiero y viabilización del aplicativo informativo (SAC) para disminuir el índice de morosidad en cuentas por cobrar en cartera de consumo en la Ciudad de Guayaquil* (tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/729/1/T-UCSG-POS-MAE-22.pdf>
- Castillo, M. (2012). *Evaluación Financiera de la liquidez en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos a través del ciclo de conversión de efectivo* (tesis de maestría). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_4031.pdf
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la Investigación Científica*. (6ª Ed.) Lima - Perú. Editorial San Marcos.
- Chu, M. (2012). *Fundamentos de la Finanzas un enfoque Peruano*. (6ª ed.).Perú:Financial Advisory Partners.
- Gitman, L., Zutter, Cha. (2012). *Principios de la Administración Financiera*. (12ª ed.). México: Pearson Educación.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2012). *Metodología de la Investigación* (5ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Longenecker, J., Petty, J., Palich, L., Hoy, F. (2012). *Administración de Pequeñas*

Empresas. (16ª ed.). México: Cengage Learning.

Maicelo, D., Rodríguez, G. (2013). *La rentabilidad de las empresas de distribución en la ciudad de Huacho* (tesis de maestría). Recuperado de <https://es.scribd.com/document/334947402/Gestion-de-LAs-Cuentas-Por-Cobrar-y-Su-Efecto-en-La-Rentabilidad-de-LAs-Empresas-de-Distribucion-en-La-Ciudad-de-Huacho>

Mayhuire, M. (2015). *Cartera de créditos y gestión de morosidad de la empresa MA &MM soluciones S.R.L. en la marco Región Sur del Perú, periodo de estudio Enero 2012-Diciembre 2014* (tesis de maestría). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/54219542.pdf>

Mijangos, B. (2011). *Administración del ciclo de conversión de efectivo en las empresas comercializadoras de neumáticos en Guatemala* (tesis de maestría). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3978.pdf

Noriega, J. (2012). *Administración de cuentas por cobrar-un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquilladora de prendas de vestir en Guatemala* (tesis de maestría). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3876.pdf

. Ñaupas, H., Mejía, E.,Ramirez, E. (2014). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Ediciones de la U

Ross, S., Westerfield, R.,Jaffe, J. (2012). *Finanzas Corporativas*. (9ª ed.). México: McGraw-Hill.

Rengifo, M. (2011). *El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto* (tesis de maestría). Recuperado de <http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/handle/11458/323>

Tamayo, M. (2012). *El proceso de la Investigación Científica*. (5ª ed.). México: Limusa.

Tirado, M. (2013). *Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la fábrica de calzado Fadicalza* (tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/18293>

VIII. Anexos

ANEXO A

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: El nivel de las Cuentas por Cobrar en la Empresa Olva Courier S.A.C, Callao, 2016

AUTOR: Catalina Janet Lock Garcia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES				
			Variable: Cuentas por cobrar				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Niveles o rangos	
Problema principal: ¿Cuál es el nivel de las cuentas por cobrar en la Empresa Olva Courier, Callao, 2016? Problemas secundarios: ¿Cuál es el nivel del término de la venta en las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016? ¿Cuál es el nivel del análisis del crédito de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016? ¿Cuál es el nivel de las políticas de cobranzas en las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016?	Objetivo general: Determinar el nivel de las cuentas por cobrar en la Empresa Olva Courier, Callao, 2016 Objetivos específicos: Determinar el nivel del término de venta en las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016 Determinar el nivel del análisis del crédito de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016 Determinar el nivel de las políticas de cobranza de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier, Callao, 2016	Hipótesis general: No corresponde por ser una investigación Básica Descriptiva Hipótesis específicas: No corresponde por ser una investigación Básica Descriptiva	Término de la venta	- Periodo del crédito	1,2,3,4	Nada adecuado	
				- Descuentos por pronto pago	5,6		
			Análisis del crédito	- Instrumento del crédito	7,8,9,10		Adecuado
				- Efectos de la política de crédito	11,12		
Política de cobranza	- Análisis del crédito	13,14	Muy adecuado				
	- Información del crédito	15,16,17					
	- Evaluación y calificación crediticia	18,19,20					
	- Supervisión de las cuentas por cobrar	21,22,23,24					
	- Periodo promedio de cobro	25					
	- Tabla de antigüedad	26					
	- Tipo de cobranzas	27,28,28,30					

TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA A UTILIZAR
<p>Tipo de investigación: Básica</p> <p>Diseño: No experimental, transversal descriptiva</p> <p>Método: Descriptivo</p>	<p>Población: Trabajadores del área de administración y finanzas de la empresa Olva Courier S.A.C</p> <p>Tipo de muestra: No aplica</p> <p>Tamaño de muestra: No aplica</p>	<p>Variable : Cuentas por cobrar</p> <p>Ficha Técnicas: Nombre: Cuestionario Autor: Catalina Janet Lock García Lugar: Distrito del Callao Objetivo: Determinar el nivel de las cuentas por cobrar en la Empresa Olva Courier, Callao, 2016 Tiempo de duración: 20 a 25 minutos</p>	<p>Descriptiva: Tablas y frecuencias Tablas de contingencias Diagrama de barras</p>

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO B
OPERACIONALIZACION DE LA VARIABLE CUENTA POR COBRAR

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escalas	Niveles
Termino de venta	Periodo de crédito	1. Al cierre del contrato con un cliente se analiza el periodo de crédito 2. El tiempo que se otorga al cliente para pagar el servicio es de 30 días 3. Las facturas de los clientes Top y jurídicos son emitidas en la fecha en que se realizó el servicio 4. La emisión de las facturas de los clientes del estado son generadas en el mes en que se realizó el servicio		Muy adecuado (37-50)
	Descuentos por pronto pago	5. La empresa otorga descuentos a sus clientes por pronto pago 6. Considera usted que los descuentos por pronto pago podría mitigar la morosidad en los clientes		Adecuado
	Instrumento del crédito	7. Se firman contratos con todos los clientes antes de iniciar las operaciones comerciales 8. Todos los clientes cuentan con un contrato de servicios donde se determina los términos de la venta 9. Las comprobantes de pago que emite son electrónicos 10. Cuenta con un sistema eficaz que confirme que los comprobantes de pago fueron enviados correctamente a los clientes	Siempre Casi Siempre A Veces Casi Nunca Nunca	(24-36) Nada adecuado (10-23)
Análisis de crédito	Efectos de la política de crédito	11. La empresa incrementa sus tarifas cuando otorga un crédito al cliente 12. Las tarifas que se aplica a los clientes varían de acuerdo a las cantidad de envíos que realizaran mensualmente		

	Análisis del crédito	13. Al momento de realizar una venta al crédito, se determinan correctamente las pautas y/o requisitos con el cliente 14. Existe un procedimiento para analizar el crédito antes de ser otorgado al cliente	
	Información del crédito	15. La empresa analiza el historial crediticio de los clientes antes de otorgar el crédito. 16. Las fuentes de información crediticia que utiliza la empresa son eficientes. 17. La empresa solicita estados financieros a los clientes para verificar su solvencia económica.	
	Evaluación y calificación crediticia	18. Considera usted que la empresa evalúa y califica objetivamente antes de conceder el crédito a los clientes 19. La empresa cuenta con un procedimiento para calcular las calificaciones crediticias 20. Alguna vez la empresa ha otorgado crédito a clientes que obtuvieron calificaciones baja.	Siempre Casi Siempre A Veces Casi Nunca Nunca
Política de cobranza	Supervisión de las cuentas por cobrar	21. Existe una vigilancia constante y efectiva sobre vencimientos de la facturas 22. Se analiza la cartera de clientes para clasificar y crear provisión de cuentas incobrables 23. Se analizan mensualmente los indicadores de morosidad 24. Los informes son revisados por un funcionario autorizado a tomar decisiones de las cuentas atrasadas	
	Periodo promedio de cobro	25. Se analiza el periodo de cobro de las ventas que se realizan al crédito	

Tabla antigüedad	de	26. Se presenta mensualmente informes de cuentas por cobrar por antigüedad de saldos	
Tipo de cobranzas		27. Se tienen establecidos técnicas ágiles de cobranzas 28. Se envían reportes de facturas vencidas a los clientes oportunamente 29. Existen controles de garanticen la recuperación de las cuentas por cobrar 30. Emprenden acciones legales contra un cliente cuando este se niega a pagar la deuda	Siempre Casi Siempre A Veces Casi Nunca Nunca

Fuente: Elaboración propia

ANEXO C

FIABILIDAD DEL ALFA DE CRONBACH

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
CCTV1	101.1111	287.611	.810	.906
CCTV2	100.8889	303.611	.667	.910
CCTV3	101.2222	332.944	-.142	.923
CCTV4	102.4444	289.278	.811	.907
CCTV5	103.5556	312.278	.413	.914
CCTV6	102.7778	303.444	.729	.910
CCTV7	101.4444	307.778	.474	.913
CCTV8	100.7778	313.444	.499	.913
CCTV9	100.2222	342.694	-.815	.922
CCTV10	101.1111	312.111	.650	.912
CCAC11	101.8889	347.111	-.426	.928
CCAC12	100.5556	318.028	.370	.914
CCAC13	100.8889	306.111	.593	.911
CCAC14	100.7778	302.444	.663	.910
CCAC15	100.6667	302.000	.585	.911
CCAC16	100.4444	308.278	.607	.911
CCAC17	102.1111	281.111	.845	.905
CCAC18	101.5556	297.778	.747	.908
CCAC19	102.0000	282.500	.886	.905
CCAC20	102.2222	346.694	-.533	.926
CCPC21	101.0000	310.500	.608	.912
CCPC22	101.8889	302.111	.712	.909
CCPC23	100.6667	332.000	-.159	.920
CCPC24	101.1111	311.861	.661	.912
CCPC25	101.4444	290.528	.850	.906
CCPC26	101.8889	302.861	.365	.917
CCPC27	101.5556	291.278	.839	.907
CCPC28	100.7778	305.194	.523	.912
CCPC29	101.6667	286.000	.846	.906
CCPC30	101.1111	288.361	.932	.905

ANEXO E

INSTRUMENTO DE EVALUACION

CUESTIONARIO CUENTAS POR COBRAR

INSTRUCCIONES:

Este cuestionario se usará para conocer el nivel de las cuentas por cobrar en la empresa Olva Courier S.A.C. en el distrito del Callao, 2016.

Este documento se aplicará en un solo acto, a los colaboradores por eso al contestar el cuestionario, deberá marcar con una "X" el valor de calificación correspondiente.

DATOS INFORMATIVOS:

Fecha: ___/___/2017 Area: Cargo:.....

Tiempo de servicios: 1-5 años () 6-10 años () 11- a más años ()

Opciones de respuestas:

Nunca =1 Casi nunca = 2 A veces = 3 Casi siempre =4 Siempre= 5

VARIABLE: CUENTAS POR COBRAR		CATEGORIAS				
ITEMS/ PREGUNTAS		1	2	3	4	5
DIMENSIÓN: TERMINO DE LA VENTA						
1	Al cierre del contrato con un cliente se analiza el periodo de crédito					
2	El tiempo que se otorga al cliente para pagar el servicio es de 30 días					
3	Las facturas de los clientes Top y jurídicos son emitidas en la fecha en que se realizó el servicio					
4	La emisión de las facturas de los clientes del estado son generadas en el mes en que se realizó el servicio					
5	La empresa otorga descuentos a sus clientes por pronto pago					
6	Considera usted que los descuentos por pronto pago podría mitigar la morosidad en los clientes					
7	Se firman contratos con todos los clientes antes de iniciar las operaciones comerciales					
8	Todos los clientes cuentan con un contrato de servicios donde se determina los términos de la venta					
9	Las comprobantes de pago que emite son electrónicos					
10	Cuenta con un sistema eficaz que confirme que los comprobantes de pago fueron enviados correctamente a los clientes					

	DIMENSIÓN: ANALISIS DEL CRÉDITO	1	2	3	4	5
11	La empresa incrementa sus tarifas cuando otorga un crédito al cliente					
12	Las tarifas que se aplica a los clientes varían de acuerdo a las cantidad de envíos que realizaran mensualmente					
13	Al momento de realizar una venta al crédito, se determinan correctamente las pautas y/o requisitos con el cliente					
14	Existe un procedimiento para analizar el crédito antes de ser otorgado al cliente					
15	La empresa analiza el historial crediticio de los clientes antes de otorgar el crédito					
16	Las fuentes de información crediticia que utiliza la empresa son eficientes					
17	La empresa solicita estados financieros a los clientes para verificar su solvencia económica					
18	Considera usted que la empresa evalúa y califica objetivamente antes de conceder el crédito a los clientes					
19	La empresa cuenta con un procedimiento para calcular las calificaciones crediticias					
20	Alguna vez la empresa ha otorgado crédito a clientes que obtuvieron calificaciones baja					
	DIMENSION: POLITICA DE COBRANZAS	1	2	3	4	5
21	Existe una vigilancia constante y efectiva sobre vencimientos de la facturas					
22	Se analiza la cartera de clientes para clasificar y crear provisión de cuentas incobrables					
23	Se analizan mensualmente los indicadores de morosidad					
24	Los informes son revisados por un funcionario autorizado a tomar decisiones de las cuentas atrasadas					
25	Se analiza el periodo de cobro de las ventas que se realizan al crédito					
26	Se presenta mensualmente informes de cuentas por cobrar por antigüedad de saldos					
27	Se tienen establecidos técnicas ágiles de cobranzas					
28	Se envían reportes de facturas vencidas a los clientes oportunamente					
29	Existen controles de garanticen la recuperación de las cuentas por cobrar					
30	Emprenden acciones legales contra un cliente cuando este se niega a pagar la deuda					

Gracias por tu participación

ANEXO F

CERTIFICADO DE VALIDEZ



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS CUENTAS POR COBRAR

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1								
1	Al cierre del contrato con un cliente se analiza el periodo de crédito	✓		✓		✓		
2	El tiempo que se otorga al cliente para pagar el servicio es de 30 días	✓		✓		✓		
3	Las facturas de los clientes Top y jurídicos son emitidas en la fecha en que se realizó el servicio	✓		✓		✓		
4	La emisión de las facturas de los clientes del estado son generadas en el mes en que se realizó el servicio	✓		✓		✓		
5	La empresa otorga descuentos a sus clientes por pronto pago	✓		✓		✓		
6	Considera usted que los descuentos por pronto pago podría mitigar la morosidad en los clientes	✓		✓		✓		
7	Se firman contratos con todos los clientes antes de iniciar las operaciones comerciales	✓		✓		✓		
8	Todos los clientes cuentan con un contrato de servicios donde se determina los términos de la venta	✓		✓		✓		
9	Las comprobantes de pago que emite son electrónicos	✓		✓		✓		
10	Cuenta con un sistema eficaz que confirme que los comprobantes de pago fueron enviados correctamente a los clientes	✓		✓		✓		
DIMENSION 2								
11	La empresa incrementa sus tarifas cuando otorga un crédito al cliente	✓		✓		✓		
12	Las tarifas que se aplica a los clientes varían de acuerdo a las cantidad de envíos que realizaran mensualmente	✓		✓		✓		
13	Al momento de realizar una venta al crédito, se determinan correctamente las pautas y/o requisitos con el cliente	✓		✓		✓		
14	Existe un procedimiento para analizar el crédito antes de ser otorgado al cliente	✓		✓		✓		
15	La empresa analiza el historial crediticio de los clientes antes de otorgar el crédito	✓		✓		✓		
16	Las fuentes de información crediticia que utiliza la empresa son eficientes	✓		✓		✓		
17	La empresa solicita estados financieros a los clientes para verificar	✓		✓		✓		

	su solvencia económica	✓		✓		✓	
18	Considera usted que la empresa evalúa y califica objetivamente antes de conceder el crédito a los clientes	✓		✓		✓	
19	La empresa cuenta con un procedimiento para calcular las calificaciones crediticias	✓		✓		✓	
20	A alguna vez la empresa ha otorgado crédito a clientes que obtuvieron calificaciones baja	✓		✓		✓	
	DIMENSION 3	Si	No	Si	No	Si	No
21	Existe una vigilancia constante y efectiva sobre vencimientos de la facturas	✓		✓		✓	
22	Se analiza la cartera de clientes para clasificar y crear provisión de cuentas incobrables	✓		✓		✓	
23	Se analizan mensualmente los indicadores de morosidad	✓		✓		✓	
24	Los informes son revisados por un funcionario autorizado a tomar decisiones de las cuentas atrasadas	✓		✓		✓	
25	Se analiza el periodo de cobro de las ventas que se realizan al crédito	✓		✓		✓	
26	Se presenta mensualmente informes de cuentas por cobrar por antigüedad de saldos	✓		✓		✓	
27	Se tienen establecidos técnicas ágiles de cobranza	✓		✓		✓	
28	Se envían reportes de facturas vencidas a los clientes oportunamente	✓		✓		✓	
29	Existen controles que garanticen la recuperación de las cuentas por cobrar	✓		✓		✓	
30	Emprenden acciones legales contra un cliente cuando este se niega a pagar la deuda	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplica criterios de validez

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** **Aplicable después de corregir** **No aplicable**

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Méndez I. Iizarbe Glina Susana DNI: 07059554

Especialidad del validador: Metodóloga; Mg. Gerencia Educativa; Dra en Educación

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar el componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Si suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....de.....del 20...


Firma del Experto Informante.

ANEXO G**CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO**

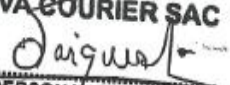
El courier más grande del Perú

Lima, 20 de Mayo 2017

CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, se autoriza a la Srta. Catalina Janet Lock García identificada con DNI 42686320, quien actualmente labora en el área de Finanzas, a realizar las encuestas al personal de administración y finanzas de la empresa Olva Courier S.A.C., para uso de estudios académicos.

Atentamente,

OLVA COURIER SAC

ANDERSON VASQUEZ VELA
Director Gerente

ANEXO H

BASE DE DATOS (MUESTRA DE LA INVESTIGACION)

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25	p26	p27	p28	p29	p30
1	3	4	4	2	1	1	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	2	4	3	3	1	3	3	2	2
2	4	4	4	1	1	1	3	3	5	3	4	4	3	2	2	3	2	3	1	3	4	2	5	4	1	1	3	5	1	3
3	5	5	5	3	1	3	3	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5
4	3	3	2	2	1	3	5	5	5	4	2	5	5	5	3	4	2	3	2	1	3	2	3	4	3	5	2	5	2	3
5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	5	5	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	2	1	3	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	3	3	3	3	5	3	5	4	4	1	4	5	5	5
7	1	2	4	1	1	1	2	4	5	3	2	3	2	4	5	5	1	2	2	4	3	3	5	3	3	3	2	2	3	3
8	3	4	4	2	1	2	2	4	5	3	5	5	4	4	5	5	1	2	2	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3
9	5	5	1	5	1	3	4	4	4	4	1	5	4	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
10	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	4	3	1	5	3	2	5	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2
12	5	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	3
13	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	1	4	1	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
14	4	4	1	1	1	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	1	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4
15	4	4	4	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4
16	3	4	4	4	1	4	5	5	4	1	1	4	3	4	1	2	1	4	1	3	4	3	4	2	4	2	3	5	4	4
17	3	3	3	2	1	3	1	1	5	5	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
18	3	1	3	1	1	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	3	4	3	3	4	3	2	1	4	3	5	2	4	3	5
19	2	4	4	1	1	4	5	5	5	4	3	3	3	4	5	4	3	5	4	2	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5
20	5	5	5	2	1	1	5	5	5	3	3	4	5	4	4	3	2	3	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
21	5	4	3	2	1	3	4	4	5	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	4	4	3	5	4	3	4	5	3	3
22	1	4	1	5	3	5	5	5	5	5	1	5	3	5	5	5	1	5	5	3	5	5	3	5	5	2	3	3	3	5
23	2	5	4	3	1	2	4	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	5
24	3	4	3	4	1	4	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3
25	5	5	4	3	1	3	3	3	5	4	2	2	4	4	3	4	2	3	3	3	5	4	3	4	4	4	5	4	3	5
26	2	3	2	2	1	3	2	5	5	4	2	4	4	3	3	3	2	2	3	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4

ANEXO I

ARTICULO CIENTIFICO

1. TITULO

El nivel de las cuentas por cobrar de la Empresa Olva Courier S.A.C, Callao, 2016

2. AUTORES

Catalina Janet Lock Garcia

3. RESUMEN

La presente investigación titulada “El nivel de las cuentas por cobrar en la empresa Olva Courier S.A.C, Callao, 2016”, tiene como objetivo general determinar el nivel de las cuentas por cobrar en la Empresa Olva Courier, Callao, 2016. Esta investigación ayudara a identificar las fallas y debilidades respecto a la manera en que administran sus cuentas por cobrar, cuyos resultados pueden ser útiles para mejorar el capital de trabajo de las empresas. Se utilizó el método científico, es una investigación básica cuantitativa, el diseño es no experimental, de corte transversal, descriptivo. Su población es censal y consta de 26 colaboradores. Se utilizó de instrumento la encuesta y se aplicó el cuestionario, se analizó la respuesta y se llegó a la conclusión de que existe un nivel muy adecuado en las cuentas por cobrar lo cual es muy favorable para la empresa. Se recomienda establecer un sistema de mayor control en las cuentas por cobrar, ya que 46% de la población indica que las cuentas por cobrar no son adecuadas, es necesario cumplir con las políticas de cobranza que permitan tener un seguimiento a las ventas a crédito, con el objetivo de reducir al máximo posible los inconvenientes en la cartera de clientes que generen problemas liquidez en la empresa.

4. PALABRAS CLAVES

Cuentas por cobrar, término de venta, análisis de crédito, políticas de cobranzas, liquidez, rentabilidad, capital de trabajo.

5. ABSTRACT

This research entitled " The level of the accounts receivable the company Olva Courier S.A.C, Callao, 2016 " general objective determine the level of accounts receivable the company Olva courier, Callao, 2016 . This research will help identify the faults and weaknesses with respect to the way they manage their accounts receivable, whose results can be useful to improve the working capital of businesses. The scientific method was used, it is a basic quantitative research, el design is not

experimental, cross-sectional, descriptive. Its population census and consists of 26 partners. Used instrument the survey questionnaire was applied, the response was analyzed and came to the conclusion that there is a very adequate level in accounts receivable which is very favorable for the company. Recommended establish a system of greater control in accounts receivable, since 46% of the population indicates that accounts receivable are not adequate, it is necessary to comply with the collection policies that permit to have a follow-up to sales on credit, with the aim of reducing as much as possible the inconveniences in the portfolio of clients that generate liquidity problems in the company.

6. KEYWORDS

Accounts receivable, term of sale, credit analysis, collection, liquidity, profitability and working capital policies.

7. INTRODUCCION

La presente investigación titulada “El nivel de las cuentas por cobrar en la empresa Olva Courier S.A.C, Callao, 2016”, tiene como objetivo desde el punto de vista teórico, el planteamiento inicial de nuestra investigación se debe a la importancia en conocer las herramientas y una adecuada gestión de las cuentas por cobrar, así como los términos de venta, las políticas de crédito y las políticas de cobranzas que permita una administración favorable del capital de trabajo. Esta investigación ayudara a identificar las fallas y debilidades respecto a la forma en que administran sus cuentas por cobrar, cuyos resultados pueden ser útiles para las empresas, el cual aportara soluciones factibles al problema y generara mayor rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.

En los tiempos actuales, marcados por la situación de crisis económica, resulta habitual leer y oír noticias relativas a los problemas que encuentran las empresas para mantener su nivel de actividad debido a las dificultades para financiar su circulante. El activo circulante es una parte importante del activo total en muchas empresas al igual que ocurre con el pasivo circulante dentro de la estructura financiera.

Las compañías peruanas buscan mantenerse a flote, se hace imprescindible trazar estrategias que aboguen por el desarrollo de las grandes, medianas y pequeñas compañías. Es este sentido, es necesario conocer el concepto de las cuentas por cobrar para poder entender la importancia de la aplicación de sus metodos y técnicas para su eficiente gestion, de forma que permitan poner el negocio en marcha, satisfaciendo las necesidades de su cartera de clientes y generando altos niveles de rentabilidad.

Por las razones escritas fue necesario demostrar el nivel de las cuentas por cobrar en la empresa Olva Courier, Callao,2016, para tal efecto se analizaron los temas de: términos de la venta, análisis del crédito y políticas de cobranzas, considerando que

las cuentas por cobrar son los créditos que una organización otorga a sus clientes en la venta de bienes o servicios, estos activos corrientes constituyen importantes inversiones para la mayor parte de ellas, además de representar proporciones considerables de los activos totales, por tal razón, es de vital importancia que la compañía mejore sus sistemas de cobros de una forma más oportuna, puesto que la demora excesiva de ellos afecta la liquidez.

Ross, Westerfield, Jaffe (2012), manifiesta que “Las cuentas por cobrar representan derechos del negocio contra deudores (clientes) que normalmente surgen de las ventas de mercancías o por la prestación de servicios dentro de las operaciones normales de la empresa” (p. 846). Podemos decir que las cuentas por cobrar es la gestión que se realiza desde el momento que se otorga el crédito al cliente, cuyo objetivo será gestionar la cobranza en el menor tiempo posible, para ello se puede utilizar algunas técnicas de cobranzas. Si una empresa otorga crédito a sus clientes, debe establecer procedimientos para realizarlo y luego cobrarlas. Se debe tomar en cuenta los siguientes componentes:

Termino de la venta: se establecen al momento de realizar una venta de bienes y/o servicios. Una decisión básica es si requerirá efectivo o dará un crédito. Podemos concluir que el término de la venta especificara de manera implícita como venderá la empresa si al contado o al crédito, y si es una venta al crédito determinara el plazo del crédito.

Análisis de crédito: son los factores que influyen en la decisión de dar crédito. El otorgamiento del crédito solo tiene sentido si el VPN de hacerlo es positivo. Por lo tanto la política de crédito son los componentes que determina si se otorgara crédito a los clientes para ello se deberá diferenciar entre los clientes que pagarán y aquellos que no lo harán.

Política de cobranza: consiste en supervisar las cuentas por cobrar para detectar problemas y obtener el pago de las cuentas vencidas. Podemos decir que las políticas de cobranza es el seguimiento y/o revisión de la cuentas por cobrar, vale decir el crédito que se otorgó a los cliente, de esta manera analizar el comportamiento de pago del cliente.

8. METODOLOGIA

El método específico que se empleó en la presente investigación fue el método científico. Debido al objetivo de estudio podemos determinar que es una investigación básica de enfoque cuantitativo. El diseño del estudio es no experimental, de corte transversal, descriptivo. La población está constituida por 26 colaboradores que pertenecen a la empresa Olva Courier S.A.C.

Se utilizó la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario, que ha sido aplicada a los trabajadores del área de administración y finanzas de la empresa Olva Courier en el distrito del Callao, 2016, la duración de la encuesta es de aproximadamente 20 minutos, consta de 30 preguntas con escala de respuesta: : Nunca (1), Cas nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5) para recoger

información acerca de la variable: cuentas por cobrar. El cuestionario estará distribuido en 3 dimensiones.

La técnica de procesamiento de datos, su instrumento las tablas de procesamiento de datos que ha sido empleada para tabular, y procesar los resultados de las encuestas a los trabajadores del área de administración y finanzas de la empresa Olva Courier en el distrito del Callao, 2016.

Para determinar la confiabilidad del cuestionario sobre las cuentas por cobrar, se aplicó una prueba de niveles la misma que arrojó un coeficiente alfa de 0.915, lo cual permite decir que el instrumento empleado en la prueba piloto tiene un nivel aceptable de alta confiabilidad.

9. RESULTADOS

Los resultados muestran que las cuentas por cobrar se ubica en un nivel muy adecuado, lo cual es muy favorable para la empresa se observa que el 30.77% se ubica en un nivel muy adecuado, un 23.08% en un nivel adecuado, un 19.23% en un nivel poco adecuado y un 26.92%.

El término de la venta se encuentra en un nivel adecuado, lo cual es bueno para la compañía, se observa que el 26.92% se ubica en un nivel nada adecuado y poco adecuado, en seguida un 34.62% se ubica en un nivel adecuado y un 11.54% en un nivel muy adecuado.

El análisis de crédito se ubica en un nivel adecuado y muy adecuado lo cual es favorable para la empresa, se observa que el 23.08% se ubica en un nivel nada adecuado, el 30.77% en un nivel poco adecuado, el 23.08% en un nivel adecuado y muy adecuado.

La política de cobranza se ubica en un nivel poco adecuado lo cual no es favorable para empresa, se observa que el 30.77% se ubica en un nivel nada adecuado, el 19.23% en un nivel poco adecuado, el 30.77% en un nivel adecuado y el 19.23% en un nivel muy adecuado.

10. DISCUSION

Según los resultados obtenidos se observa que el 30.8% determina que existe un nivel muy adecuado de cuentas por cobrar, lo cual es positivo para la organización, lo que significa que Olva Courier gestiona correctamente las cuentas por cobrar y su índice de morosidad se encuentra dentro de los parámetros permitidos, el cual eleva al máximo la rentabilidad de la empresa y puede ser sostenible en el tiempo. Maicelo y Rodríguez (2013). En su trabajo de investigación titulada "Gestión de las cuentas por cobrar en la rentabilidad de las empresas de distribución en la ciudad

de Huacho.”, establece que existe una adecuada gestión de las cuentas por cobrar por ende su rentabilidad se maximiza y puede afrontar pagos a corto plazo. Gitman, Zutter (2012), manifiesta que el capital de trabajo ó administración financiera, se encarga de administrar los activos y pasivos corrientes de la empresa, dentro de los cuales encontramos las cuentas por cobrar, valores negociables, el efectivo, cuentas por pagar. Una buena administración de capital es fundamental tanto para en sus operaciones diarias, así como también para su liquidez, rentabilidad y crecimiento de la compañía. Los resultados son similares por ello se afirma que es importante que las empresas gestionen correctamente las cuentas por cobrar, para tener un capital de trabajo solido que cuente con liquidez para cubrir sus obligaciones a corto plazo y cumplir con todos sus compromisos.

11. CONCLUSIONES

Sobre los resultados obtenidos para el objetivo general, se concluye que existe un nivel muy adecuado en las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

Con respecto al objetivo específico 1, se concluye que existe un término de venta adecuada, en las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

Con respecto al objetivo específico 2 se concluye que existe un análisis de crédito poco adecuada, en las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

Con respecto al objetivo específico 3 se concluye que existe una política de cobranza adecuada, en las cuentas por cobrar de la empresa Olva Courier S.A.C., Callao, 2016.

12. RECOMENDACIONES

Se recomienda establecer un sistema de mayor control en las cuentas por cobrar que es el principal elemento de análisis en temas de liquidez, al saber que dicha cuenta determina la disponibilidad efectiva para cubrir las obligaciones a corto plazo. En este sentido a más de un control contable es necesario establecer políticas de cobranza que permitan tener un seguimiento a las ventas a crédito, con el objetivo de reducir al máximo posible los inconvenientes en la cartera de clientes que generen problemas liquidez en la empresa.

Se sugiere evaluar y negociar correctamente los términos de la venta, ya que en él se establece las condiciones de crédito, lo cual es muy importante para empresa porque permitirá analizar y proyectar los ingresos. También se debe realizar un plan

de seguimientos con el área de cobranzas para revisar si todo lo pactado con el cliente se está cumpliendo.

Para analizar el crédito adecuadamente, se recomienda diseñar una política que sirva de soporte para la toma de decisiones crediticias, En realidad el determinar políticas, no solo genera un modelo a seguir sino que además aporte a la aplicación de funciones que permitan dar un seguimiento y control a la cartera de clientes con la finalidad de conocer sus aspectos generales y saber cuál es merecedor de la confianza empresarial.

Se recomienda mejorar e implementar opciones en el sistema, lo cual ayudara al área optimizar las cobranzas, por otro lado se sugiere capacitar al personal para actualizar los métodos de trabajo en las actividades de cobranza. Además es importante establecer un sistema de comunicación e información eficaz para el personal encargado de las actividades de cobranza.

13. REFERENCIAS

- Apaza, M. (2013). Guía Práctica de Finanzas Corporativas. (1a Ed.) Lima – Perú: Pacifico Editores.
- Bonifaz, J., Verdezoto, R. (2013). Diseño de un modelo de cobranzas de créditos de consumo otorgados por el sistema financiero y viabilización del aplicativo informativo (SAC) para disminuir el índice de morosidad en cuentas por cobrar en cartera de consumo en la Ciudad de Guayaquil (tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/729/1/T-UCSG-POS-MAE-22.pdf>
- Castillo, M. (2012). Evaluación Financiera de la liquidez en las empresas distribuidoras de productos farmacéuticos a través del ciclo de conversión de efectivo (tesis de maestría). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_4031.pdf
- Carrasco, S. (2013). Metodología de la Investigación Científica. (6a Ed.) Lima - Perú. Editorial San Marcos.
- Chu, M. (2012). Fundamentos de la Finanzas un enfoque Peruano. (6ª ed).Perú:Financial Advisory Partners.
- Gitman, L., Zutter, Cha. (2012). Principios de la Administración Financiera. (12ª ed.). México: Pearson Educación.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2012). Metodología de la Investigación (5ª ed.). México: McGraw-Hill.

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación (6ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Longenecker, J., Petty, J., Palich, L., Hoy, F. (2012). Administración de Pequeñas Empresas. (16ª ed.). México: Cengage Learning.
- Maicelo, D., Rodríguez, G. (2013). La rentabilidad de las empresas de distribución en la ciudad de Huacho (tesis de maestría). Recuperado de <https://es.scribd.com/document/334947402/Gestion-de-LAs-Cuentas-Por-Cobrar-y-Su-Efecto-en-La-Rentabilidad-de-LAs-Empresas-de-Distribucion-en-La-Ciudad-de-Huacho>
- Mayhuire, M. (2015). Cartera de créditos y gestión de morosidad de la empresa MA &MM soluciones S.R.L. en la marco Región Sur del Perú, periodo de estudio Enero 2012-Diciembre 2014 (tesis de maestría). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/54219542.pdf>
- Mijangos, B. (2011). Administración del ciclo de conversión de efectivo en las empresas comercializadoras de neumáticos en Guatemala (tesis de maestría). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3978.pdf
- Noriega, J. (2012). Administración de cuentas por cobrar-un enfoque para la toma de decisiones en la industria maquilladora de prendas de vestir en Guatemala (tesis de maestría). Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3876.pdf
- . Ñaupas, H., Mejía, E., Ramirez, E. (2014). Metodología de la investigación. Bogotá: Ediciones de la U
- Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J. (2012). Finanzas Corporativas. (9ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Rengifo, M. (2011). El crédito y la rentabilidad de las microempresas comerciales del distrito de Tarapoto (tesis de maestría). Recuperado de <http://tesis.unsm.edu.pe/jspui/handle/11458/323>
- Tamayo, M. (2012). El proceso de la Investigación Científica. (5ª ed.). México: Limusa.
- Tirado, M. (2013). Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la fábrica de calzado Fadicalza (tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/18293>