

UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

TESIS

**CONTROL INTERNO Y LA GESTION DE CUENTAS
POR COBRAR DE UNA EMPRESA DE MARKETING
PROMOCIONAL-MIRAFLORES-LIMA- 2021**

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO**

AUTOR:

HUAMANI MOREANO SUSAN ELENA

CÓDIGO ORCID: 0000-0001-8708-7783

ASESOR:

GOMEZ ACHOCALLA JOSE LUIS

CÓDIGO ORCID: 0000-0002-5410-0512

LINEA DE INVESTIGACION: TRIBUTACION Y AUDITORIA

LIMA-PERU

MARZO 2022

Dedicatoria

A Dios por darme la fortaleza para crecer cada día y ser mejor persona.

A mis padres Pedro Huamani y Sabina Moreano, que desde pequeña me inculcaron valores y me apoyaron en todo mi crecimiento personal como profesional, dándome palabras de aliento para salir adelante. A mis hermanos David y Nila por su apoyo incondicional. A mis familiares y amigos que directa o indirectamente contribuyeron a mi crecimiento profesional.

Agradecimiento

Agradezco a mi asesor de tesis, el Dr. Gómez Achocalla, Luis quien con sus consejos y conocimientos me dio soporte en el desarrollo de la investigación. Su presencia fue fundamental para concluir la tesis.

Asimismo, a los docentes de la carrera de contabilidad y finanzas de la Universidad Peruana de las Américas, quienes con su conocimiento me acompañaron en mi vida universitaria y aportaron a mi crecimiento profesional.

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar cómo se relaciona el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021.

El enfoque de la investigación fue cuantitativo, de tipo básica, diseño no experimental y transversal, de alcance descriptivo correlacional, la población estuvo conformada por 20 colaboradores administrativos a quienes se les aplicó 2 cuestionarios en la escala nominal de Likert, la técnica utilizada fue la encuesta. Para establecer la confiabilidad del instrumento se aplicó la prueba estadística alfa de Cronbach para cada una de las variables con sus respectivas dimensiones.

Para medir el grado de asociación entre las variables se utilizó el coeficiente de correlación no paramétrico Rho de Spearman, donde se obtuvo como resultado un coeficiente de ,817 que indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra con el nivel de correlación muy fuerte, siendo el nivel de significancia bilateral de ,000 menor al valor de $p = 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta. Con ello, se confirma que el control interno se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021.

Palabras claves: Control interno, gestión de cuentas por cobrar

Abstract

The objective of this research was to determine how internal control and accounts receivable management are related to a promotional marketing company, Miraflores, Lima, 2021. The research approach was quantitative, basic type, non-experimental and cross-sectional design, correlational descriptive scope, the population was made up of 20 administrative collaborators who were given 2 questionnaires on the nominal Likert scale, the technique used was the poll. To establish the reliability of the instrument, Cronbach's alpha statistical test was applied to each of the variables with their respective dimensions. To measure the degree of association between the variables, the non-parametric Spearman's Rho coefficient of connections was produced, where a coefficient of .817 was obtained as a result, indicating that there is a positive relationship between the variables. In addition, the level of connections is very strong, with the level of connections is very strong, with the level of bilateral significance of 0,000 being less than the value of $p=0.05$, highly significant, the null hypothesis is rejected and the alternative hypothesis is accepted. With this, it is confirmed that internal control is significantly related to the management of relational accounts receivable from a promotional marketing company, Miraflores, Lima 2021.

Keywords: Internal control, accounts receivable management

Tabla de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Resumen.....	iv
Abstract.....	v
Tabla de contenidos	vi
Lista de tablas.....	ix
Lista de figuras.....	xii
Introducción	1
Capítulo I: Problema de la Investigación	2
1.1 Descripción de la Realidad Problemática.....	2
1.2 Planteamiento del Problema	4
1.2.1 Formulación del problema general.....	4
1.2.2 Problemas específicos.....	4
1.3 Objetivos de la Investigación	4
1.3.1 Objetivo general.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	4
1.4 Justificación e Importancia.	5
Capítulo II: Marco Teórico.....	6

2.1 Antecedentes.....	6
2.1.1 Internacionales.....	6
2.1.2 Nacionales.....	9
2.2 Bases Teóricas	12
2.2.1 <i>Control interno</i>	12
2.2.1.1 Definición.....	12
2.2.1.2 Objetivos.....	13
2.2.1.3 Componentes.....	13
2.2.1.3.1 <i>Ambiente de control</i>	14
2.2.1.3.2 <i>Evaluación de riesgo</i>	14
2.2.1.3.3 <i>Actividades de control</i>	14
2.2.1.3.4 <i>Información y comunicación</i>	15
2.2.1.3.5 <i>Actividades de supervisión</i>	15
2.2.1.4 Importancia	15
2.2.1.5 Gestión comercial	15
2.2.1.6 Proceso de facturación	16
2.2.1.7 Control de facturación	16
2.2.2 <i>Cuentas por cobrar</i>	17
2.2.2.1 Definición.....	17
2.2.2.2 Clasificación.....	17
2.2.2.3 Objetivo	18
2.2.2.4 Importancia	18
2.2.2.5 Las cinco “C” del crédito	18

2.2.2.6 Políticas de crédito.....	19
2.2.2.7 Políticas de cobranza.....	19
2.2.2.8 Gestión de cobros.....	19
Capítulo III: Metodología de la Investigación.....	20
3.1 Enfoque de la Investigación.....	20
3.2 Variables.....	20
3.2.1 Operacionalización de las variables.....	20
3.3 Hipótesis.....	21
3.3.1 Hipótesis general.....	21
3.3.2 Hipótesis específicas.....	21
3.4 Tipo de Investigación.....	22
3.5 Diseño de Investigación.....	23
3.6 Población y muestra.....	23
3.6.1 Población.....	23
3.6.2 Muestra.....	23
3.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	23
Capítulo IV: Resultados	28
4.1 Análisis de resultados.....	28
4.1.1 Estadística descriptiva.....	28
4.1.3 <i>Estadística inferencial</i>	66
4.2 Discusión.....	73
Conclusiones	75
Recomendaciones	76
Referencias.....	77
Apéndice.....	81

Lista de tablas

Tabla 1 matriz operacional de la variable control interno.....	20
Tabla 2 matriz operacional de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	21
Tabla 3 técnicas e instrumentos de recolección de datos	24
Tabla 4 resultados de validación de la variable de control interno.	25
Tabla 5 resultados de validación de la variable de cuentas por cobrar.....	25
Tabla 6 interpretación de los coeficientes de alfa de cronbach.....	26
Tabla 7 alfa de cronbach para el cuestionario control interno.	26
Tabla 8 alfa de cronbach para el cuestionario gestión de cuentas por cobrar	27
Tabla 9 descripción de los niveles de la variable control interno.	28
Tabla 10 descripción de los niveles de la dimensión de gestión comercial.	29
Tabla 11 descripción de los niveles de la dimensión de proceso de facturación.....	30
Tabla 12 descripción de los niveles de la dimensión de control de facturación.	31
Tabla 13 descripción de los niveles de gestión de cuentas por cobrar.....	32
Tabla 14 descripción de los niveles de la dimensión de políticas de crédito.....	33
Tabla 15 descripción de los niveles de la dimensión de políticas de cobranza.	34
Tabla 16 descripción de los niveles de la dimensión de gestión de cobros.	35
Tabla 17 frecuencia para la pregunta 1 de la variable control interno	36
Tabla 18 frecuencia para la pregunta 2 de la variable control interno	37
Tabla 19 frecuencia para la pregunta 3 de la variable control interno	38

Tabla 20 frecuencia para la pregunta 4 de la variable control interno	39
Tabla 21 frecuencia para la pregunta 5 de la variable control interno	40
Tabla 22 frecuencia para la pregunta 6 de la variable control interno	41
Tabla 23 frecuencia para la pregunta 7 de la variable control interno	42
Tabla 24 frecuencia para la pregunta 8 de la variable control interno	43
Tabla 25 frecuencia para la pregunta 9 de la variable control interno	44
Tabla 26 frecuencia para la pregunta 10 de la variable control interno	45
Tabla 27 frecuencia para la pregunta 11 de la variable control interno	46
Tabla 28 frecuencia para la pregunta 12 de la variable control interno	47
Tabla 29 frecuencia para la pregunta 13 de la variable control interno	48
Tabla 30 frecuencia para la pregunta 14 de la variable control interno	49
Tabla 31 frecuencia para la pregunta 15 de la variable control interno	50
Tabla 32 frecuencia para la pregunta 16 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	51
Tabla 33 frecuencia para la pregunta 17 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	52
Tabla 34 frecuencia para la pregunta 18 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	53
Tabla 35 frecuencia para la pregunta 19 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	54
Tabla 36 frecuencia para la pregunta 20 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	55
Tabla 37 frecuencia para la pregunta 21 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	56
Tabla 38 frecuencia para la pregunta 22 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	57
Tabla 39 frecuencia para la pregunta 23 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	58
Tabla 40 frecuencia para la pregunta 24 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	59
Tabla 41 frecuencia para la pregunta 25 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	60
Tabla 42 frecuencia para la pregunta 26 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	61
Tabla 43 frecuencia para la pregunta 27 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	62
Tabla 44 frecuencia para la pregunta 28 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	63

Tabla 45 frecuencia para la pregunta 29 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	64
Tabla 46 frecuencia para la pregunta 30 de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	65
Tabla 47 prueba de normalidad para las variables de control interno y gestión de cuentas por cobrar.....	66
Tabla 48 coeficiente de correlación entre el control interno y la gestión de cuentas por cobrar.	68
Tabla 49 coeficiente de correlación entre la gestión comercial y gestión de cuentas por cobrar	69
Tabla 50 coeficiente de correlación entre el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar.....	70
Tabla 51 coeficiente de correlación entre el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar.....	71
Tabla 52 grado de relación del coeficiente de correlación rho de spearman	72

Lista de figuras.

Figura 1 componentes del control interno.....	13
Figura 2 descripción de los niveles de control interno.....	28
Figura 3 descripción de los niveles de la dimensión de gestión comercial.....	29
Figura 4 descripción de los niveles de la dimensión del proceso de facturación.....	30
Figura 5 descripción de los niveles de la dimensión de control de facturación.....	30
Figura 6 descripción de los niveles de gestión de cuentas por cobrar.....	32
Figura 7 descripción de los niveles de la dimensión de políticas de crédito.....	33
Figura 8 descripción de los niveles de la dimensión de políticas de cobranza.....	34
Figura 9 descripción de los niveles de la dimensión de políticas de cobranza.....	35
Figura 10 gráfico de barras de la pregunta 1 de la variable control interno.....	36
Figura 11 gráfico de barras de la pregunta 2 de la variable control interno.....	37
Figura 12 gráfico de barras de la pregunta 3 de la variable control interno.....	38
Figura 13 gráfico de barras de la pregunta 4 de la variable control interno.....	39
Figura 14 gráfico de barras de la pregunta 5 de la variable control interno.....	40
Figura 15 gráfico de barras de la pregunta 6 de la variable control interno.....	41
Figura 16 gráfico de barras de la pregunta 7 de la variable control interno.....	42
Figura 17 gráfico de barras de la pregunta 8 de la variable control interno.....	43
Figura 18 gráfico de barras de la pregunta 9 de la variable control interno.....	44
Figura 19 gráfico de barras de la pregunta 10 de la variable control interno.....	45
Figura 20 gráfico de barras de la pregunta 11 de la variable control interno.....	46
Figura 21 gráfico de barras de la pregunta 12 de la variable control interno.....	47

Figura 22 gráfico de barras de la pregunta 13 de la variable control interno	48
Figura 23 gráfico de barras de la pregunta 14 de la variable control interno	49
Figura 24 gráfico de barras de la pregunta 15 de la variable control interno	50
Figura 25 gráfico de barras de la pregunta 1 de la variable gestión de cuentas por cobrar	51
Figura 26 gráfico de barras de la pregunta 2 de la variable gestión de cuentas por cobrar	52
Figura 27 gráfico de barras de la pregunta 3 de la variable gestión de cuentas por cobrar	53
Figura 28 gráfico de barras de la pregunta 4 de la variable gestión de cuentas por cobrar	54
Figura 29 gráfico de barras de la pregunta 5 de la variable gestión de cuentas por cobrar	55
Figura 30 gráfico de barras de la pregunta 6 de la variable gestión de cuentas por cobrar	56
Figura 31 gráfico de barras de la pregunta 7 de la variable gestión de cuentas por cobrar	57
Figura 32 gráfico de barras de la pregunta 8 de la variable gestión de cuentas por cobrar	58
Figura 33 gráfico de barras de la pregunta 9 de la variable gestión de cuentas por cobrar	59
Figura 34 gráfico de barras de la pregunta 10 de la variable gestión de cuentas por cobrar	60
Figura 35 gráfico de barras de la pregunta 11 de la variable gestión de cuentas por cobrar	61
Figura 36 gráfico de barras de la pregunta 12 de la variable gestión de cuentas por cobrar	62

Figura 38 gráfico de barras de la pregunta 13 de la variable gestión de cuentas por cobrar	63
Figura 38 gráfico de barras de la pregunta 14 de la variable gestión de cuentas por cobrar	64
Figura 39 gráfico de barras de la pregunta 15 de la variable gestión de cuentas por cobrar	65
Figura 40 distribución de los datos en la variable de control interno.....	67
Figura 41 distribución de los datos en la variable gestión de cuentas por cobrar.....	67

Introducción

La presente investigación se titula “Control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional-Miraflores-Lima- 2021” La situación problemática se centra en las deficiencias que existe en el proceso de gestión de cuentas por cobrar, es decir que la empresa no tiene un control adecuado de sus facturas, demoras en los tiempos de facturación y ciertos retrasos en los pagos.

En base a ello, la empresa necesita un adecuado control interno que pueda verificar y dar seguimiento que se cumplan todos los lineamientos establecidos, con el fin de no perjudicar la gestión de cuentas por cobrar y como consecuencia tenga problemas de liquidez.

El trabajo desarrollado comprende 4 capítulos.

Capítulo I: comprende el problema de la investigación donde se conocerá la realidad problemática, planteamiento del problema, los objetivos y la justificación de la investigación.

Capítulo II: aborda el Marco Teórico, donde se muestran antecedentes nacionales e internacionales, así como el estudio de las variables control interno y gestión de cuentas por cobrar.

Capítulo III: se aborda la Metodología de la investigación, donde se muestra el enfoque de la investigación, la operacionalización de variables, el planteamiento de hipótesis, tipo y diseño de investigación, las técnicas de recolecciones de datos y forman parte de la muestra.

Capítulo IV: se presentan los resultados obtenidos de los cuestionarios en el programa SPSS 26, así como el contraste de las hipótesis a través de los estadísticos Rho de Spearman y las discusiones de los resultados.

Capítulo I: Problema de la Investigación

1.1 Descripción de la Realidad Problemática

Hoy en día las empresas de marketing han tomado gran importancia debido a que las empresas buscan ofrecer, promocionar o hacer visible su nuevo producto. Es allí donde el área comercial de la empresa de marketing desempeña un papel muy importante porque están enfocadas en atraer clientes y poder ofrecer sus servicios, pero no tienen un control de todo el proceso que implica, desde la aprobación del servicio hasta la gestión de cuentas por cobrar. Sin una facturación eficiente nada sería posible. Si la empresa presta servicios y no es consciente de la deuda de facturación a clientes, nada tiene sentido.

En el contexto mundial, Atradius- Compañía de Grupo Catalana Occidente, realiza anualmente encuestas denominadas "Barómetro de prácticas de pago de Atradius"(2021) con los resultados de la encuesta esperan que las insolvencias retrasadas de 2020 y 2021, generen un mayor riesgo de insolvencia con el incumplimiento de pagos, el 53% del valor total de facturas de B2B en Europa Occidental se reportaron vencidas en comparación al 47% reportado el año pasado. El 90% de las empresas encuestadas de Europa Occidental dijeron que habían tomado medidas para evitar la presión sobre la liquidez causada por la morosidad. Para el 2022, el 80% de las empresas encuestadas de Europa Occidental mostraron optimismo y pronosticaron un crecimiento. Aunque aún persisten los riesgos a la baja. El principal riesgo se relaciona a la pandemia y sus impactos en las economías nacionales y mundiales.

En el Perú, Gustavo Delgado Aparicio (gerente general adjunto del BBVA) en una entrevista para el *diario gestión* (2022), recomendó a las empresas a enfocarse en agilizar las cuentas por cobrar y rotación de cuentas por cobrar, además de buscar un buen calce de liquidez, para ello deberán enfocarse en llevar una buena gestión de cuentas por cobrar a fin de poder asegurar la liquidez necesaria para continuar operando sus negocios. Asimismo, acceder a financiamientos acorde al tipo de operación que realizan.

La empresa de marketing promocional con más de 25 años al servicio, se encuentra ubicada en el distrito de Miraflores, dedicada a brindar servicios de impulso, mercaderismo, samplig, visibilidad, canjes y degustación en los diferentes puntos de venta como mercados, autoservicios y casa en casa.

El problema principal de esta empresa de marketing promocional está asociada a su gestión de cuentas por cobrar. Actualmente existe problemas en la gestión de cuentas por cobrar debido que el área de tesorería solicita un reporte semanal de flujo de ingresos, los cuales no cubren los compromisos de pago en su totalidad, esto sucede porque existe demoras por parte del área operativa en la solicitud de órdenes de servicio, ocasionando que no se emitan las facturas en el mes correspondiente o en los próximos 15 días del mes siguiente. Otros de los motivos es que algunos clientes tienen una fecha de cierre mensual para la recepción de facturas, es decir si la empresa envía su factura al día siguiente del cierre de recepción, el documento será contabilizado el primer día hábil del siguiente mes y a partir de esa fecha se contará los días de condición de pago.

La principal causa al problema de gestión de cuentas por cobrar es debido a que existen deficiencias en el control interno del proceso dentro de la empresa, que pueda revisar, verificar y constatar que se cumpla con los procedimientos o parámetros establecidos por la organización desde el inicio de la prestación de servicios al cliente hasta la gestión de cobranza, por ende, hay demoras en la facturación.

Una mala gestión en las cuentas por cobrar ocasionará a futuro falta de liquidez en vista que un 90% de sus servicios se dan al crédito y la condición de pago varía entre 30 y 120 días. Esto se verá reflejado en el incumplimiento de sus compromisos de pago.

La solución al problema de la gestión de cuentas por cobrar de la empresa está en mejorar su control interno, por lo tanto, en la presente investigación se investigó como se relaciona el control interno con la gestión de cuentas por cobrar en una empresa de marketing promocional.

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Formulación del problema general.

¿Cómo se relaciona el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021?

1.2.2 Problemas específicos.

¿Cómo se relaciona la gestión comercial y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa marketing promocional, Miraflores, Lima 2021?

¿Cómo se relaciona el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021?

¿Cómo se relaciona el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo general.

Determinar cómo se relaciona el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021

1.3.2 Objetivos específicos.

Determinar cómo se relaciona la gestión comercial y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021

Determinar cómo se relaciona el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021

Determinar cómo se relaciona el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021

1.4 Justificación e Importancia.

El estudio será muy importante para determinar la situación actual del proceso de facturación y la necesidad de mejorar su control interno en la organización para identificar las deficiencias y causas del proceso que impactan en la gestión de cuentas por cobrar.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Antecedentes.

2.1.1 Internacionales.

González, C. (2019) tesis titulada *“Gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Serlipen S.A, Cantón La Libertad, año 2017”* en la **Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador**, para optar el título de licenciada en contabilidad y auditoría, tuvo como objetivo evaluar la gestión de Cuentas por Cobrar realizado en la empresa Serlipen S.A. Su problema principal es el otorgamiento excesivo de créditos, ocasionando un proceso de cobranzas inadecuado. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo y analítico, la técnica de recolección de datos fue la entrevista, esto con el fin de recabar información y confirmar como una adecuada gestión de cuentas por cobrar beneficia a la empresa, asimismo sirva de referencia para posteriores trabajos de investigación. El resultado que obtuvo fue que la empresa Serlipen S.A, tiene un 4.28% de insuficiencia de liquidez en cartera vencida debido a un inadecuado manejo de cobros, lo que ocasiona un riesgo en el pago a proveedores y adquisición de mercaderías. Sugiere implementar un área de crédito y cobranza para mejorar la liquidez y rentabilidad de la empresa y propone el diseño de un manual de políticas y procedimientos de créditos y cobranzas.

Por esta razón, es necesario que se implemente el departamento de créditos y cobranzas para que la persona encargada ejecute un correcto seguimiento de las cuentas por cobrar.

Lozada, C. (2018) tesis titulada *“Análisis de las cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado: caso Hércules Infantil. Ecuador: Ambato”* para la obtención de su **título de ingeniera en contabilidad y auditoría en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador**. Tuvo como objetivo analizar los procedimientos de cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado en la ciudad de Ambato. Su metodología se basó en un paradigma crítico propositivo ya que complemento lo cualitativo con lo cuantitativo. Con esto,

busca demostrar el importante papel que desempeña la gestión de cobranzas y su impacto en la liquidez y rentabilidad de la empresa. Asimismo, las falencias que puedan existir en el área funcional. A través de un análisis financiero en la empresa, concluye que la cartera vencida es notablemente alta, afectando la liquidez y sus compromisos de pago, además la autora propone políticas, normas y procedimientos para otorgar créditos y recuperar las cuentas por cobrar.

En ese sentido es importante realizar análisis financiero periódicamente para conocer la situación actual de la empresa y por otra parte tener definido un manual los procedimientos y funciones que permitan llevar un mejor control en la empresa.

Guale, M. (2019) tesis titulada “Gestión de cuentas por cobrar y liquidez en la empresa Corpasso SA, cantón La Libertad, año 2018”, en la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador, para obtener el título de licenciada en contabilidad y auditoría, tuvo como objetivo evaluar la gestión de cuentas por cobrar, mediante el análisis de procedimientos aplicados al proceso crediticio y la valoración de los índices de gestión de cartera para coadyuvar a mejorar la liquidez de la empresa Corpasso S.A. La metodología utilizada fue descriptiva con el fin de determinar las características de las variables, asimismo, aplicó una investigación cualitativa para conocer la percepción de los colaboradores que laboran en el área involucrada y una investigación cuantitativa para verificar a través de los estados financieros la situación actual de la empresa. Como resultado de ello, comprobó que había una deficiente gestión de cuentas por cobrar, y esto afectaba considerablemente a la empresa, ya que la empresa tenía que recurrir a financiamientos bancarios. Concluye planteando un diseño de manual de políticas y procedimientos para obtener mejoras en el flujo de efectivo y la liquidez de la empresa.

Por lo tanto, con la investigación realizada, se confirma que un mal manejo de cuentas por cobrar incide negativamente en la liquidez de la empresa Corpasso S.A. Asimismo si

implementan el manual diseñado por la autora, se podrán visualizar mejoras en los ingresos de la empresa.

Hurtado, D. (2017) tesis titulada “Análisis a las Cuentas por Cobrar del Comercial Almacenes el Costo de la Parroquia Borbón Cantón Eloy Alfaro, Ecuador”, para la obtención del título de ingeniería en contabilidad y auditoría CPA en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Tuvo como objetivo analizar el sistema de crédito y cobranza, utilizado por el Comercial “Almacenes el Costo”, ubicado al Norte de la Provincia de Esmeraldas, dedicado a la comercialización de productos para el hogar, muebles y electrodomésticos. Para ello realizó un estudio no experimental con diseño transeccional de tipo descriptivo. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la entrevista al gerente y encuestas dirigidas a trabajadores, clientes y propietarios de comercios de electrodoméstico. Obtuvo como resultado que la empresa no tiene un manual de políticas de crédito y cobranzas definidas, además no existe un seguimiento a las cuentas por cobrar al cliente y un análisis de control. Concluye que la falta de control y seguimiento afectara la liquidez corriente del negocio; por ende, plantea una propuesta de mejoramiento alternativo.

Por consiguiente, es importante que la empresa comercial “almacenes el costo”, implemente inmediatamente las propuestas de mejora promovidas por la autora para evitar que los problemas de liquidez se incrementen.

Muñiz, M, & Moran, K. (2017) tesis titulada “Propuesta de control interno para cuentas por cobrar en la empresa PROMOCHARTERS S.A” para optar el título de contador público autorizado en la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Tuvo como objetivo diseñar un sistema de control interno en las cuentas por cobrar a fin de designar las funciones a las personas que integran el departamento, con políticas de créditos que permitan reducir la cartera vencida, además de los procedimientos de cobros. Realizaron un análisis

objetivo para identificar las necesidades de las cuentas por cobrar, el riesgo de ofrecer créditos y el manejo correcto de las cobranzas. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo y cualitativo en las actividades realizadas, con un método descriptivo se aplicó el instrumento de observación y entrevista en la misma organización. Como resultado se obtuvo que la creación de un manual de crédito y cobranza permitirá ampliar la solvencia y rentabilidad. Concluye que el área de venta requiere de estrategia de crédito a un mínimo riesgo, además de contar con una base de datos de referencia que permita el buen manejo de los clientes.

Por lo tanto, es necesario que cada responsable del departamento conozca sus funciones y lo procedimientos que deben seguir a fin mitigar la cartera vencida y mejorar la solvencia y rentabilidad de la empresa.

2.1.2 Nacionales.

Castro, S. & Caycho, R. (2020) tesis titulada “La gestión de cuentas por cobrar y su relación con la liquidez de la empresa industrial de PVC S.A.C en el distrito de Lurín 2020” para optar el título de contador público en la Universidad Autónoma del Perú, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Industrial de PVC S.A.C. en el distrito de Lurín - 2020. La metodología utilizada fue de diseño no experimental, tipo transeccional y de alcance correlacional; el tipo de investigación fue aplicativo con enfoque cuantitativo, donde la población estuvo conformada por 100 trabajadores y la muestra que se consideró fue una muestra por conveniencia tomando un total de 20 trabajadores a los cuales se le aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento de recojo de información se utilizó el cuestionario, el cual estuvo conformado por un total de 16 preguntas validadas por juicio de expertos. Asimismo, para determinar la confiabilidad de los resultados se utilizó el estadístico de fiabilidad, el Alfa de Cronbach; el cual dio como resultados 0,908 y 0,900 para cada variable respectivamente. Para la prueba de hipótesis se

empleó el coeficiente de correlación del Rho de Spearman mostrando un grado de significación entre las variables menor al 0,05. Se concluyó que existió una relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Industrial de PVC S.A.C. en el distrito de Lurín - 2020.

López, C. & Ybias, E. (2019) tesis titulada “Control interno y Gestión de cuentas por cobrar en las empresas financieras del distrito de San Juan de Lurigancho, 2019”, para optar el título de contador público en la Universidad Cesar Vallejo, tuvo como objetivo determinar la relación entre el control interno y Gestión de cuentas por cobrar, la entidad financiera antes de otorgar un crédito, tiene que evaluar a sus clientes, puesto que no hacerlo trae como consecuencia que el cliente no cumpla con el pago respectivo generando cuentas incobrables y por ende, pérdida de dinero. La metodología utilizada fue de tipo básica, con enfoque cuantitativo ya que aporó conocimientos a los ya existentes, el diseño fue no experimental porque no se manipuló ninguna de las variables y corte transversal, debido a que se recolectaron datos en un momento determinado, el alcance fue correlacional, ya que se buscó determinar si ambas variables se relacionan y de qué manera se relacionan. La muestra estuvo conformada por 88 colaboradores de 22 empresas que labora en el área de cobranzas. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Utilizaron el SPSS V20 y el Excel para el análisis de datos. Obtuvieron como resultado un valor de p (Sig) de $0.000 < 0.005$, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa. También presenta un coeficiente de correlación igual a 0.641, lo que explica que existe relación entre control interno y gestión de cuentas por cobrar de manera directa y moderada.

Por lo tanto, las empresas financieras deben contar con un área de control interno que supervise el cumplimiento de todos los procedimientos y normas establecidos por la empresa a fin de evitar deudas incobrables.

Mendizábal, E. (2019) tesis titulada “Implementación de un sistema de control interno en la gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez del Estudio Contable ES Contadores SAC del año 2018”. Para optar el título profesional de contador público en la Universidad Ricardo Palma, tuvo como objetivo demostrar cómo la implementación de un sistema de control interno en la gestión incide en la gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez del estudio contable Es Contadores SAC del año 2018. La metodología de investigación fue de enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y diseño explicativo. La recolección de datos utilizado fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Su muestra estuvo conformada por 64 profesionales con conocimientos en contabilidad. Concluyo que la liquidez suficiente para cumplir con sus compromisos de pago está relacionada a la implementación de un control interno.

Por lo tanto, el estudio contable deberá implementar el control interno para no ser afectado financieramente, emplear políticas de cobranza dudosa con la finalidad de reducir la incertidumbre de clientes morosos.

Fiestas, B. (2018) tesis titulada “Evaluación del proceso de facturación para determinar el impacto en las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa de transportes Pakatnamu SAC,2017”, para optar el título de contador público en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Tiene por objetivo evaluar el proceso de facturación de la empresa Transportes Pakatnamu SAC para determinar el impacto que generará en las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa. Por ello se ha visto en la necesidad de diseñar un flujograma de facturación e identificar las deficiencias y riesgos que puedan existir en todo el proceso, afín de tomar las medidas correspondientes. La metodología que utilizo fue descriptiva, con diseño no experimental. Concluye que existen ciertas debilidades en el proceso de facturación debido a la falta de manuales de procedimientos y capacitaciones al personal encargado. Además de no contar con las herramientas adecuadas para llevar un mejor control

de sus cuentas por cobrar y por ende generando un impacto negativo en la liquidez de la empresa.

Por ello es fundamental que la empresa de transportes Pakatnamu tome medidas correctivas en el proceso de facturación e implemente políticas que contribuyan al mejoramiento de la liquidez de la empresa.

Pérez. A. & Ramos, E. (2016) tesis titulada “Implementación de un sistema de control interno en las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Bagservis SAC, en Trujillo, en el año 2016” para optar el título profesional de Contadora Publica en la Universidad Privada del Norte. cuyo objetivo fue analizar la incidencia de la implementación de un sistema de control interno en la liquidez de Bagservis SAC. Concluye que la implementación de un sistema de control interno influye significativamente en la liquidez de la empresa, puesto que, consiguió demostrar que el ratio, de liquidez se incrementó de 0.57 a 0.70 por cada sol de deuda. Asimismo, detecto que, en la empresa, el personal no está debidamente capacitado en relación a las funciones que deben cumplir, porque no manejan un manual de procedimientos de créditos, cobranzas y recuperación de deuda vencida. Respecto a los clientes, no efectúan una correcta evaluación del crédito.

Por lo tanto, es conveniente tener un sistema de control interno que permita mejorar notablemente el ratio de liquidez y que los colaboradores tengan conocimientos de los procesos y funciones que deben cumplir.

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Control interno

2.2.1.1 Definición.

Según, Navarro & Ramos, (2016) El control interno es un proceso mediante el cual se establece el estilo de gestión con el que deberán ser administradas, permite identificar posibles

inconvenientes dentro de los procesos organizacionales, de esta manera contribuye a la toma de decisiones garantizando el cumplimiento de objetivos establecidos.

Se entiende por control interno al conjunto de procesos, políticas, normas, que contribuyen a verificar y constatar que se cumplan los lineamientos establecidos por la empresa, con la finalidad de minimizar riesgos y evitar impactos negativos.

2.2.1.2 Objetivos.

Según, el artículo de *Conexión ESAN*, (2017) Los objetivos del control interno son los siguientes:

Eficacia y eficiencia de las operaciones: Desarrollar actividades con el menor esfuerzo y recurso para el logro de objetivos.

Fiabilidad de la información financiera: Los reportes generados por los sistemas de información de la empresa deben ser confiables y presentados en el momento oportuno.

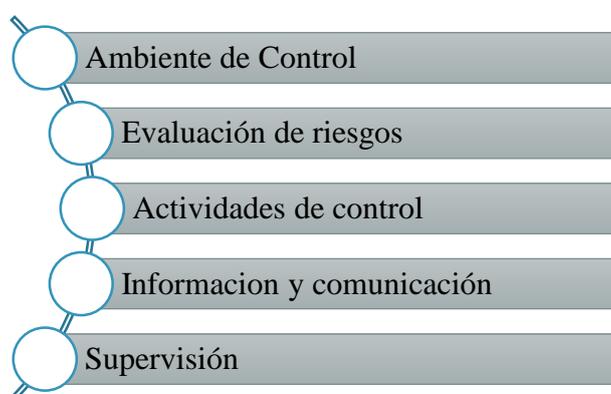
Cumplimiento de las leyes y normas aplicables: Toda acción que se realice deberán estar alineados a las normativas legales establecidas por el país.

2.2.1.3 Componentes.

El control interno tiene 5 componentes.

Figura

Componentes del control interno.



Fuente: Mantilla (2018)

2.2.1.3.1 Ambiente de control.

Es uno de los componentes más importantes del control interno, se basa en el comportamiento de los integrantes de la organización, y está directamente relacionado a la concientización del personal sobre los valores, culturas, creencias y estructuras de la organización. Son la junta directiva de la organización quienes establecen lineamientos y normas que deberá adoptar el personal con el objetivo de ser eficientes y eficaces. Con el cumplimiento de estos lineamientos la empresa asegurara resultados exitosos, por lo tanto, el siguiente componente no saldría afectado por las falencias en dicho componente. (Hernández, 2016)

En ese sentido, el ambiente de control está relacionado al comportamiento del personal y los lineamientos de lo organización, es decir, por más que existan controles adecuados, si el personal no tiene ética profesional no se lograra los objetivos de la empresa.

2.2.1.3.2 Evaluación de riesgo.

Consiste en anticiparse a situaciones adversas e identificar los posibles riesgos a los que está expuesto las actividades de la organización, con la finalidad de no afectar el cumplimiento de sus objetivos y operaciones. (Mantilla, 2018).

Por lo tanto, la evaluación de riesgo consiste en identificar y analizar los riesgos que imposibilitan el logro de los objetivos de la organización.

2.2.1.3.3 Actividades de control.

Son normas y procedimientos necesarios para la implementación de políticas que aseguren el correcto cumplimiento de actividades, con el fin de mitigar riesgos internos y externos. (Serrano, 2018).

Por lo tanto, estas actividades de control deben hacerse en todos los niveles de la organización.

2.2.1.3.4 Información y comunicación.

Es importante determinar la información relevante y comunicar de manera oportuna a las áreas responsables o solicitantes. Por otra parte, la empresa debe tener canales de comunicación seguros que permitan procesar y transmitir la información a todos los integrantes de la organización, de ese modo cumplan con sus responsabilidades individuales. (Serrano, 2018).

2.2.1.3.5 Actividades de supervisión.

Las evaluaciones continuas, evaluaciones independientes o una combinación de ambas son usadas para determinar si cada uno de los componentes y sus principios está funcionando. Es importante incorporar mecanismos de evaluación del Control Interno en los principales procesos críticos de la entidad a fin de identificar a tiempo oportunidades de mejora.

2.2.1.4 Importancia.

Mantilla (2018) El control interno es importante porque contribuye a alcanzar las metas y objetivos de la organización a través de la prevención de riesgos o amenazas a los que está expuesto. Asimismo, permite que las áreas responsables tengan conocimiento de las políticas, procedimientos y funciones, haciendo uso responsable de los recursos de la empresa, en relación a la información manejaran reportes financieros confiables.

De esta manera, la empresa podrá contar con una administración eficiente, eficaz, moderna, transparente y simplificada, reduciendo riesgos de fraude o actos de corrupción.

2.2.1.5 Gestión comercial.

Para Becerra, (2019) “La Gestión Comercial es un proceso dinámico donde interactúan el área comercial y el cliente, con la finalidad de ofrecer bienes o servicios para el beneficio económico de la empresa, contribuye al logro de los objetivos y obtener mejores resultados. Es importante lograr la satisfacción de las necesidades del cliente.

En tal sentido, la gestión comercial es un proceso que inicia con los acuerdos entre empresa y cliente, donde se solicita la ejecución del servicio. Es decir, el cliente genera la solicitud de pedido (Solped) a su área de compras para posteriormente enviar las ordenes de servicio. Culminado el servicio, el área operativa de la empresa de marketing deberá solicitar la aprobación a través de Hoja de Entrada de Servicio (HES), Números de Aceptación (N.A) Códigos de conformidad o visto bueno del cliente para proceder con la facturación. Existen empresas que tienen como política generar las ordenes de servicio antes del inicio de la actividad, pero no necesariamente se cumple.

2.2.1.6 Proceso de facturación.

La Guía de Implementación de la Facilitación del Comercio (2016) señala que el proceso de facturación es un ciclo de transacción típico, donde se emite la factura una vez se ha concluido el servicio. Dicho proceso forma parte de un conjunto de operaciones como la generación de orden, aceptación, entrega del bien o servicio y el pago final. Por lo tanto, desde la perspectiva del proceso de negocio, una factura no es un documento aislado, sino que siempre es el resultado y está enlazado con otras actividades. En relación al pago de facturas involucra al receptor de la misma, quien tendrá que generar una orden de pago a favor de su proveedor de acuerdo a la condición de pago establecido en contrato.

De manera que, si la empresa no gestiona adecuadamente su proceso de facturación implicaría pérdidas monetarias, debido a que no estaría cobrando por los bienes o servicios efectuados.

2.2.1.7 Control de facturación.

Sercopi (2019) El control de facturas es una tarea imprescindible para encauzar por buen camino la viabilidad de la empresa y la tesorería de esta, manteniendo un exhaustivo seguimiento a las emitidas y a las pagadas. Además, se debe cumplir ciertas normas y tomar medidas para evitar impagos.

Zapata (2018) Una mejora en el control de facturas en el área de créditos y cobranzas contribuyo a que otras áreas interconectadas a ella, tales como el área de ventas y almacén también sean beneficiadas; permitiendo reducir indicadores de morosidad, quejas o reclamos de clientes por la entrega de facturas, así como llevar un control de lo facturado y tener un orden el proceso de venta y despacho.

2.2.2 Cuentas por cobrar.

2.2.2.1 Definición.

Burga y Rodrigo (2019) Afirman que las cuentas por cobrar son el resultado de las ventas o prestación de servicio a crédito que una compañía concede a sus clientes con la finalidad de incrementar su negocio, es decir, una forma de financiar en un corto plazo a sus compradores. (p. 26)

Guajardo y Andrade (2018) menciona que las cuentas por cobrar son, al igual que cualquier activo, recursos económicos propiedad de una empresa, los cuales generarán un beneficio en el futuro. Forman parte de la clasificación de activo circulante. (p. 328).

Stevens (2017) manifiesta “que representa uno de los activos más importantes, puesto que después del efectivo es el activo más líquido en una entidad de carácter económico. Representan la oferta o adquisición de algún bien o servicio que se recuperará en dinero”.

2.2.2.2 Clasificación

Domínguez (2017) refiere que las cuentas por cobrar se clasifican de acuerdo a su origen, a los clientes, a las compañías a los cuales fueron afiliadas, empleados y otros deudores, separando a los que provienen de ventas y servicios que tienen otro origen. A su vez se clasifican por disponibilidad que tiene a corto o largo plazo. (p.3)

En ese sentido, se debe tener claro las facturas que se emiten a clientes y las que son a relacionadas. Asimismo, debemos considerar que las facturas a corto plazo son aquellas que se

requieren de disponibilidad inmediata, es decir no menor a un año. Las facturas a largo plazo tienen disponibilidad mayor a un año.

2.2.2.3 Objetivo

Loconi, J. & Chávez, Y. (2018) Consiste en registrar todas las operaciones originadas por deudas de los clientes, a través de facturas, letras, pagarés u otros documentos por cobrar provenientes de venta de bienes o servicios, de modo que, la empresa debe registrar de manera apropiada todos los movimientos referidos a estos documentos, ya que componen parte de su activo, y sobre todo debe controlar que estos no pierdan su formalidad para convertirse en dinero.

2.2.2.4 Importancia.

Las cuentas por cobrar son importantes ya que representan el activo exigible de la empresa por la venta de un bien o servicio. Permite conocer la cantidad de dinero que tiene disponible, así como los clientes que deben dinero. De esa manera, se podrá identificar a los clientes que tengan un historial de pagos deficiente.

2.2.2.5 Las cinco “C” del crédito.

Corrales (2017) Se describen las características que deben evaluarse en los clientes antes de otorgarles créditos:

- ✓ Capacidad de pago: evaluación si la empresa cuenta con suficientes ingresos para afrontar.
- ✓ Condiciones económicas. Estos son factores ambientales que aumentan las amenazas o los riesgos para el deudor desde fuentes externas.
- ✓ Capital. Se refiere a los recursos, propiedad del deudor, que han sido invertidos en la organización (patrimonio).
- ✓ Colateral. Esto se denomina garantía de crédito.

- ✓ **Carácter.** Se refiere a las condiciones del deudor y a su historia de honor y solvencia moral para responder por su crédito.

2.2.2.6 Políticas de crédito.

Gonzales. Vera y Henríquez (2018) Definen a las políticas de crédito como la capacidad que tiene la empresa para incorporar procedimientos, reglas y normas sobre el grado de solvencia o capacidad financiera que tiene el cliente. Si la empresa no llega a dicho nivel exigido, no se le proporcionará el crédito solicitado. Además, debe establecerse un límite máximo de crédito a cada cliente, el cual no debe ser rebasado. (p. 122).

Por lo tanto, el gerente financiero es quien definirá si se otorga facilidades de pago al cliente.

2.2.2.7 Políticas de cobranza.

Culquicondor (2018) Son procedimiento o medidas que se realiza para recuperar la cartera vigente y vencida. Estas medidas se deben tomar en función al mercado, tipo de cliente, objetivos y políticas de las empresas.

Desde el punto de vista de Gitman y Zutter (2016), 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)

2.2.2.8 Gestión de cobros.

Steven. J. (2019) Son tareas administrativas, financieras y estrategias orientadas a la captación de recursos monetarios procedentes de las distintas facturas que tiene la empresa con sus clientes.

En tal sentido, el encargado de los cobros deberá tomar provisiones ante la deuda y los próximos a vencer, para actuar de inmediato ante alguna demora o retraso

Capítulo III: Metodología de la Investigación

3.1 Enfoque de la Investigación.

La presente investigación fue de enfoque cuantitativo, dado que se busca comprobar la hipótesis previamente establecida. En ese sentido, se obtuvo y proceso información cuantificable para confirmar la hipótesis.

El enfoque cuantitativo: “Utiliza la recolección de datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.4)

3.2 Variables

3.2.1 Operacionalización de las variables.

Tabla 1 Matriz operacional de la variable control interno

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Índice	Escala	Niveles y Rangos
Gestión comercial	Ordenes de servicio	1,			Malo (15 - 35)
	Facturación	2,			
Proceso de facturación	Pendientes	3,4,			Ordinal (36-55) Aceptable
	Documentos sustentos	de 5,6,7,	Nunca (1) Casi nunca		
	Emisión de comprobantes de pago	de 8,9,10,11	(2)		
	Envío de comprobantes clientes.	de a 12,13	A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)		
Control de facturación	Aprobación de comprobantes emitidos	de 14,15			Bueno (56-75)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2

Matriz operacional de la variable gestión de cuentas por cobrar

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Índice	Escala	Niveles y Rangos
Políticas de crédito	Análisis de crédito	1,			Malo (15-35)
	Información de crédito.	2,3,			
Políticas de cobranza	Evaluación crediticia.	4,5,	Nunca (1)	Ordinal	Aceptable (36-55)
	Supervisión de las cuentas por cobrar	6,7,8,9,	Casi nunca (2)		
	Periodo promedio de cobro	10,11,	A veces (3)		
Gestión de cobros	Tipos de cobranzas	12,13,	(4)	Siempre (5)	Bueno (56-75)
	Comunicación con el cliente	14,			
	Opciones de pago	15,			

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Hipótesis

3.3.1 Hipótesis general.

El control interno se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021.

3.3.2 Hipótesis específicas.

Hipótesis específica 1:

La gestión comercial se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021.

Hipótesis específica 2:

El proceso de facturación se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021.

Hipótesis específica 3:

El control de facturación se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021.

3.4 Tipo de Investigación.

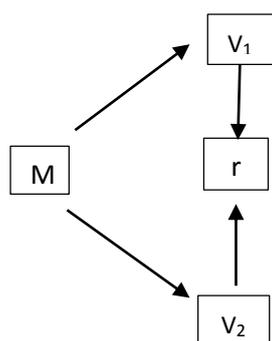
El Tipo de investigación fue básica, ya que tiene la finalidad de contribuir con conocimientos al estudio de un fenómeno o problema.

El alcance de la investigación fue descriptivo correlacional.

Según Rus, E (2020) Investigación correlacional comprenden estudios en los que, se busca describir la intensidad de las relaciones existentes entre dos variables, se puede aplicar algún tipo de regresión lineal o múltiple para conocer el grado de variación.

Según Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero (2018) La investigación es básica porque busca descubrir y contribuir con conocimientos científicos que sirvan de cimiento para la investigación aplicada, y fundamental para el desarrollo de la ciencia.

La presente investigación se realizó bajo el siguiente esquema.



Donde:

M = Muestra

V₁ = Variable Control interno

V₂ = Variable Gestión de cuentas por cobrar

r = Relación entre variables

3.5 Diseño de Investigación.

El diseño de investigación fue no experimental porque no se realizará manipulación de las variables, solo nos enfocamos en analizar los problemas planteados. Asimismo, es de corte transversal ya que nos basaremos en información de un momento determinado.

Diseño no experimental:

“Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.152)

Diseño transeccional o transversal: “Es cuando la encuesta se aplica una vez.

Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.154)

3.6 Población y muestra.

3.6.1 Población.

La población estuvo conformada por 20 colaboradores del área de facturación, tesorería y contabilidad de la empresa de marketing promocional.

3.6.2 Muestra.

Para la presente investigación no se utilizó la muestra, ya que se encuestó al total de la población.

3.7 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.

La técnica de recolección de datos que se utilizó para la presente investigación fue la encuesta. Asimismo, se aplicó como instrumento de la encuesta un cuestionario de preguntas en base a la escala de Likert.

Encuesta: “Entrevistas con un gran número de personas utilizando el cuestionario”. (Malhotra, Naresh K, 2008, p.121)

Cuestionario: se define como “Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir”. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.154)

Escala de Likert: “Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir la reacción del sujeto en tres, cinco o siete categorías.” (Hernández, Fernández & Baptista, 2014, p.238)

Tabla 3

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Variables	Técnica	Instrumentos
		Cuestionario sobre la gestión de cuentas por
Control interno	Encuesta	cobrar
Gestión de cuentas por cobrar	Encuesta	Cuestionario de control interno

Fuente: Elaboración propia

A. Cuestionario de control interno

a. Ficha técnica:

- ✓ Nombre: Escala de control interno.
- ✓ Administración: individual.
- ✓ Tiempo de aplicación: 10 minutos.
- ✓ Numero de ítems: 15

b. Descripción de la escala: Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

c. Validez: El cuestionario relacionado a control interno, fue sujeto a revisión por 3 expertos, quienes brindaron su conformidad, fue validado teniendo en cuenta la pertinencia, relevancia y claridad en función de su propósito.

d. Confiabilidad:

B. Cuestionario de gestión de cuentas por cobrar.

a. Ficha técnica:

- ✓ Nombre: Escala de gestión de cuentas por cobrar

- ✓ Administración: individual.
- ✓ Tiempo de aplicación: 10 minutos
- ✓ Numero de ítems: 15

b. Descripción de la escala: Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

c. Validez: El cuestionario relacionado a gestión de cuentas por cobrar, fue sujeto a revisión por 3 expertos, quienes brindaron su conformidad, fue validado teniendo en cuenta la pertinencia, relevancia y claridad en función de su propósito.

d. Confiabilidad:

Validez de los instrumentos

Tabla 4

Resultados de validación de la variable de control interno.

Experto	Grado académico o título profesional	Puntaje	Veredicto
Astudillo Vicente Richard Alberto	Contador Público- Magister en Contabilidad y Finanzas.	45	Se puede aplicar
González Vásquez Alan Johnny	Contador Público- Magister en Administración y Dirección de Empresas.	43	Se puede aplicar
Ponce de León Muñoz Jaime Modesto	Economista - Magister en Gestión Económica Empresarial.	47	Se puede aplicar

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5

Resultados de validación de la variable de cuentas por cobrar

Experto	Grado académico o título profesional	Puntaje	Veredicto
Astudillo Vicente Richard Alberto	Contador Público- Magister en Contabilidad y Finanzas.	46	Se puede aplicar
González Vásquez Alan Johnny	Contador Público- Magister en Administración y Dirección de Empresas.	45	Se puede aplicar
Ponce de León Muñoz Jaime Modesto	Economista - Magister en Gestión Económica Empresarial.	47	Se puede aplicar

Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad de los instrumentos de la recolección de datos

Para evaluar la confiabilidad de los instrumentos se aplicó la prueba de Alfa de Cronbach para cada cuestionario, mediante una prueba piloto aplicada a (06) colaboradores pertenecientes a la población de la presente tesis.

El coeficiente de confiabilidad se interpreta de acuerdo a la escala que se muestra a continuación.

Tabla 6

Interpretación de los coeficientes de Alfa de Cronbach.

ESCALA	CATEGORIA
$r = 1$	Confiabilidad perfecta
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Confiabilidad muy alta
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Confiabilidad alta
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Confiabilidad aceptable
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Confiabilidad moderada
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Confiabilidad baja
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Confiabilidad muy baja
$0,90 \leq r \leq 0,99$	Confiabilidad despreciable
$r = 0$	Confiabilidad nula

Fuente: Valderrama (2018)

Los resultados fueron:

Prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento de la variable control interno

Tabla 7

Alfa de Cronbach para el cuestionario control interno.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,956	15

Nota: para obtener una confiabilidad de la investigación se realizó una prueba piloto a 06 colaboradores y se analizó la confiabilidad.

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

El coeficiente de Alfa de Cronbach muestra un valor considerable de 0.956, la cual evidencio que el cuestionario realizado de la variable control interno tiene confiabilidad muy alta (ver tabla de interpretación de valores) en este sentido basado en un resultado positivo, se puede aplicar la encuesta.

Prueba de confiabilidad de Alfa de Cronbach del instrumento de la variable gestión de cuentas por cobrar.

Tabla 8

Alfa de Cronbach para el cuestionario gestión de cuentas por cobrar

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,920	15

Nota: para obtener una confiabilidad de la investigación se realizó una prueba piloto a 06 colaboradores y se analizó la confiabilidad.

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

El coeficiente de Alfa de Cronbach muestra un valor considerable de 0.920, lo cual ratifico que el cuestionario realizado de la variable gestión de cuentas por cobrar tiene una confiabilidad muy alta (ver tabla de interpretación de valores), basado en un resultado positivo, se puede aplicar la encuesta.

Capítulo IV: Resultados

4.1 Análisis de resultados.

4.1.1 Estadística descriptiva

Baremos

Es una tabla donde se establecen escalas o rangos para evaluar cualitativamente los méritos de una población.

Según la RAE, es un cuadro gradual para evaluar daños derivados de accidentes o enfermedades, o los méritos personales, la solvencia de empresas.

Tabla 9

Descripción de los niveles de la variable control interno.

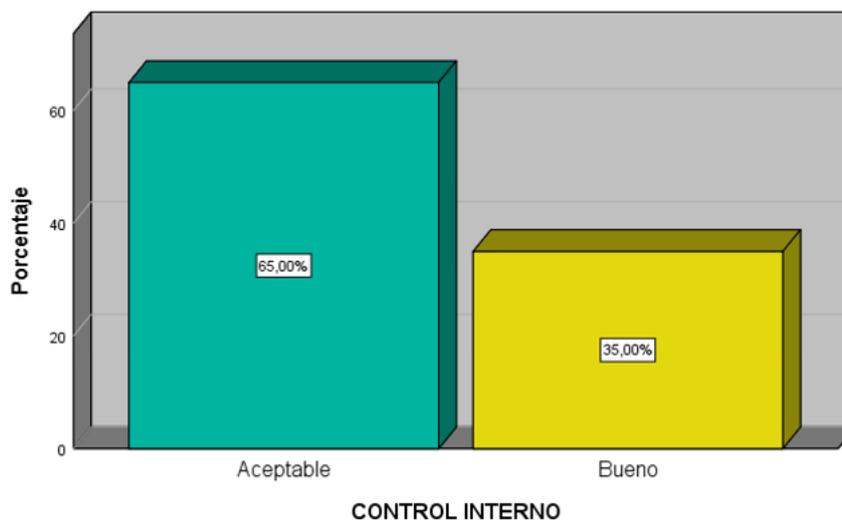
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo (15-35)	0	0%	0%	0%
	Medio (36-55)	13	65%	65%	65%
	Alto (56-75)	7	35%	35%	100%
	Total	20	100%	100%	

Nota: Base de datos

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 1

Descripción de los niveles de control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 9 y en la Figura 2, el análisis de frecuencia respecto a las respuestas obtenidas por los encuestados de la empresa de marketing, donde tenemos a 13 colaboradores que representan el 65% del total de encuestados, consideran que el nivel de control interno es aceptable y 7 colaboradores que representan el 35% de la población encuestada considera bueno.

Tabla 10

Descripción de los niveles de la dimensión de gestión comercial.

	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo (4-9)	4	20%	20%	20%
	Medio (10-14)	13	65%	65%	85%
	Alto (15-20)	3	15%	15%	100%
	Total	20	100%	100%	

Nota: Base de datos

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 2

Descripción de los niveles de la dimensión de gestión comercial



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 10 y en la Figura 3, el análisis de frecuencia respecto a las respuestas obtenidas por los encuestados de la empresa de marketing, donde tenemos a 4 colaboradores que representan el 20% del total de encuestados, consideran que la dimensión de gestión comercial es mala, 13 colaborador que representan el 65% de la población encuestada considera aceptable y 3 colaboradores que representan el 15% del total, considera bueno.

Tabla 11

Descripción de los niveles de la dimensión de proceso de facturación.

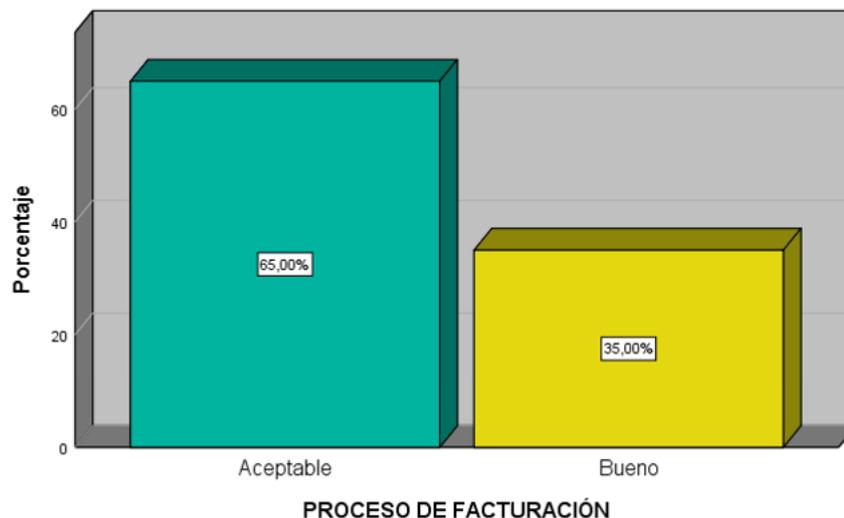
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo (9-21)	0	0%	0%	0%
	Medio (22-33)	13	65%	65%	65%
	Alto (34-45)	7	35%	35%	100%
	Total	20	100%	100%	

Nota: Base de datos

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 3

Descripción de los niveles de la dimensión del proceso de facturación



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 11 y en la Figura 4, el análisis de frecuencia respecto a las respuestas obtenidas por los encuestados de la empresa de marketing, donde tenemos a 13 colaboradores que representan el 65% del total de encuestados, consideran que la dimensión de proceso de facturación es aceptable y 9 colaboradores que representan el 35% de la población encuestada considera bueno.

Tabla 12

Descripción de los niveles de la dimensión de control de facturación.

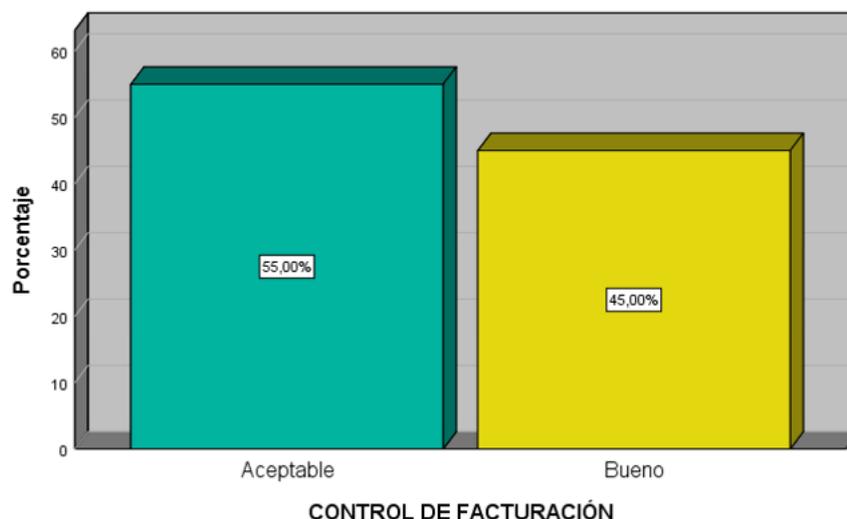
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo (2-5)	0	0%	0%	0%
	Medio (6-8)	11	55%	55%	55%
	Alto (9-10)	9	45%	45%	100%
	Total	20	100%	100%	

Nota: Base de datos

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 5

Descripción de los niveles de la dimensión de control de facturación.



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 12 y en la Figura 5, el análisis de frecuencia respecto a las respuestas obtenidas por los encuestados de la empresa de marketing, donde tenemos a 11 colaboradores que representan el 55% del total de encuestados, consideran que la dimensión de control de facturación es aceptable y 9 colaboradores que representan el 45% de la población encuestada considera bueno.

Tabla 13

Descripción de los niveles de gestión de cuentas por cobrar

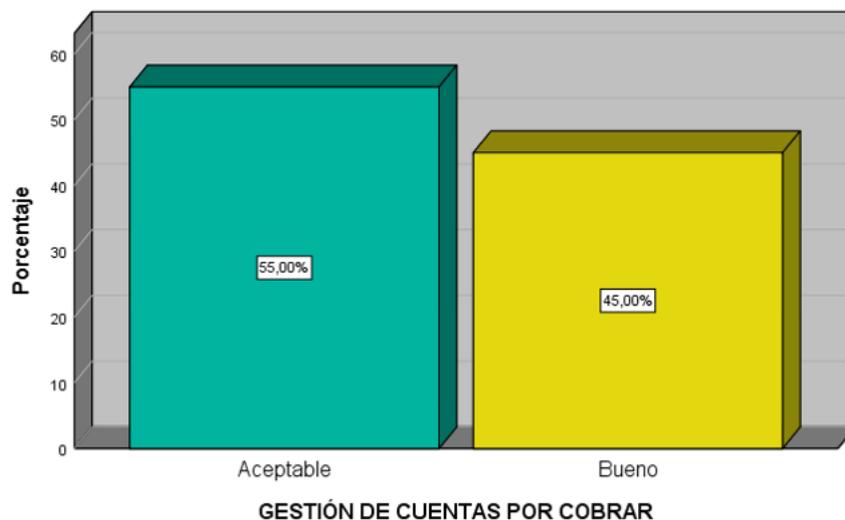
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo (15-35)	0	0%	0%	0%
	Medio (36-55)	11	55%	55%	55%
	Alto (56-75)	9	45%	45%	100%
	Total	20	100%	100%	

Nota: Base de datos

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 6

Descripción de los niveles de gestión de cuentas por cobrar.



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 13 y en la Figura 6, el análisis de frecuencia respecto a las respuestas obtenidas por los encuestados de la empresa de marketing, donde tenemos a 11 colaboradores que representan el 55% del total de encuestados, consideran que el nivel de gestión de cuentas por cobrar es aceptable y 9 colaboradores que representan el 45% de la población encuestada considera bueno.

Tabla 14

Descripción de los niveles de la dimensión de políticas de crédito.

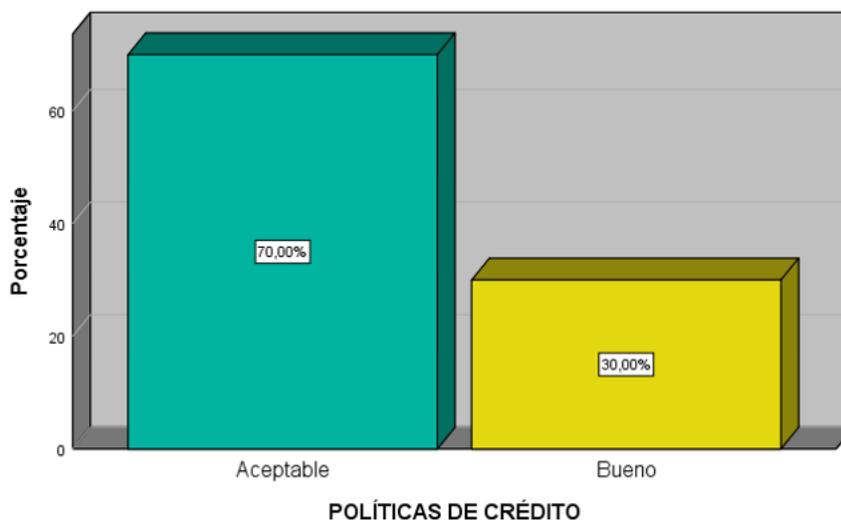
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo (5-12)	0	0%	0%	0%
	Medio (13-18)	14	70%	70%	70%
	Alto (19-25)	6	30%	30%	100%
	Total	20	100%	100%	

Nota: Base de datos

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 7

Descripción de los niveles de la dimensión de políticas de crédito.



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 14 y en la Figura 7, el análisis de frecuencia respecto a las respuestas obtenidas por los encuestados de la empresa de marketing, donde tenemos a 14 colaboradores que representan el 70% del total de encuestados, consideran que la dimensión de políticas de crédito es aceptable y 6 colaboradores que representan el 30% de la población encuestada considera bueno.

Tabla 15

Descripción de los niveles de la dimensión de políticas de cobranza.

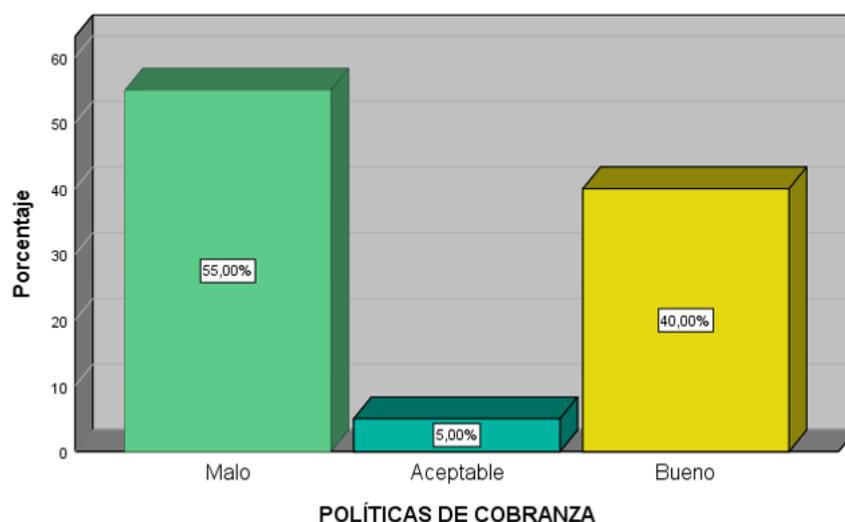
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo (8-19)	11	55%	55%	55%
	Medio (20-29)	1	5%	5%	60%
	Alto (30-40)	8	40%	40%	100%
	Total	20	100%	100%	

Nota: Base de datos

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 8

Descripción de los niveles de la dimensión de políticas de cobranza.



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 15 y en la Figura 8, el análisis de frecuencia respecto a las respuestas obtenidas por los encuestados de la empresa de marketing, donde tenemos a 11 colaboradores que representan el 55% del total de encuestados, consideran que la dimensión de políticas de cobranza es mala, 1 colaborador que representan el 5% de la población encuestada considera aceptable y 8 colaboradores que representan el 40% del total, considera bueno.

Tabla 16

Descripción de los niveles de la dimensión de gestión de cobros.

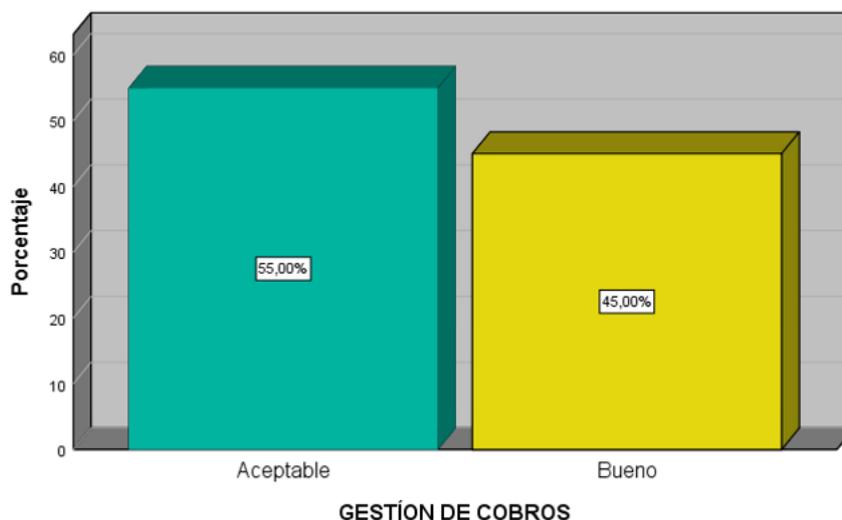
	Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo (2-4)	0	0%	0%	0%
	Medio (5-7)	11	55%	55%	55%
	Alto (8-10)	9	45%	45%	100%
	Total	20	100%	100%	

Nota: Base de datos

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 9

Descripción de los niveles de la dimensión de políticas de cobranza.



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 16 y en la Figura 9, el análisis de frecuencia respecto a las respuestas obtenidas por los encuestados de la empresa de marketing, donde tenemos a 11 colaboradores que representan el 55% del total de encuestados, consideran que la dimensión de gestión de cobros es aceptable y 9 colaboradores que representan el 45% de la población encuestada considera bueno.

4.1.2. Análisis y gráficos de los resultados

Para realizar los análisis de cada resultado que se obtuvo se procedió a elaborar las tabla, así como cada uno de los gráficos de cada pregunta perteneciente a cada cuestionario

Tabla 17

Frecuencia para la pregunta 1 de la variable control interno

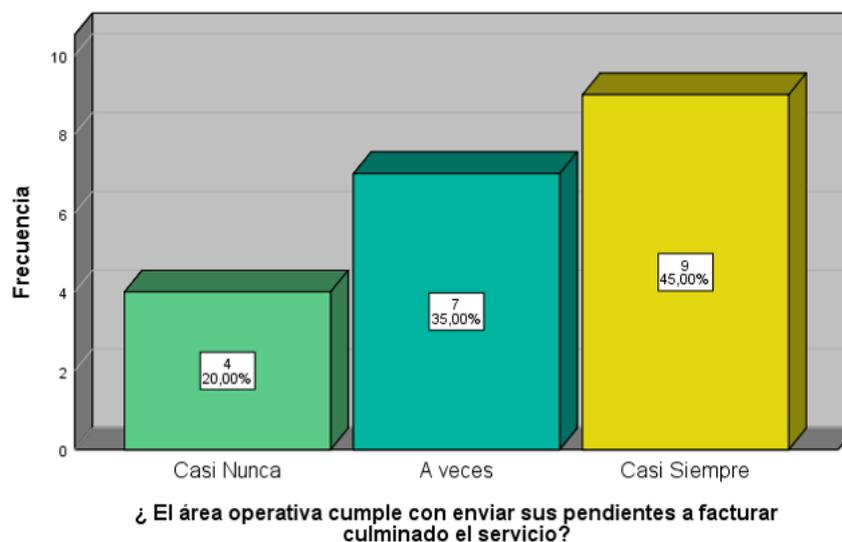
¿El área operativa cumple con enviar sus pendientes a facturar culminado el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	4	20,0	20,0	20,0
	A veces	7	35,0	35,0	55,0
	Casi Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 10

Gráfico de barras de la pregunta 1 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

En la Tabla 17 y la Figura 10 se puede visualizar que el 45% de los encuestados manifestaron que casi siempre envían a facturar una vez culminado el servicio, un 55% de los encuestados considera que envían a veces o casi nunca, por ello es importante implementar políticas que contribuyan al mejoramiento del proceso. Se considera una respuesta negativa.

Tabla 18

Frecuencia para la pregunta 2 de la variable control interno

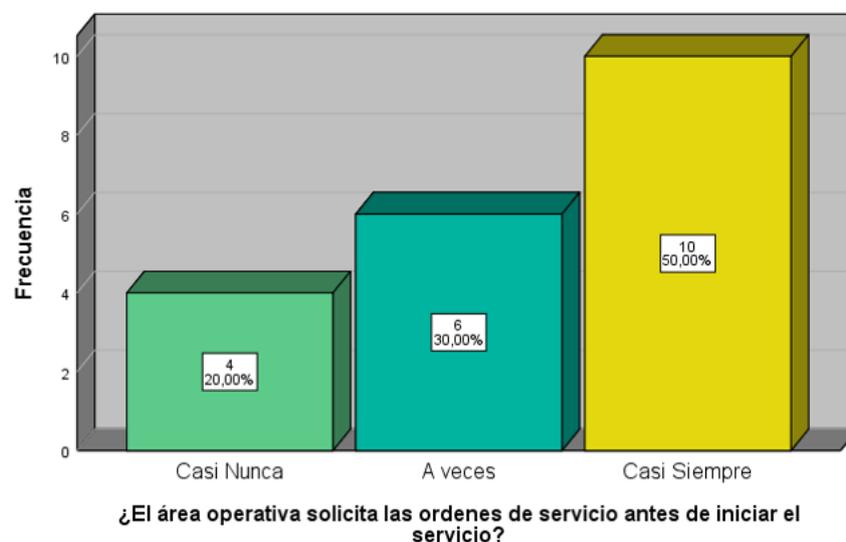
¿El área operativa solicita las ordenes de servicio antes de iniciar el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	4	20,0	20,0	20,0
	A veces	6	30,0	30,0	50,0
	Casi Siempre	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 11

Gráfico de barras de la pregunta 2 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 18 y en la Figura 11, es importante destacar que el 50% de los encuestados considera, que casi siempre los ejecutivos solicitan las órdenes antes de iniciar el servicio, un 30% del total considera que lo hace a veces y un 20% del total encuestados considera casi nunca, esto puede ocasionar demoras en la facturación y por ende en el cobro de los servicios.

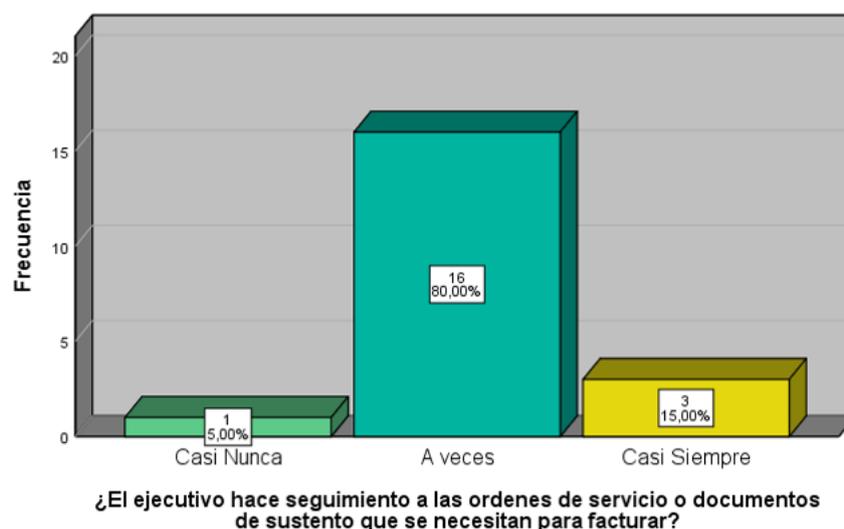
Tabla 19

Frecuencia para la pregunta 3 de la variable control interno

¿El ejecutivo hace seguimiento a las órdenes de servicio o documentos de sustento que se necesitan para facturar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	1	5,0	5,0	5,0
	A veces	16	80,0	80,0	85,0
	Casi Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 12**Gráfico de barras de la pregunta 3 de la variable control interno***Fuente: Elaboración propia -SPSS 26*

Según la Tabla 19 y la Gráfica 12, solo un 15% de los encuestados considera que el ejecutivo realiza seguimiento a sus órdenes de servicio, un 60% considera que lo hace a veces y un 5% del total de encuestados considera casi nunca.

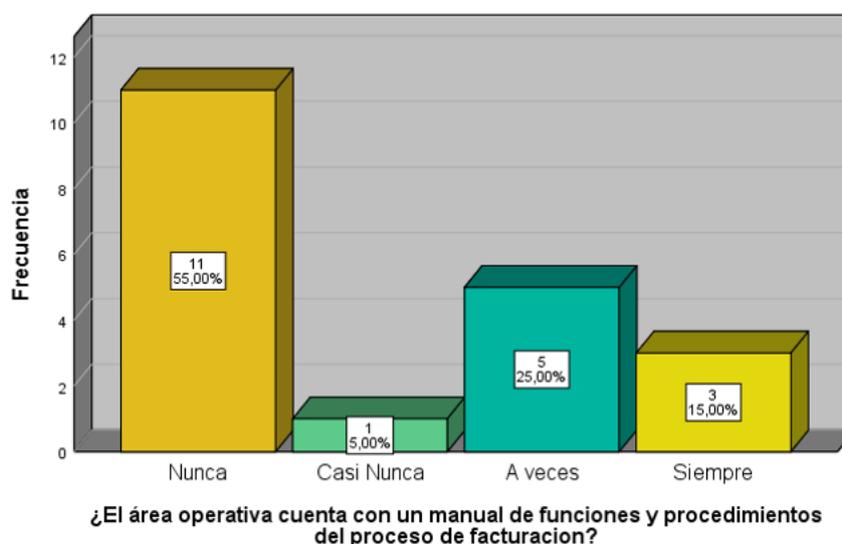
Tabla 20**Frecuencia para la pregunta 4 de la variable control interno**

¿El área operativa cuenta con un manual de funciones y procedimientos del proceso de facturación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	55,0	55,0	55,0
	Casi Nunca	1	5,0	5,0	60,0
	A veces	5	25,0	25,0	85,0
	Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia -SPSS 26***Figura 13****Gráfico de barras de la pregunta 4 de la variable control interno**

Gráfico de barras de la pregunta 4 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 20 y Gráfica 13, el 55% de los encuestados considera que el área operativa nunca tuvo un manual de funciones, un 5% casi nunca, un 25% a veces y un 15% siempre. Es muy importante que la empresa de marketing implemente un manual de funciones y brinde capacitaciones relacionados al tema.

Tabla 21

Frecuencia para la pregunta 5 de la variable control interno

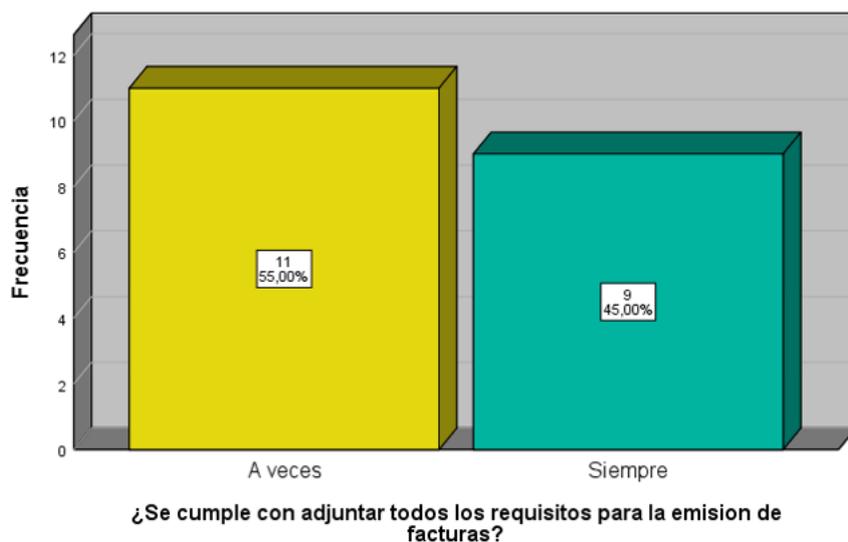
¿Se cumple con adjuntar todos los requisitos para la emisión de facturas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	11	55,0	55,0	55,0
	Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 14

Gráfico de barras de la pregunta 5 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según se observa en la Tabla 21 y la Gráfica 14, un 55% del total de encuestados considera que a veces cumplen con adjuntar los requisitos y un 45% considera que siempre cumplen.

Tabla 22

Frecuencia para la pregunta 6 de la variable control interno

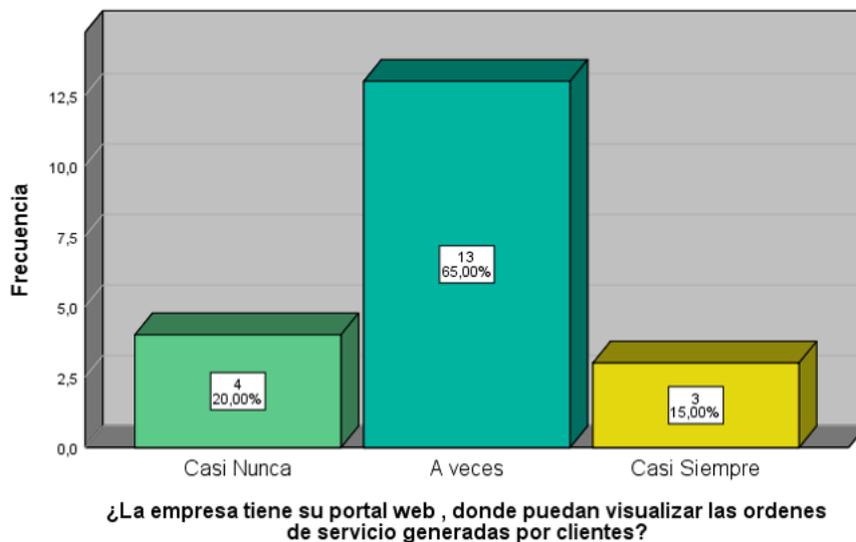
¿La empresa tiene su portal web donde visualizar las ordenes de servicio generados por clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	4	20,0	20,0	20,0
	A veces	13	65,0	65,0	85,0
	Casi Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 15

Gráfico de barras de la pregunta 6 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se visualiza en la Tabla 22 y Gráfica 15 que el 65 %de los encuestados considera que a veces tienen un portal web, un 20% del total de la población casi nunca y un 15% considera siempre. La visualización de órdenes a través de un portal facilita la facturación ya que emite alerta e indica los montos a facturar.

Tabla 23

Frecuencia para la pregunta 7 de la variable control interno

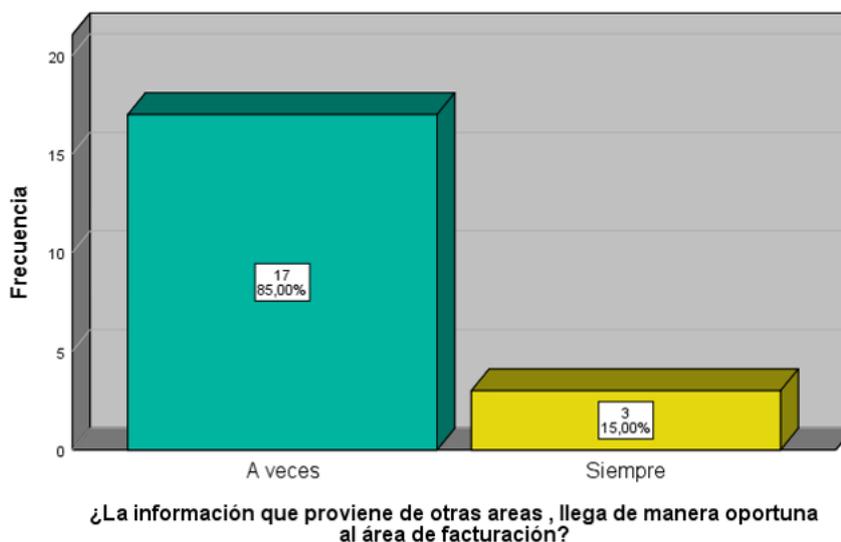
¿La información que proviene de otras áreas, llega de manera oportuna al área de facturación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	17	85,0	85,0	85,0
	Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 16

Gráfico de barras de la pregunta 7 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se visualiza en la Tabla 23 y Gráfica 16 que el 85 % de los encuestados considera que a veces la información de otras áreas llega de manera oportuna, y solo un 15% del total de la población considera siempre. Las demoras que se pueda generar en el proceso de facturación impactarán a la gestión de cuentas por cobrar ya que los ingresos proyectados de acuerdo a la condición de pago no se harán efectivo.

Tabla 24

Frecuencia para la pregunta 8 de la variable control interno

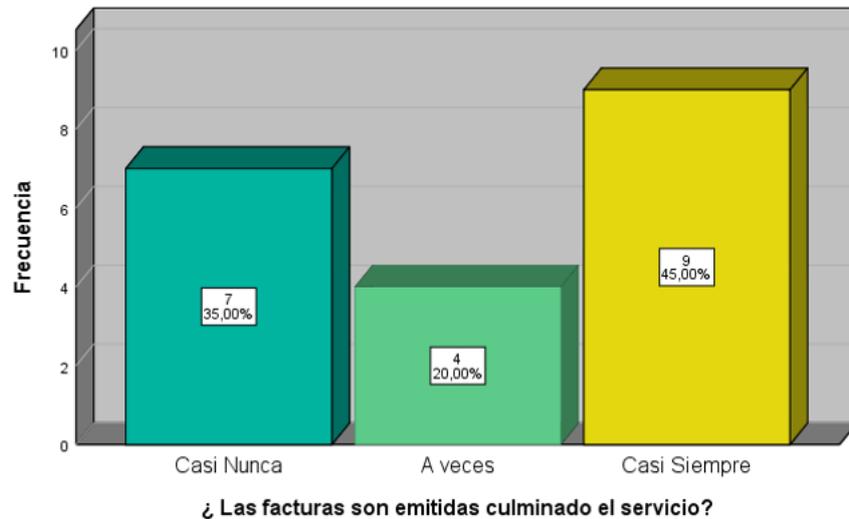
¿Las facturas son emitidas culminado el servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	7	35,0	35,0	35,0
	A veces	4	20,0	20,0	55,0
	Casi Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 17

Gráfico de barras de la pregunta 8 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se visualiza en la Tabla 24 y Gráfica 17 que el 45% de los encuestados considera que casi siempre las facturas son emitidas culminado el servicio, un 35% del total de encuestados casi nunca y un 20% del total de encuestados a veces. La empresa de marketing debe coordinar con su área comercial y hacer posible la facturación una vez culminada el servicio.

Tabla 25

Frecuencia para la pregunta 9 de la variable control interno

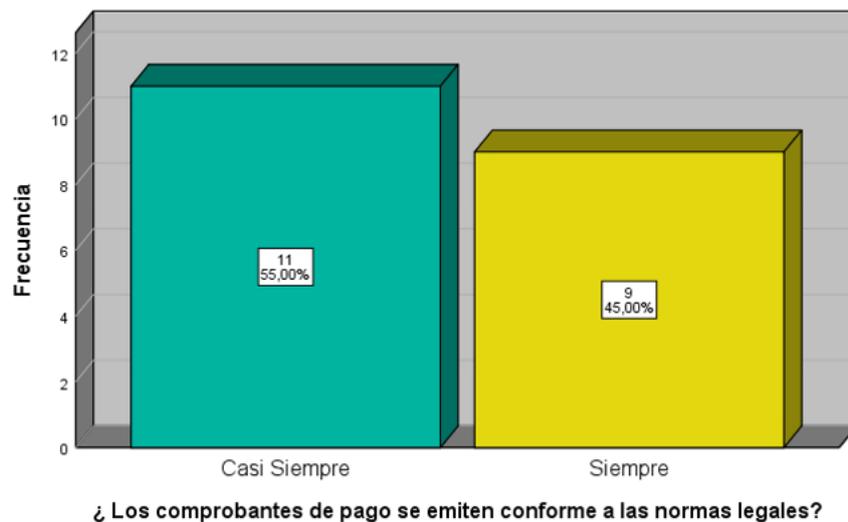
¿Los comprobantes de pago se emiten conforme a las normas legales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	11	55,0	55,0	55,0
	Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 18

Gráfico de barras de la pregunta 9 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se visualiza en la Tabla 25 y Gráfica 18 que el 55% de los encuestados considera que casi siempre se emiten los comprobantes conforme a las normas legales y un 45% del total de encuestados siempre. Es necesario que los comprobantes cumplan con todos los parámetros establecidos por SUNAT a fin de evitar contingencias o fiscalización.

Tabla 26

Frecuencia para la pregunta 10 de la variable control interno

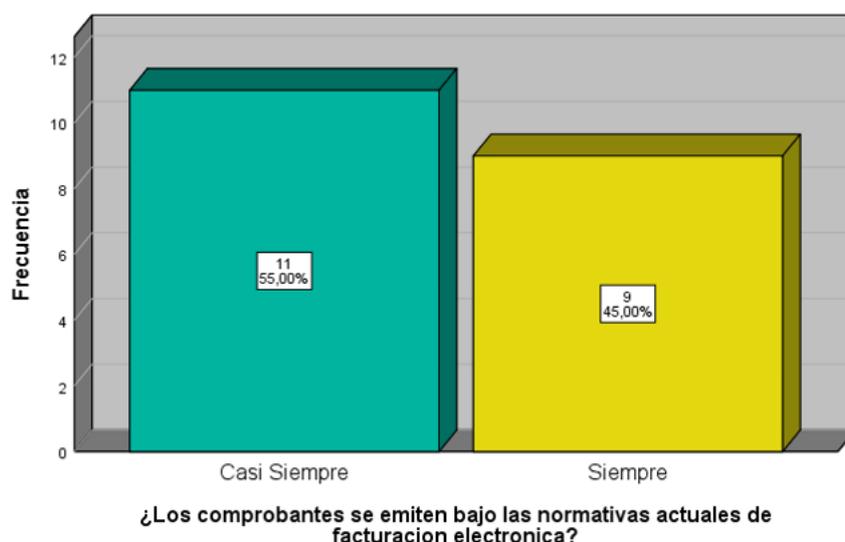
¿Los comprobantes se emiten bajo las normativas actuales de facturación electrónica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	11	55,0	55,0	55,0
	Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 19

Gráfico de barras de la pregunta 10 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Se observa en la Tabla 26 y Gráfica 19, el 55% de los encuestados considera que casi siempre se emiten se emiten facturas con las actuales normativas de facturación electrónica y un 45% del total encuestados considera siempre, es decir que la empresa cumple con las normativas establecidas por SUNAT.

Tabla 27

Frecuencia para la pregunta 11 de la variable control interno

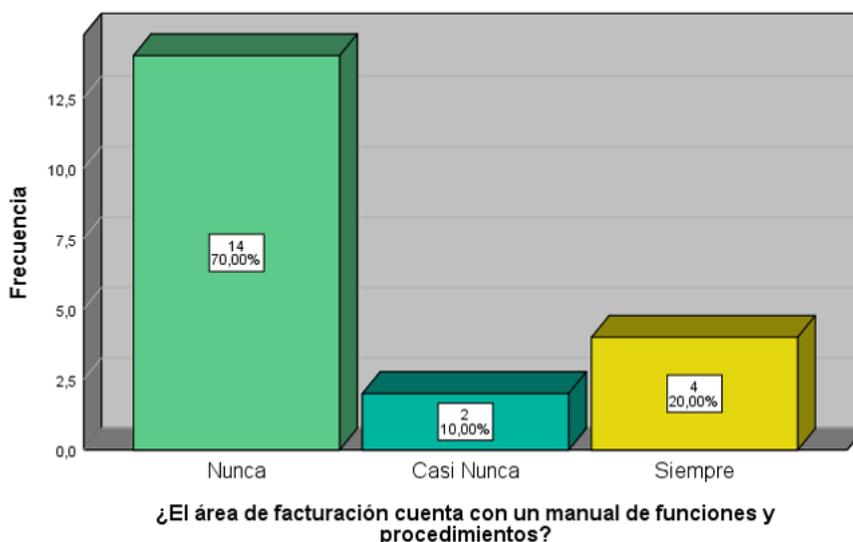
¿El área de facturación cuenta con un manual de funciones y procedimientos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	70,0	70,0	70,0
	Casi Nunca	2	10,0	10,0	80,0
	Siempre	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 20

Gráfico de barras de la pregunta 11 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 27 y Gráfica 20 se observa que el 70% de los encuestados considera que el área de facturación nunca ha tenido un manual de funciones y procedimientos, el 20% que si ha tenido y el 10% casi nunca. La empresa debe tener un manual para que los colaboradores del área realicen sus labores de acuerdo a lo indicado.

Tabla 28

Frecuencia para la pregunta 12 de la variable control interno

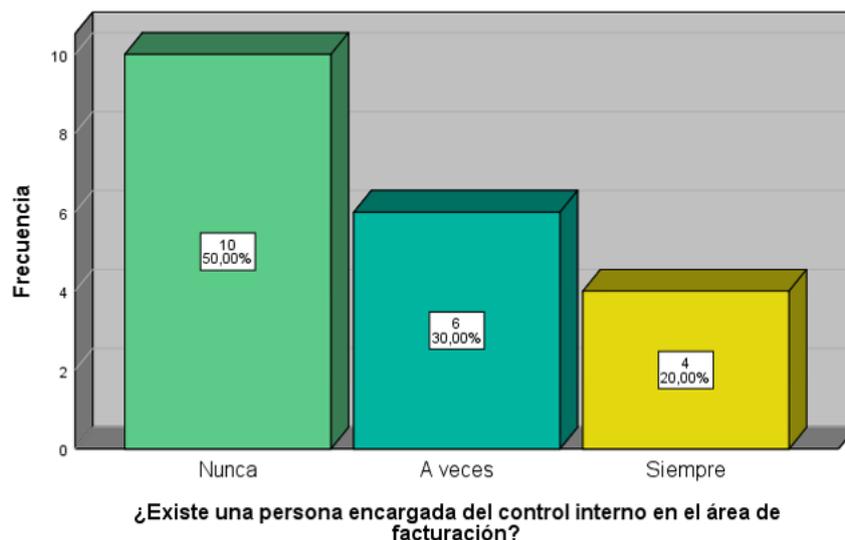
¿Existe una persona encargada del control interno en el área de facturación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	50,0	50,0	50,0
	A veces	6	30,0	30,0	80,0
	Siempre	4	20,0	20,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 21

Gráfico de barras de la pregunta 12 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 28 y Gráfica 21 se observa que el 50% de los encuestados considera que nunca ha existido un responsable de control interno en el área de facturación, el 30% del total a veces y el 20% considera siempre. La empresa debe contar con una persona responsable de control interno, que pueda constatar el cumplimiento de lineamientos del área.

Tabla 29

Frecuencia para la pregunta 13 de la variable control interno

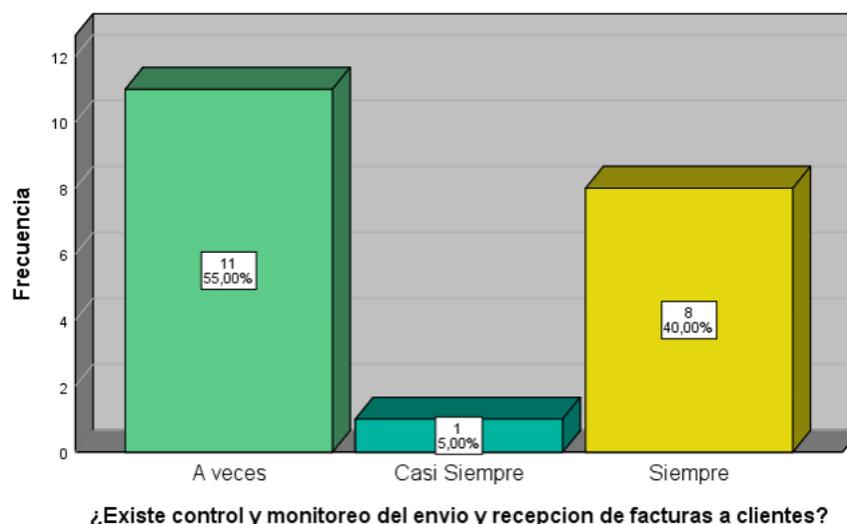
¿Existe control y monitoreo del envío y recepción de facturas a clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	11	55,0	55,0	55,0
	Casi Siempre	1	5,0	5,0	60,0
	Siempre	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 22

Gráfico de barras de la pregunta 13 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 29 y Gráfica 22, se observa que el 55% de los encuestados considera que nunca ha existido un responsable de control y monitoreo de las facturas emitidas a clientes, el 40% del total considera siempre y el 5% considera casi siempre. Si la empresa lleva un control adecuado de sus facturas reducirá el riesgo de deuda impagos.

Tabla 30

Frecuencia para la pregunta 14 de la variable control interno

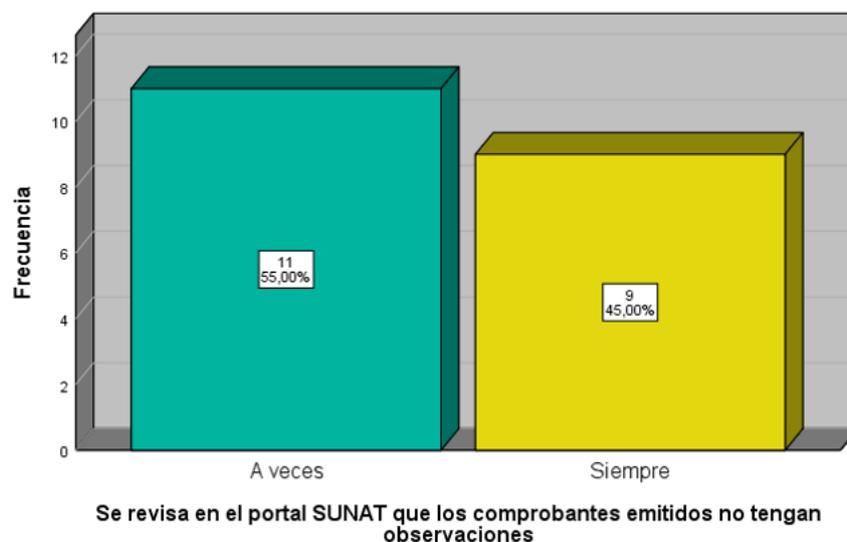
¿Se revisa en el portal SUNAT que los comprobantes emitidos no tengan observaciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	11	55,0	55,0	55,0
	Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 23

Gráfico de barras de la pregunta 14 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 30 y Gráfica 23, se observa que el 55% de los encuestados considera que solo a veces se revisa el estado de los comprobantes en la plataforma de SUNAT y el 45% considera que siempre. La revisión permanente de las facturas en plataforma permitirá identificar si tienen alguna observación de rechazo o si fueron aceptadas por la entidad.

Tabla 31

Frecuencia para la pregunta 15 de la variable control interno

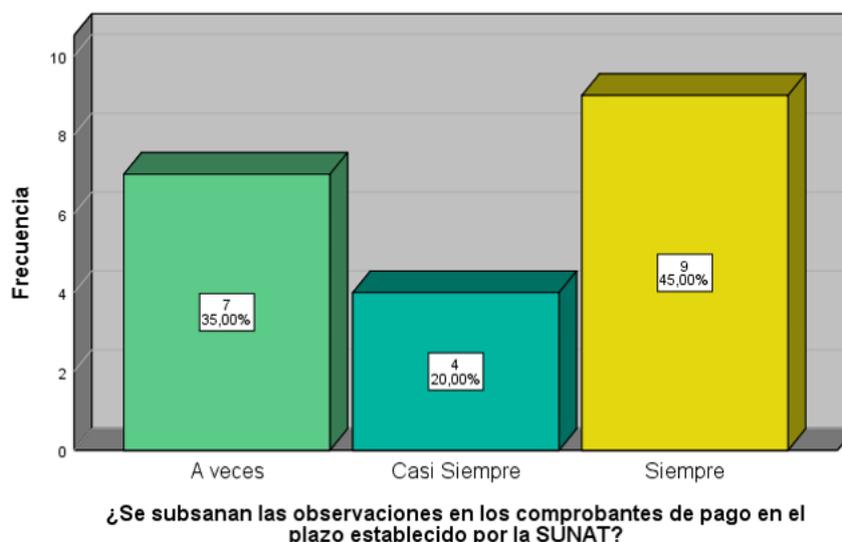
¿Se subsanan las observaciones en los comprobantes de pago en el plazo establecido por SUNAT?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	7	35,0	35,0	35,0
	Casi Siempre	4	20,0	20,0	55,0
	Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 24

Gráfico de barras de la pregunta 15 de la variable control interno



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 31 y Gráfica 24, se observa que el 45% de los encuestados considera que siempre se subsanan las observaciones de los comprobantes, el 35% considera a veces y el 20% considera que casi siempre. Es vital que la empresa subsane sus observaciones en el breve plazo, de tal manera que no tenga inconvenientes en los pagos.

Tabla 32

Frecuencia para la pregunta 16 de la variable gestión de cuentas por cobrar

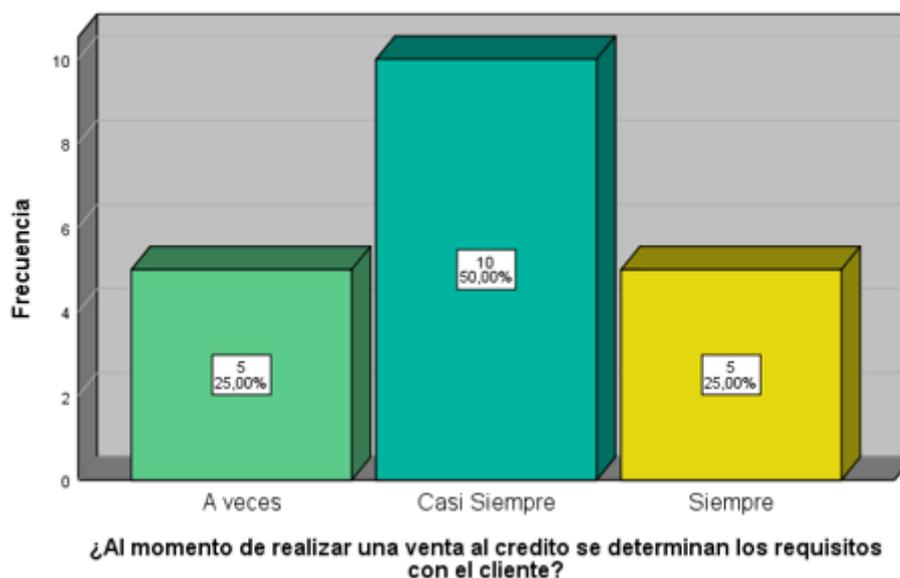
¿Al momento de realizar una venta al crédito se determinan los requisitos con el cliente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	5	25,0	25,0	25,0
	Casi Siempre	10	50,0	50,0	75,0
	Siempre	5	25,0	25,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 25

Gráfico de barras de la pregunta 1 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 32 y Gráfica 25, se observa que el 50% de los encuestados considera que casi siempre se determinan los requisitos con el cliente, el 25% considera siempre y el 25% considera que a veces. Es importante que tanto la empresa como el cliente establezcan los requisitos que se deben presentar concluido el servicio.

Tabla 33

Frecuencia para la pregunta 17 de la variable gestión de cuentas por cobrar

¿La empresa analiza el historial crediticio de sus clientes antes de otorgar un servicio?

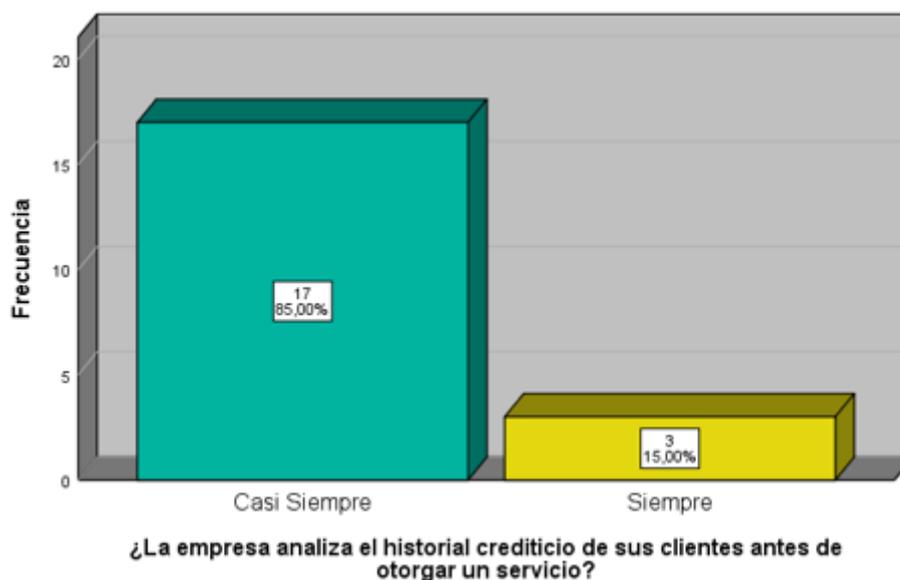
Tabla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	17	85,0	85,0	85,0
	Siempre	3	15,0	15,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 26

Gráfico de barras de la pregunta 2 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 33 y Gráfica 26, se observa que el 85% de los encuestados considera que casi siempre se analizan el historial crediticio de sus clientes y el 15% considera que siempre.

La empresa debe tener conocimiento del historial crediticio de sus clientes con la finalidad de conocer si tiene capacidad de pago, con problemas potenciales, dudosos o en pérdida.

Tabla 34

Frecuencia para la pregunta 18 de la variable gestión de cuentas por cobrar

¿La empresa solicita estados financieros a clientes para verificar su solvencia económica?

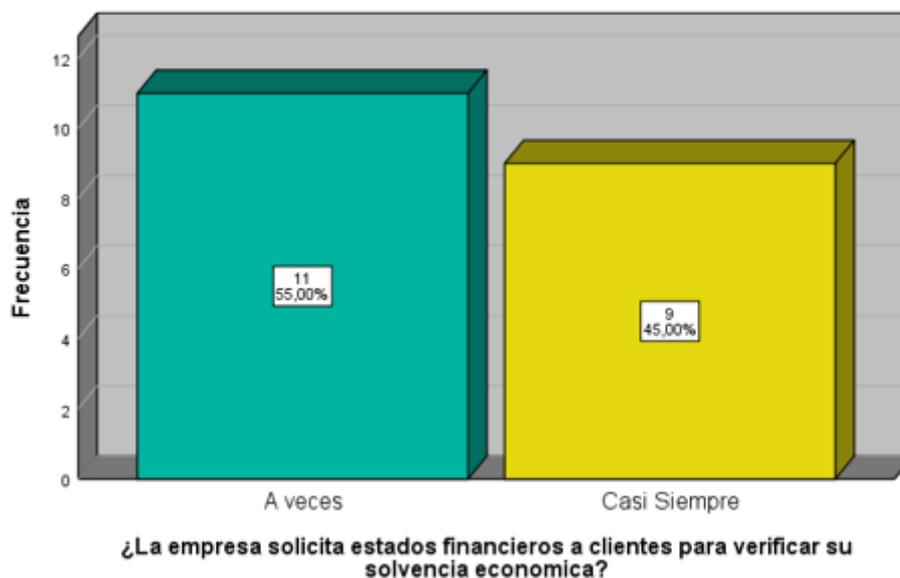
Tabla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	11	55,0	55,0	55,0
	Casi Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 27

Gráfico de barras de la pregunta 3 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 34 y Gráfica 27, el 55% de los encuestados considera que a veces la empresa solicita los estados financieros y el 45% del total considera que casi siempre.

Con la revisión de los estados financieros de los clientes, la empresa podrá verificar si tiene solvencia económica, es rentable y si tiene flujo de efectivo positivos.

Tabla 35

Frecuencia para la pregunta 19 de la variable gestión de cuentas por cobrar

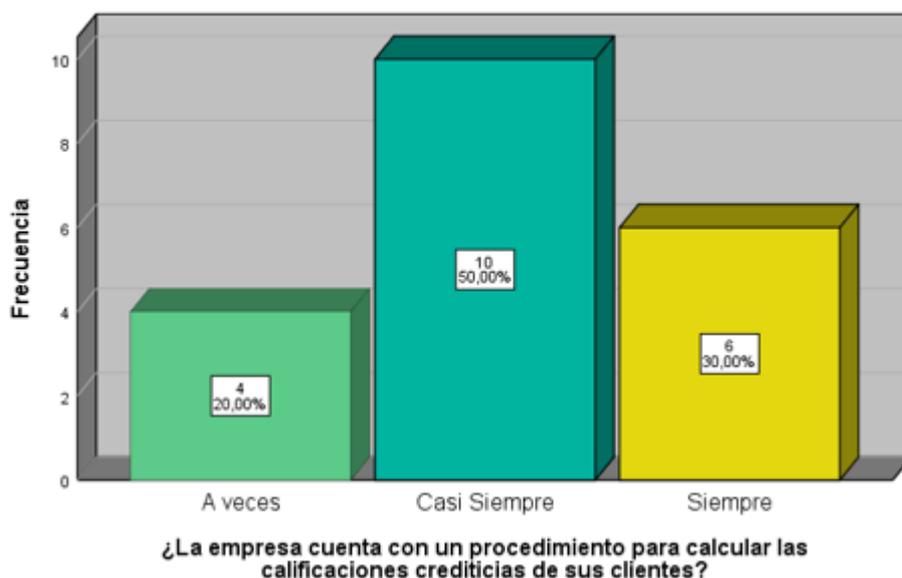
¿La empresa cuenta con un procedimiento para calcular las calificaciones crediticias de sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	4	20,0	20,0	20,0
	Casi Siempre	10	50,0	50,0	70,0
	Siempre	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 28

Gráfico de barras de la pregunta 4 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 35 y Gráfica 28, el 50% de los encuestados considera que casi siempre cuentan con un procedimiento para calcular calificación crediticia de sus clientes, el 30% del total considera que siempre y solo el 20% considera que a veces. Es fundamental que la empresa realice una evaluación crediticia a sus clientes a través de Sentinel o Equifax para conocer si existen riesgos en el pago de facturas.

Tabla 36

Frecuencia para la pregunta 20 de la variable gestión de cuentas por cobrar

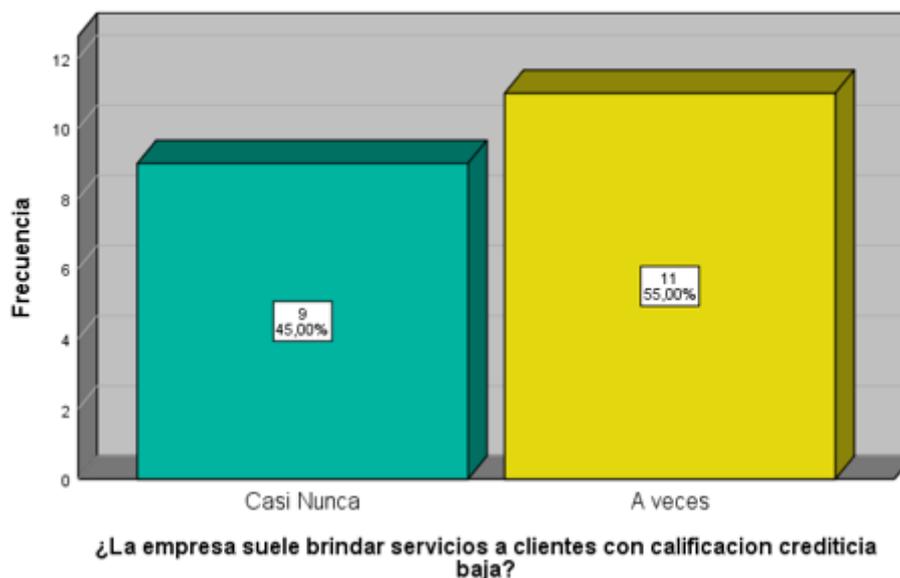
¿La empresa suele brindar servicios a clientes con calificación crediticia baja?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	9	45,0	45,0	45,0
	A veces	11	55,0	55,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 29

Gráfico de barras de la pregunta 5 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 36 y Gráfica 29, el 45% de los encuestados considera que casi nunca la empresa brinda servicios a clientes con baja calificación crediticia y el 55% del total considera que a veces. La empresa debe evaluar seriamente si es factible brindar servicios a clientes con baja calificación crediticia.

Tabla 37

Frecuencia para la pregunta 21 de la variable gestión de cuentas por cobrar

¿La empresa cuenta con un sistema de control de facturas por cobrar?

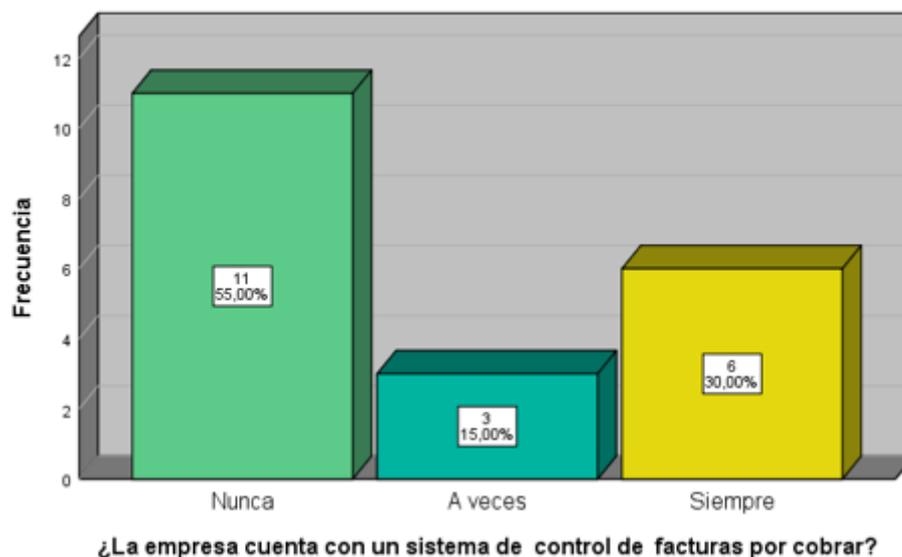
Tabla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	55,0	55,0	55,0
	A veces	3	15,0	15,0	70,0
	Siempre	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 30

Gráfico de barras de la pregunta 6 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 37 y Gráfica 30, el 55% de los encuestados considera que nunca han contado con un sistema de control de facturas, el 15% del total considera a veces y el 30% que siempre ha tenido.

Tabla 38

Frecuencia para la pregunta 22 de la variable gestión de cuentas por cobrar

¿Existe un área responsable para tomar decisiones sobre facturas vencidas?

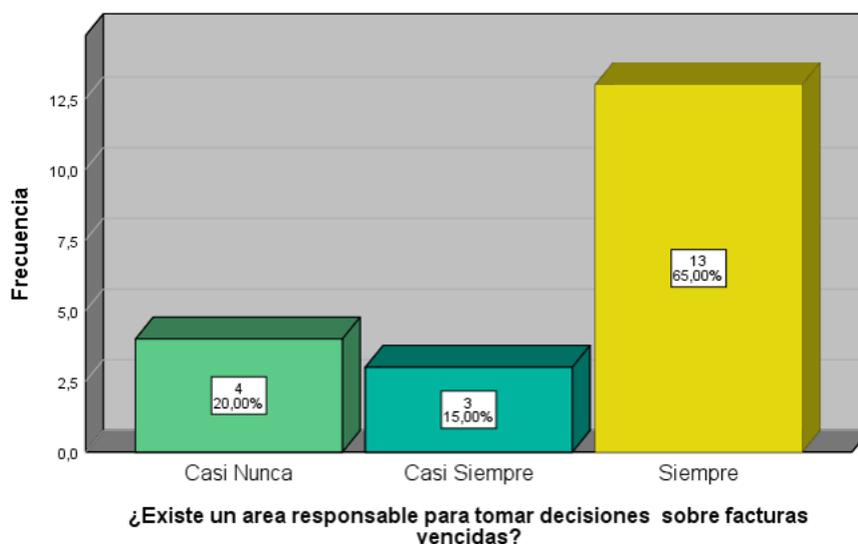
Tabla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	4	20,0	20,0	20,0
	Casi Siempre	3	15,0	15,0	35,0
	Siempre	13	65,0	65,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 31

Gráfico de barras de la pregunta 7 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 38 y Gráfica 31, el 65% de los encuestados considera que siempre hay un responsable para tomar decisiones frente a la deuda de facturas vencidas, el 20% del total considera casi nunca y el 15% que casi siempre hay un responsable. Es recomendable que la empresa tenga asignado un responsable de la toma de decisiones para que pueda actuar a tiempo frente a deudas vencidas.

Tabla 39

Frecuencia para la pregunta 23 de la variable gestión de cuentas por cobrar

¿La empresa cuenta con un manual de procedimientos de cobranzas?

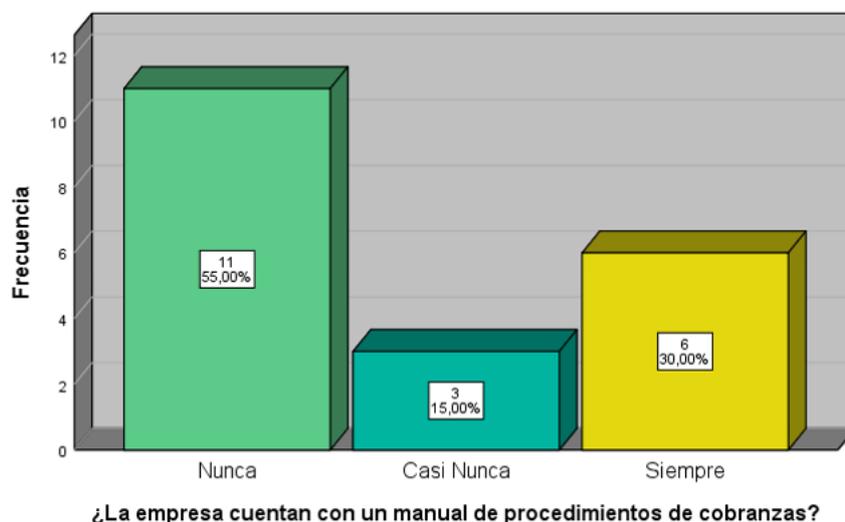
Tabla

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	55,0	55,0	55,0
	Casi Nunca	3	15,0	15,0	70,0
	Siempre	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 32

Gráfico de barras de la pregunta 8 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 39 y Gráfica 32, el 55% de los encuestados considera que nunca ha tenido un manual de procedimientos de cobranzas, el 15% del total considera casi nunca y el 30% que siempre ha tenido un manual. Sería bueno para la empresa que todos sus colaboradores tengan conocimiento del manual, de esa forma podrán desempeñarse mejor en sus funciones.

Tabla 40

Frecuencia para la pregunta 24 de la variable gestión de cuentas por cobrar

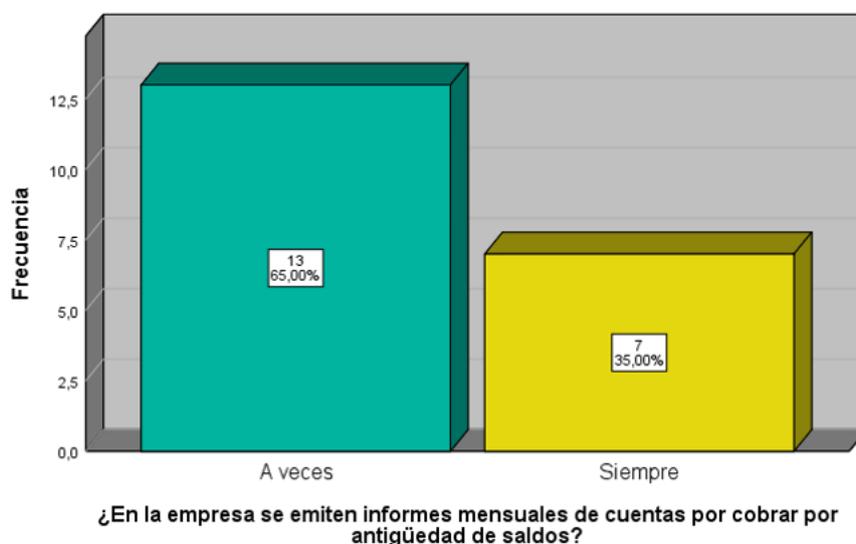
¿En la empresa se emiten informes mensuales de cuentas por cobrar por antigüedad de saldos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	13	65,0	65,0	65,0
	Siempre	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 33

Gráfico de barras de la pregunta 9 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 40 y Gráfica 33, el 65% de los encuestados considera que a veces se envía informes mensuales de cuentas por cobrar y el 35% del total considera que siempre se envía. La empresa debe establecer fechas para informar sobre los saldos de cuentas por cobrar, de manera que se puedan identificar si existen cuentas incobrables.

Tabla 41

Frecuencia para la pregunta 25 de la variable gestión de cuentas por cobrar

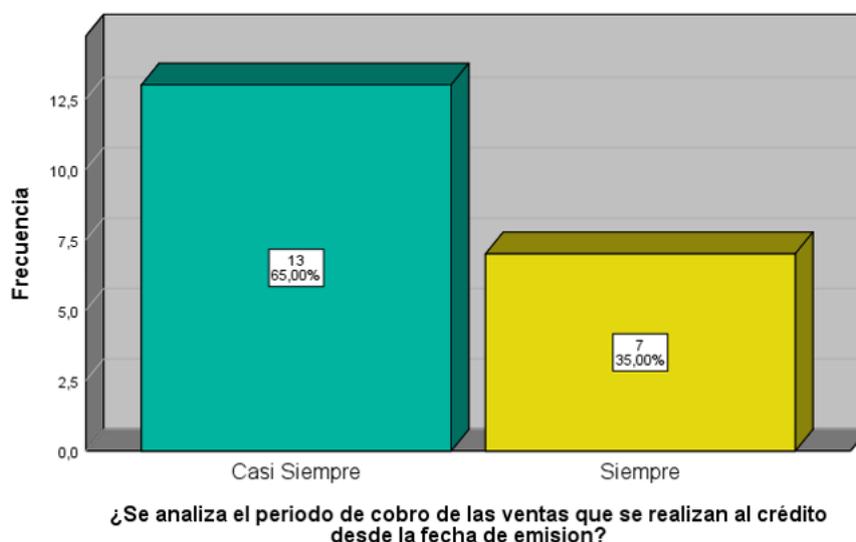
¿Se analiza el periodo de cobro de las ventas que se realizan al crédito desde la fecha de emisión?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	13	65,0	65,0	65,0
	Siempre	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 34

Gráfico de barras de la pregunta 10 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 41 y Gráfica 34, el 65% de los encuestados considera que casi siempre se analiza el periodo de cobro desde la fecha de emisión hasta la fecha de abono y el 35% del total considera que siempre. Realizando un análisis periódico la empresa podrá identificar si hay demoras en las cobranzas.

Tabla 42

Frecuencia para la pregunta 26 de la variable gestión de cuentas por cobrar

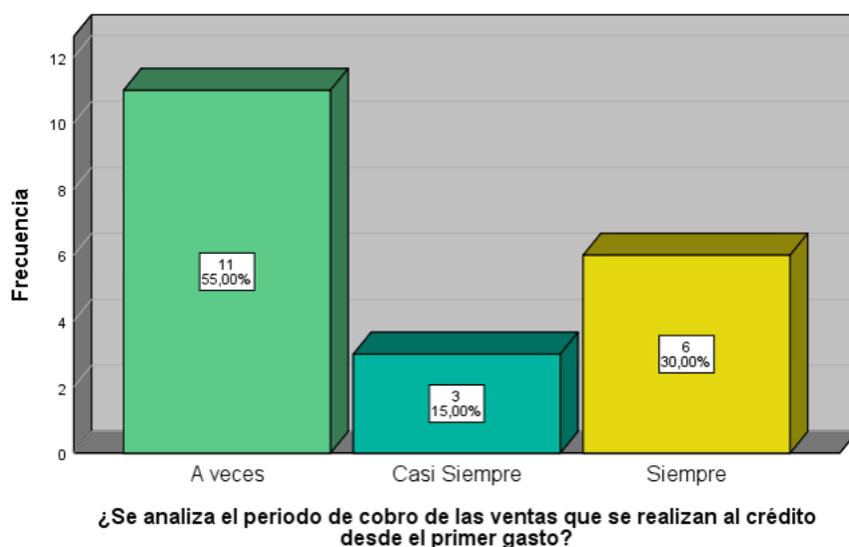
¿Se analiza el periodo de cobro de las ventas que se realizan al crédito desde el primer gasto?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	11	55,0	55,0	55,0
	Casi Siempre	3	15,0	15,0	70,0
	Siempre	6	30,0	30,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 35

Gráfico de barras de la pregunta 11 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 42 y Gráfica 35, el 55% de los encuestados considera que a veces se analiza el periodo de cobro desde el primer gasto, el 30% del total considera que siempre y el 15% considera que casi siempre se analizan. Es necesario que la empresa realice periódicamente análisis de sus presupuestos desde la fecha del primer gasto hasta la fecha del abono de la factura.

Tabla 43

Frecuencia para la pregunta 27 de la variable gestión de cuentas por cobrar

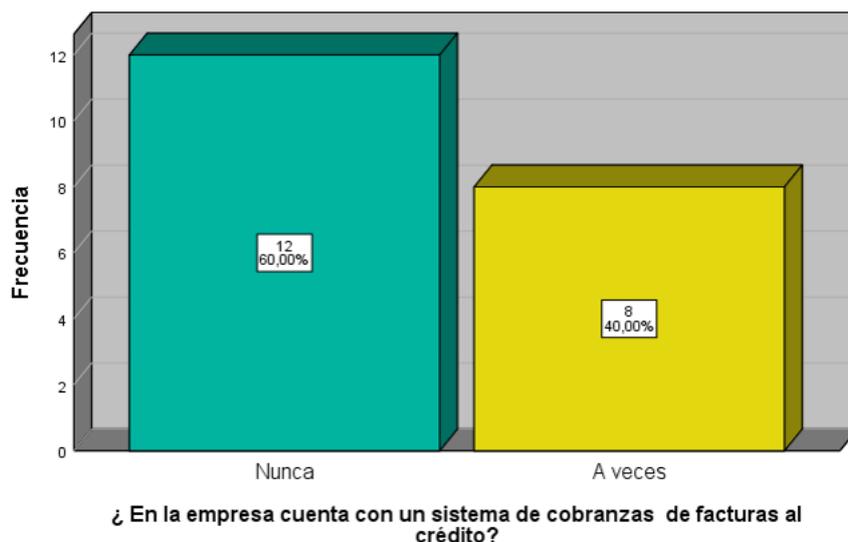
¿En la empresa cuenta con un sistema de cobranzas de facturas al crédito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	60,0	60,0	60,0
	A veces	8	40,0	40,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 36

Gráfico de barras de la pregunta 12 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 43 y Gráfica 36, el 60% de los encuestados considera que la empresa nunca ha tenido un sistema de cobranzas de facturas y el 40% del total considera que a veces. Es muy importante que la empresa tenga un sistema de cobranzas, para que tenga acceso al estado de sus facturas.

Tabla 44

Frecuencia para la pregunta 28 de la variable gestión de cuentas por cobrar

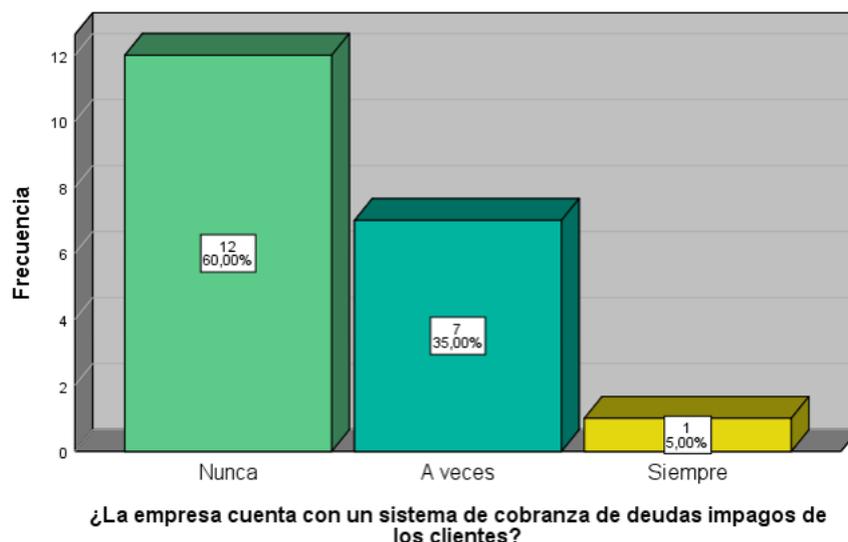
¿La empresa cuenta con un sistema de cobranza de deudas impagos de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	60,0	60,0	60,0
	A veces	7	35,0	35,0	95,0
	Siempre	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 37

Gráfico de barras de la pregunta 13 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 44 y Gráfica 37, el 60% de los encuestados considera la empresa nunca ha tenido un sistema de cobranzas impagos, el 35% del total considera a veces y un 5% considera que siempre ha tenido. La empresa debería contar con un sistema donde pueda visualizar el estatus de sus facturas de deudas impagos.

Tabla 45

Frecuencia para la pregunta 29 de la variable gestión de cuentas por cobrar

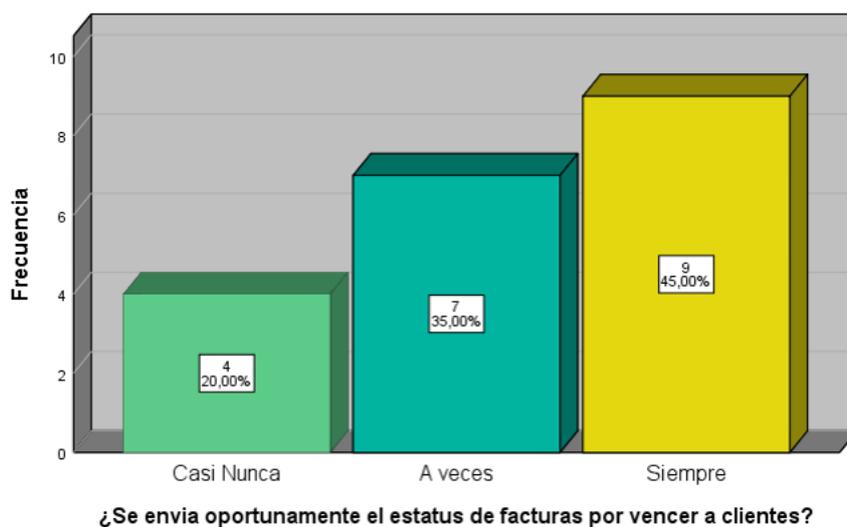
¿Se envía oportunamente el estatus de facturas por vencer a clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Nunca	4	20,0	20,0	20,0
	A veces	7	35,0	35,0	55,0
	Siempre	9	45,0	45,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 38

Gráfico de barras de la pregunta 14 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 45 y Gráfica 38, el 45% de los encuestados considera que siempre se envían oportunamente el estatus de facturas a los clientes, el 35% del total considera a veces y un 20% considera que casi nunca. La empresa deberá evaluar y tomar medidas para se envíe las alertas a los clientes.

Tabla 46

Frecuencia para la pregunta 30 de la variable gestión de cuentas por cobrar

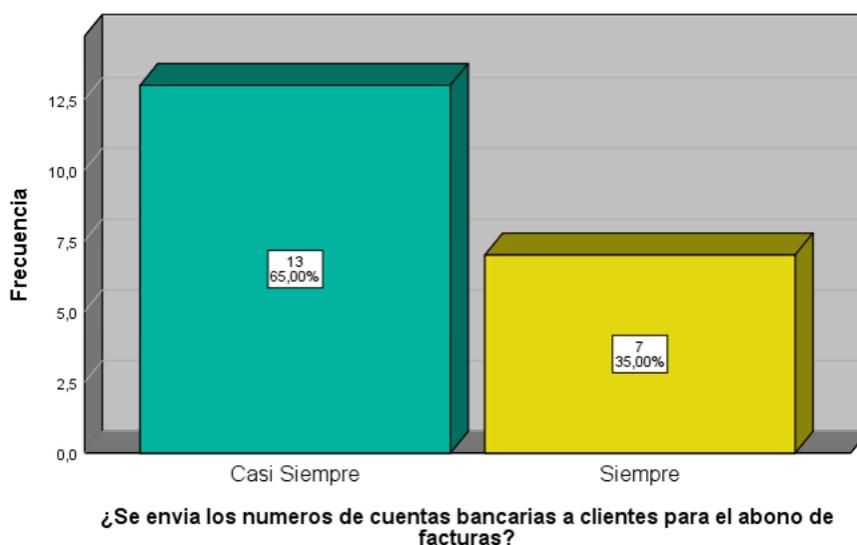
¿Se envía los números de cuentas bancarias a clientes para el abono de facturas?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi Siempre	13	65,0	65,0	65,0
	Siempre	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Figura 39

Gráfico de barras de la pregunta 15 de la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según la Tabla 46 y Gráfica 39, el 65% de los encuestados considera que casi siempre se envía los números de cuenta y un 35% considera que siempre se envía, es necesario para la empresa que aseguren el envío de los números de cuenta a fin de no tener retrasos en los pagos.

4.1.3 Estadística inferencial

Prueba de normalidad

Antes de proceder con la prueba de hipótesis, se hizo una prueba de normalidad.

Ho: Los datos tienen distribución normal

Ha: Los datos no tienen una distribución normal.

Dando como resultado la siguiente tabla.

Tabla 47

Prueba de normalidad para las variables de control interno y gestión de cuentas por cobrar

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístic		Sig.	Estadístic		Sig.
	o	gl		o	gl	
Control interno	0.289	20	0.000	0.815	20	0.001
Gestión de cuentas por cobrar	0.291	20	0.000	0.802	20	0.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

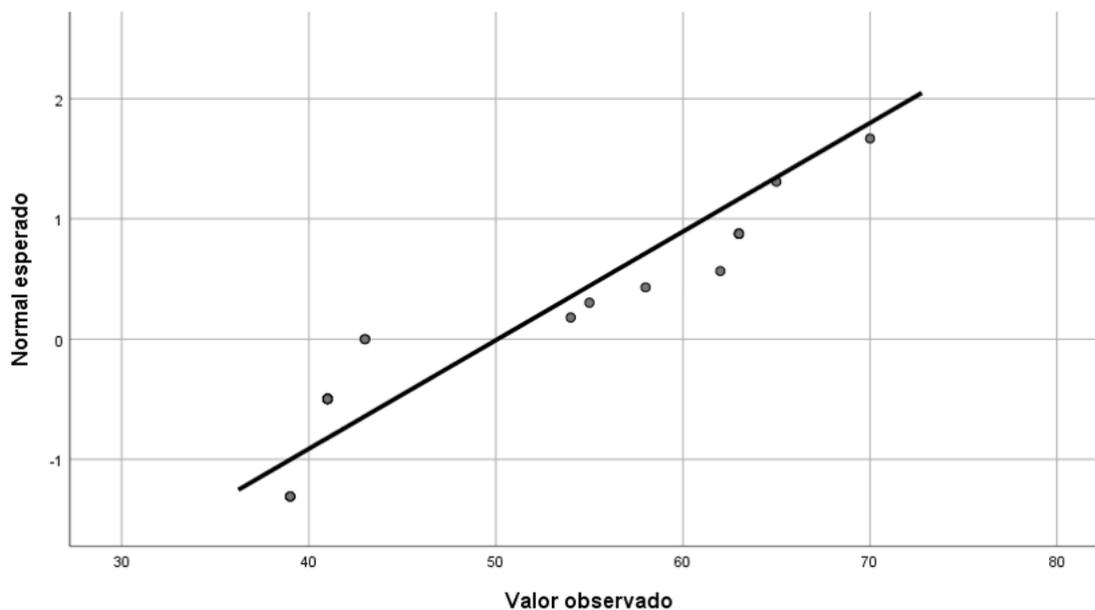
Se estableció un nivel de confianza de 95% y una significancia de 0.05.

La presente investigación está conformada por una población de (20) colaboradores de la empresa de marketing, tomando en cuenta ello, se procedió a analizar la prueba de Shapiro - Wilk, porque la muestra es menor a 50 colaboradores.

Como se puede observar en la tabla.... El valor de $p=0.001$ y < 0.05 , el cual nos indica que las variables de control interno y gestión de cuentas por cobrar tienen una distribución no normal, por lo que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_a). En ese sentido se procedió a aplicar la estadística no paramétrica (Rho de Spearman). Se ratifica en las siguientes figuras.

Figura 40

Distribución de los datos en la variable de control interno

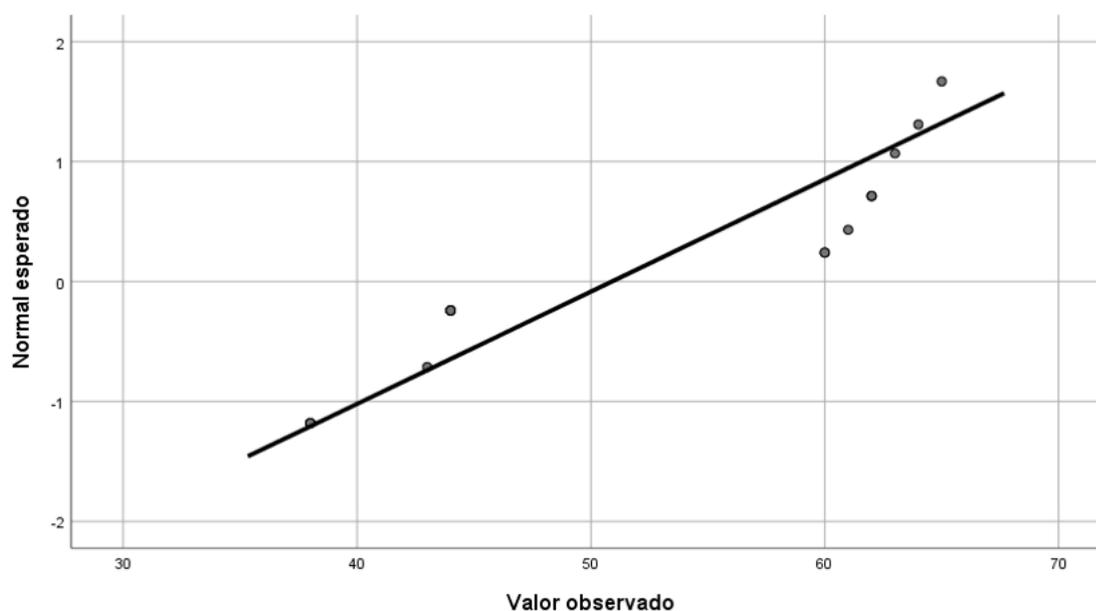


Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según se observa en la figura los datos de la variable control interno tienden a una distribución no normal, el cual reafirma el uso de una prueba no paramétrica como la prueba de Rho de Spearman.

Figura 41

Distribución de los datos en la variable gestión de cuentas por cobrar



Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

Según se observa en la figura, los datos de la variable gestión de cuentas por cobrar tienden a una distribución no normal, el cual reafirma el uso de una prueba no paramétrica como la prueba de Rho de Spearman.

Prueba de hipótesis

Hipótesis general

Ha: Existe relación significativa entre el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021

Ho: No existe relación significativa entre el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021

Nivel de confianza: 95%; $\alpha = 0.05(5\%)$

Regla de decisión: Sig. = p. Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; si $p < \alpha$, se rechaza Ho.

Prueba estadística: No paramétrica, coeficiente Rho de Spearman.

Tabla 48

Coeficiente de correlación entre el control interno y la gestión de cuentas por cobrar.

Correlaciones

			CONTROL INTERNO	GESTION DE CUENTAS POR COBRAR
Rho de Spearman	CONTROL INTERNO	Coefficiente de correlación	1,000	,817**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	GESTION DE CUENTAS POR COBRAR	Coefficiente de correlación	,817**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

El resultado del coeficiente de Rho de Spearman de ,817 indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra con el nivel de correlación muy fuerte (Tabla 52) y siendo el nivel de significancia bilateral de ,000 menor al valor de $p = 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta. Con ello, se confirma que el control interno se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021

Hipótesis específica 1

Ha: Existe relación significativa entre la gestión comercial y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021.

Ho: No existe relación significativa entre la gestión comercial y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021.

Nivel de confianza: 95%; $\alpha = 0.05(5\%)$

Regla de decisión: Sig. = p. Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; si $p < \alpha$, se rechaza Ho.

Prueba estadística: No paramétrica, coeficiente Rho de Spearman.

Tabla 49

Coefficiente de correlación entre la gestión comercial y gestión de cuentas por cobrar

Correlaciones

			GESTIÓN COMERCIAL	GESTION DE CUENTAS POR COBRAR
Rho de Spearman	GESTIÓN COMERCIAL	Coefficiente de correlación	1,000	,886**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	GESTION DE CUENTAS POR COBRAR	Coefficiente de correlación	,886**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

El resultado del coeficiente de Rho de Spearman de ,886 indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra con el nivel de correlación muy fuerte (Tabla 52) y siendo el nivel de significancia bilateral de ,000 menor al valor de $p = 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta. Con ello, se confirma que la gestión comercial se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021

Hipótesis específica 2:

Ha: Existe relación significativa entre el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021.

Ho: No existe relación significativa entre el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021.

Nivel de confianza: 95%; $\alpha = 0.05(5\%)$

Regla de decisión: Sig. = p. Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; si $p < \alpha$, se rechaza Ho.

Prueba estadística: No paramétrica, coeficiente Rho de Spearman.

Tabla 50

Coefficiente de correlación entre el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar.

Correlaciones

			PROCESO DE FACTURACIÓN	GESTION DE CUENTAS POR COBRAR
Rho de Spearman	PROCESO DE FACTURACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,733**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	GESTION DE CUENTAS POR COBRAR	Coefficiente de correlación	,733**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

El resultado del coeficiente de Rho de Spearman de ,733 indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra con el nivel de correlación considerable y siendo el nivel de significancia bilateral de ,000 menor al valor de $p = 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta. Con ello, se confirma que el proceso de facturación se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021

Hipótesis específica 3:

Ha: Existe relación significativa entre el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021.

Ho: No existe relación significativa entre el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021.

Nivel de confianza: 95%; $\alpha = 0.05(5\%)$

Regla de decisión: Sig. = p. Si $p \geq \alpha$, se acepta Ho; si $p < \alpha$, se rechaza Ho.

Prueba estadística: No paramétrica, coeficiente Rho de Spearman.

Tabla 51

Coefficiente de correlación entre el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar.

Correlaciones

			CONTROL DE FACTURACIÓN	GESTION DE CUENTAS POR COBRAR
Rho de Spearman	CONTROL DE FACTURACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	,691**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	20	20
	GESTION DE CUENTAS POR COBRAR	Coefficiente de correlación	,691**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	20	20

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

Fuente: Elaboración propia -SPSS 26

El resultado del coeficiente de Rho de Spearman de ,691 indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra con el nivel de correlación considerable y siendo el nivel de significancia bilateral de ,001 menor al valor de $p = 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta. Con ello, se confirma que el control de facturación se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021

Tabla 52

Grado de relación del coeficiente de correlación Rho de Spearman

RANGO	RELACIÓN
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable.
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media.
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil.
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Mondragón. B. M.

4.2 Discusión.

Los resultados obtenidos en la presente investigación evidencian una relación significativa entre el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021, siendo el nivel de sig. Bilateral de $p=0,000 < 0,05$, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,817, se indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra en el nivel de correlación muy fuerte. Estos resultados concuerdan con el estudio de López & Ybias (2019) que determinaron que existe relación entre su control interno y la gestión de cuentas por cobrar en las empresas financieras de San Juan de Lurigancho, siendo su sig. Bilateral de $p=0,000 < 0,05$, con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,641 que indica una relación directa y una correlación moderada, por lo que rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alterna.

En relación a la hipótesis específica 1, los resultados obtenidos en la presente investigación muestran una relación significativa entre la gestión comercial y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021, siendo el nivel de sig. bilateral $p=0,000 < = 0,05$. Con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,886 indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra con el nivel de correlación muy fuerte, los resultados se asemejan a lo indicado por Ponce (2018) quien determino que, a mayor nivel de gestión comercial, mayor será el crecimiento de las PYMES, es decir, una buena gestión comercial incrementara la gestión de cuentas por cobrar .Siendo su sig. Bilateral de $p=0,000 < 0,05$, con un coeficiente de correlación de Rho de Spearman de 0,966 que indica una relación directa y una correlación alta, por lo que rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa.

Respecto a la hipótesis específica 2, los resultados obtenidos en la presente investigación demuestran que existe una relación significativa entre el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021, siendo el nivel de sig. bilateral de $p=0,000 \leq 0,05$, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,733 indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra con el nivel de correlación considerable, estos resultados concuerdan con lo indicado por Fiestas (2018) quien relaciona el proceso de facturación y las cuentas por cobrar de la empresa Pakatnamu SAC, puesto que la falta de manuales, procedimientos y capacitaciones al personal responsable trae como consecuencia falta de liquidez en la empresa. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Respecto a la hipótesis 3, los resultados obtenidos en la presente investigación se confirman que existe una relación significativa entre el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021, siendo el nivel de sig. Bilateral de $p=0,001 \leq 0,05$, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,691 indica que existe relación positiva entre las variables. Además, se encuentra con el nivel de correlación considerable, el resultado concuerda con Zapata (2018) quien concluye que una mejora en el control de facturas permitirá mitigar las deficiencias en la gestión de cuentas por cobrar de la empresa Ferronor SAC, debido a que involucra a áreas interconectadas. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Conclusiones

Conclusión 1:

En la presente tesis se determinó que existe una relación positiva y significativa entre el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,817, con un nivel de correlación muy fuerte y con un valor de $p= 0,000 < 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta.

Conclusión 2:

Se determino que existe una relación positiva y significativa entre la gestión comercial y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,886, con un nivel de correlación muy fuerte y con un valor de $p= 0,000 < 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta.

Conclusión 3:

Se determino que existe relación positiva y significativa entre el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,733, con un nivel de correlación considerable y con un valor de $p=0,000 \leq 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta.

Conclusión 4:

Se determino que existe relación positiva y significativa entre el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021, con un coeficiente de Rho de Spearman de 0,691, con un nivel de correlación considerable y con un valor de $p=0,001 \leq 0,05$, altamente significativo, la hipótesis nula se rechaza y la hipótesis alterna se acepta.

Recomendaciones

Recomendación 1:

Se recomienda a la empresa implementar el área de control interno que establezca las políticas, normas, procedimientos y funciones que deban seguir los colaboradores con el fin de obtener mejoras en todo el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar para cumplir con los compromisos de pago respectivos.

Recomendación 2:

Se recomienda al área de gestión comercial que tome medidas de prevención respecto a las órdenes de servicio emitidas por el cliente, es decir que solicite la orden antes de la ejecución del servicio con la finalidad de que pueda facturar una vez haya concluido el servicio, de manera que pueda cumplir con los plazos de facturación, evitar demoras en los pagos y así contribuir a la gestión de cuentas por cobrar.

Recomendación 3:

Mejorar los procesos de facturación en las áreas involucradas, estableciendo lineamientos que contribuyan al buen desempeño de funciones de los colaboradores. Esto permitirá que la gestión de cuentas por cobrar sea eficaz y eficiente, logrando que la empresa tenga mayor liquidez en el corto, mediano o largo plazo dependiendo la condición de pago establecido en contrato.

Recomendación 4:

Para mejorar el control de facturación es necesario que la empresa cuente con un sistema de base de datos en las cuales pueda alertar el estado de sus facturas próximas a vencer, asimismo es necesario que se establezca fechas para revisar el contenido de las facturas a fin de asegurarse que no haya errores y posteriores rechazos de parte del cliente, ocasionando demoras en los pagos. Con el correcto seguimiento de sus cuentas por cobrar, el responsable podrá enviar alertas a sus clientes y asegurar sus pagos al vencimiento.

Referencias

Administración Financiera de las cuentas por cobrar
https://www.contaduria.uady.mx/files/material-clase/raul-vallado/FN03_admonfinancieradelasCxC.pdf

Becerra Malca, L. N. (2019). “*La gestión comercial y su influencia en los indicadores financieros. Caso: empresa suministros Biomédicos SAC Periodo 2017-2018*” (para optar el título de contador público) en la Universidad Ricardo Palma
<http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3244>

Conexión ESAN (2016), La política de créditos de una entidad financiera
<https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-politica-de-creditos-de-una-entidad-financiera>

Culquicondor, G. (2018). “*Sistema de Control Interno para el mejoramiento de la gestión de las cuentas por cobrar en la empresa comercial Ventura Pallets Export E.I.R.L.*”. Grado de Contador Público. Universidad Nacional de Piura. Perú. Recuperado de:
<http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1398/CON-CUL-NEI2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castro Carrillo, S. Y., & Caycho Taboada, R. J. (2020). “*La gestión de cuentas por cobrar y su relación con la liquidez de la empresa industrial de PVC S.A.C. en el distrito de Lurín* - 2020.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/AUTO_0b1c2a0403906e67d392a2fc85804e8c

Fiestas Curo, B. J. (2018). *Evaluación del proceso de facturación para determinar el impacto en las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Transportes Pakatnamu SAC, 2017*. Tesis para obtener el título de contador público. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo <http://hdl.handle.net/20.500.12423/1413>

González, C., & Del Rocío, B. (2019). “*Gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Serlipen SA, cantón La Libertad, año 2017*” (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2019.).
https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4709/1/UPSE_TCA-2019-0013.pdf

Guía de Implementación de la Facilitación del Comercio. Taller de formación. 2016
<https://tfig.itcilo.org/SP/contents/invoicing-process.htm>

Guale González, M. R. (2019). “*Gestión de cuentas por cobrar y liquidez en la empresa Corpasso SA, cantón La Libertad, año 2018*” (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2019). <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4967>

Gitman, L. & Zutter, Ch. (2016). *“Principios de la Administración Financiera”*. Decimocuarta edición. México: Pearson Educación.

Gonzales, H. Vera, T y Henríquez, A. (2018). *“Control interno y auditoria su aportación en las organizaciones”*. México. Primera edición Ed. Trillas.

Guajardo, M. Cantú, P y Andrade, B. (2018). *“Auditoría y control interno”*. Colombia Edición, Ed. McGraw-Hill

Huaman, L. & Ticlia, R (2019) *“Reformulación del proceso de facturación y su incidencia en la mejora de la situación financiera de la empresa Estación de Servicios Ave Fénix S.A., Distrito de Trujillo, 2018.”* Tesis para obtener el título de contador público. Universidad Privada Antenor Orrego <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/5806>

Hurtado (2017), *“Análisis a las Cuentas por Cobrar del Comercial Almacenes el Costo de la Parroquia Borbón Cantón Eloy Alfaro”*. Tesis de Pregrado, Universidad Católica – Ecuador <https://repositorio.pucese.edu.ec/handle/123456789/1387>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *“Metodología de la investigación”*. 6ta. Edición. México D.F. McGraw Hill Interamericana

López Gavidia, C. R., & Ybias Marin, E. F. (2019). *“Control interno y Gestión de cuentas por cobrar en las empresas financieras del Distrito de San Juan de Lurigancho, 2019”*. Tesis para optar por el título de contador público. Universidad Cesar Vallejo <https://hdl.handle.net/20.500.12692/62931>

Lozada Díaz, Ana Cristina. (2018). *“Análisis de las cuentas por cobrar en las pequeñas empresas de calzado: caso Hércules Infantil. Ecuador: Ambato”*. Tesis para obtener el título de ingeniera en contabilidad y auditoría. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2436>

Loconi Leon, J. K., & Chavez Fernandez, Y. D. J. (2018). *“Evaluación de la gestión de cuentas por cobrar comerciales para determinar la eficiencia de las políticas de créditos y cobranzas en la empresa Ferronor SAC, 2015”*. Propuesta de mejora. Tesis para optar el título de contador público. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo <http://hdl.handle.net/20.500.12423/2141>

Muñiz Muñiz, W. G., & Moran Reyes, W. K. (2017). *Tesis “ Propuesta de control interno para cuentas por cobrar en la empresa Promocharters”*. BachelorThesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas, Ecuador. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/23007>

Maldonado, M. G. (2020). “*El control interno y su impacto en la gestión de cuentas por pagar en la empresa Dimerc Perú, distrito San Isidro- Lima, 2019*” (Tesis de licenciatura).

Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/27005>

Mantilla, S (2018) “*Auditoria del control interno*”. Cuarta edición. Editorial Ecoe ediciones

Mendizábal Fernández, A. E. (2019) “*Implementación de un sistema de control interno en la gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez del Estudio Contable ES Contadores SAC del año 2018*”. Tesis para optar el título de contador público. Universidad Privada Ricardo Palma. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3113>

Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis / Humberto Ñaupas Paitán, Marcelino Raúl Valdivia Dueñas, Jesús Josefa Palacios Vilela, Hugo Eusebio Romero Delgado -- 5a. Edición. Bogotá: Ediciones de la U, 2018 <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>

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

Navarro, F. & Ramos, L. (2016). “*El control interno en los procesos de producción de la industria litográfica en Barranquilla. Equidad y Desarrollo*” (25), 245-267. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5432120.pdf>

Pérez, T. A., & Ramos, M. E. (2016). “*Implementación de un sistema de control interno en las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Bagservis SAC, en Trujillo, en el año 2016*” [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/10098>

Ponce, J. (2018).” *La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES del sector turístico hotelero de la provincia de Manabí – Ecuador*”. [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ciencias Administrativas, Unidad de Posgrado]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

<http://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/7613>

Rus Arias, Enrique. 08 de diciembre, 2020. “*Investigación correlacional*”. Economipedia.com

Serrano, C. (2018). “*El control interno como herramienta indispensable para una gestión financiera y contable eficiente en las empresas bananeras del cantón Machala*

(Ecuador)” tesis para optar el título de ingeniera en contabilidad y auditoría Universidad Técnica de Machala <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/11787>

Steven Jorge Pedrosa (2019) “*Gestión de cobros*” Economipedia.com

Apéndice

Apéndice A: Matriz de consistencia de la investigación

Control interno y la gestión de las cuentas por cobrar de una empresa de marketing, Miraflores, Lima, 2021

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION
Problema general	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 01. CONTROL INTERNO	GESTION COMERCIAL	Ordenes de servicio	1. Tipo: Básica 2. Enfoque: Cuantitativo 3. Alcance: Descriptivo - correlacional 4. Diseño: No experimental- Transversal 5. Población: Son 20 Colaboradores del área de facturación, contabilidad y tesorería 6. Muestra: No se utilizó la muestra. Se encuestó al total de la población 7. Técnica de recolección de datos: La encuesta.
¿Cómo se relaciona el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021?	Determinar cómo se relaciona el control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021	El control interno se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021			Facturación	
					Pendientes	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		PROCESO DE FACTURACION	Documentos de sustento	
¿Cómo se relaciona la gestión comercial y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa marketing promocional, Miraflores, Lima 2021?	Determinar cómo se relaciona la gestión comercial y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021	La gestión comercial se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021	Emisión de comprobantes de pago		Envío de comprobantes a clientes	
			CONTROL DE FACTURACION	Aprobación de comprobantes emitidos		
¿Cómo se relaciona el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021?	Determinar cómo se relaciona el proceso de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021	El proceso de facturación se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021	Variable 02. GESTION DE CUENTAS POR COBRAR	POLITICAS DE CREDITO	Análisis de crédito	
					Información de crédito	Evaluación crediticia
¿Cómo se relaciona el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima 2021?	Determinar cómo se relaciona el control de facturación y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa marketing promocional, Miraflores, Lima 2021	El control de facturación se relaciona significativamente con la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional, Miraflores, Lima, 2021		POLITICAS DE COBRANZA	Supervisión de las cuentas por cobrar	
			Periodo promedio de cobro		Tipo de cobranzas	
			GESTION DE COBROS	Comunicación con el cliente		
				Opciones de pago		

Apéndice B: Instrumento del cuestionario

Tabla

Cuestionario de control interno

Cuestionario escala de medición: Control interno

Marque con un aspa(X) en cada recuadro la respuesta que mejor represente su opinión.

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

N°	Ítems	1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Gestión comercial					
1	¿El área operativa cumple con enviar sus pendientes a facturar culminado el servicio?					
2	¿El área operativa solicita las ordenes de servicio antes de iniciar el servicio?					
3	¿El ejecutivo hace seguimiento a las órdenes de servicio o documentos de sustento que se necesitan para facturar?					
4	¿El área operativa cuenta con un manual de funciones y procedimientos del proceso de facturación?					
	Dimensión 2: Proceso de facturación					
5	¿Se cumple con adjuntar todos los requisitos para la emisión de facturas?					
6	¿La empresa tiene su portal web, donde puedan visualizar las ordenes de servicio generadas por clientes?					
7	¿La información que proviene de otras áreas, llega de manera oportuna al área de facturación?					
8	¿Las facturas son emitidas culminado el servicio?					
9	¿Los comprobantes de pago se emiten conforme a las normas legales?					
10	¿Los comprobantes se emiten bajo las normativas actuales de facturación electrónica?					
11	¿El área de facturación cuenta con un manual de funciones y procedimientos?					
12	¿Existe una persona encargada del control interno en el área de facturación?					
13	¿Existe control y monitoreo del envío y recepción de facturas a clientes?					
	Dimensión 3: Control de facturación					
14	Se revisa en el portal SUNAT que los comprobantes emitidos no tengan observaciones					
15	¿Se subsanan las observaciones en los comprobantes de pago en el plazo establecido por la SUNAT?					

Tabla

Cuestionario de gestión de cuentas por cobrar.

Cuestionario escala de medición: Gestión de cuentas por cobrar

Marque con un aspa(X) en cada recuadro la respuesta que mejor represente su opinión.

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

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
	Dimensión 1: Políticas de crédito					
1	¿Al momento de realizar una venta al crédito se determinan los requisitos con el cliente?					
2	¿La empresa analiza el historial crediticio de sus clientes antes de otorgar un servicio?					
3	¿La empresa solicita estados financieros a clientes para verificar su solvencia económica?					
4	¿La empresa cuenta con un procedimiento para calcular las calificaciones crediticias de sus clientes?					
5	¿La empresa suele brindar servicios a clientes con calificación crediticia baja?					
	Dimensión 2: Políticas de cobranza					
6	¿La empresa cuenta con un sistema de control de facturas por cobrar?					
7	¿Existe un área responsable para tomar decisiones sobre facturas vencidas?					
8	¿La empresa cuenta con un manual de procedimientos de cobranzas?					
9	¿En la empresa se emiten informes mensuales de cuentas por cobrar por antigüedad de saldos?					
10	¿Se analiza el periodo de cobro de las ventas que se realizan al crédito desde la fecha de emisión?					
11	¿Se analiza el periodo de cobro de las ventas que se realizan al crédito desde el primer gasto?					
12	¿En la empresa cuenta con un sistema de cobranzas de facturas al crédito?					
13	¿La empresa cuenta con un sistema de cobranza de deudas impagos de los clientes?					
	Dimensión 3: Gestión de cobros					
14	¿Se envía oportunamente el estatus de facturas por vencer a clientes?					
15	¿Se envía los números de cuentas bancarias a clientes para el abono de facturas?					

Apéndice C: Certificado de validez

Tabla

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador: Astudillo Vicente Richard Alberto.....

1.2. Grado Académico: Maestro en Contabilidad y Finanzas.....

1.3. Institución donde labora: Universidad de San Martín de Porres.....

1.3.1. Especialidad del validador: Contabilidad y Auditoría.....

Título de la investigación: Control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional-Miraflores-Lima-2021

1.3.2. Autor del Instrumento: Huamani Moreano, Susan Elena

1.3.4 Instrumento:

ENCUESTA. Control Interno

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

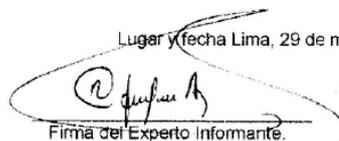
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				X	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

PUNTAJE TOTAL: 45 OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima, 29 de marzo del 2022


Firma del Experto Informante.
DNI. N° 25555100
Teléfono N° 958897942

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

II. DATOS GENERALES:

1.4. Apellidos y nombres del validador: Astudillo Vicente Richard Alberto.....

1.5. Grado Académico: Maestro en Contabilidad y Finanzas.....

1.6. Institución donde labora: Universidad de San Martín de Porres.....

1.6.1. Especialidad del validador: Contabilidad y Auditoría.....

Título de la investigación: Control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional-Miraflores-Lima-2021

1.6.2. Autor del Instrumento: Huamani Moreano, Susan Elena

1.3.4 Instrumento:

ENCUESTA. Gestión de cuentas por cobrar.

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

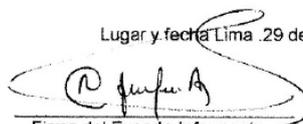
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

PUNTAJE TOTAL: 46 OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 29 de marzo del 2022



Firma del Experto Informante.

DNI. N°...2555100.....

Teléfono N° 958897942.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador:GONZALES VASQUEZ ALAN JOHNNY

1.2. Grado Académico:MAESTRO.....

1.3. Institución donde labora: ...UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS

1.3.1.Especialidad del validador: ...CONTABILIDAD.....

Título de la investigación: Control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional-Miraflores-Lima-2021

1.3.2.Autor del Instrumento: Huamani Moreano, Susan Elena

1.3.4 Instrumento:

ENCUESTA. Control Interno

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

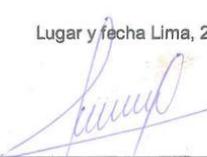
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.					X
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9.. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

PUNTAJE TOTAL: 43 OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima, 28 de marzo del 2022


 Firma del Experto Informante.
 DNI. N°...07559019.....
 Teléfono N°995752769.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

II. DATOS GENERALES:

1.4. Apellidos y nombres del validador: ...GONZALES VASQUEZ ALAN JOHNNY.....

1.5. Grado Académico:MAESTRO.....

1.6. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMERICAS.....

1.6.1. Especialidad del validador: CONTABILIDAD.....

Título de la investigación: Control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional-Miraflores-Lima-2021

1.6.2. Autor del Instrumento: Huamani Moreano, Susan Elena

1.3.4 Instrumento:

ENCUESTA. Gestión de cuentas por cobrar.

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.					X
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X

PUNTAJE TOTAL: 45 OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima, 28 de marzo 2022


 Firma del Experto Informante.
 DNI. N° ...07559019.....
 Teléfono N° ...995752769.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador: PONCE DE LEÓN MUÑOZ JAIME MODESTO

1.2. Grado Académico: MAGISTER

1.3. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS

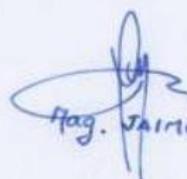
1.3.1. Especialidad del validador: FINANZAS

Título de la investigación: Control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional-Miraflores-Lima-2021

1.3.2. Autor del Instrumento: Huamani Moreano, Susan Elena

1.3.4 Instrumento: CUESTIONARIO

ENCUESTA: CONTROL INTERNO


Mag. JAIME PONCE DE LEÓN MUÑOZ

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO- ENCUESTA : CONTROL INTERNO

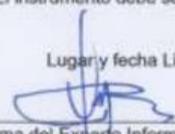
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

PUNTAJE TOTAL: 47 **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima, 23 de mayo del 2022


Firma del Experto Informante.
DNI. N° 42231361
Teléfono N°

Mag. JAIME PONCE DE LEÓN MUÑOZ

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador: PONCE DE LEÓN MUÑOZ JAIME MODESTO

1.2. Grado Académico: MAGISTER

1.3. Institución donde labora: UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS

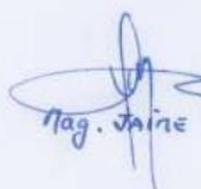
1.3.1. Especialidad del validador: FINANZAS

Título de la investigación: Control interno y la gestión de cuentas por cobrar de una empresa de marketing promocional-Miraflores-Lima-2021

1.3.2. Autor del Instrumento: Huamani Moreano, Susan Elena

1.3.4 Instrumento: CUESTIONARIO

ENCUESTA: GESTION DE CUENTAS POR COBRAR


Mag. JAIME PONCE DE LEÓN MUÑOZ

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO- ENCUESTA : CONTROL INTERNO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					X
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					X
5. ORGANIZACIÓN	Presentación ordenada					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente.				X	
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los ítems, indicadores y las dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	

PUNTAJE TOTAL: ⁴⁷.....OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha Lima, 23 de mayo del 2022


Mag. JAIME PONCE DE LEÓN MUÑOZ

Firma del Experto Informante.
DNI. N° 42231361
Teléfono N°

Apéndice D: Matriz de datos de la variable control interno

NRO	DIMENSION 1				DIMENSION 2									DIMENSION 3		D1	D2	D3	VARIABLE
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15				
1	3	4	3	1	3	3	3	2	4	4	1	1	3	3	3	11	24	6	41
2	4	3	3	3	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	13	40	10	63
3	4	3	3	3	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	13	40	10	63
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	17	43	10	70
5	3	4	3	1	3	3	3	2	4	4	1	1	3	3	3	11	24	6	41
6	2	2	3	1	3	2	3	3	4	4	1	1	3	3	4	8	24	7	39
7	3	4	3	1	3	3	3	2	4	4	1	1	3	3	3	11	24	6	41
8	4	3	3	3	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	13	40	10	63
9	4	3	3	3	5	3	3	4	5	5	2	3	5	5	5	13	35	10	58
10	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	2	3	5	5	5	17	38	10	65
11	3	4	3	1	3	3	3	2	4	4	1	3	3	3	3	11	26	6	43
12	2	2	3	1	3	2	3	3	4	4	1	3	3	3	4	8	26	7	41
13	3	4	3	1	3	3	3	2	4	4	1	3	3	3	3	11	26	6	43
14	4	3	2	3	5	3	3	4	5	5	1	3	4	5	5	12	33	10	55
15	4	3	3	2	5	3	3	4	5	5	1	1	5	5	5	12	32	10	54
16	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	1	1	5	5	5	17	35	10	62
17	3	4	3	1	3	3	3	2	4	4	1	1	3	3	3	11	24	6	41
18	2	2	3	1	3	2	3	3	4	4	1	1	3	3	4	8	24	7	39
19	3	4	3	1	3	3	3	2	4	4	1	1	3	3	3	11	24	6	41
20	2	2	3	1	3	2	3	3	4	4	1	1	3	3	4	8	24	7	39

Apéndice E: Matriz de datos de la variable gestión de cuentas por cobrar

NRO	DIMENSION 1					DIMENSION 2								DIMENSION 3		D1	D2	D3	VARIABLE
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15				
1	4	4	3	4	3	1	5	1	3	4	3	1	1	3	4	18	19	7	44
2	5	4	4	5	2	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	20	34	10	64
3	5	5	4	5	2	5	4	2	3	5	4	3	3	5	5	21	29	10	60
4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	4	5	3	3	5	4	18	35	9	62
5	4	4	3	4	3	1	5	1	3	4	3	1	1	3	4	18	19	7	44
6	3	4	3	3	3	1	2	1	3	4	3	1	1	2	4	16	16	6	38
7	4	4	3	4	3	1	5	1	3	4	3	1	1	3	4	18	19	7	44
8	4	5	4	5	2	3	5	5	3	5	4	1	5	5	4	20	31	9	60
9	5	4	4	5	2	5	4	2	5	5	5	3	3	5	5	20	32	10	62
10	4	4	4	4	2	5	5	5	5	5	4	3	1	5	5	18	33	10	61
11	3	4	3	4	3	1	5	1	3	4	3	1	1	3	4	17	19	7	43
12	3	4	3	3	3	1	2	1	3	4	3	1	1	2	4	16	16	6	38
13	4	4	3	4	3	1	5	1	3	4	3	1	1	3	4	18	19	7	44
14	5	5	4	5	2	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	21	34	10	65
15	5	4	4	5	2	5	4	2	5	5	5	3	3	5	5	20	32	10	62
16	4	4	4	4	2	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	18	35	10	63
17	4	4	3	4	3	1	5	1	3	4	3	1	1	3	4	18	19	7	44
18	3	4	3	3	3	1	2	1	3	4	3	1	1	2	4	16	16	6	38
19	4	4	3	4	3	1	5	1	3	4	3	1	1	3	4	18	19	7	44
20	3	4	3	3	3	1	2	1	3	4	3	1	1	2	4	16	16	6	38