

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad De Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

Sistema de cobranzas y la eficacia de gestión en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021

Para Optar : El Título Profesional de Contador Público

Autor(es) : Jesselyn Estefany Andazabal Porras
Lesly Georghet Jaramillo Suarez

Asesor : Mtro. Maria del Pilar Marticorena Cordova

Línea de Investigación
Institucional : Auditoría

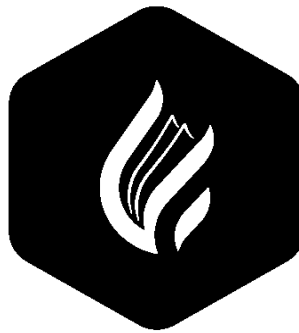
Fecha de Inicio y
Término : 30.12.2021 - 29.12.2022

**Huancayo – Perú
2023**

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

Facultad De Ciencias Administrativas y Contables

Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

Sistema de cobranzas y la eficacia de gestión en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021

Para Optar : El Título Profesional de Contador Público

Autor(es) : Jesselyn Estefany Andazabal Porras
Lesly Georghet Jaramillo Suarez

Asesor : Mtro. Maria del Pilar Marticorena Cordova

Línea de Investigación
Institucional : Auditoría

Fecha de Inicio y
Término : 30.12.2021 - 29.12.2022

Huancayo – Perú

2023

HOJA DE APROBACIÓN DE JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad De Ciencias Administrativas y Contables

TESIS

SISTEMA DE COBRANZAS Y LA EFICACIA DE GESTIÓN EN LA
EMPRESA MAC TRANSPORT, CALLE MONTE ROSA 240,
SANTIAGO DE SURCO, 2021

PRESENTADA POR:

Bach. Jesselyn Estefany Andazabal Porras
Bach. Lesly Georghet Jaramillo Suarez

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

Contador Público

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

DECANO : _____
DR. VASQUEZ VASQUEZ WILBER GONZALO

PRIMER MIEMBRO : _____
CPC. SANTA MARIA CHIMBOR LUIS FERNANDO

SEGUNDO MIEMBRO : _____
CPC. SICHA QUISPE FIDEL

TERCER MIEMBRO : _____
CPC. BORJA MUCHA CARLOS SAMUEL

Huancayo, de del 2023

**SISTEMA DE COBRANZAS Y LA EFICACIA DE GESTIÓN EN
LA EMPRESA MAC TRANSPORT, CALLE MONTE ROSA 240,
SANTIAGO DE SURCO, 2021**

ASESORA:

MTRO. MARTICORENA CORDOVA MARIA DEL PILAR

DEDICATORIA

A Dios ya que gracias a él hemos logrado concluir nuestra formación profesional, a nuestros padres quienes han sido la guía para poder llegar a este punto de nuestra vida, y aquellas personas que de una u otra manera han contribuido para el logro de nuestros objetivos, gracias.

Las Autoras

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Peruana Los Andes por abrirnos las puertas y ser nuestra casa formadora.

Agradecemos a nuestros asesores por habernos guiado durante todo el desarrollo de la tesis.

Y finalmente, a nosotras como autoras por trabajar con mucho esfuerzo, sacrificio y perseverancia en alcanzar en este logro tan significativo.

Las Autoras



CONSTANCIA DE ÍNDICE SIMILITUD

(EXPEDITO SEGÚN ART. 8.4)

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables deja:

CONSTANCIA

Que, Los bachilleres: **ANDAZABAL PORRAS JESSELYN ESTEFANY Y JARAMILLO SUAREZ LESLY GEORGHET**; de la escuela profesional de Contabilidad y Finanzas, han presentado su Informe final de TESIS titulado: **“SISTEMA DE COBRANZAS Y LA EFICACIA DE GESTIÓN EN LA EMPRESA MAC TRANSPORT, CALLE MONTE ROSA 240, SANTIAGO DE SURCO, 2021”**, originalidad en el **SOFTWARE TURNITIN** obteniendo el **Porcentaje** de similitud de **22%**, el cual se encuentra dentro del porcentaje permitido.

Se expide el presente, para efectos de continuar con los tramites concernientes a la obtención del Título Profesional.

Huancayo, 27 de septiembre del 2022

Dr. Armando Juan Aduato Ávila
Director de Unidad de Investigación Facultad
de Ciencias Administrativas y Contables

Contenido

1.	CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
	1.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA	18
	1.2 DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
	1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
	1.3.1 <i>Problema general</i>	21
	1.3.2 <i>Problemas específicos</i>	21
	1.4 JUSTIFICACIÓN.....	21
	1.4.1 <i>Social</i>	21
	1.4.2 <i>Teórica</i>	22
	1.4.3 <i>Metodológica</i>	22
	1.5 OBJETIVOS	23
	1.5.1 <i>Objetivo general</i>	23
	1.5.2 <i>Objetivos específicos</i>	23
2.	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	24
	2.1 ANTECEDENTES (NACIONALES E INTERNACIONALES).....	24
	2.1.1 <i>Antecedentes Nacionales</i>	24
	2.1.2 <i>Antecedentes Internacionales</i>	35
	2.2 BASES TEÓRICAS O CIENTÍFICAS.....	42
	2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	49
3.	CAPÍTULO III: HIPÓTESIS	52
	3.1 HIPÓTESIS GENERAL.....	52
	3.2 HIPÓTESIS (S) ESPECÍFICA (S).....	52
	3.3 VARIABLES (DEFINICIÓN CONCEPTUAL Y OPERACIONALIZACIÓN)	52
	3.3.1 <i>Variable X: Sistema de cobranzas</i>	52
	3.3.2 <i>Variable Y: La Eficacia de gestión en la empresa</i>	54
4.	CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	57
	4.1 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	57
	4.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN	58
	4.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	59
	4.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	60
	4.5 POBLACIÓN Y MUESTRA	61
	4.6 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	63
	4.7 TÉCNICA DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	67
	4.8 ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	69
5.	CAPÍTULO V: RESULTADOS	70
	5.1 DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	70
	5.2 CONTRASTE O PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	131
	5.2.1 <i>Contraste de hipótesis del objetivo general</i>	132
	5.2.2 <i>Contraste de hipótesis del objetivo específico 1 Recuperación</i>	134
	5.2.3 <i>Contraste de hipótesis del objetivo específico 2 Permanencia</i>	136
	5.2.4 <i>Contraste de hipótesis del objetivo específico 3 Personalización</i>	138
	5.3 ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	140
6.	CONCLUSIONES	143
7.	RECOMENDACIONES	145
8.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	147
9.	ANEXOS.....	149
	ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA	150
	ANEXO 2: MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	151
	ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO	153
	ANEXO 4: INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN - ENCUESTA	156

ANEXO 5: RESUMEN ESTADÍSTICO DE LA ENCUESTA.....	175
ANEXO 6: PANEL DE FOTOS	179
ANEXO 7: CONSENTIMIENTO INFORMADO.....	181

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1.	Desarrollo de Políticas.....	71
Tabla 2.	Desarrollo de Niveles de Endeudamiento.....	72
Tabla 3.	Minimizar los niveles de Endeudamiento.....	73
Tabla 4.	Incumplimientos de Compromisos.....	74
Tabla 5.	Situación de Clientes.....	75
Tabla 6.	Cumplimiento de Obligaciones.....	76
Tabla 7.	Políticas Crediticias.....	77
Tabla 8.	Créditos Vencidos.....	78
Tabla 9.	Deudas Vencidas.....	79
Tabla 10.	Mejora de Deudas.....	80
Tabla 11.	Permanencia de Clientes.....	81
Tabla 12.	Comportamiento de Clientes.....	82
Tabla 13.	Cliente Potencial.....	83
Tabla 14.	Proceso de Permanencia.....	84
Tabla 15.	Política de Permanencia.....	85
Tabla 16.	Permanencia y Obligaciones.....	86
Tabla 17.	Obligaciones de Clientes.....	87
Tabla 18.	Actuación de Clientes.....	88
Tabla 19.	Relaciones con Clientes.....	89
Tabla 20.	Evaluación de Retención de Clientes.....	90
Tabla 21.	Niveles de Clientes.....	91
Tabla 22.	Acciones Aplicadas.....	92
Tabla 23.	Diferenciación de Niveles.....	93
Tabla 24.	Evaluación de Resultados.....	94
Tabla 25.	Actos Desarrollados.....	95
Tabla 26.	Programa de Ayuda.....	96
Tabla 27.	Política de Mejoramiento.....	97
Tabla 28.	Estrategias que Mejoran.....	98
Tabla 29.	Desarrollo de Información.....	99
Tabla 30.	Operaciones Desarrolladas.....	100
Tabla 31.	Monitoreo de Resultados.....	101
Tabla 32.	Proceso de Mejoramiento.....	102
Tabla 33.	Estrategias a Aplicar.....	103
Tabla 34.	Estrategias de la Empresa.....	104
Tabla 35.	Elaboración y Procesamiento.....	105
Tabla 36.	Acciones Logradas.....	106
Tabla 37.	Batería de Preguntas.....	107
Tabla 38.	Políticas Orientadas.....	108
Tabla 39.	Acciones Orientadas.....	109
Tabla 40.	Niveles de Competitividad.....	110
Tabla 41.	Clientes forman parte de la Empresa.....	111
Tabla 42.	Programas Orientados.....	112
Tabla 43.	Resultados del Programa.....	113
Tabla 44.	Conoce los Criterios.....	114
Tabla 45.	Determina Criterios.....	115
Tabla 46.	Comunica Criterios.....	116
Tabla 47.	Aplicación de Criterios.....	117
Tabla 48.	Mejora de la Identidad.....	118
Tabla 49.	Captación y Retención.....	119
Tabla 50.	Cumple con lo Ofrecido.....	120

Tabla 51.	Acciones Recomendables.....	121
Tabla 52.	Objetivos Alcanzados.....	122
Tabla 53.	Medios de Comunicación.....	123
Tabla 54.	Elaboración de Instrumentos.....	124
Tabla 55.	Decisiones Competentes.....	125
Tabla 56.	Comunicación Adecuada.....	126
Tabla 57.	Toma de Decisiones.....	127
Tabla 58.	Presencia en el Mercado.....	128
Tabla 59.	Sugerencias Presentadas.....	129
Tabla 60.	Comparación del Mercado.....	130
Tabla 61.	Cuatro primeras dimensiones y variables del objetivo general.....	132
Tabla 62.	Contraste de hipótesis para el objetivo general.....	133
Tabla 63.	Cuatro primeros indicadores y variables del objetivo específico 1.....	134
Tabla 64.	Contraste de hipótesis para el objetivo específico 1.....	135
Tabla 65.	Cuatro primeros indicadores y variables del objetivo específico 2.....	136
Tabla 66.	Contraste de hipótesis para el objetivo específico 2.....	137
Tabla 67.	Cuatro primeros indicadores y variables del objetivo específico3.....	138
Tabla 68.	Contraste de hipótesis para el objetivo específico 3.....	140

CONTENIDO DE GRÁFICOS

Gráfico 1:	Desarrollo de Políticas	71
Gráfico 2:	Desarrollo de Niveles de Endeudamiento	72
Gráfico 3:	Minimizar los niveles de Endeudamiento	73
Gráfico 4:	Incumplimientos de Compromisos.....	74
Gráfico 5:	Situación de Clientes.....	75
Gráfico 6:	Gráfico 6: Cumplimiento de Obligaciones.....	76
Gráfico 7:	Gráfico 7: Políticas Crediticias	77
Gráfico 8:	Gráfico 8: Créditos Vencidos.....	78
Gráfico 9:	Gráfico 9: Deudas Vencidas.....	79
Gráfico 10:	Créditos Vencidos.....	80
Gráfico 11:	Permanencia de Clientes	81
Gráfico 12:	Comportamiento de Clientes.....	82
Gráfico 13:	Gráfico 13: Cliente Potencial.....	83
Gráfico 14:	Proceso de Permanencia	84
Gráfico 15:	Política de Permanencia.....	85
Gráfico 16:	Permanencia y Obligaciones.....	86
Gráfico 17:	Obligaciones de Clientes	87
Gráfico 18:	Actuación de Clientes	88
Gráfico 19:	Relaciones con Clientes	89
Gráfico 20:	Evaluación de Retención de Clientes.....	90
Gráfico 21:	Niveles de Clientes	91
Gráfico 22:	Acciones Aplicadas.....	92
Gráfico 23:	Diferenciación de Niveles.....	93
Gráfico 24:	Evaluación de Resultados	94
Gráfico 25:	Actos Desarrollados.....	95
Gráfico 26:	Programa de Ayuda	96
Gráfico 27:	Política de Mejoramiento.....	97
Gráfico 28:	Estrategias que Mejoran.....	98
Gráfico 29:	Desarrollo de Información	99
Gráfico 30:	Operaciones Desarrolladas.....	100
Gráfico 31:	Monitoreo de Resultados	101
Gráfico 32:	Proceso de Mejoramiento	102
Gráfico 33:	Estrategias a Aplicar	103
Gráfico 34:	Estrategias de la Empresa	104
Gráfico 35:	Elaboración y Procesamiento.....	105
Gráfico 36:	Acciones Logradas.....	106
Gráfico 37:	Batería de Preguntas	107
Gráfico 38:	Políticas Orientadas	108
Gráfico 39:	Acciones Orientadas	109
Gráfico 40:	Niveles de Competitividad.....	110
Gráfico 41:	Clientes forman parte de la Empresa	111
Gráfico 42:	Programas Orientados.....	112
Gráfico 43:	Resultados del Programa	113
Gráfico 44:	Conoce los Criterios.....	114
Gráfico 45:	Determina Criterios.....	115
Gráfico 46:	Comunica Criterios.....	116
Gráfico 47:	Aplicación de Criterios	117
Gráfico 48:	Mejora de la Identidad	118
Gráfico 49:	Captación y Retención	119
Gráfico 50:	Cumple con lo Ofrecido.....	120

Gráfico 51:	Acciones Recomendables	121
Gráfico 52:	Objetivos Alcanzados	122
Gráfico 53:	Medios de Comunicación	123
Gráfico 54:	Elaboración de Instrumentos.....	124
Gráfico 55:	Decisiones Competentes	125
Gráfico 56:	Comunicación Adecuada	126
Gráfico 57:	Toma de Decisiones.....	127
Gráfico 58:	Presencia en el Mercado	128
Gráfico 59:	Sugerencias Presentadas	129
Gráfico 60:	Comparación del Mercado.....	130

RESUMEN

La presente tesis admitió como propósito determinar la manera que se relacionan el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport. Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021. Dedicada a brindar los servicios de: carga aérea y marítima, agenciamiento de aduanas, carga peligrosa, almacenamiento, carga de proyectos, transporte local y nacional, y seguros. La investigación se centra en tesorería, al no tener una política de cobranzas, afectando el cumplimiento a los proveedores, además los resultados no son los esperados, es decir son ineficaces, y como resultado una gestión negativa, teniendo que recurrir al sistema financiero. Los datos fueron proporcionados por los colaboradores, haciendo un total de 05 que por ser pequeña fue determinado como muestra, los colaboradores fueron encuestados para el recojo de información. Los resultados de la investigación con relación al objetivo general, con una calificación de 11,00, muy superior al mínimo propuesto por Friedman de 7,81. Por ello se rechazó la Hipótesis Nula (H_0); para afirmar que, si existe relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

Palabras Claves: Cobranzas y Eficacia de gestión.

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to determine the relationship between the collection system and management efficiency in the company Mac Transport. Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021. Dedicated to provide the following services: air and sea cargo, customs brokerage, hazardous cargo, warehousing, project cargo, local and national transportation, and insurance. The research is focused on treasury, as it does not have a collection policy, affecting compliance with suppliers, and the results are not as expected, they are inefficient, and as a result a negative management, having to resort to the financial system. The data were provided by the collaborators, making a total of 05 that for being small was determined as a sample, the collaborators were surveyed for the collection of information. The results of the research in relation to the general objective, with a qualification of 11.00, much higher than the minimum proposed by Friedman of 7.81. Therefore, the Null Hypothesis (H0) was rejected in order to affirm that there is a relationship between the collection system and management efficiency in the company Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

Key words: Collections and management effectiveness.

INTRODUCCION

Hoy en día el tema de: Sistema de cobranzas y la eficacia de gestión en la gestión, es significativa para el progreso y permanencia de la organización en el tiempo, se tiene conocimiento que el sistema de cobranzas ha motivado el desarrollo diversos estudios de investigación en todo el mundo a lo largo en las últimas décadas. Siendo el propósito del estudio, determinar la relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión en la empresa.

La investigación consta de los capítulos; siguientes: En el capítulo I, Planteamiento del problema, se describe la realidad problemática, así como su delimitación, definición, justificación y los objetivos que nos permiten abordar el problema.

El capítulo II, Marco conceptual, muestra algunos precedentes internacionales y nacionales, los fundamentos teóricos o científicos y el modelo conceptual.

Capítulo III, Hipótesis, este capítulo contiene el planteamiento de las hipótesis además de las variables que se investigan. Por otro lado, la estrategia de investigación, el nivel, la naturaleza y el diseño de la investigación, la población y la muestra, así como los procedimientos de recogida y tratamiento de datos, se tratan en el Capítulo IV, Metodología.

El capítulo V, resultados, se ofrece un resumen de los resultados, una comparación de hipótesis, un examen de las conclusiones de los resultados y sugerencias.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Nivel Internacional:

Suntaxi Jaime (2017) dice:

“El crédito es la base de la cooperativa porque es la unidad operativa que estimula los ingresos de la economía; cuanto más negocio de crédito hay, más dinero se documenta, con el mismo riesgo de pérdida en caso de una gestión de recuperación inadecuada. En consecuencia, la falta de sistemas adecuados de crédito y cobros, tácticas, normas y procedimientos de control interno puede acarrear pérdidas para la cooperativa”.

En la actualidad las grandes empresas de Latinoamérica ya cuentan con una sólida gestión de cobranzas, pero en sectores de micro y pequeñas empresas aún existe una carencia de buenas políticas de cobranza, esto se debe en gran parte a que los empleados de dichas empresas no están comprometidos (preparados) con el trabajo empresarial y generan resistencia a los cambios que se planifiquen. A pesar de todo esto se ha visto un gran interés por automatizar la gestión de cobranzas en todas las empresas en todo Latinoamérica.

Nivel Nacional:

Vásquez C. (2017) al examinar el problema de las cobranzas de las empresas del sector financiero peruano, se observa que muchas de ellas utilizan las ventas a crédito

para lograr mejoras económicas; sin embargo, un número importante de ellas sufre por ello.

Por otra parte, en la edición 2017 de la revista Ciclo de Riesgo, se señaló que "se ha implementado una nueva estrategia para mejorar la cobranza, la cual consiste en transformar a los antiguos cobradores en asesores de servicio, dado que en un mercado competitivo, no sólo basta con recibir la cartera de clientes morosos y cumplir con ciertas metas en su pronto pago, sino también cuidar la calidad enfocada en la atención al cliente, evitando daños a la empresa (Ciclo de Riesgo, 2017).

Nivel Local:

La Empresa Mac Transport, ubicada en Calle Monte Rosa 240, Of. 401 Chacarilla, Surco, tiene 10 años de experiencia creando soluciones flexibles e innovadoras lo que les permite aumentar su portafolio de servicios y operaciones a nivel mundial, con la convicción de facilitar las sistematizaciones en el sumario de comercialización exterior.

Los servicios que brindan son: carga aérea y marítima, agenciamiento de aduanas, carga peligrosa, almacenamiento, carga de proyectos, transporte local y nacional, y seguros.

El presente estudio se está centrando en el área de Tesorería, donde se presentan diversas dificultades, como consecuencia que no está definido políticas de cobranzas, situación que conlleva a no saber el desempeño de los clientes para establecer el comportamiento de los mismos, y por lo tanto en razón del desempeño de los mismos definir líneas de créditos diferenciales, razón por la cual, se tiene cartera de clientes

morosos, para no paralizar la empresa, se ha tenido que recurrir a líneas de crédito dadas por los bancos. Consideramos que se ha presentado esta realidad, con la participación del área de operaciones, debido a la ausencia de políticas de cobranzas.

Nuestra línea de crédito otorgado a las empresas, es de 30 días para la mayoría de estas no vienen cumpliendo según lo acordado con el área comercial, quien es el que cierra el acuerdo.

Por ser una empresa que presta servicios, cuentan con las áreas siguientes:

- Comercial
- Operaciones (carga marítima y aérea)
- Contabilidad - Administración – Tesorería

1.2 Delimitación del Problema

Espacial

- Es válido para la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021

Temporal

- El marco de muestreo del informe se limitará a la información descubierta en el año 2021.

Conceptual o temática

- El esfuerzo se sustenta en el deseo académico de seguir ampliando el contenido bibliográfico que ofrece información sobre la conexión del programa y la eficacia de gestión en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, contribuirá con otros investigadores, como antecedente para próximas investigaciones.

1.3 Formulación del problema

1.3.1 Problema general

- ¿Qué relación existe entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, ¿Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021?

1.3.2 Problemas específicos.

- ¿Qué relación existe entre recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco - 2021?
- ¿Qué relación existe entre permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco - 2021?
- ¿Qué relación existe entre personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco - 2021?

1.4 Justificación

1.4.1 Social.

- Este trabajo de investigación contribuirá en la sociedad y aportará a las empresas, la importancia del sistema de cobranzas y la eficacia de gestión en las empresas,

su imagen institucional para alcanzar óptimos niveles de eficacia (objetivos), mediante la premura y observancia a proveedores, en el tiempo determinado.

1.4.2 Teórica.

- El trabajo de investigación analizará rigurosamente las teorías que explican las variables de estudio y que serán explicadas con mayor argumentación académica en el marco conceptual de la investigación, en cuanto a la conexión entre el sistema de recaudación y el desempeño en la corporación Mac Transport. El estudio tendrá importancia teórica después de que se explique la relación de las variables y se llene el vacío de la pregunta que se definió para la investigación. También servirá como información de referencia y contexto para otros proyectos de investigación que lo requieran.

1.4.3 Metodológica.

- El trabajo de investigación se desarrollará siguiendo los procedimientos del método científico; por lo mismo considero que el tipo de investigación será descriptiva y el nivel correlacional, el diseño es no experimental y transversal, por cuanto no hay manipulación de las variables de estudio y la aplicación del instrumento para recoger información se hará en un solo momento; son aspectos que considero otorgará rigor que requiere la investigación científica, para tener resultados científicos que explique la reacción ante el sistema de cobranzas y la eficacia de la empresa Mac Transport S.A.C.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

- Determinar la relación que existe entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.
- Determinar la relación que existe entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.
- Determinar la relación que existe entre la personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes (nacionales e internacionales)

2.1.1 Antecedentes Nacionales

Rueda (2020), La investigación es descriptiva no experimental “*Estrategias de Cobranza para Reducir la Morosidad de los clientes de la Empresa Comercial Frionorte E.I.R.L, Chiclayo 2019*”. Presentado a Escuela de Administración de Empresas Escuela Profesional Académica de Contabilidad, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, para obtener el título profesional de Contador Público.

Las conclusiones que se adjuntan son consecuencia de la investigación:

a) Respecto al objetivo específico N°1:

El índice de comportamiento de la morosidad para el año 2019 recibió un diagnóstico, que probablemente resulte en un incremento del 1,51% con respecto al año anterior, lo que implica que la cartera morosa es del 48,24%, lo que supera el índice de morosidad del 10% permitido a nivel de las empresas comerciales, uno de los factores que influyen en que el 54% (196.097) empiece a aumentar en las cuentas por cobrar debido a la ineficacia de los supervisores. El gráfico de Pareto nos muestra dónde está el 80% del problema, y resolviéndolo podemos minimizar la morosidad.

b) Respecto al objetivo específico N°2:

Las estrategias de cobro fueron ineficaces, según el 56% de los participantes, que afirmaron que la gestión y el seguimiento de los cobros fueron inadecuados, lo que provocó un aumento de la tasa de morosidad.

c) Respecto al objetivo específico N°3:

Que, a través de las medidas sugeridas basadas, se espera disminuir la irresponsabilidad en un 30%, resultando en que seguimos esperando comenzar a reducir las cuentas por cobrar y anticipar la accesibilidad para seguir mejorando la administración, y que el sinceramiento de las cuentas por cobrar beneficiará a la empresa en la deducción del gasto para efectos fiscales en el 66.90% de las veces.

Caparachin (2020), “Análisis de la eficiencia y el sistema de gestión de la calidad Norma ISO 9001 en las facultades acreditadas de la Universidad Nacional del Centro del Perú del año 2018 mediante el análisis envolvente de datos”, para lograr la Maestría en Administración de Empresas, Universidad Continental, Huancayo 2020 El objetivo de este estudio fue investigar la relación entre la eficacia y el sistema de gestión de calidad ISO 9001 de las facultades reconocidas de la Universidad Nacional del Centro del Perú.

Como parte del diseño descriptivo, correlacional y transversal, se recopiló información sobre los productos y los insumos de ambos departamentos, así como informes sobre los indicadores del sistema de gestión de la calidad basados en la norma ISO. Estos datos se utilizaron después para el análisis envolvente de datos (DEA).

Tras la discusión y el análisis de los resultados del estudio, podemos extraer las siguientes conclusiones:

1. Los resultados de la investigación demuestran que existe una correlación de Pearson positiva y significativa (0,779*) con una significación de ($\alpha = 0,023$) entre la eficiencia y la evaluación del Sistema de Gestión de la Calidad de la Norma ISO 9001 de las facultades acreditadas, alcanzando el personal académico de Ciencias Matemáticas e Informática y la facultad de Ingeniería Mecánica el nivel más bajo de cumplimiento del 83,10% y el 85% y el 76%, respectivamente, según el análisis del rendimiento, y la facultad de Sociología el nivel más alto de cumplimiento del 85%.
2. Los resultados indican que existe una correlación media positiva de Pearson (0,737*) con una significación de ($\alpha = 0,033$) entre la eficacia a través del análisis envolvente de datos y la dimensión de Liderazgo de la Norma ISO 9001 del Sistema de Gestión de Calidad de las facultades acreditadas, con una media global de conformidad de las métricas actuales frente a las planificadas de este aspecto del 61,63%, siendo la facultad de Ciencias Matemáticas e Informática la más conforme.
3. De acuerdo con los resultados del estudio, existe una correlación de Pearson globalmente positiva (0,680*) con una significación de ($\alpha = 0,043$) entre la eficiencia y la dimensión Orientación al Cliente del Sistema de Gestión de la Calidad de la Norma ISO 9001 de las facultades acreditadas, con sólo una media global de conformidad de las métricas existentes frente a los indicadores

programados de esta dimensión del 84,27%, siendo la Facultad de Ciencias Matemáticas e Informática la que obtuvo la más baja.

4. Los resultados del estudio muestran que existe una correlación de Pearson media positiva (0,715*) con una significación ($\alpha = 0,047$) entre la eficacia y la medición del compromiso con las personas del sistema de gestión de la calidad norma ISO 9001 de las facultades acreditadas, que alcanza la media. El porcentaje de cumplimiento de los indicadores vigentes frente a los indicadores esperados de esta medida fue de 99,16%, mientras que la Facultad de Matemática e Informática alcanzó el indicador más bajo con un 82,16% y la Facultad de Economía alcanzó el indicador más alto con un 114,16%.
5. Los resultados del estudio muestran que existe una correlación de Pearson media positiva (0,708*) con significación ($\alpha = 0,049$) entre la eficacia y la medición de los procesos del sistema de gestión. Las facultades acreditadas con la norma de calidad ISO 9001, frente al 102,10% previsto en esta medida, alcanzan un porcentaje medio de cumplimiento de los indicadores vigentes, mientras que la Facultad de Matemáticas e Informática y la Facultad de Ingeniería Mecánica tienen un porcentaje inferior del 89,72% y la facultad de trabajo social logra el indicador más alto con 118.72%.
6. Los resultados del estudio muestran que existe una fuerte correlación positiva de Pearson (0,874**) con significación ($\alpha = 0,004$) entre la eficacia y la dimensión de gestión de relaciones del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001 en las empresas, obtenida por los organismos acreditados, el porcentaje promedio de cumplimiento de los indicadores vigentes frente a los indicadores

esperados fue de 138,29%, la Facultad de Matemática e Informática fue de 122,67%, y la Facultad de Economía y la Facultad de Trabajo Social lograron el mayor logro. nivel de 153,67%.

7. Los resultados del estudio muestran que existe una fuerte correlación positiva de Pearson (0.861**) con significación ($\alpha = 0.006$) entre las dimensiones de eficacia y toma de decisiones basada en evidencia de la acreditación del sistema de gestión de calidad ISO 9001. El porcentaje promedio de cumplimiento de los indicadores vigentes es de 78,29% para las facultades con 62,67% en la facultad de ingeniería y 96,67% en la facultad de trabajo social.
8. Los resultados de estudio muestran que existe una fuerte correlación positiva de Pearson (0,698*) con significancia ($\alpha = 0,047$) entre la eficacia y la Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001 de las facultades, alcanzando el índice cumplimiento promedio El indicador actual en comparación con el plan para la dimensión anterior es de 104,94%, en el que la Facultad de Matemáticas y Computación tiene un puntaje más bajo con un 90,07% y la Facultad de Economía y Facultad de Asuntos Públicos la sociedad alcanzó el índice más alto de 124,07%.
9. Los índices de efectividad relativa de las facultades acreditadas son del 100% incluyendo la Facultad de Ciencias Forestales y Ambientales y la Facultad de Economía, que representan el 25% del total, ambas forman parte del Benchmark de Facultades Efectivas. como: Facultad de Trabajo Social con el 97, 5%, Ingeniería en Sistemas con el 79,65%, Ingeniería Mecánica con el

76,8%, Ciencias Naturales y Ambientales con el 73,96% y Educación primaria concentra la tasa más alta, baja el 71,1%.

Olarte, (2018), “Sistema de gestión de calidad y su influencia en la eficacia empresarial en una fábrica textil” para optar el grado de “Maestro en gestión de Alta Dirección” en la Universidad Nacional Federico Villarreal”, Lima – Perú. La presente investigación se centra en el impacto de un sistema de gestión de la calidad sobre la eficiencia empresarial en una fábrica textil. Los fundamentos de este estudio se basan en las teorías y modelos existentes de medición de la calidad y la eficiencia organizativa; el modelo elegido por la empresa para su sistema de gestión de la calidad se basa en las normas ISO 9001, y la evaluación y/o medición de la eficiencia empresarial se realizó mediante el modelo de enfoque multidimensional.

Conclusiones

Como consecuencia de la presente investigación, se concluye lo siguiente:

1. Se acepta la hipótesis general que dice lo siguiente: “El sistema de gestión de calidad influye de manera significativa en la eficacia empresarial de la planta de fabricación de textiles de ICSA”, es decir confirmamos que el sistema de gestión de la calidad incide significativamente en el desempeño de la empresa, así como entre las dos variables existe una correlación positiva y moderada, esto quiere decir que según la percepción de los empleados, la ejecución de todo o parte de la calidad de un sistema de gestión de calidad fundamentado en ISO 9001 en los diversos métodos de la organización tiene un efecto moderado en el desempeño de la empresa, los principios bajo los cuales opera

el sistema de gestión de calidad basado en ISO 9001, tales como liderazgo, compromiso de los empleados, mejora continua y análisis de datos para la toma de decisiones, impulsar la instauración de políticas, objetivos, comprometerse a liderar la realización proporcionando los fondos necesarios para lograr los propósitos estratégicos, instituir equipos de mejora de problemas centrados en la solución e involucrar a los empleados desde el principio. Tomando decisiones y monitoreando y analizando datos como práctica, estos factores impactan positivamente en el desempeño de la empresa.

2. Con respecto a la primera hipótesis específica, se acepta que “el liderazgo está relacionado de manera significativa con la eficacia empresarial de la Planta de fabricación de textiles de ICSA”, existe una correlación positiva y moderada entre las variables liderazgo y eficiencia empresarial; el liderazgo, desde la perspectiva de los sistemas de gestión de la calidad, incluye elementos importantes como el compromiso del liderazgo, así como el establecimiento de políticas y objetivos de calidad, lo cual es importante para clarificar las posiciones sobre cuestiones estratégicas y unificar criterios básicos para generar compromisos.
3. En relación a la segunda hipótesis específica, se acepta que “la participación del Personal está relacionada de manera significativa con la eficacia empresarial de la Planta de fabricación de textiles de ICSA”, estas variables tienen una asociación positiva y media, lo que indica que el compromiso de los empleados tiene un impacto moderado en el éxito de la empresa; el grado

de influencia es de 0,504. Observamos que las acciones emprendidas con respecto a la participación del personal, como la concienciación del personal, la evaluación del rendimiento del personal a todos los niveles para considerarlo posteriormente en el programa de formación anual, y la inclusión del personal en la toma de decisiones en las reuniones de trabajo, han tenido un efecto positivo en la eficacia de la empresa.

4. Se acepta la tercera hipótesis específica “la mejora continua está relacionada de manera significativa con la eficacia empresarial de la planta de fabricación de textiles de ICESA”, estas dos variables tienen una correlación favorable y fuerte, lo que indica que la mejora continua tiene un impacto en la eficiencia empresarial; el grado de influencia de la mejora continua en la eficiencia de la empresa es de 0,573. La mejora continua ha mejorado la eficiencia de los procesos, al tiempo que ha desarrollado e inventado nuevos productos, todo lo cual ha contribuido a la eficiencia empresarial.
5. La puesta del sistema de gestión para la calidad ha permitido a la organización mejorar el desempeño de los procesos estratégicos; sin embargo, debido a que la ejecución se hizo privilegiando unos procedimientos sobre otros, esto ha resultado en distinciones entre una y otra área de la corporación, en términos de cultura, comportamiento, niveles de participación del personal, compromiso, comunicación, pensamiento innovador y hábitos establecidos por los trabajadores en un sistema de calidad.

Arce (2017) “Implicancia en la gestión de cobranza de las letras de cambio y su efecto en la liquidez de la empresa Provenser SAC” para obtener el título de contador público en la Universidad Autónoma del Perú, Lima-Perú.

Conclusiones:

1. En efecto, se han detectado deficiencias en la gestión de las cuentas por cobrar de los efectos de la empresa, lo que tiene un impacto significativo sólo en los resultados del banco, ya que la recuperación de la asignación de activos de las cuentas por cobrar es muy lenta, lo que impide a la empresa disponer de una tesorería adecuada para satisfacer sus necesidades más urgentes.
2. La organización no hace hincapié en la aplicación de las normas del centro de contacto, ya que hay un bajo grado de atención para atender eficazmente las reclamaciones de los clientes, hay poca atención para entender las demandas de los consumidores y no hay políticas definidas al respecto.
3. Realmente existen insuficiencias en la planificación económica de la empresa por la falta de un seguimiento suficiente de las cuentas por cobrar, no se evalúa adecuadamente a los consumidores porque no se les exigen datos con frecuencia, y porque la dirección considera suficiente la firma de letras de cambio, precisamente por el respaldo legal que proporciona esta seguridad.
4. Debido a que se ha descubierto que la mano de obra contratada por la empresa para la cobranza no está educada para llevar a cabo conversaciones con los consumidores, ni hay cuidado para inculcar técnicas de cobranza exitosas, la empresa no utiliza una actitud adecuada en cada uno de los intentos de cobranza.

5. El estado de situación financiera de la empresa nos muestra que las cuentas por cobrar aumentaron un 52% del 2011 al 2012 y para el 2013 el aumento fue del 18%. En general, de 2011 a 2013, el aumento promedio fue del 79%.
6. No existe un control adecuado sobre la extinción de la existencia.
7. A pesar del aumento del 5% en el sector comercial, la utilidad neta se mantuvo estable entre 2011 y 2013.
8. Según los ratios de liquidez y el capital laboral neto, la empresa no tiene problemas de liquidez.
9. La empresa tiene una solvencia adecuada.
10. Pero, aunque carecemos de información específica sobre las cuentas de dudoso cobro, aceptamos la suposición general de que el aumento de los créditos comerciales (que es mayor que el aumento de las ventas) puede señalar el inicio de problemas con implicaciones para la rentabilidad y la gestión inadecuada de créditos y cobros.
11. Consideramos la primera hipótesis particular aprobada bajo la misma lógica.
12. Negamos la segunda hipótesis particular porque no recogimos suficientes pruebas para demostrar si las ventas totales tuvieron un impacto perjudicial en los resultados.
13. Los ratios de liquidez y el capital circulante neto sugieren que la empresa no tiene problemas de liquidez.
14. La empresa tiene una solvencia adecuada.

Chambilla (2017) “Gestión de cobranza y su influencia en el efectivo y equivalente de efectivo de las empresas de transporte de carga pesada en la ciudad de

Tacna en el periodo 2016” para obtener el título profesional de contador público de la Universidad Latinoamérica Cima, Tacna - Perú.

Conclusiones:

1. La administración de la cobranza incide en el Efectivo y el Equivalente de Efectivo en las empresas de transporte de carga pesada de la ciudad de Tacna en el año 2016. También se ha reportado que las empresas de carga pesada no consideran el cobro correcto y oportuno del crédito emitido.
2. La solvencia de las grandes empresas de transporte de mercancías por carretera está influida por las técnicas de cobro. Esto tiene un efecto directo sobre la tesorería porque muchas de estas empresas dependen de ella para funcionar, y una caída de la liquidez pone en peligro tanto sus operaciones como sus compromisos con terceros.
3. El grado de incumplimiento influye en la financiación de las empresas de transporte de mercancías pesadas. Según el estudio de campo, las empresas con un alto grado de morosidad en los créditos comerciales no tienen acceso a la financiación y, si lo hacen, los tipos de interés son elevados, lo que perjudica al sector en su conjunto, ya que no permite su desarrollo.
4. La inversión en las empresas de transporte intermodal pesado está influida por la política de crédito. Según el informe, una gran mayoría de las empresas carecen de normas de cobro y crédito, lo que prolonga el tiempo de retorno del valor y dificulta que este dinero se gaste de forma eficaz.

2.1.2 Antecedentes Internacionales

Ulloa (2020), “Análisis del nivel de morosidad de la cartera que mantiene la Cooperativa de Ahorro y Crédito Fasayñan”, para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca – Ecuador, el estudio se concentra en los factores que influyen en la insolvencia del inventario tardío en la cooperativa de ahorro y crédito Fasayñan también da información adicional sobre los gestores internos de los fondos prestados, además ayuda a mejorar las inversiones morosas del banco económico, evaluar esta misma condición de la inversión de la cooperativa en relación con otras empresas bancarias, el método científico utilizado fue cuantitativo y se basó en los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas con los socios y los gestores.

Conclusiones

Dentro de la morosidad de la inversión vencida, podemos ver que se efectúa, ya que para la quincena de marzo de este año, la firma bancaria alcanza una irresponsabilidad de 9.19%, clasificándola como de "alto riesgo", provocando riesgos crediticios en su cartera debido al incumplimiento de los socios en sus facturas de tarjetas de crédito, dado que el préstamo está vencido desde el primer día de sofisticación. Este hecho se hace sentir por las múltiples crisis que vive la nación y el mundo entero, provocando que la sociedad no cumpla con sus responsabilidades crediticias de pago en la fecha señalada al solicitar el préstamo.

Después de analizar todos los riesgos que se deben gestionar para llevar a cabo como consecuencia de la alta tasa de mala conducta en sus carteras de préstamos,

consideramos que es necesario para reponer o reestructurar las políticas de crédito con el fin de ayudar al estado claramente con todo el pago de préstamos. A través de esta reconfiguración de las iniciativas internas y de cobranza, lograríamos el resultado esperado de una regulación en el índice de carteras morosas y una reducción favorable en el envejecimiento de las edades que mantiene la cooperativa Fasayñan Ltda.

Foretic (2019), “Plan de Negocios para un Emprendimiento de un Sistema en Línea de Cobranza y Recaudación en Chile”, para optar el grado de Magíster en Gestión y Dirección de Empresas, universidad de Chile facultad de ciencias físicas y matemáticas departamento de ingeniería industrial. Este trabajo consiste en la creación de un plan de negocios para un sistema de recaudación y cobranza en línea en Chile que emplea la tecnología para manejar los desafíos transversales que tienen las pequeñas y medianas empresas para gestionar eficientemente estas tareas fuera de su área de competencia mediante sistemas de pago online, los clientes pueden recibir, y el aprendizaje automático.

Para alcanzar este objetivo, se utiliza una contextualización que comienza con los factores externos, utilizando PESTEL, luego pasa al mercado y la industria de la empresa utilizando las cinco fuerzas de Porter para el primero, así como discusiones e investigación bibliométrica para el segundo, antes de organizar los resultados de los puntos anteriores utilizando un DAFO. El modelo de negocio se introduce utilizando CANVAS y se crea utilizando los planes funcionales.

La evaluación financiera muestra un ejercicio soberanamente rentable, con una TIR de 7% mensual en el caso base, alcanzando el punto de equilibrio en 9 meses.

También vemos que esta actividad se fortalece, manteniendo un VAN positivo incluso frente a escenarios de crecimiento y adquisición de clientes hasta un 20% por debajo de lo previsto.

La conclusión fue:

Propuestas para aumentar la rentabilidad de las empresas.

Una mayor retención de los consumidores a través de un mejor apalancamiento con el sistema de facturación electrónica de la empresa matriz o colaboraciones con otros sistemas comparables son otras perspectivas de beneficio.

También están disponibles los seguros de crédito, el análisis de riesgos, la adquisición de carteras, las certificaciones judiciales de cobro y cancelación para los acreedores, y la consolidación de créditos para los deudores. Todos estos servicios pueden ser prestados por empresas especializadas a través de la plataforma a cambio de comisiones.

Coronel (2019), “Diseño de un modelo para la gestión de cobranzas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle”, para optar por el grado de Maestría de Finanzas y Gestión de Riesgos, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Área de Gestión, Quito, Ecuador. La recolección es un procedimiento científico-artístico que busca recuperar los fondos donados en condiciones razonables sin poner en peligro la conexión comercial con el socio. En este aspecto, la organización de Acción, señala que:

El control de la recogida de datos es la coordinación de las escrituras conectadas y adheridas a los clientes de forma inmediata para conseguir la recuperación de los préstamos, de forma que los créditos de la entidad se conviertan en activos líquidos de la forma más rápida y eficiente posible, conservando el gran temperamento de los clientes para futuras operaciones.

La configuración de un fotógrafo recolector estaría incompleta sin un procedimiento de control que regule e impida la desviación de las políticas establecidas, cree una forma de supervisar el cumplimiento de las negociaciones, la calidad del sistema de protección y, lo que es más importante, promueva la adopción de medidas asertivas que eviten los préstamos malintencionados.

Se llegó a las conclusiones siguientes:

Su sector de cooperación en materia de créditos y préstamos en la sección 4 está erosionando sus activos como consecuencia de las enormes pérdidas sufridas por el incumplimiento de los compromisos de sus miembros, en su mayoría producto de una fase de planificación de la recuperación ineficaz.

El gasto de los consumidores, en particular los de renta alta, ha desempeñado un papel regular en el sostenimiento del crecimiento del PIB; sin embargo, su donación está influida por la accesibilidad del dinero en la economía, por lo que una reducción dentro de la unidad monetaria pulsátil pondría de manifiesto las dificultades sobre una porción específica de la población se enfrenta hoy en día.

Debido a que la señal de morosidad del fondo de crédito minorista ha sido realmente estabilizada de forma fraudulenta por los saneamientos del espectro o absorbida por las nuevas posiciones, por lo que esta señal únicamente no ofrece una imagen justa de la cantidad de impagos de los miembros en comparación con el banco comunitario.

Las simulaciones de análisis de riesgos, incluidas las metas puntuadas, no son un método eficaz porque las métricas para la categorización de los préstamos han sido frecuentemente mal interpretadas, para utilizar el originador del pago, la atracción turística de la línea de crédito, o ambos de forma ininteligible, adivinar que depende del factor que más beneficia a la persona, lo que resulta en un directorio que son los mismos o constante para el avance de los modelos económicos.

Debido a que la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria no ha caracterizado una disposición estricta para que las asociaciones de crédito y ahorro incentiven los planes de estudio, los préstamos se otorgan a personas que, en su mayoría, desconocen los costos, los derechos y los deberes en la administración de las finanzas que se prestan a cada uno, lo que resulta en morosidad e interrupciones en los préstamos, en algunos casos, tienen como premisa el desconocimiento de la persona y sus responsabilidades.

Debido a que la cooperativa Alianza del Valle carece de métodos de control para seguir y evaluar el rendimiento de cada uno de los sistemas compartidos, la mayoría de los atrasos corresponden a carteras vencidas de mayor antigüedad.

Debido a la enorme oferta de entidades financieras, tanto privadas como públicas y civilizadas, los usuarios buscan alternativas a las que se pueden suministrar, y como resultado, hay un bajo grado de compromiso.

Ortega (2018), “Unidad de Negocios, Cobranza Judicial e Incautaciones Legal Shared Services”, para optar el Grado de Magister en Administración, en la Universidad de Chile, Posgrado de Economía y Negocios, Chile, El enfoque de recopilación de datos se ha modificado para estar mejor conectado con la estrategia de Scania Finance Chile; sin embargo, los ejercicios afiliados como la adquisición y convulsión de fiscales, que hoy en día se delegan, no son capaces de cubrir la cantidad que el negocio de servicios financieros necesita capturar, con cerca de 100 automóviles en procedimiento y sin resultados.

El objetivo del programa es mejorar, hacer veraces y absorber los mecanismos de selección y detención de la judicatura mediante el establecimiento de una unidad que fomente el pleno poder sobre todos estos sistemas y proporcione más importancia a la empresa de intermediación aprovechando los fondos existentes del grupo para disminuir el tiempo y aumentar la probabilidad de curación de los voluntarios.

Las conclusiones son:

El concepto de establecer una unidad para gestionar los pasos de la inmovilización de automóviles hasta su liberación legal acortaría los plazos de recuperación, al tiempo que daría un rendimiento de al menos el 20% a la empresa establecida y ventajas a terceros al aumentar el valor de los activos recuperados. Para lograr ese objetivo, las

propiedades de la sede de Scania se utilizarán como garantía para respaldar la disposición prevista.

Teniendo en cuenta que los servicios asociados de Scania son accesibles como un área clave, la instalación y puesta en marcha de los Servicios Jurídicos Compartidos es la mejor opción para que la empresa se maneje de forma eficiente, longitudinal y manteniendo la prima.

Los Servicios Legales Compartidos son un programa que cumple todos los criterios para ser ejecutado con éxito y a largo plazo en Scania, y se sugiere que Scania invierta en él.

Ramos (2017), “Gestión de crédito y cobranzas en el proceso de recuperación de cartera vencida para la empresa “Inmega” , para optar el título de Licenciada en Contabilidad y Auditoría” en la Universidad Tecnológica Equinoccial Facultad de Ciencias Administrativas, Contabilidad y Auditoría, Quito Ecuador, Porque una corporación que no da préstamos reduce la cantidad de ingresos y puede influir en la rentabilidad de un negocio, es por eso que evaluamos la importancia de las instituciones financieras y catálogos bien dentro de la corporación INMEGA, Esta corporación, que dedica sus actividades a satisfacer las necesidades de los clientes en el proceso de ingeniería, ofreciendo productos y servicios superiores.

Mantener una cartera de clientes sin retrasos forma parte de las actividades financieras de cada uno; sin embargo, la dificultad surge cuando esta proporción supera los límites previstos por la empresa; no obstante, este paso se considera la conclusión de la crisis crediticia, cuando el cobro juega un papel importante.

Siendo sus conclusiones:

1. Con base en la investigación, fue plausible identificar los puntos débiles más significativos dentro de este negocio "INMEGA", instituyendo la inobservancia de las teorías adoptadas e incorporadas en el otorgamiento de préstamos, lo que resulta en una alta multitud de compradores desadaptados y largos períodos de curación, causando problemas de liquidez.
2. INMEGA carece ahora de una guía de normas y procesos que le permitan reclamar las carteras pendientes de forma oportuna y con éxito, por lo que en este libro exploramos el método utilizado para garantizar una administración más rápida de los cobradores.
3. El resultado a una metodología de aumento de la organización no asegura la eficiencia oportuna en la gestión de la recuperación de los créditos comerciales causados por el servicio proporcionado en la deuda.
4. En cambio, se descubrió que la principal dificultad de la empresa es la falta de una herramienta para la ejecución y administración de los aspectos operativos de la deuda y la cobranza, ya que todo está establecido por la planificación estratégica.

2.2 Bases Teóricas o Científicas

Hernández, Fernández y Baptista (2018). definieron una variable como una cualidad que puede fluctuar y cuya fluctuación puede registrarse y verse. Destaca que, dado que cada parámetro se encuentra en un entorno dinámico, es propenso a ser controlado y vigilado de forma regular.

En la presente investigación se asume dos variables de estudio a desarrollar: independiente (X), y dependiente (Y).

Para Bernal (2018), define a la variable (X), independiente como, cualquier factor, hecho, acontecimiento o rasgo que se considere el origen de una conexión entre valores. Se considera el origen de una conexión variable-variable. En ese otro sentido, este factor definirá los parámetros del estudio de investigación, ya que nos ayudará a identificar el origen de la cuestión.

A la vez Bernal (2018) reconoce la variable de resultado (Y) como la consecuencia o el impacto de la actividad de la variable de independencia, es decir, nos permite comprender las repercusiones del difícil escenario planteado.

Las variables establecidas por el tipo de investigación incluyen:

Variable Independiente X: Sistema de cobranzas

Según Ortigosa, “Es la administración de la recaudación se define como el procedimiento de realización de un conjunto de operaciones que permiten a las empresas obtener buenos resultados de recaudación”

Al hablar, se supone que la recuperación debe establecerse sobre la recolección y el procesamiento que establecen los pasos apropiados para recuperar los activos (Velarde, 2017, pág. 22).

Según Calderón Bandera del Centro de Estudios Fiscales México. En México y en todo el mundo se lleva a cabo la recuperación de activos anteriormente adjudicados

por una sociedad, que suele ser una acción económica, empresarial, financiera o de operador de redes.

En toda empresa de acuerdo a los tiempos que estamos viviendo las empresas, definen líneas de créditos, sin que en las oportunidades que se presentan no evalúan correctamente a las empresas solicitantes del servicio, a través de una línea de crédito, generando malestar a la empresa otorgante, además que muchas veces esas empresas otorgantes tienen que recurrir al sistema financiero para seguir operando, con lo que se hacen de una carga pesada.

Las operaciones de recogida de activos son importantes porque, si se llevan a cabo con éxito, pueden crear ingresos adicionales para la empresa, además de permitirle disponer de capital circulante y aumentar su estabilidad.

Dimensión 1: Recuperación.

Para Rodríguez Antonio: “El cobro de activos debe realizarse realmente de acuerdo con un proceso de planificación que priorice los créditos más críticos del inventario de la empresa. En la relación con el cliente, se debe ofrecer una variedad de rendimientos”.

“El servicio de préstamos es la etapa final de un proceso de compra sindicado, que con frecuencia resulta en un colapso bancario, ya que, en un extremo, aunque la venta estuviera programada, hay escenarios complicados que no pueden ser analizados o predichos con resultados precisos. Se cree que los empleadores deben ser más cautelosos al evaluar las solicitudes”.

Dimensión 2: Permanencia

Revista científica sobre políticas de cobranzas, Una política de cobranza “debe depender realmente de su reparación sin poner en peligro la viabilidad a largo plazo del cliente La empresa debe ser prudente a la hora de catalogar”.

La estrategia global de recaudación, que debe ser explícita y precisa, pero sin renunciar a la imparcialidad, es lo que decide la definición de una empresa.

Dimensión 3: Personalización.

Revista científica sobre políticas de cobranzas, “Su gestor de cobros o sus negociadores deben adaptar cada operación de cobro a los atributos del fallecido. La posición jurídica de dichos deudores es la principal distinción, ya que reclamar una compensación al empresario por los compromisos adquiridos no equivale a reclamar pagos a una sociedad formal”.

En cada situación, la metodología debe ser distinta; tratar realmente con el carácter del prestatario, que es un agente moral y, por tanto, puede tomar decisiones que repercuten en el pago de su préstamo por sí mismo y de forma espontánea, no equivale a tratar con un ex empleado que debe asesorarse con muchos niveles de autoridad antes de dar realmente cualquier respuesta.

Por ello, antes de iniciar el procedimiento de reclamación, deben considerarse varios aspectos relacionados con las características únicas de cada prestatario. Existe el peligro de que una "experiencia de cliente positiva" se convierta en un "consumidor terrible" si quienes tienen el control absoluto de la selección actúan mal.

Por el contrario, cuando existe un enfoque estratégico y expertos especializados en el sector, hay grandes posibilidades de que un cliente con una puntuación baja ajuste su circunstancia a favor. Y funciona como un método que trata de informar al cliente insolvente.

Variable Dependiente Y: La eficacia de Gestión

“Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera” (RAE, 2001).

“Capacidad de una organización para lograr los objetivos, incluyendo la eficiencia y factores del entorno”., además:

“Énfasis en los resultados, hacer las cosas correctamente, alcanzar objetivos, optimizar la utilización de los recursos, propiciar la eficacia en los subordinados”.

“Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones”, por Hernández, Barrios, y Martínez, (2018), Bogotá, Colombia “La gestión de calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente. El presente artículo explora algunos conceptos sobre la calidad, los modelos de medición más utilizados y su aplicabilidad en empresas de servicio. El propósito es analizar cómo la gestión de la calidad puede usarse, independientemente del sector, como elemento clave para el desarrollo de las organizaciones”.

” La calidad del servicio ha sido explorada a lo largo del periodo gris por múltiples escritores que la identifican basándose en los resultados de su investigación a través de

los conceptos establecidos en el marco de referencia del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC)". Requiere tres elementos: desear (aprendizaje de la ambición y la percepción), poder (incorporar un programa de formación que sea elegible teóricamente), pero también reconocer (desarrollar sistemas de información).

Mejía...y otros (2018), libro "Gestión de la Calidad Una herramienta para la sostenibilidad organizacional" Universidad de Carabobo. 1ra Ed. Valencia, Venezuela. 2018, En el entorno contemporáneo, el buen liderazgo ha surgido como uno de los principales motores de los esfuerzos de organización. El Dr. Orestes Cachay Boza, Rector de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, representó este trabajo al peruano como un campo transversal que ya había tenido influencia en los últimos años del siglo XX. "En particular, la frase Calidad ha tenido muchas interpretaciones dependiendo aquí del autor y de la región de impacto, lo que hace difícil llegar a un acuerdo sobre su significado". Evans & Lindsay, teniendo en cuenta que la eficacia puede ser una premisa desconcertante debido, en parte, al hecho de que las personas interpretan la calidad de manera diferente dependiendo de sus funciones específicas dentro de la cadena de valor de la fabricación, y que el concepto de calidad está cambiando continuamente a medida que la carrera de la calidad se desarrolla y madura.

Dimensión 2: Resultados

Peter Drucker (2018) indica "se aplica la gestión por resultados cuando decido que: los resultados son la referencia clave para todo el proceso de su gestión";

"Todos son responsables de los resultados obtenidos y no obtenidos (oportunidades perdidas)";

“Todas las unidades de negocio deben ser integradas y caminar juntas para los mismos resultados, cada una contribuyendo con sus atribuciones”;

“El énfasis no está en los procesos y procedimientos, sino en los resultados obtenidos”.

“La esencia de la gestión por resultados es la definición de los objetivos, la elección de las acciones y la toma de decisiones de forma participativa, es decir, los liderazgos y sus liderados, dentro de la planificación estratégica, definen en conjunto”.

Dimensión 2: Medidas

Según Peter Drucker (2018), "La APO es un entorno caótico que combina la exigencia del banco de cumplir con los objetivos de rentabilidad y expansión con el deber del propietario de promover su crecimiento personal", según la definición oficial. “En la APO, los gerentes principales y subordinados de una organización definen, en conjunto, sus metas comunes y especifican las áreas principales de responsabilidad de cada posición, **en relación con los resultados esperados de cada uno, utilizando esas medidas** como guías para mejorar la operación del sector y para verificar la contribución de cada uno de sus miembros”.

“La eficacia considero que es un proceso metodológico actual, toda vez que las condiciones externas son muy cambiantes por lo que se necesita la participación de la empresa en su conjunto. Se deben definir las metas y especificando cada posición, en función de los resultados esperados, **pero es necesario conformar los estándares** de

desempeño, los que deben ser monitoreados para lograr lo establecido en el tiempo previsto”.

Dimensión 3: Desempeño.

Según Peter Drucker, (2018) “La administración por objetivos es una metodología que permite orientar a los integrantes de la organización el camino que se debe seguir con el fin de cumplir con las metas establecidas, además permite a la dirección una gestión eficiente de los recursos con que cuenta la empresa”.

“Es necesario que en las empresas actualmente se establezcan estándares de desempeño, con la finalidad que exista concordancia entre lo establecido con lo que se viene desarrollando, sin descuidar el monitoreo, para que cuando exista alguna posible desviación se corrija sin esperar culminar la actividad”

2.3 Marco Conceptual

Variables y Dimensiones:

Sistema de cobranzas

“La gestión de cobranzas consiste en el desarrollo de diversas actividades que realiza la empresa para administrar de manera óptima los cobros de clientes con el fin de evitar el riesgo de tener una cartera morosa. Para mejorar la gestión de los cobros y las relaciones financiera con los clientes de una empresa, será imprescindible que haya una perfecta armonía entre los departamentos comercial y financiero”. (Sancho, 2018, p. 25)

“La gestión de cobranzas es parte de la administración financiera del capital del trabajo, mediante la conducción de las cuentas se logra reducir el riesgo de una crisis de liquidez y de ventas.” (Tapia, 2018, p. 77).

Recuperación

El rescate de bienes emitidos originalmente por una empresa es una acción típica de la industria, los negocios, las finanzas o la empresa telefónica que se lleva a cabo en todas las naciones del mundo.

En la actualidad, uno de los principales problemas a los que se enfrentan las empresas en el proceso de cobro es minimizar el tiempo que se tarda en recuperarlo.

Permanencia

Es la duración, constancia del cliente de las actividades que se desarrollan, pero eso va depender de las acciones con el fin de garantizar la estabilidad en la entidad comercial.

Personalización

Son los procesos previos antes de iniciar acciones en función a las características de cada cliente.

La eficacia de Gestión

“Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera” (RAE, 2001).

“Capacidad de una organización para lograr los objetivos, incluyendo la eficiencia y factores del entorno”, además:

“Énfasis en los resultados, hacer las cosas correctamente, alcanzar objetivos, optimizar la utilización de los recursos, propiciar eficacia en los subordinados”.

Resultados

Según (Rodríguez, González, Noy y Pérez, 2019). “La subsistencia de una organización está determinada por la obtención de buenos resultados empresariales, necesitando gestionar sus actividades y recursos con la finalidad de orientarlos hacia la consecución de los mismos”. “Esto se deriva en la necesidad de adoptar herramientas y metodologías que permitan a las organizaciones configurar su sistema de gestión en búsqueda de mejores resultados”

Medidas

En lo referente las tomar medidas nos permite entender que tan bien se encuentra la empresa e identifica las posibles áreas de mejora y que métodos utilizar y que hacer en base a los resultados arrojados.

Desempeño

Chiavenato (2000) define el desempeño, “cómo las acciones o comportamientos observados en los empleados que son relevantes el logro de los objetivos de la organización”.

CAPÍTULO III: HIPOTESIS

3.1 Hipótesis General

- Existe relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021

3.2 Hipótesis (s) Específica (s)

- Existe relación entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021
- Existe relación entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021
- Existe relación entre. la personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021

3.3 Variables (definición conceptual y operacionalización)

En el presente estudio se consideraron dos variables: sistema de cobranzas y la eficacia de gestión en la empresa.

3.3.1 Variable X: Sistema de cobranzas

Definición conceptual

Sancho, 2018, p. 25, “La gestión de cobranzas consiste en el desarrollo de diversas actividades que realiza la empresa para administrar de manera óptima los cobros de clientes con el fin de evitar el riesgo de tener una cartera morosa. Para

mejorar la gestión de los cobros y las relaciones financiera con los clientes de una empresa, será imprescindible que haya una perfecta armonía entre los departamentos comercial y financiero”.

Tapia, 2018, p. 77, “La gestión de cobranzas es parte de la administración financiera del capital del trabajo, mediante la conducción de las cuentas se logra reducir el riesgo de una crisis de liquidez y de ventas.”

Definición Operacionalización

El presente trabajo de investigación se está centrando en el área de Tesorería, donde se presentan diversas dificultades, la mayor problemática se da al tener que cumplir con proveedores, la recuperación de los créditos otorgados es lenta, generando ante proveedores una personalidad inadecuada, situación que, si no se enfrenta, la permanencia de la empresa en el mercado está debilitándose.

La variable X, Sistema de cobranzas, se operacionaliza con la elaboración de un instrumento que se divide en:

- Recuperación,
- Permanencia,
- Personalización

3.3.2 Variable Y: La Eficacia de gestión en la empresa

Definición conceptual

RAE, 2017. “Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera”. “Capacidad de una organización para lograr los objetivos, incluyendo la eficiencia y factores del entorno”, además:

“Énfasis en los resultados, hacer las cosas correctamente, alcanzar objetivos, optimizar la utilización de los recursos, propiciar eficacia en los subordinados”.

Definición Operacionalización

La empresa Mac Transport, en se observa que no hay preocupación por lograr la eficacia, es decir el desempeño que deben desarrollarse en la empresa, generando la realidad problemática, materia de esta investigación, donde los resultados no lo están acompañando, motivo por el cual no cumple con sus proveedores, indudablemente generado por la falta de política en el área de cobranzas, es decir que al no analizar esta situación, tampoco les ha permitido establecer medidas correctivas para cambiar los resultados esperados, de tal manera que pueda cambiar su branding para elevar su nivel de competitividad.

La variable Y: La Eficacia de gestión en la empresa, se operacionaliza con la elaboración de un instrumento que se divide en:

- Resultados,
- Medidas,
- Desempeño.

Cuadro de Variables

Definición Variables	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
<p>Variable X: Sistema de cobranzas. (Sancho, 2018, p.25) “La gestión de cobranzas consiste en el desarrollo de diversas actividades que realiza la empresa para administrar de manera óptima los cobros de clientes con el fin de evitar el riesgo de tener una cartera morosa. Para mejorar la gestión de los cobros y las relaciones financiera con los clientes de una empresa, será imprescindible que haya una perfecta armonía entre los departamentos comercial y financiero”.</p>	Recuperación	Endeudamiento Obligación crediticia Deuda vencida	Ordinal
	Permanencia	Solvencia Ejecución Cumplimiento	Ordinal
	Personalización	Responsabilidad Obligación Capacidad	Ordinal
<p>Variable Y: Eficacia de gestión (RAE, 2017) “Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera” “Capacidad de</p>	Resultados	Logros Efectos Actuación	Ordinal
	Medidas	Calidad Aceptación Difusión	Ordinal

<p>una organización para lograr los objetivos, incluyendo la eficiencia y factores del entorno”, además: “Énfasis en los resultados, hacer las cosas correctamente, alcanzar objetivos, optimizar la utilización de los recursos, propiciar eficacia en los subordinados”.</p>	<p>Desempeño</p>	<p>Planes Ejecución Comportamiento</p>	<p>Ordinal</p>
---	------------------	--	----------------

CAPITULO IV: METODOLOGIA

4.1 Método de Investigación

El método de investigación es el científico, que es un conjunto de procesos matemáticos y prácticos que permiten probar una teoría mediante observaciones organizadas, reproducibles y exactas, o lo que hoy llamamos investigación. Fuente: <http://concepto de/métodos-de-investigación>.

El enfoque de la investigación es un proceso Hipotético Deductivo y Sistemático. El método deductivo, contempla dos aspectos que son el general y el particular. Cuando se parte de una premisa general, para llegar a descubrir hipótesis particulares o específicas, entonces nos estamos refiriendo al método deductivo, de las variables: X Sistema de cobranzas, se deduce las proposiciones específicas como: recuperación, permanencia y personalización, variable Y Eficacia de gestión, se deduce las proposiciones específicas como: resultados, medidas, y desempeño

El método sistemático, según Hernández (2018), consiste en investigar un elemento descubriendo sus constituyentes o constituyentes de la cosa a la que corresponde, junto con la conexión con ellos que constituye una realidad como unidad. Esta conexión influye en la organización y jerarquías de cada elemento de la entidad en un solo extremo, y en su dinamismo en el otro, así como en la respuesta del sistema beneficio del conjunto, donde cada elemento es dependiente con uno o más otro (p. 70).

El método sistemático consiste en descomponer el objeto de estudio en sus diferentes componentes y poder ver la relación que existe entre ellos y como están intercomunicados.

El enfoque de investigación empleado en el presente trabajo es el enfoque cuantitativo, como señala Hernández, Fernández y Baptista, (2018), “este enfoque cuantitativo, utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. Es decir, el estudio exploratorio es la evaluación de los enteros a la investigación utilizando la recopilación de datos con el fin de identificar los vínculos entre un factor y otro mientras se utiliza el enfoque de regresión para evaluar las ideas ofrecidas por el sujeto.

4.2 Tipo de investigación

El método de investigación empleado a lo largo de esta tesis es la investigación aplicada, ya que su objetivo es encontrar respuestas a determinadas circunstancias o cuestiones reconocidas.

Todo estudio está indisolublemente ligado a la razón de estudio, ya que pretende aplicar o utilizar la información producida; esta estrecha asociación se produce ya que ésta necesita una base conceptual.

Baena (2018) señala que: “La investigación aplicada tiene como objeto el estudio de un problema destinado a la acción”. “La investigación aplicada puede aportar hechos nuevos si proyectamos suficientemente bien nuestra investigación aplicada, de modo que podamos confiar en los hechos puestos al descubierto, la nueva información puede ser útil y estimable para la teoría. La investigación aplicada concentra su atención en las posibilidades concretas de llevar a la práctica las teorías generales, y destinan sus esfuerzos a resolver las necesidades que se plantean la sociedad y los hombres”. (p.11)

Behar (2018) afirma que: “La investigación aplicada también recibe el nombre de práctica, activa, dinámica. Se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren. La investigación aplicada se encuentra estrechamente vinculada con la investigación básica, pues depende de los resultados y avances de esta última; esto queda aclarado si nos percatamos de que toda investigación aplicada requiere de un marco teórico”. (p.19)

Gómez (2018) indica que “la Investigación aplicada tiene como objetivo utilizar los conocimientos descubrimientos y conclusiones de la investigación básica, para solucionar un problema concreto (elaborar un programa social, desarrollar una máquina, etc.)” (p.18).

4.3 Nivel de Investigación

Descriptivo correlacional:

- Descriptivo-correlacional: se utiliza para descubrir nuevos hechos y significados de una investigación y es correlacional porque permite comparar dos variables
- Explicativo: Se extienden más allá de la explicación de ideas o experiencias o de la construcción de vínculos entre concepciones; intentan abordar las razones de los sucesos sociales o físicos, aclarar por qué existe un efecto y en qué parámetros se produce, o explicar si una serie de factores están asociados. El paradigma interpretativo está mucho más organizado que la mayoría de los otros tipos de investigación e incluye sus objetivos (exploración, descripción y correlación), además de transmitir un sentido de conocimiento de la cosa con la que se relaciona.

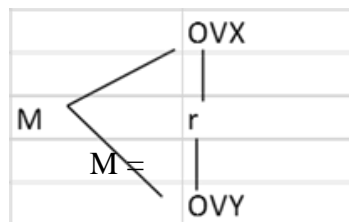
4.4 Diseño de investigación

El método de investigación correlacional se utiliza para evaluar el grado de asociación entre dos o tal vez más variables importantes dentro de un estudio de investigación o evento registrado. Se trata de un proceso básico de innovación en el que se evalúan dos parámetros de investigación dentro de una muestra determinada y, a continuación, se evalúa cuantitativamente mediante un coeficiente de correlación..

Como Hernández Sampieri. (2018) en su libro de “Metodología de la Investigación”; nos indica que “los diseños correlacionales – causales, describen las relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, lo que se busca es describir las variables: sistema de cobranzas y la eficacia.”

Gráficamente se denota:

Donde:



Muestra

OVX = Variable Independiente.

OVY = Variable Dependiente

R = Relación entre variables.

Para la investigación de este informe se utilizó el enfoque científico.

4.5 Población y muestra

Población

Es el conjunto de personas o elementos de los cuales se desea conocer algo en particular en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas que en muchos casos se aplica a poblaciones finitas"

Según Hernández, Fernández y Baptista (2018) "el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones" (p.174)

De la misma manera Bernal (2018) sostiene que la población es "la agrupación de todos los elementos con los cuales se realizará la investigación, estos elementos o individuos tienen algunas características similares y sobre las que se desea hacer inferencia" (p. 160).

Dicho lo anterior, los investigadores coinciden en que ahora la comunidad es el conjunto de fenómenos a examinar, en el que sus partes comparten un tema consistente que se investiga y arroja datos científicos. Es el conjunto de personas, cosas o medidas que comparten ciertos aspectos razonables en un tiempo y lugar determinados. A la hora de realizar estudios, hay que tener en cuenta varios factores fundamentales a la hora de identificar la comunidad objeto de la investigación.

En este trabajo de investigación la población que se considerará para este estudio está conformado por 05 colaboradores de la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021.

Muestra.

Hernández, Fernández y Baptista (2018) manifestó que una muestra “es un segmento de una población determinada que causa algún tipo de interés y que sobre ella se recolectará datos que permita analizar su situación problemática. Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. Se aplica el criterio de inclusión, puesto que los muestreados forman parte de la problemática”.

De igual forma, Bernal (2018) “Es la parte de la población que se selecciona, en base a la información obtenida se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p.161).

En el caso de Palella y Martins (2018), conceptualizan la muestra como: "... una parte o el subconjunto de la población dentro de la cual deben poseer características reproducen de la manera más exacta posible” (p.93).

La muestra, según Balestrini (2018), se conceptualiza como: "una parte o subconjunto de la población" (p.130). Teniendo en cuenta las definiciones presentadas se requirió para la muestra una población de 05 colaboradores de la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021.

Al ser una población de 05 colaboradores, resulta pequeña y no se necesita técnicas estadísticas para su determinación, tomándose el total de la población. Los cuales están distribuidos:

- 1 Gerente Administrativo

- 1 Tesorería - Pagos
- 1 Cuentas por cobrar
- 1 Contador
- 1 Asistente contable

Según Ramírez (2018, pág. 91) cuando una muestra es relativamente pequeña (< 100) Es mejor trabajar con la población total, lo que los investigadores denominan muestreo censal. La población actual de trabajo es de 05 individuos.

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas.

Los procedimientos de recolección son los que permiten recoger los datos necesarios para realizar el estudio de investigación mediante el uso de equipos diseñados específicamente para la metodología a emplear. Según Tamayo (2018), "la estrategia de recolección de datos son las manifestaciones funcionales del diseño del estudio", indicando si se realizará a través de encuestas, análisis de documentos u observación conductual de los hechos, entre muchos otros. Se dan a conocer los procedimientos a seguir, así como las instrucciones para las personas que recolectarán los datos" (p.182)

Asimismo, Bernal (2018) sostiene que la encuesta "es una de las técnicas de recolección de datos más utilizadas [...] la encuesta se fundamenta en un cuestionario o grupo de preguntas que se elaboran con la intención de obtener información de las personas (p. 194)".

Los siguientes procesos de recogida de datos tienen en cuenta las metodologías específicas empleadas en el presente estudio:

1. Se enviaron encuestas al personal del grupo para obtener respuestas sobre los cinco parámetros: técnica de recogida y eficacia de la administración en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021.
2. Se implementó para recoger datos de los libros de texto, reglamentos y algunos otros trabajos académicos que se utilizaron en las variables, sistema de cobranzas y la eficacia de gestión en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021.
3. El informe titulado se utilizó para evaluar la importancia de los datos relacionados con las variables evaluadas en la actividad de estudio de las variables sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021.

Este mismo cuestionario se utilizó en la investigación, que consistió en contratar a una persona conocida como interlocutor que reconoce la pregunta de la encuesta con el único objetivo de que el encuestado no responda de forma diferenciada por no haber comprendido las preguntas; es decir, esta táctica no da lugar a respuestas inexactas. Se eligió el modelo de pregunta incorrecta.

Instrumentos.

Así mismo, Hernández, Fernández y Baptista (2018). Indicaron que el instrumento es un “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p. 200). Esta base de datos facilita la recopilación de información sobre el escenario desafiante para analizar sus resultados.

A la vez Bernal (2018) señaló que el cuestionario “es un tipo de instrumento que permite diseñar un conjunto de preguntas para obtener los datos necesarios con el fin de lograr objetivos del trabajo de investigación. En otras palabras, consiste en un plan formal para recolectar información necesaria del elemento de estudio”.

Se utilizaron en la presente investigación, siendo los instrumentos:

1. Encuesta: Las herramientas incluían cuestionarios estructurados sobre las variables sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021. por el poco tiempo que se dispusieron los encuestados para responder sobre la investigación.
2. Las fichas bibliográficas se utilizan para escribir notas de lectura de libros de texto, artículos, guías y otros recursos relacionados a las variables: sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021.
3. Los consejos de interpretación de la documentación: Sirven de plano para garantizar que sólo se revisen los hechos útiles en las variables sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021.

El instrumento que se aplicó en este estudio fue el cuestionario

Variable X: Sistema de cobranzas

Instrumento: Se aplicará una encuesta

Datos generales

- Título: Encuesta sobre sistema de cobranzas
- Autores: Jesselyn Estefany Andazabal Porras
Lesly Georghet Jaramillo Suarez
- Procedencia: Lima – Perú, 2020
- Objetivo: Describir las características de la variable sistema de cobranzas en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021
- Administración: Individual
- Duración: 20 minutos
- Significación: El objetivo de la investigación es descubrir la relación que se observa entre el sistema de cobro y las calificaciones de los supervisores.
- Estructura: Esta escala incluye 30 preguntas y 05 categorías de respuesta de opción múltiple, como: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5). Asimismo, la medida tiene tres dimensiones, con los ítems proporcionados en forma de propuestas con perspectivas positivas y negativas sobre el sistema de recaudación.

Variable Y: La Eficacia de gestión

Instrumento: Se aplicará una encuesta

Datos generales

Título: Encuesta sobre la Eficacia de gestión

Autores: Jesselyn Estefany Andazabal Porras
Lesly Georghet Jaramillo Suarez

Procedencia: Lima – Perú, 2020

Objetivo: Describir las características de la variable eficacia gestión en la empresa
Mac Transport, Calle Monte Rosa 240 Santiago de Surco 2021

Administración: Individual

Duración: 20 minutos

Significación: El objetivo de la última encuesta es determinar la relación entre el sistema de recogida y las calificaciones de los supervisores.

Estructura: Esta medida cuenta con 30 preguntas y 05 Escala likert es una psicometría de opciones de respuesta, tales como: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5). Del mismo modo, la medida se compone de tres componentes, con los elementos proporcionados en la forma que las hipótesis con consecuencias positivas y negativas para el desempeño de la gestión.

4.7 Técnica de Procesamiento y análisis de datos**Técnicas**

V. Díaz de Rada (2018), considera las siguientes técnicas:

1. “Seguimiento práctico y teórico del proceso de la transacción”:
2. “Revisiones bibliográficas actualizadas acorde al tema de investigación”.
3. “Construcción de los instrumentos de acopio”.
4. “Cuestionario para la recolección de datos”.
5. “Puesta a prueba de los instrumentos de acopio”.
6. “Evaluación de la eficiencia de los instrumentos de acopio en función a los datos de información que se requieren”.
7. “Aplicación de los instrumentos”.
8. “Proceso propiamente de acopio de datos, a través de dos cuestionarios (instrumentos) que se diseñarán para la investigación”.
9. “Procesamiento de información”.
10. “Tratamiento, almacenamiento y sistematización de la información a través del Software SPSS (Paquete estadístico para las ciencias sociales) que permitirá consolidar la información para obtener los resultados en el proceso de investigación”.

Análisis de datos:

Como parte de los procesos del examen de datos de la información, G, Westreicher (2020), dice que “la investigación se apoyará en el uso de datos que se recopilarán, para fines de la presente investigación. En función a esta fuente y a la técnica de la estadística descriptiva, se elaborará la consolidación de la información consistente y se analizará el comportamiento de los diversos indicadores relacionados a las variables de la

investigación. Dentro de las técnicas de análisis para la presente investigación se hará uso de las siguientes técnicas:

Evaluación crítica: Esta técnica se aplicará a los resultados preliminares y definidos en función al conocimiento estadístico y al razonamiento de análisis crítico, a fin de que mediante esta se evalúe el problema investigado.

Para conocer la fiabilidad de los resultados del instrumento se utilizará el Alfa de Cronbach que, al procesarlo con el SPSS, se obtendrá los resultados esperados”.

4.8 Aspectos Éticos de la Investigación

A lo largo de la recogida de información en el presente estudio, se empleó el "consentimiento informado" de los entrevistados, a los que se les informó del objetivo de los cuestionarios y optaron por preservar la confidencialidad de sus identidades introduciendo letras y utilizando números para identificarse.

Durante la investigación no se estableció ningún tipo de bienestar biológico, psicológico o social.

CAPITULO V: RESULTADOS

5.1 Descripción de Resultados

Los datos del estudio, recogidos mediante una encuesta de 60 preguntas, se evalúan para determinar si existe una correlación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

Cada una de las consultas se organizó originalmente en dimensiones y luego en indicios como consecuencia de la aplicación efectiva de las variables.

A continuación, cada indicación y dimensión se incluyó en el cuestionario mediante la creación precisa de preguntas, lo que permitió conocer las opiniones de los participantes en la encuesta, que se consideraron relevantes en la investigación. Se tuvo especial cuidado en la elaboración del cuestionario de la encuesta en cuanto a la forma de concebir el cuestionario, asegurándose de que los miembros del grupo estuvieran al tanto de cada uno de ellos; como resultado, es eficiente establecer el cuestionario de una manera allí en algunas instancias y de una manera degradante en otras.

Cuando se hace de forma directa o inversa, se presta atención a las preocupaciones simplemente alterando el método de preguntarlas. En el modelo de estudio, como ya se ha dicho, cincuenta y cuatro cuestionarios de tipo Likert, por ser un tipo de indagación que se refiere a las opiniones de los asistentes y se anota en una escala de 5 posibilidades u opciones, se encuentran adecuados para determinar la fuerza o solidez de las respuestas proporcionadas por las personas encuestadas.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Endeudamiento

Pregunta 1:

¿Participa en el desarrollo de políticas para mejorar niveles de endeudamiento?

Tabla 1. Desarrollo de Políticas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	2	40 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 40% algunas veces y el 40% refieren que muy pocas veces participan en el desarrollo de políticas para mejorar niveles de endeudamiento.

Gráfico 1: Desarrollo de Políticas

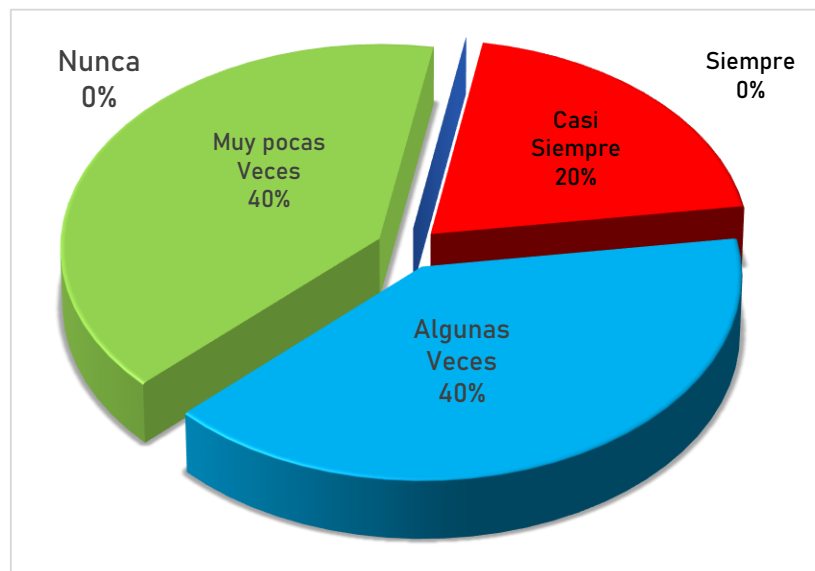


Gráfico N°1: Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Endeudamiento

Pregunta 2:

¿Desarrolla acciones conducentes a mejorar los niveles de endeudamiento?

Tabla 2. Desarrollo de Niveles de Endeudamiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	4	80 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% algunas veces y el 80% refieren que muy pocas veces participan en el desarrollo de acciones conducentes a mejorar los niveles de endeudamiento.

Gráfico 2: Desarrollo de Niveles de Endeudamiento

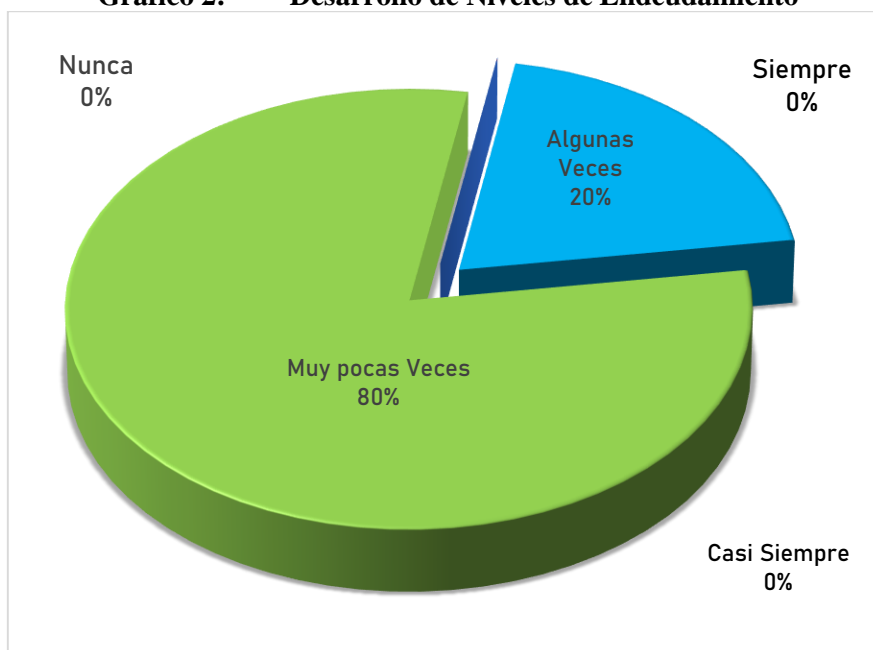


Gráfico N°2: Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Endeudamiento

Pregunta 3:

¿Propone a la gerencia medidas conducentes a minimizar los niveles de endeudamiento?

Tabla 3. Minimizar los niveles de Endeudamiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 100% algunas veces proponen a la gerencia medidas conducentes a minimizar los niveles de endeudamiento.

Gráfico 3: Minimizar los niveles de Endeudamiento

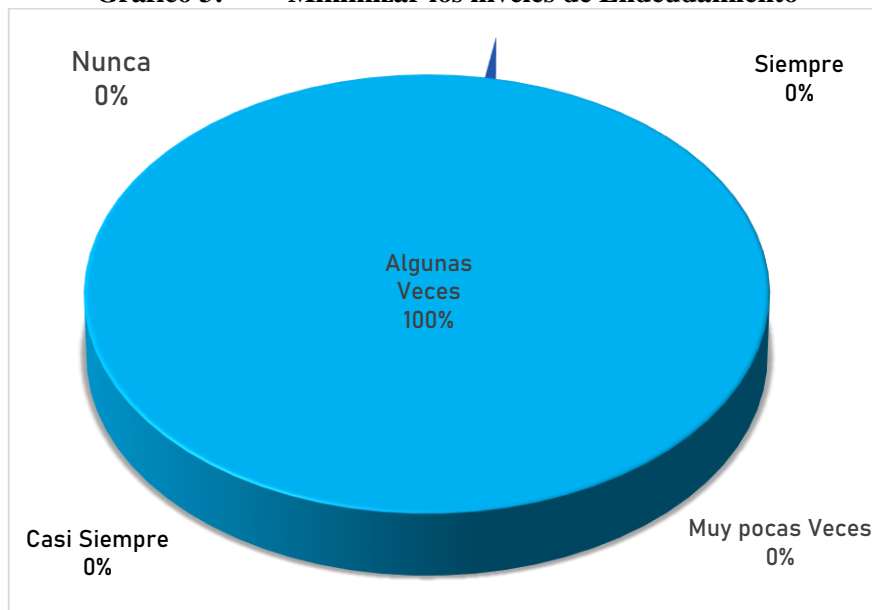


Gráfico N°3: Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Endeudamiento

Pregunta 4:

¿Comunica a la gerencia sobre clientes que están incumpliendo los compromisos?

Tabla 4. Incumplimientos de Compromisos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	1	20 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 40% algunas veces. El 20% muy pocas veces y el 20% refieren que nunca comunican a la gerencia sobre clientes que están incumpliendo los compromisos.

Gráfico 4: Incumplimientos de Compromisos

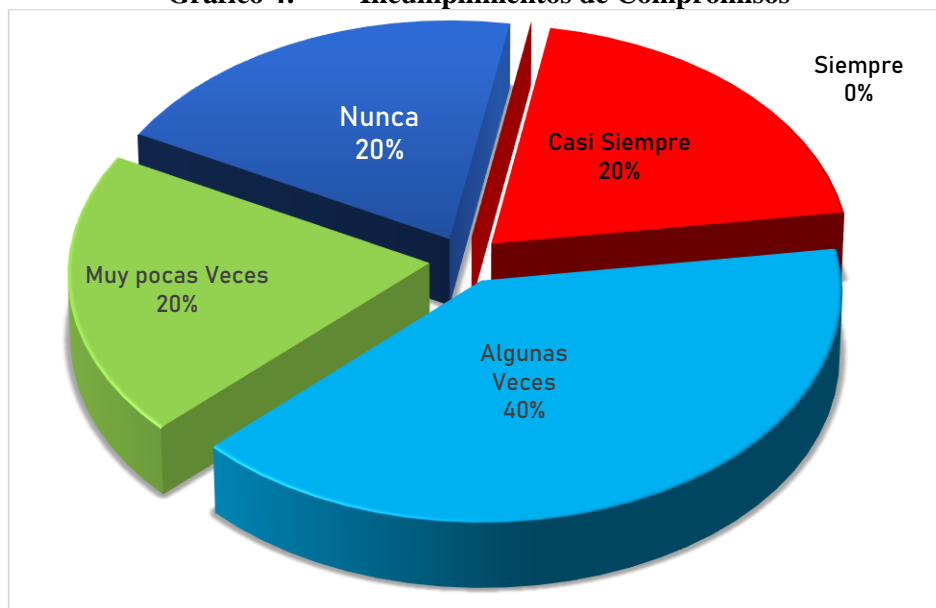


Gráfico N°4: Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Obligación Crediticia

Pregunta 5:

¿Comunica al responsable sobre la situación de clientes que están incumpliendo sus obligaciones?

Tabla 5. Situación de Clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	2	40 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	1	20 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% consideran casi siempre, el 40% algunas veces, y el 20% refieren que nunca comunican al responsable sobre la situación de clientes que están incumpliendo sus obligaciones.

Gráfico 5: Situación de Clientes

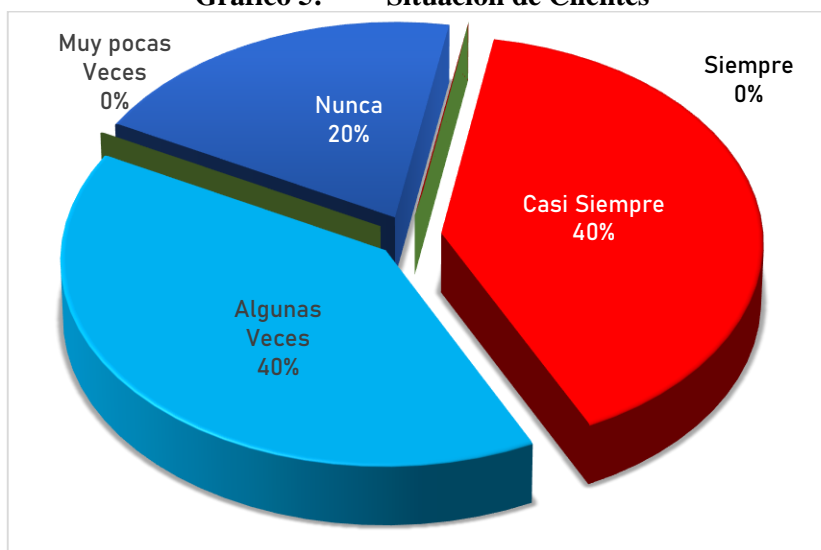


Gráfico N°5: Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Obligación Crediticia

Pregunta 6:

¿Planifica las estrategias de la empresa que permita el cumplimiento de las obligaciones contraídas?

Tabla 6. Cumplimiento de Obligaciones

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	4	80 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 80% algunas veces y el 20% refieren que muy pocas veces planifican las estrategias de la empresa que permita el cumplimiento de las obligaciones contraídas.

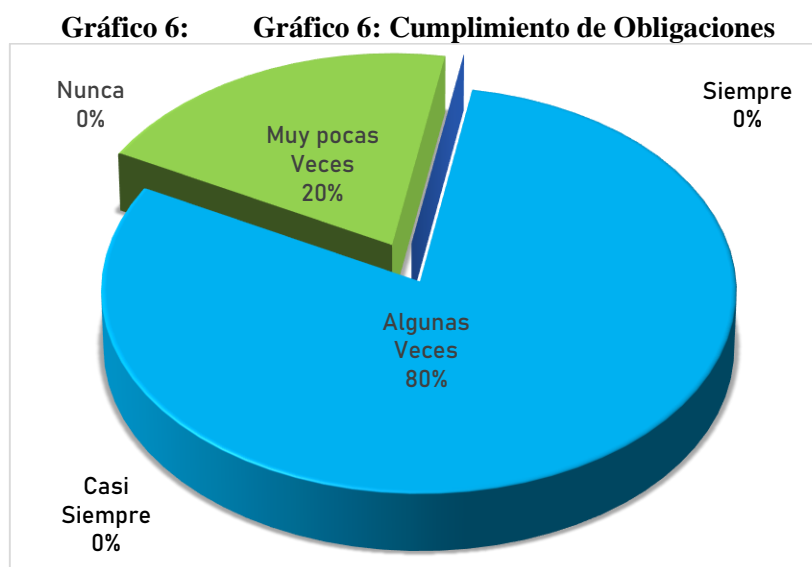


Gráfico N°6 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Obligación Crediticia**Pregunta 7:**

¿Conoce y participa en la determinación de las políticas crediticias de la empresa?

Tabla 7. Políticas Crediticias

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	1	20 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	0	0 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	3	60 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran siempre, el 20% muy pocas veces y el 60% refieren que nunca participan en la determinación de las políticas crediticias de la empresa.

Gráfico 7: Políticas Crediticias

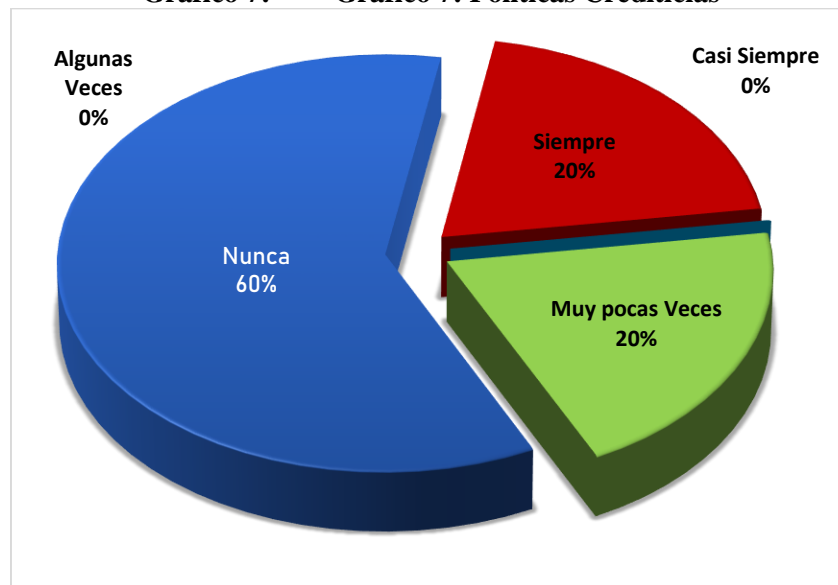


Gráfico N°7 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Deuda Vencida

Pregunta 8:

¿Comunica a la empresa la situación de los créditos vencidos?

Tabla 8. Créditos Vencidos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 20% algunas veces, el 20% refieren que muy pocas veces y 40 % nunca comunican a la empresa la situación de los créditos vencidos.

Gráfico 8: Gráfico 8: Créditos Vencidos

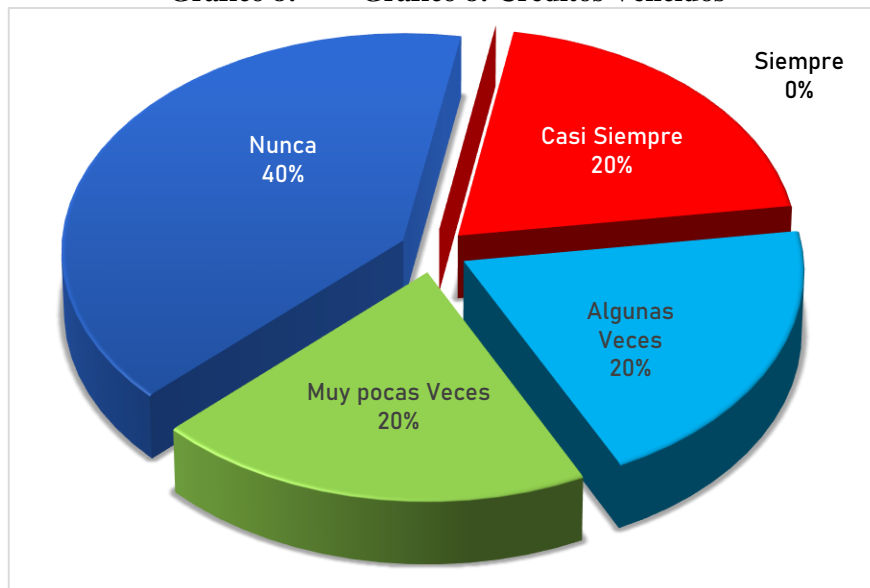


Gráfico N°8 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Deuda Vencida

Pregunta 9:

¿Tiene conocimiento de los criterios que se aplican en la empresa sobre deudas vencidas?

Tabla 9. Deudas Vencidas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	2	40 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 40% algunas veces y el 40% refieren que muy pocas veces tienen conocimiento de los criterios que se aplican en la empresa sobre deudas vencidas.

Gráfico 9: Gráfico 9: Deudas Vencidas

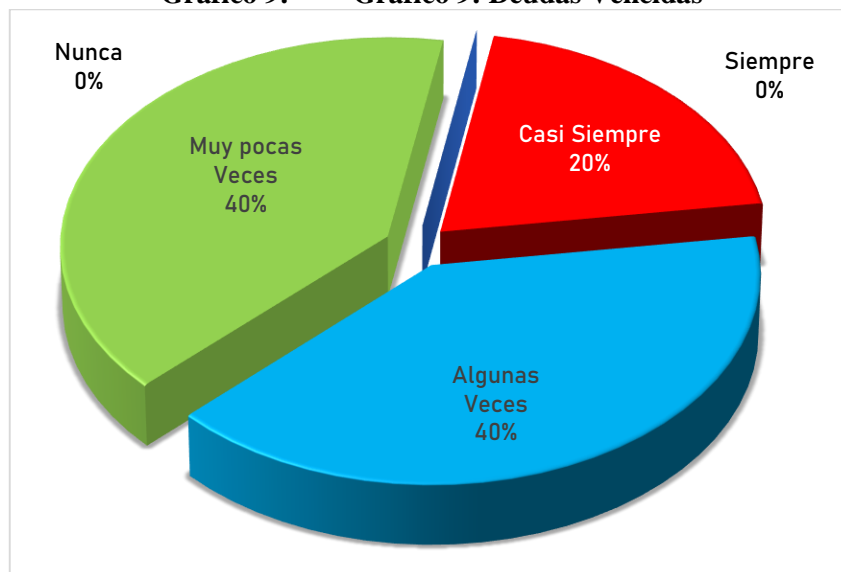


Gráfico N°9 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Recuperación

INDICADOR: Deuda Vencida

Pregunta 10:

¿Participa en la determinación de políticas para mejorar los niveles de deudas vencidas?

Tabla 10. Mejora de Deudas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	4	80 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% algunas veces y el 80% refieren que muy pocas veces participan en la determinación de políticas para mejorar los niveles de deudas vencidas.

Gráfico 10: Créditos Vencidos

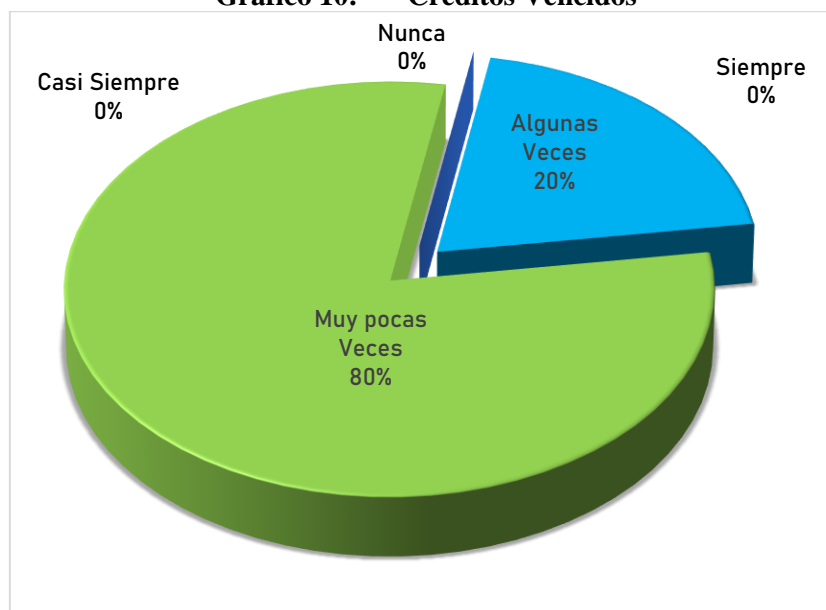


Gráfico N°10 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Solvencia

Pregunta 11:

¿Tiene conocimiento sobre las acciones a desarrollar respecto a la permanencia de clientes?

Tabla 11. Permanencia de Clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% algunas veces, el 20% refieren que muy pocas veces y 40 % nunca tienen conocimiento sobre las acciones a desarrollar respecto a la permanencia de clientes.

Gráfico 11: Permanencia de Clientes

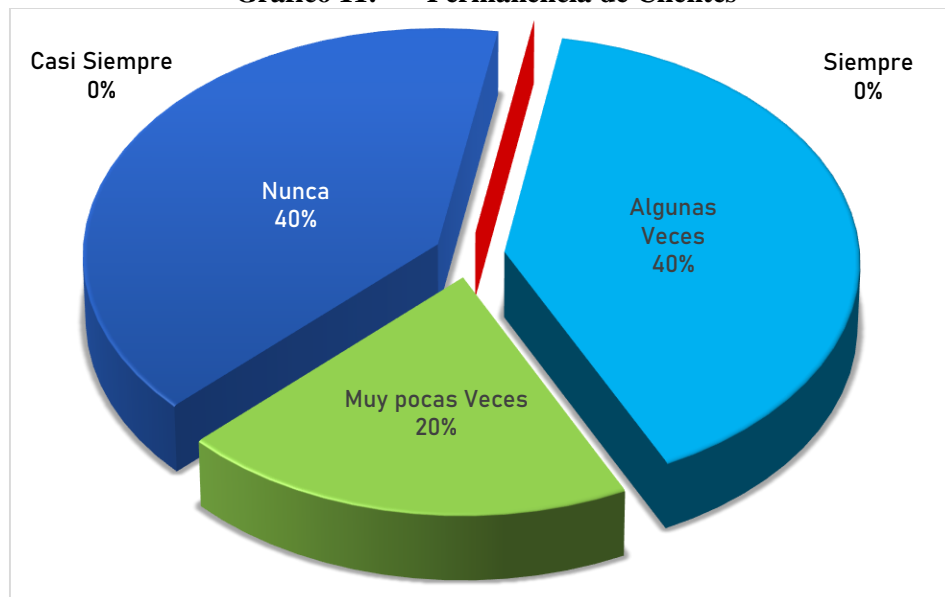


Gráfico N°11 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Solvencia

Pregunta 12:

¿Considera que las acciones a desarrollar es el resultado de las evaluaciones sobre el comportamiento de los clientes?

Tabla 12. Comportamiento de Clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	5	100 %
Algunas Veces (3)	0	0 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que el 100% casi siempre consideran que las acciones a desarrollar es el resultado de las evaluaciones sobre el comportamiento de los clientes.

Gráfico 12: Comportamiento de Clientes



Gráfico N° 12 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Solvencia

Pregunta 13:

¿Conoce las características de todo cliente potencial?

Tabla 13. Cliente Potencial

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	3	60 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% casi siempre y 40 % algunas veces conocen las características de todo cliente potencial.

Gráfico 13: Gráfico 13: Cliente Potencial

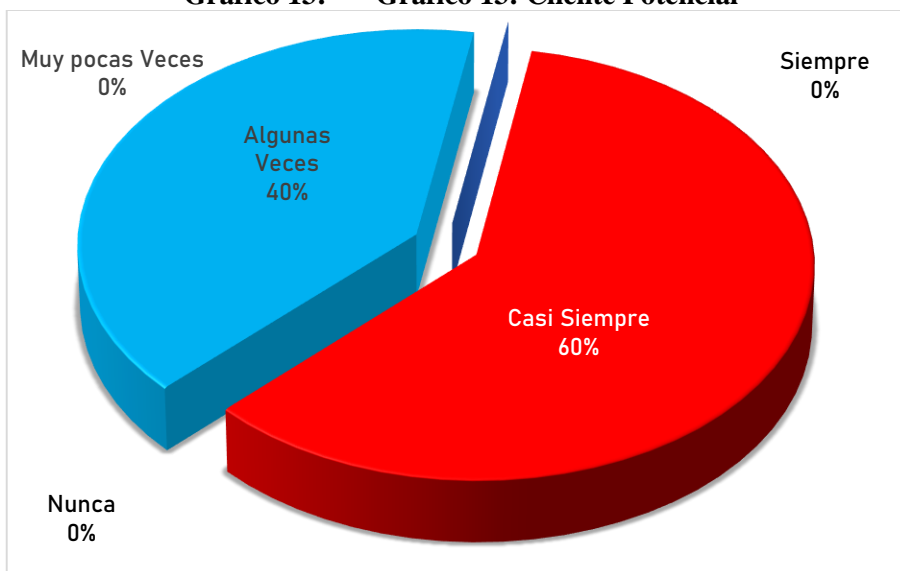


Gráfico N°13 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Ejecución

Pregunta 14:

¿Considera que las estrategias a aplicar forman parte de todo el proceso de la permanencia de los clientes cumplidos?

Tabla 14. Proceso de Permanencia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	3	60 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% casi siempre y 40 % algunas veces consideran que las estrategias a aplicar forman parte de todo el proceso de la permanencia de los clientes cumplidos.

Gráfico 14: Proceso de Permanencia

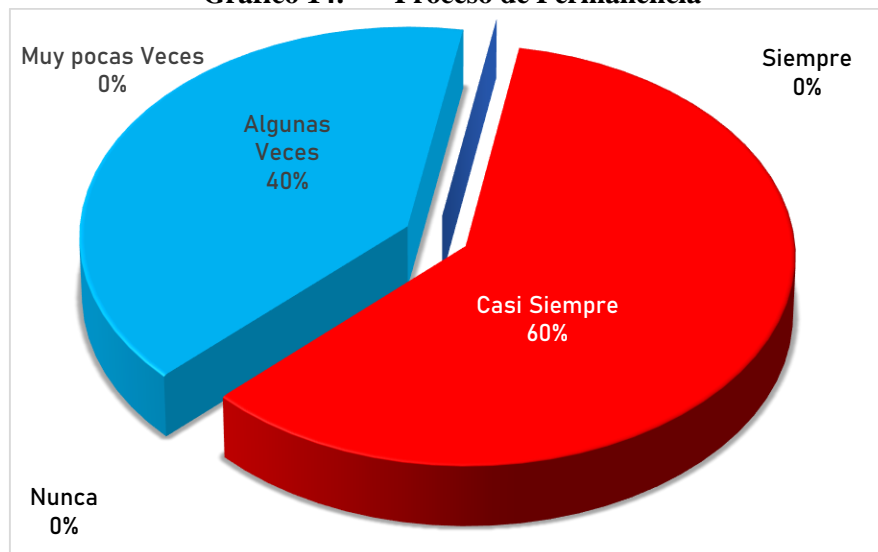


Gráfico N°14 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Ejecución

Pregunta 15:

¿Participa en la mejora de las políticas sobre permanencia de clientes con buen nivel de cumplimiento?

Tabla 15. Política de Permanencia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 20% algunas veces, el 20% refieren que muy pocas veces y el 40% nunca, participan en la mejora de las políticas sobre permanencia de clientes con buen nivel de cumplimiento.

Gráfico 15: Política de Permanencia

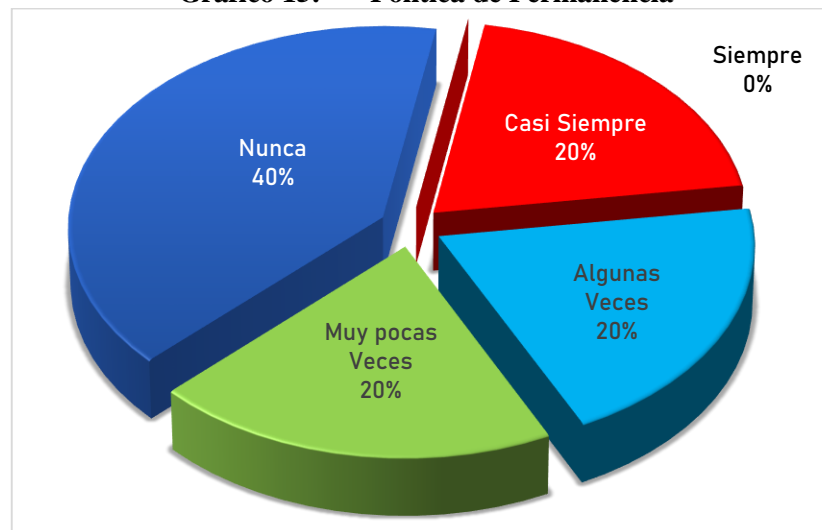


Gráfico N°15 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Ejecución

Pregunta 16:

¿Evalúa las acciones a desarrollar en el proceso permanencia con la empresa en cuanto sus obligaciones?

Tabla 16. Permanencia y Obligaciones

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% consideran algunas veces, el 20% muy pocas veces y el 40% refieren que nunca evalúan las acciones a desarrollar en el proceso permanencia con la empresa en cuanto sus obligaciones.

Gráfico 16: Permanencia y Obligaciones

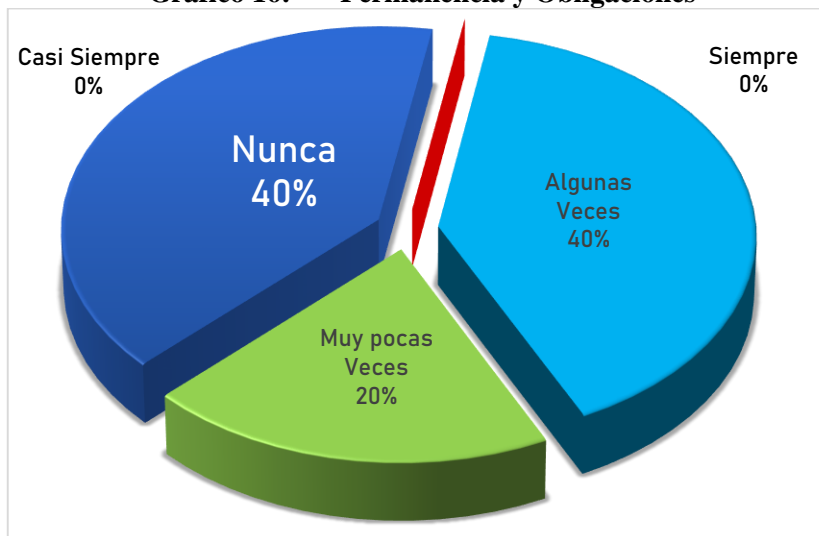


Gráfico N°16 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Cumplimiento

Pregunta 17:

¿Forma parte de la identificación de los criterios a aplicar en las obligaciones de los clientes?

Tabla 17. Obligaciones de Clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% consideran algunas veces, el 20% muy pocas veces y el 40% refieren que nunca forman parte de la identificación de los criterios a aplicar en las obligaciones de los clientes.

Gráfico 17: Obligaciones de Clientes

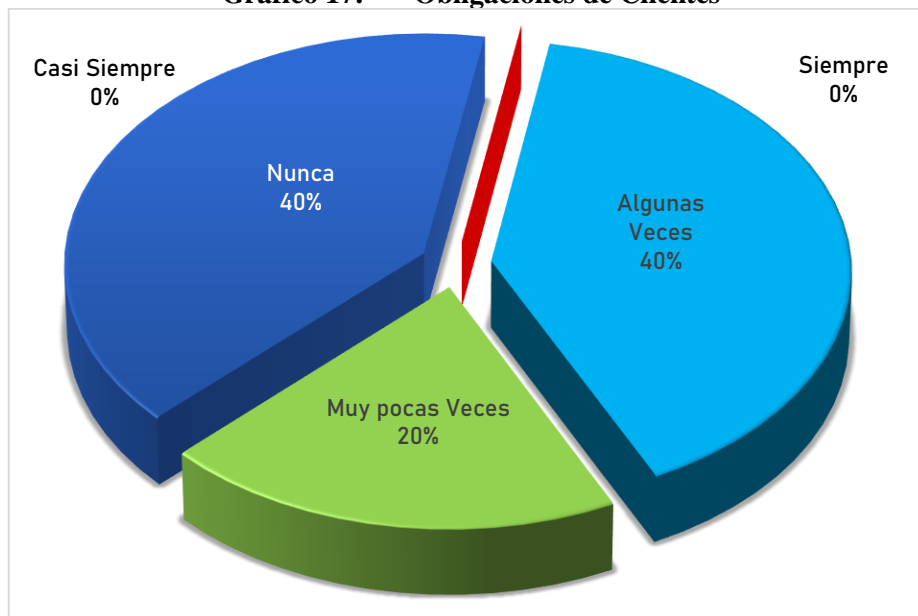


Gráfico N°17 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Cumplimiento

Pregunta 18:

¿Participa en la elaboración de criterios que orienten una mejor actuación con los clientes cumplidores?

Tabla 18. Actuación de Clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	1	20 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran algunas veces, el 20% muy pocas veces y el 20% refieren que nunca participan en la elaboración de criterios que orienten una mejor actuación con los clientes cumplidores.

Gráfico 18: Actuación de Clientes

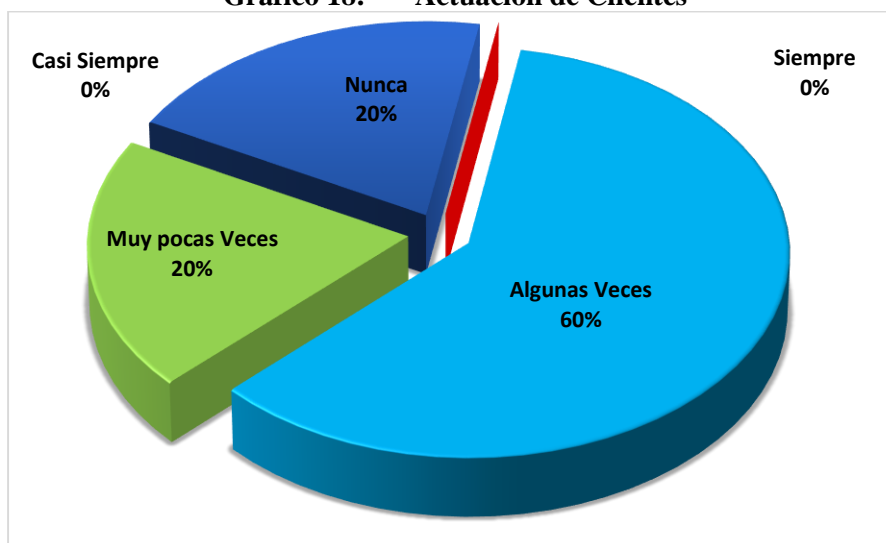


Gráfico N°18 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Cumplimiento

Pregunta 19:

¿Propone acciones conducentes a mejorar las relaciones con clientes cumplidores?

Tabla 19. Relaciones con Clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	4	80 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 80% consideran algunas veces y el 20% muy pocas veces proponen acciones conducentes a mejorar las relaciones con clientes cumplidores.

Gráfico 19: Relaciones con Clientes



Gráfico N°19 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Permanencia

INDICADOR: Cumplimiento

Pregunta 20:

¿Propone, como consecuencia de la evaluación los resultados alcanzados las políticas que permitan retener a los clientes cumplidores?

Tabla 20. Evaluación de Retención de Clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces proponen, como consecuencia de la evaluación los resultados alcanzados las políticas que permitan retener a los clientes cumplidores.

Gráfico 20: Evaluación de Retención de Clientes

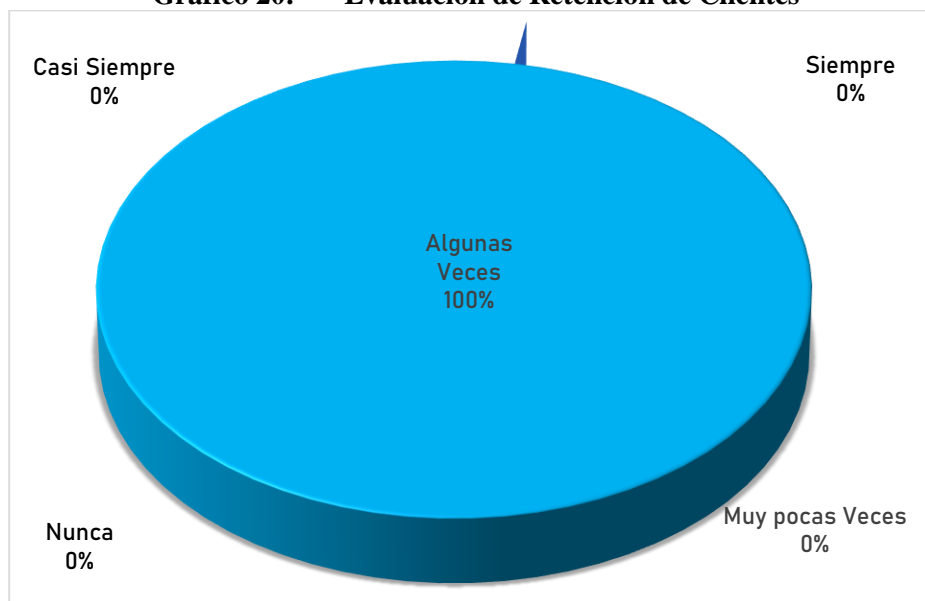


Gráfico N°20 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Responsabilidad

Pregunta 21:

¿Participa en la definición de las políticas orientadas a individualizar a los diferentes niveles de clientes?

Tabla 21. Niveles de Clientes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	0	0 %
Muy pocas Veces (2)	4	80 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre y el 80% muy pocas veces participan en la definición de las políticas orientadas a individualizar a los diferentes niveles de clientes.

Gráfico 21: Niveles de Clientes

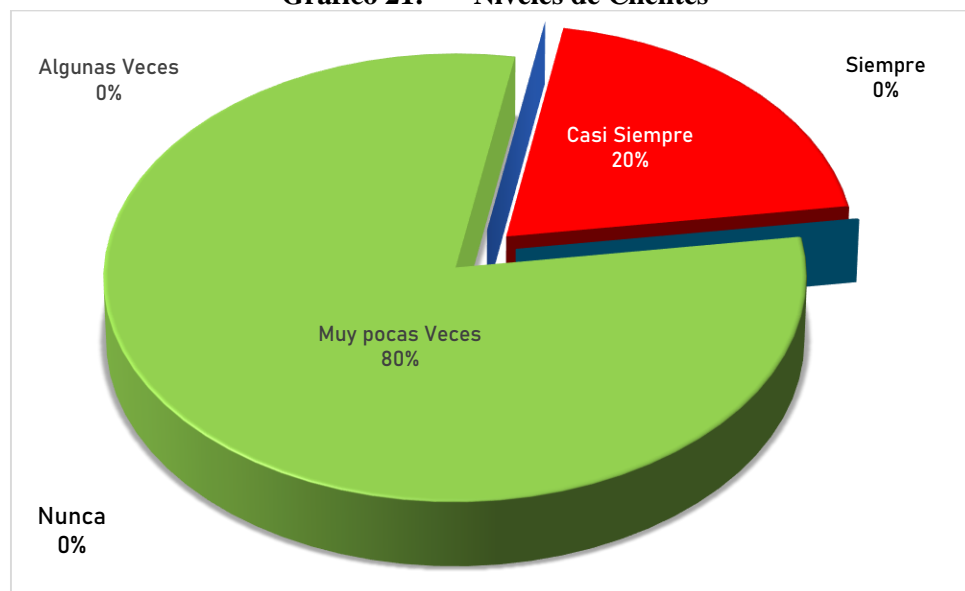


Gráfico N°21 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Responsabilidad

Pregunta 22:

¿Considera que las acciones que se aplican son las que realmente requiere la empresa?

Tabla 22. Acciones Aplicadas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	3	60 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran siempre, el 20% casi siempre y el 20% refieren que algunas veces consideran que las acciones que se aplican son las que realmente requiere la empresa.

Gráfico 22: Acciones Aplicadas

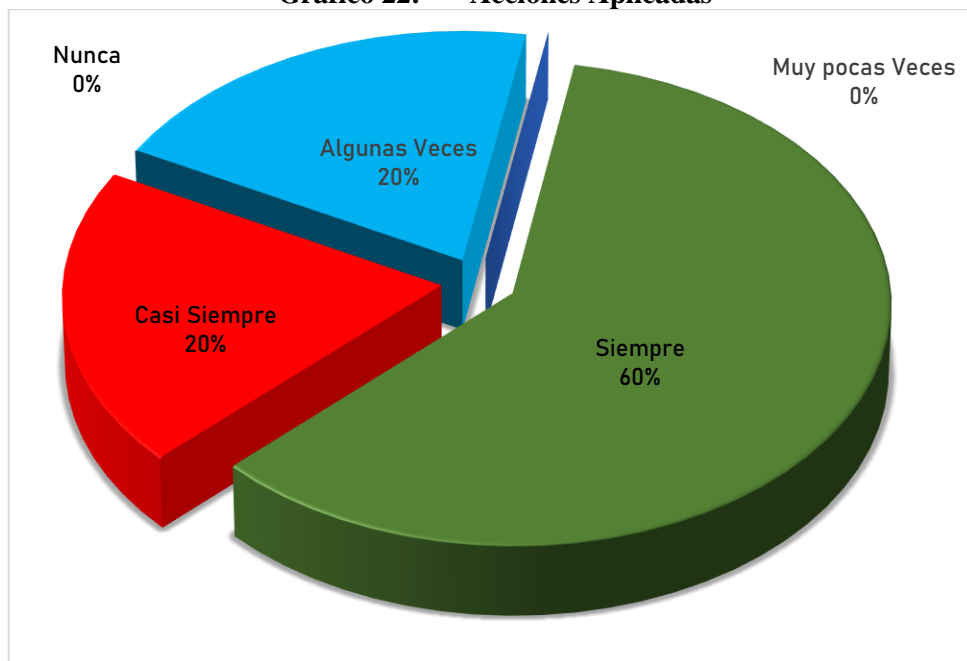


Gráfico N°22 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Responsabilidad

Pregunta 23:

¿Tiene conocimiento sobre la existencia de políticas que diferencien los niveles de responsabilidad de los clientes?

Tabla 23. Diferenciación de Niveles

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	3	60 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran casi siempre, el 20% algunas veces y el 20% refieren que muy pocas veces tienen conocimiento sobre la existencia de políticas que diferencien los niveles de responsabilidad de los clientes.

Gráfico 23: Diferenciación de Niveles

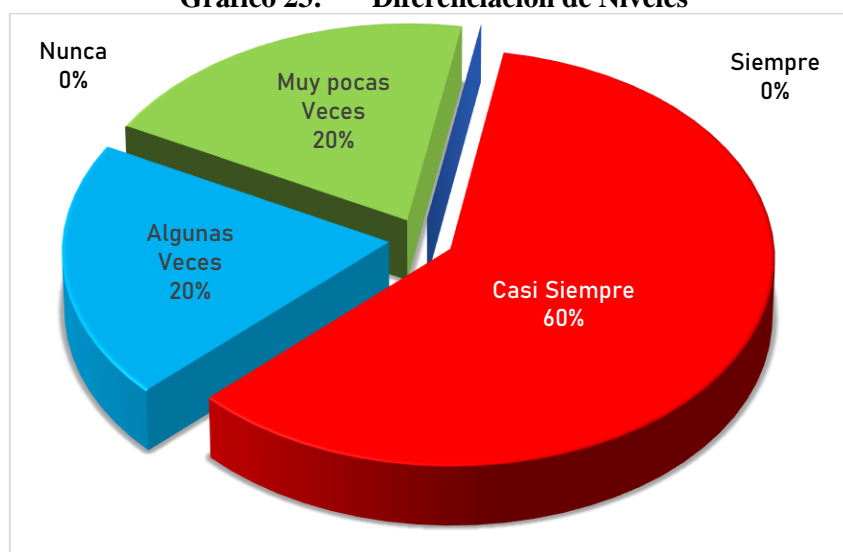


Gráfico N°23 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Responsabilidad

Pregunta 24:

¿Participa en la evaluación de los resultados con respecto a la aplicación de las políticas de la empresa?

Tabla 24. Evaluación de Resultados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	1	20 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 60% algunas veces y el 20% refieren que nunca participan en la evaluación de los resultados con respecto a la aplicación de las políticas de la empresa.

Gráfico 24: Evaluación de Resultados

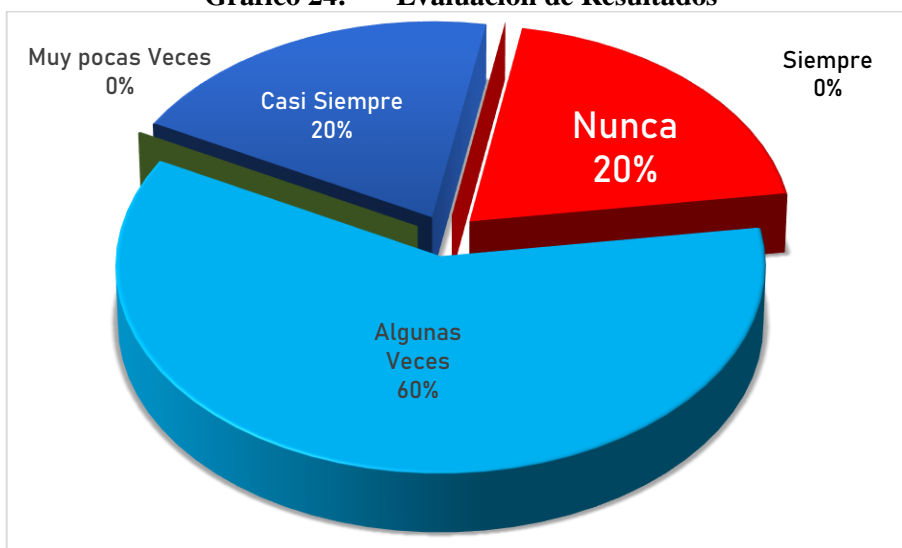


Gráfico N°24 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Obligación

Pregunta 25:

¿Evalúa los actos desarrollados por los clientes en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones?

Tabla 25. Actos Desarrollados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces evalúan los actos desarrollados por los clientes en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones.

Gráfico 25: Actos Desarrollados

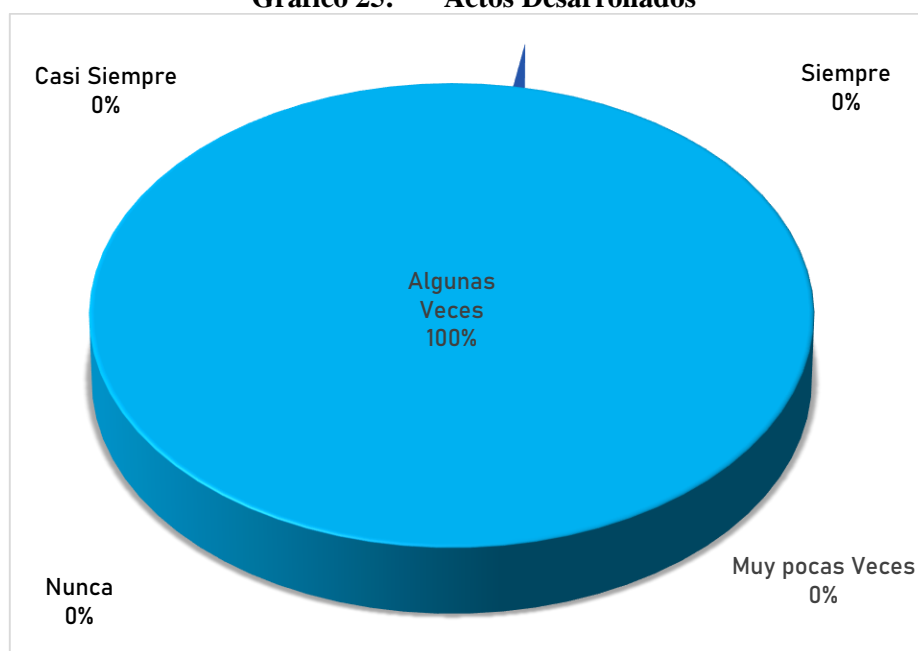


Gráfico N°25 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Obligación

Pregunta 26:

¿Propone algún programa que ayude con el cumplimiento de los clientes en cuanto a sus obligaciones?

Tabla 26. Programa de Ayuda

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	4	80 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 80% consideran algunas veces y el 20% muy pocas veces proponen algún programa que ayude con el cumplimiento de los clientes en cuanto a sus obligaciones.

Gráfico 26: Programa de Ayuda

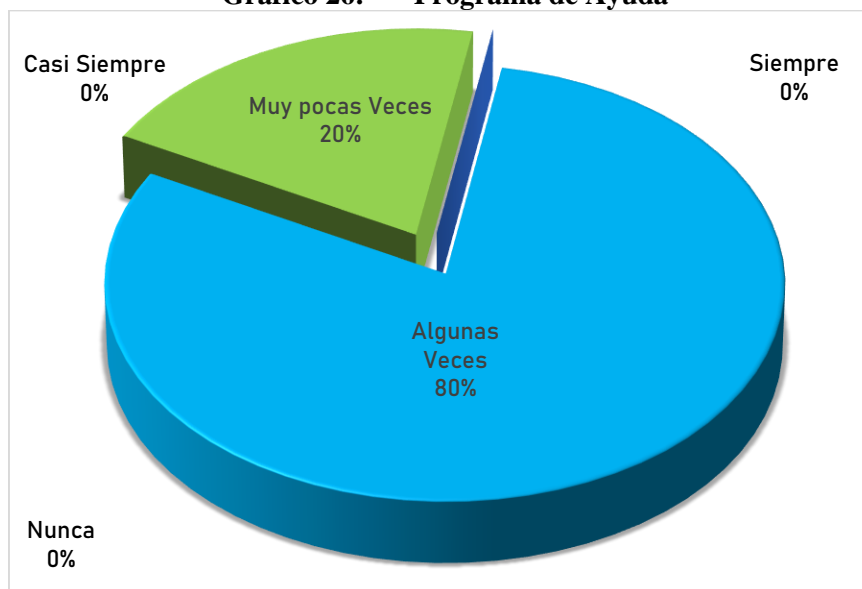


Gráfico N°26 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Obligación

Pregunta 27:

¿Tiene conocimiento sobre si se aplica una política de mejoramiento constante en la empresa orientado a los clientes?

Tabla 27. Política de Mejoramiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	4	80 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 80% consideran casi siempre y el 20% algunas veces tienen conocimiento sobre si se aplica una política de mejoramiento constante en la empresa orientado a los clientes.

Gráfico 27: Política de Mejoramiento

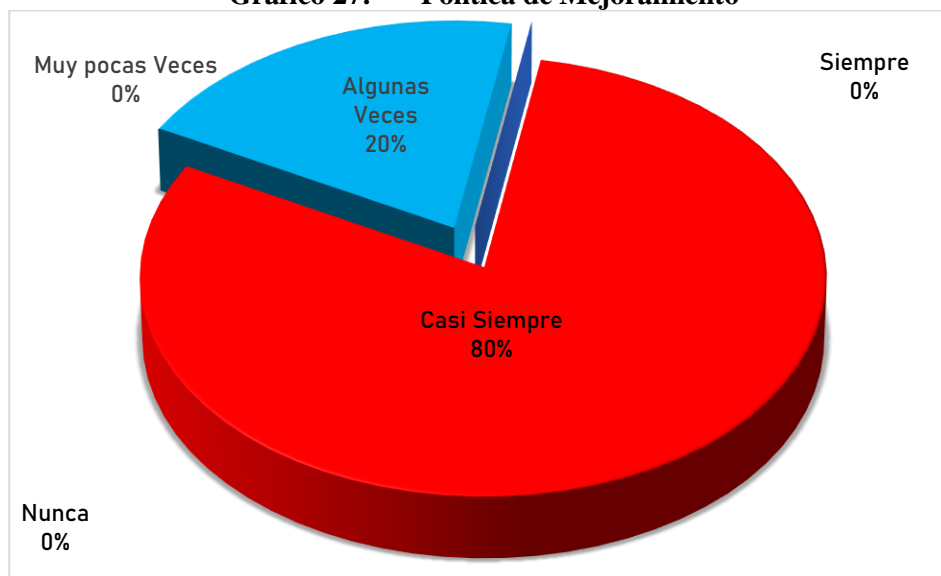


Gráfico N°27 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Capacidad

Pregunta 28:

¿Considera que la información para la toma de decisiones es una de las estrategias para el mejor tratamiento a los clientes?

Tabla 28. Estrategias que Mejoran

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	4	80 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 80% consideran siempre y el 20% algunas veces consideran que la información para la toma de decisiones es una de las estrategias para el mejor tratamiento a los clientes.

Gráfico 28: Estrategias que Mejoran

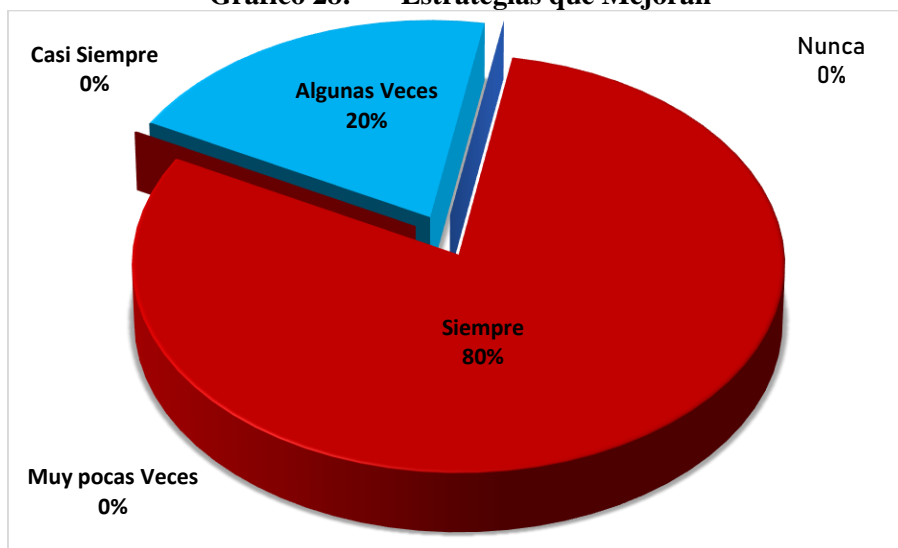


Gráfico N°28 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Capacidad

Pregunta 29:

¿Participa en el desarrollo de la información que permite incrementar los niveles de clientes?

Tabla 29. Desarrollo de Información

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran algunas veces y el 40% refieren que nunca participan en el desarrollo de la información que permite incrementar los niveles de clientes.

Gráfico 29: Desarrollo de Información

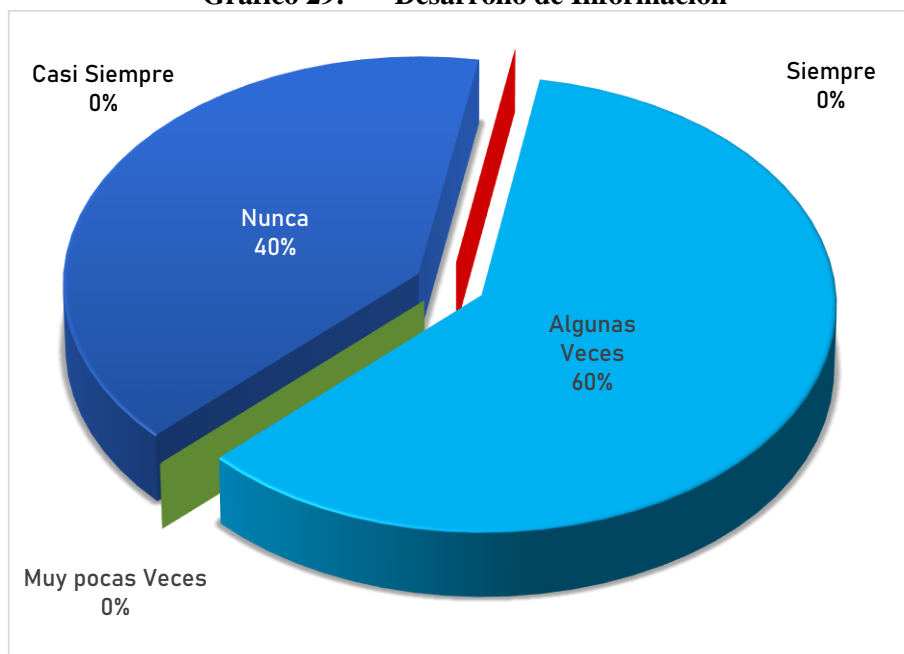


Gráfico N°29 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Sistema de Cobranza

DIMENSIÓN: Personalización

INDICADOR: Capacidad

Pregunta 30:

¿Evalúa las operaciones desarrolladas para la satisfacción de los clientes?

Tabla 30. Operaciones Desarrolladas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	2	40 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% consideran casi siempre, el 20% algunas veces y el 40% refieren que nunca evalúan las operaciones desarrolladas para la satisfacción de los clientes.

Gráfico 30: Operaciones Desarrolladas

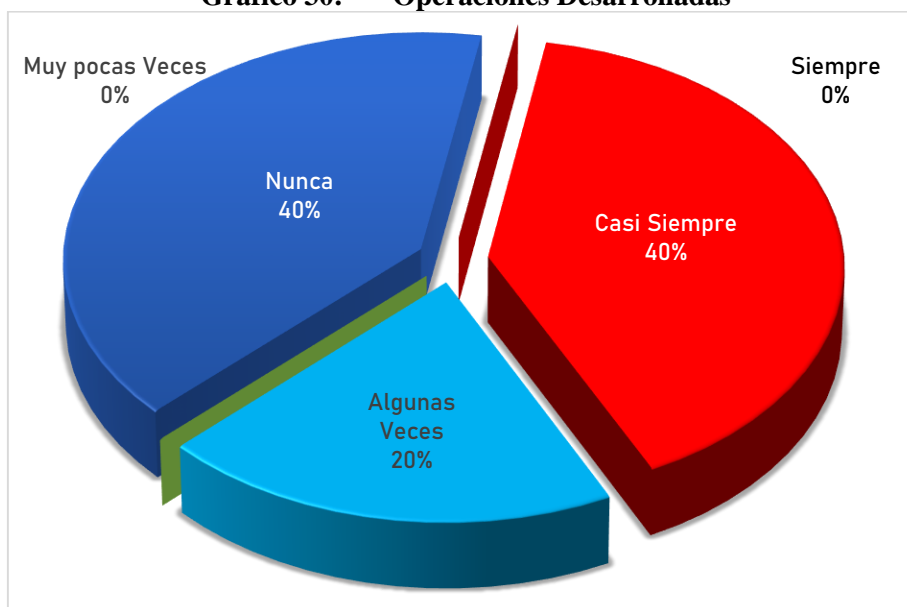


Gráfico N°30 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Logros

Pregunta 31:

¿Participa en el monitoreo sobre la evaluación de resultados en cuanto al sistema de cobranzas?

Tabla 31. Monitoreo de Resultados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	2	40 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	2	40 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% consideran casi siempre, el 20% algunas veces y el 40% refieren que muy pocas veces participan en el monitoreo sobre la evaluación de resultados en cuanto al sistema de cobranzas.

Gráfico 31: Monitoreo de Resultados

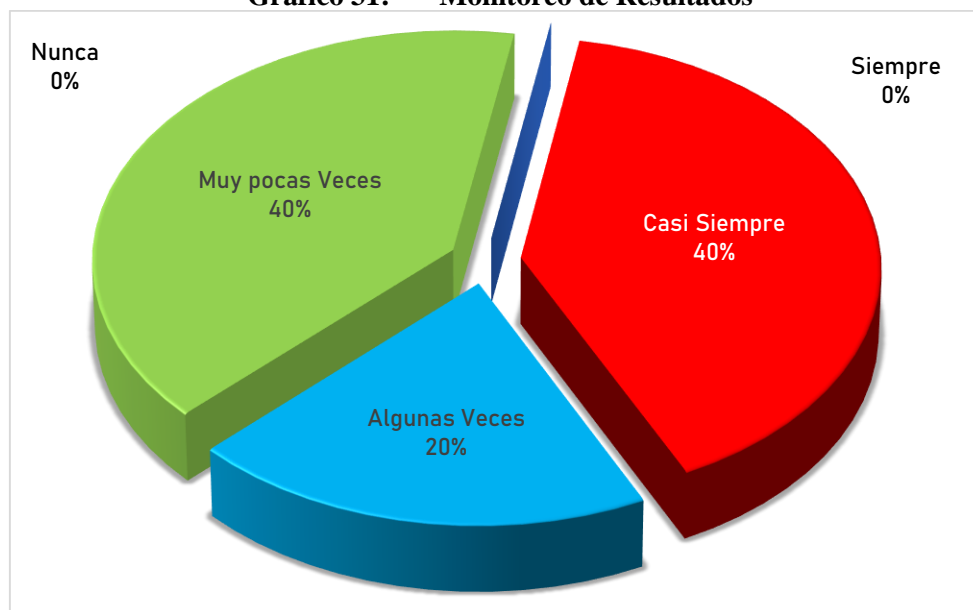


Gráfico N°31 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Logros

Pregunta 32:

¿Participa en el proceso de mejoramiento de los resultados a alcanzar?

Tabla 32. Proceso de Mejoramiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	2	40 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran algunas veces y el 40% refieren que muy pocas veces participan en el proceso de mejoramiento de los resultados a alcanzar.

Gráfico 32: Proceso de Mejoramiento



Gráfico N°32 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Logros

Pregunta 33:

¿Conoce las estrategias a aplicar en el logro de los resultados empresariales?

Tabla 33. Estrategias a Aplicar

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces conocen las estrategias a aplicar en el logro de los resultados empresariales.

Gráfico 33: Estrategias a Aplicar

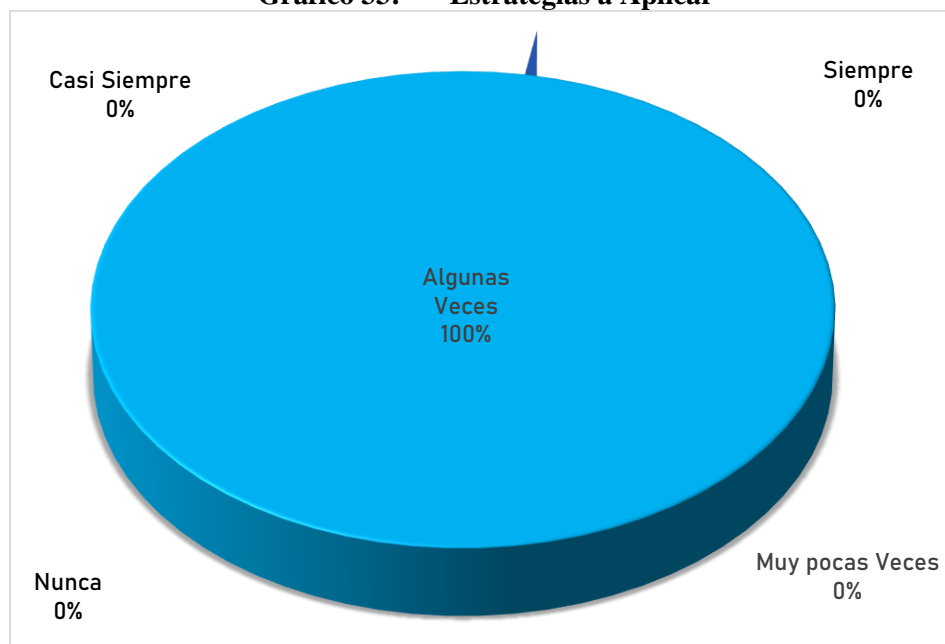


Gráfico N°33 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Logros

Pregunta 34:

¿Participa en la evaluación de las estrategias de la empresa?

Tabla 34. Estrategias de la Empresa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces participan en la evaluación de las estrategias de la empresa.

Gráfico 34: Estrategias de la Empresa

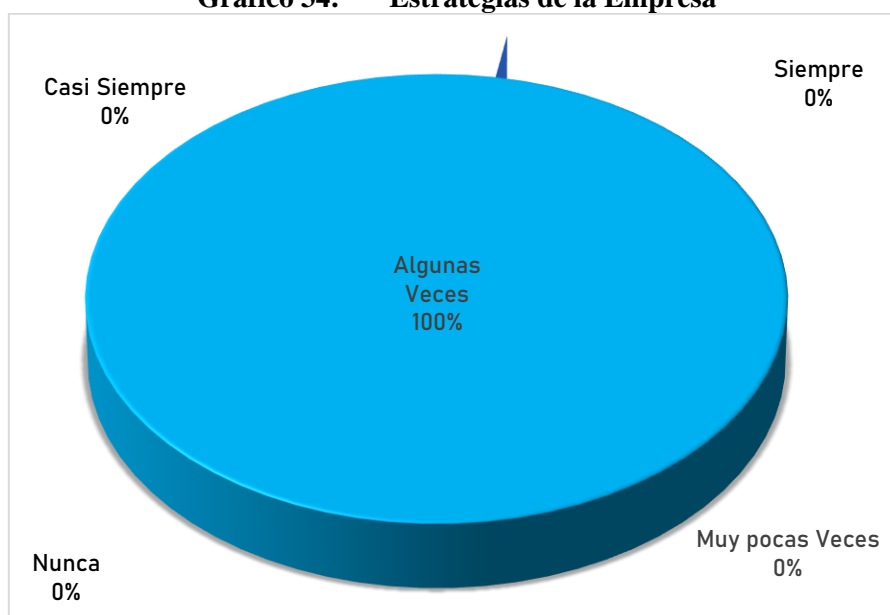


Gráfico N°34 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Efectos

Pregunta 35:

¿Participa en la elaboración y procesamiento de datos para conocer los resultados y evaluación constantes de los mismos?

Tabla 35. Elaboración y Procesamiento

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	4	80 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre y el 80% algunas veces participan en la elaboración y procesamiento de datos para conocer los resultados y evaluación constantes de los mismos.

Gráfico 35: Elaboración y Procesamiento

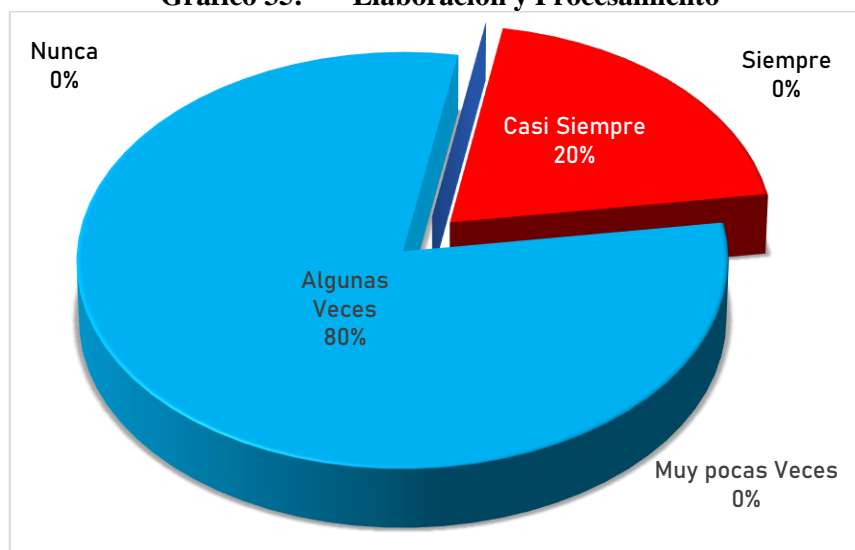


Gráfico N°35 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Efectos

Pregunta 36:

¿Evalúa las acciones logradas, a fin de comparar con las propuestas?

Tabla 36. Acciones Logradas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran algunas veces y el 40% refieren que nunca evalúan las acciones logradas, a fin de comparar con las propuestas.

Gráfico 36: Acciones Logradas

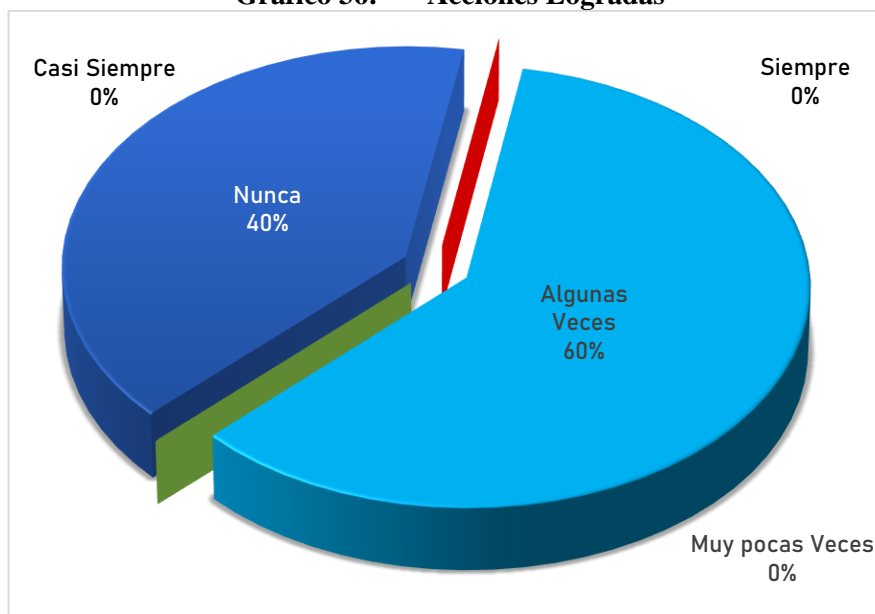


Gráfico N°36 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Efectos

Pregunta 37:

¿Diseña la batería de preguntas orientadas a determinar establecer los logros en cuanto lo establecido?

Tabla 37. Batería de Preguntas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran algunas veces y el 40% refieren que nunca diseñan la batería de preguntas orientadas a determinar establecer los logros en cuanto lo establecido.

Gráfico 37: Batería de Preguntas

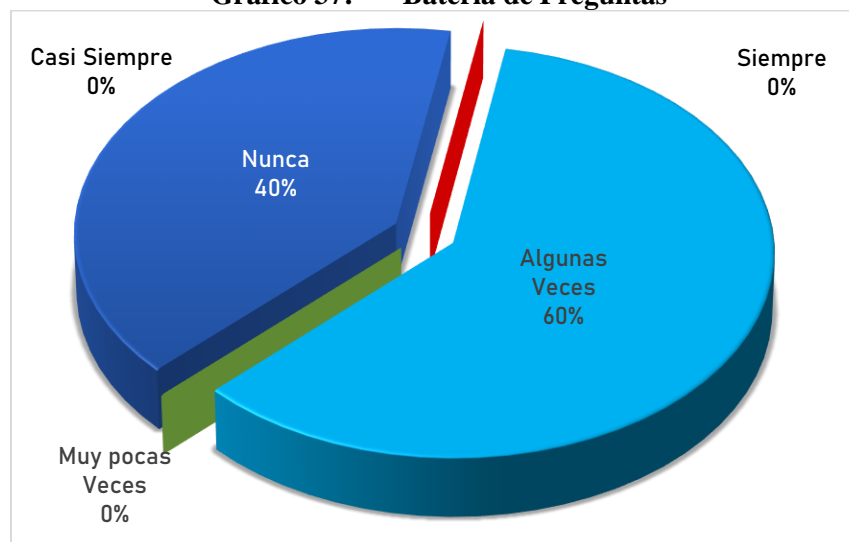


Gráfico N°37 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Actuación

Pregunta 38:

¿Conoce las políticas de la empresa orientadas a la identificación de los clientes cumplidores con sus obligaciones?

Tabla 38. Políticas Orientadas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	4	80 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre y el 80% algunas veces conocen las políticas de la empresa orientadas a la identificación de los clientes cumplidores con sus obligaciones.

Gráfico 38: Políticas Orientadas

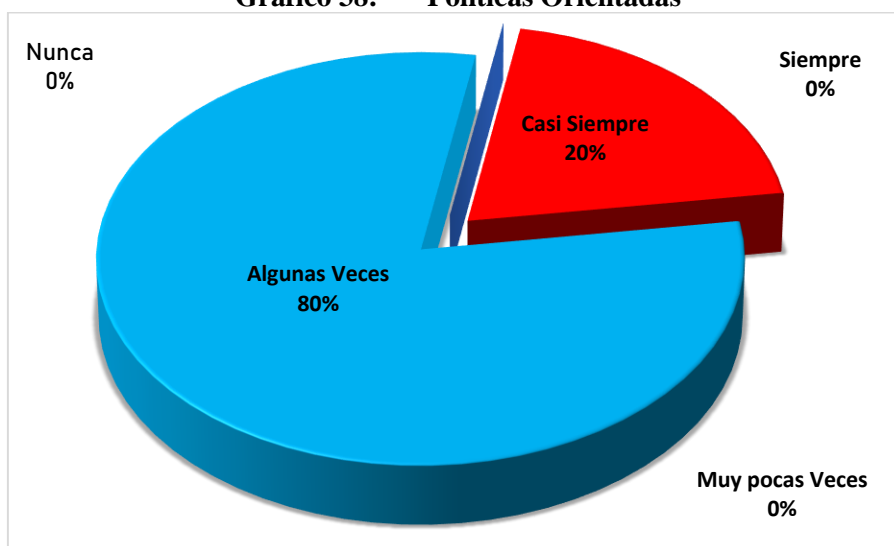


Gráfico N°38 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Actuación

Pregunta 39:

¿Participa en las acciones orientadas a mejorar los niveles de competitividad?

Tabla 39. Acciones Orientadas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	4	80 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% consideran algunas veces y el 80% refieren que muy pocas veces participan en las acciones orientadas a mejorar los niveles de competitividad.

Gráfico 39: Acciones Orientadas



Gráfico N°39 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Resultados

INDICADOR: Actuación

Pregunta 40:

¿Conoce sobre los niveles de competitividad establecida por la empresa para mejorar los niveles de fidelización?

Tabla 40. Niveles de Competitividad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces conocen sobre los niveles de competitividad establecida por la empresa para mejorar los niveles de fidelización.

Gráfico 40: Niveles de Competitividad

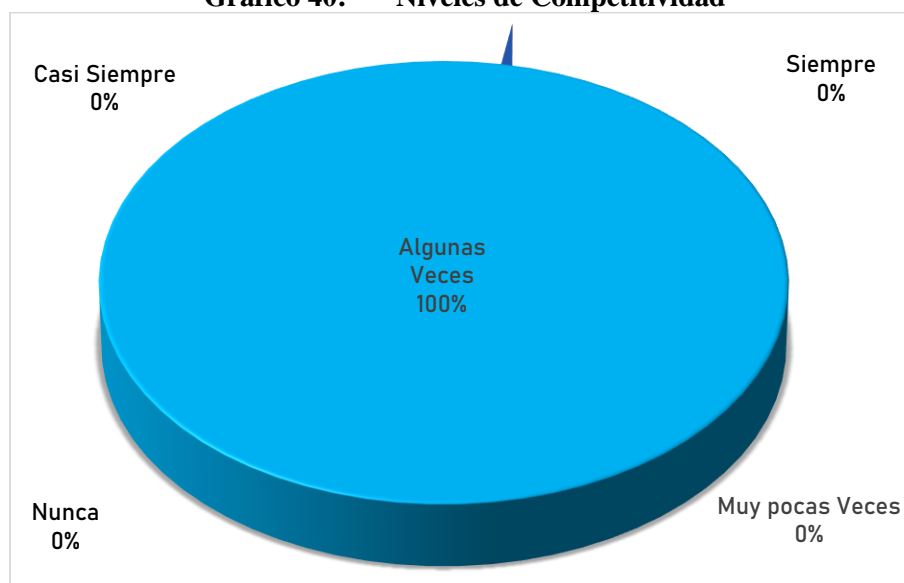


Gráfico N°40 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Calidad

Pregunta 41:

¿Conoce las acciones a aplicar que permitan que los clientes perciban que son tratados como parte de la empresa?

Tabla 41. Clientes forman parte de la Empresa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	2	40 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% consideran casi siempre y el 60% algunas veces conocen las acciones a aplicar que permitan que los clientes perciban que son tratados como parte de la empresa.

Gráfico 41: Clientes forman parte de la Empresa

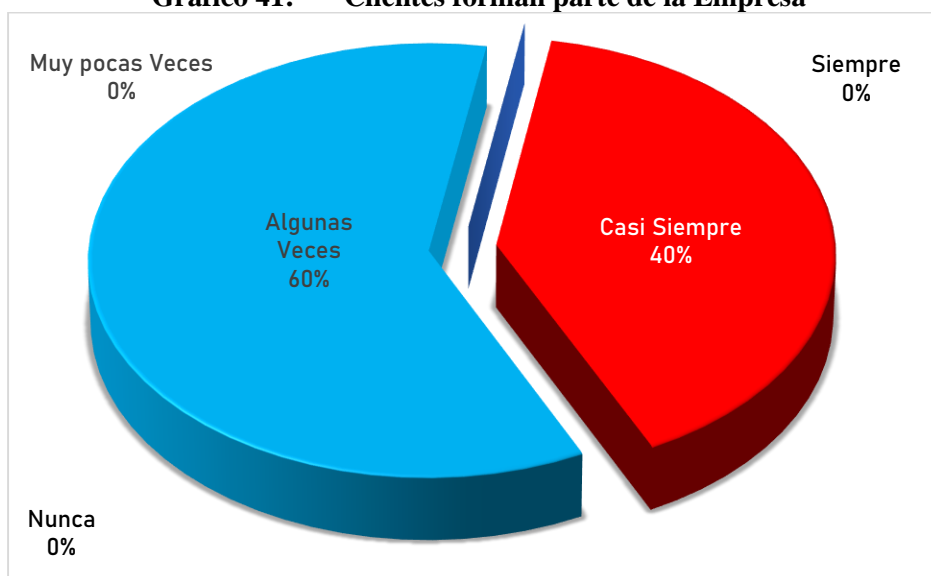


Gráfico N°41 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Calidad

Pregunta 42:

¿Participa en los programas orientados al cumplimiento de los compromisos?

Tabla 42. Programas Orientados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	4	80 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran algunas veces y el 80% refieren que muy pocas veces participan en los programas orientados al cumplimiento de los compromisos.

Gráfico 42: Programas Orientados



Gráfico N°42 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Calidad

Pregunta 43:

¿Tiene conocimientos sobre los resultados del programa a los clientes?

Tabla 43. Resultados del Programa

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces tienen conocimientos sobre los resultados del programa a los clientes.

Gráfico 43: Resultados del Programa

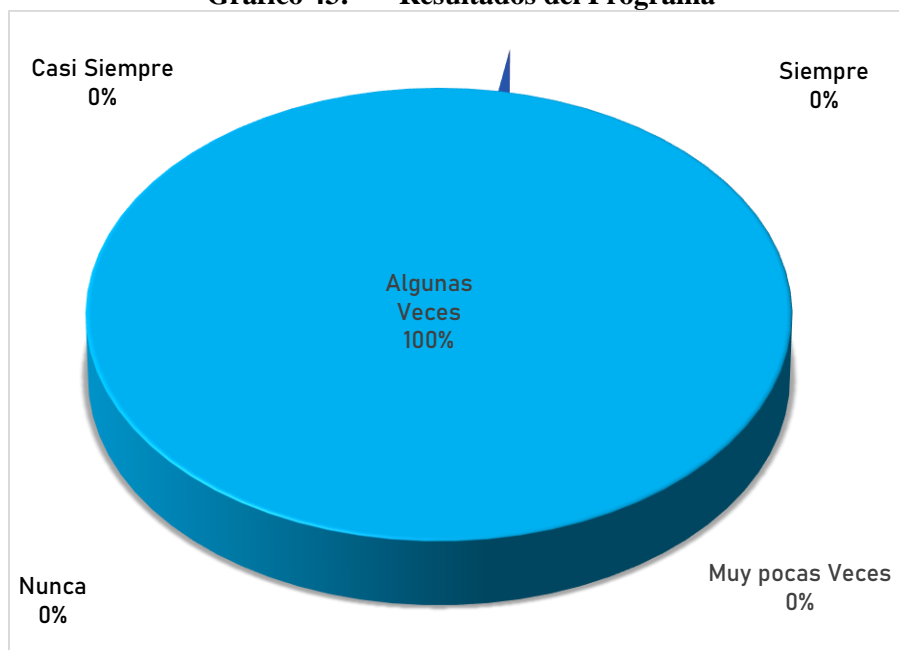


Gráfico N°43 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Aceptación

Pregunta 44:

¿Conoce los criterios que aplica la empresa a fin de determinar la identidad de los clientes con la empresa?

Tabla 44. Conoce los Criterios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces conocen los criterios que aplica la empresa a fin de determinar la identidad de los clientes con la empresa.

Gráfico 44: Conoce los Criterios

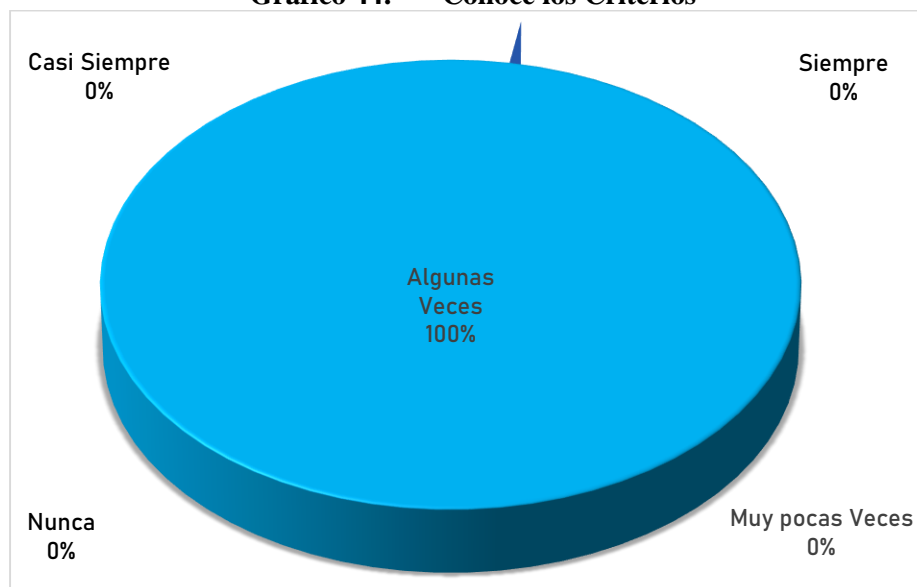


Gráfico N°44 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Aceptación

Pregunta 45:

¿Participa en la determinación de los criterios a aplicar en la identificación de los clientes para con la empresa?

Tabla 45. Determina Criterios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	2	40 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 40% algunas veces y el 40% refieren que muy pocas veces participan en la determinación de los criterios a aplicar en la identificación de los clientes para con la empresa.

Gráfico 45: Determina Criterios

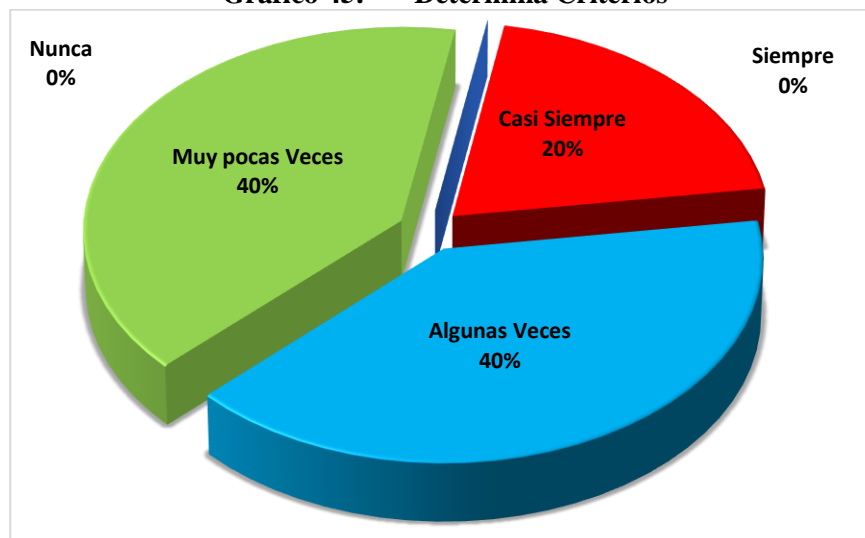


Gráfico N°45 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Aceptación

Pregunta 46:

¿Comunica a los clientes los criterios a emplear en el proceso de calidad?

Tabla 46. Comunica Criterios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	3	60 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 40% consideran algunas veces y el 60% refieren que nunca comunican a los clientes los criterios a emplear en el proceso de calidad.

Gráfico 46: Comunica Criterios

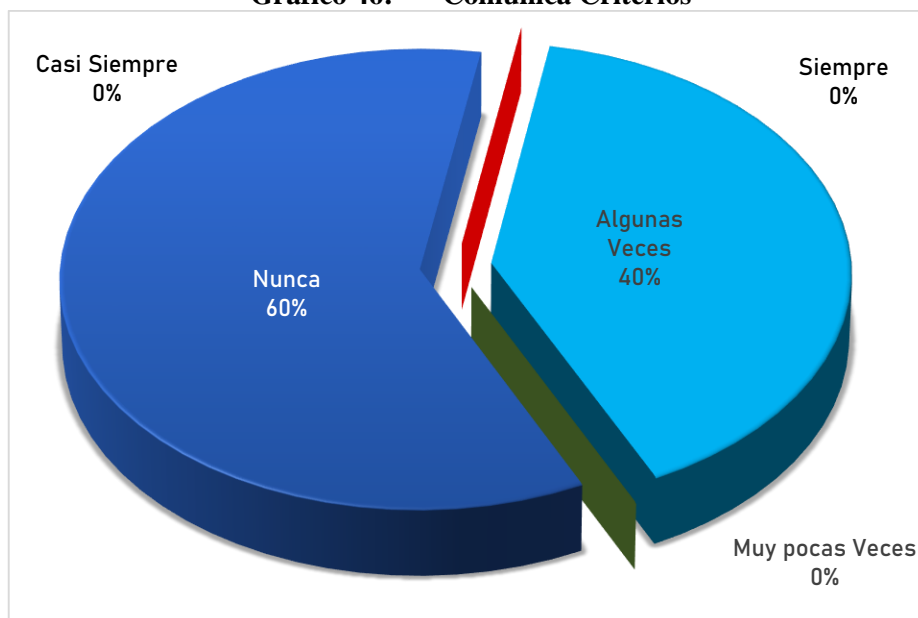


Gráfico N°46 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Aceptación

Pregunta 47:

¿Evalúa los resultados alcanzados en la aplicación de los criterios sobre la aplicación de la calidad para con los clientes?

Tabla 47. Aplicación de Criterios

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	2	40 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran algunas veces y el 40% refieren nunca evalúan los resultados alcanzados en la aplicación de los criterios sobre la aplicación de la calidad para con los clientes.

Gráfico 47: Aplicación de Criterios

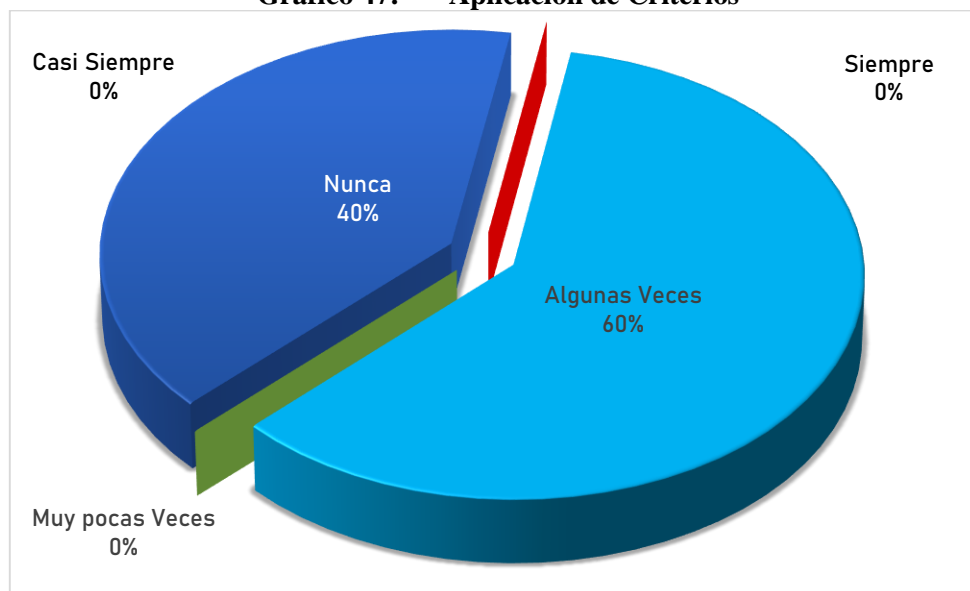


Gráfico N°47 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Difusión

Pregunta 48:

¿Propone las acciones orientadas a mejorar la identidad de la empresa con respecto a sus clientes?

Tabla 48. Mejora de la Identidad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces proponen las acciones orientadas a mejorar la identidad de la empresa con respecto a sus clientes.

Gráfico 48: Mejora de la Identidad

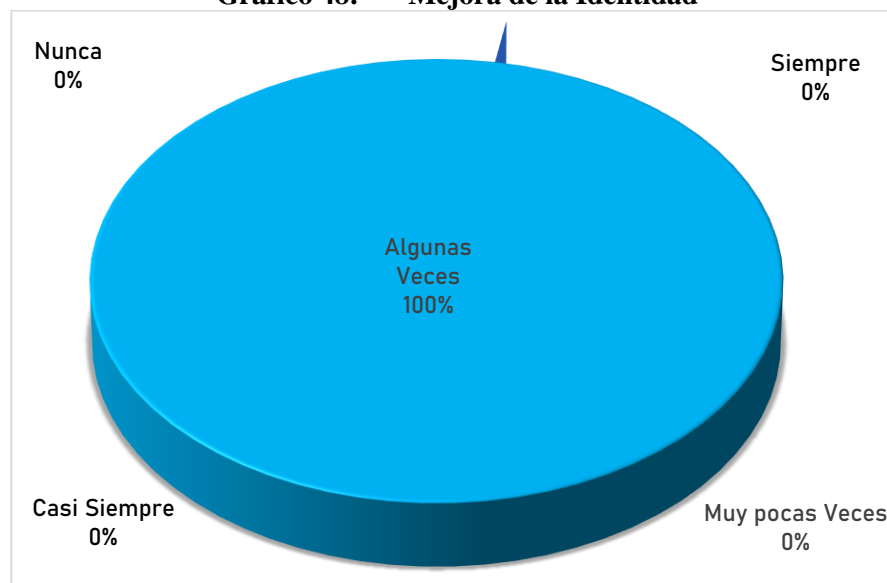


Gráfico N°48 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Difusión

Pregunta 49:

¿Participa de algún programa orientada a la captación y retención de clientes?

Tabla 49. Captación y Retención

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	2	40 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran algunas veces y el 40% refieren que muy pocas veces participan de algún programa orientada a la captación y retención de clientes.

Gráfico 49: Captación y Retención

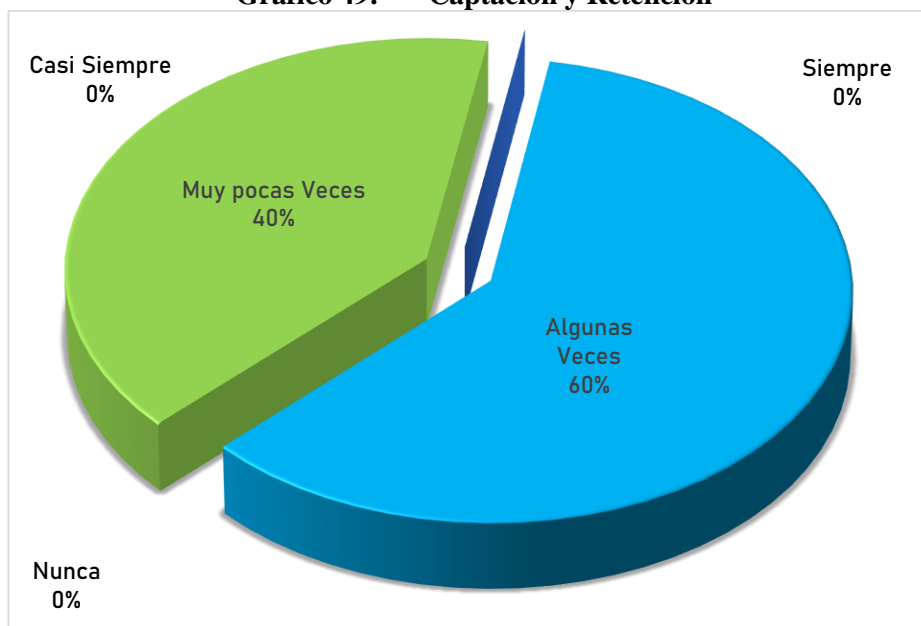


Gráfico N°49 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Medidas

INDICADOR: Difusión

Pregunta 50:

¿Propone acciones para cumplir con lo ofrecido?

Tabla 50. Cumple con lo Ofrecido

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	4	80 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	1	20 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 80% consideran algunas veces y el 20% refieren que nunca proponen acciones para cumplir con lo ofrecido.

Gráfico 50: Cumple con lo Ofrecido

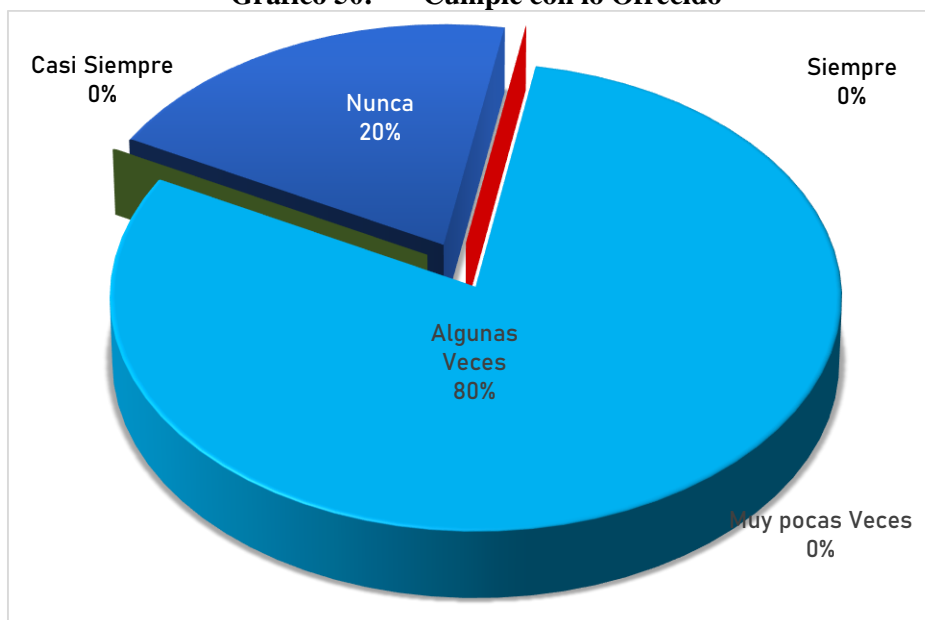


Gráfico N°50 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5.

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Planes

Pregunta 51:

¿Propone las acciones recomendables que se ajusten al accionar de la empresa?

Tabla 51. Acciones Recomendables

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	0	0 %
Muy pocas Veces (2)	4	80 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre y el 80% refieren que muy pocas veces proponen las acciones recomendables que se ajusten al accionar de la empresa.

Gráfico 51: Acciones Recomendables



Gráfico N°51 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Planes

Pregunta 52:

¿Participa en la evaluación de resultados alcanzados de acuerdo a los objetivos?

Tabla 52. Objetivos Alcanzados

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 60% algunas veces y el 20% refieren que muy pocas veces participan en la evaluación de resultados alcanzados de acuerdo a los objetivos.

Gráfico 52: Objetivos Alcanzados

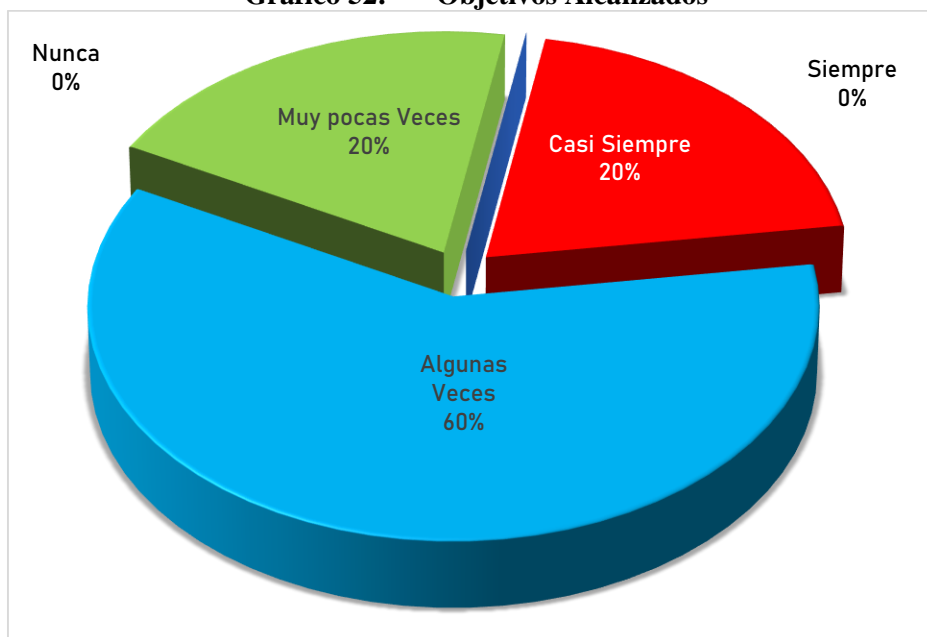


Gráfico N°52 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Planes

Pregunta 53:

¿Tiene conocimiento sobre la existencia de medios de comunicación para interactuar con los clientes?

Tabla 53. Medios de Comunicación

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	4	80 %
Algunas Veces (3)	0	0 %
Muy pocas Veces (2)	1	20 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 80% consideran casi siempre y el 20% refieren que muy pocas veces tienen conocimiento sobre la existencia de medios de comunicación para interactuar con los clientes.

Gráfico 53: Medios de Comunicación

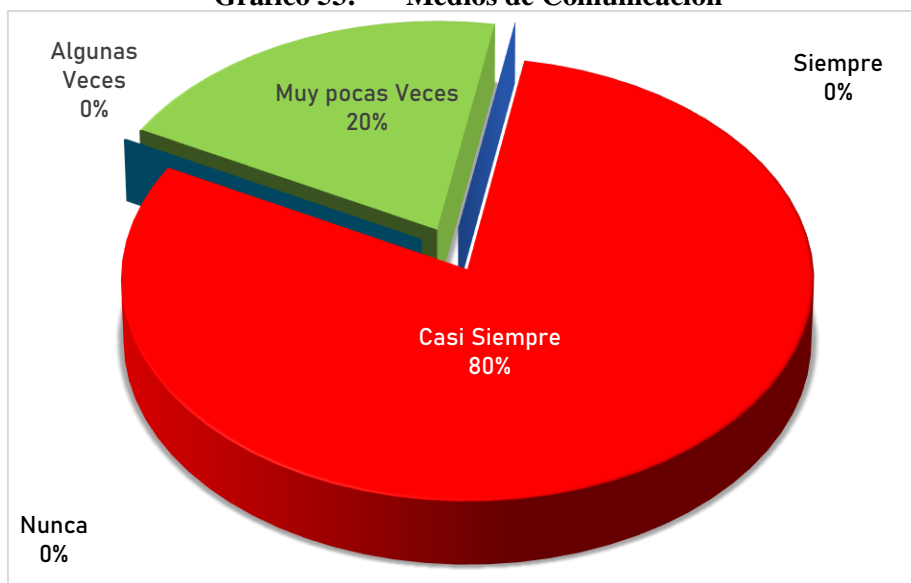


Gráfico N°53 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Planes

Pregunta 54:

¿Lo toman en cuenta para la elaboración de instrumentos que permita aplicar los criterios de calidad e identidad de los clientes?

Tabla 54. Elaboración de Instrumentos

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	1	20 %
Algunas Veces (3)	1	20 %
Muy pocas Veces (2)	3	60 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre, el 20% algunas veces y el 60% refieren que muy pocas veces lo toman en cuenta para la elaboración de instrumentos que permita aplicar los criterios de calidad e identidad de los clientes.

Gráfico 54: Elaboración de Instrumentos

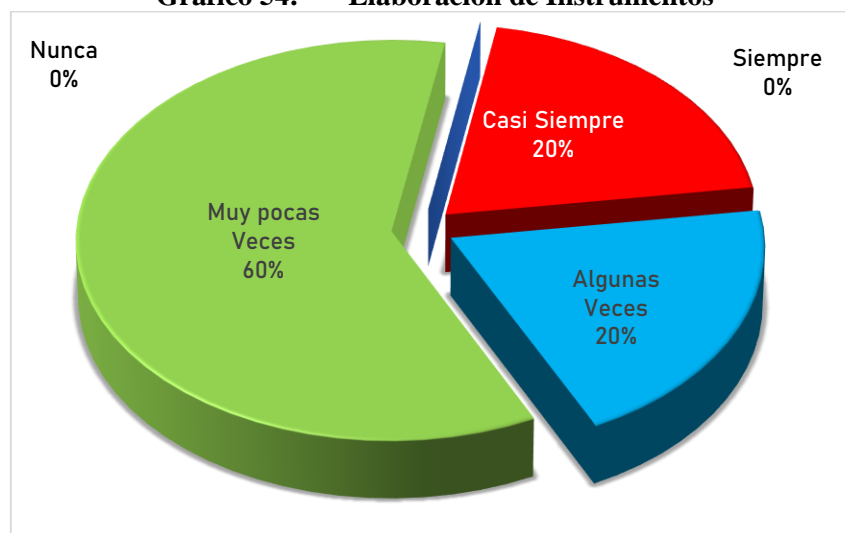


Gráfico N°54 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Ejecución

Pregunta 55:

¿Tiene autoridad para tomar decisiones en lo que le compete?

Tabla 55. Decisiones Competentes

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	1	20 %
Casi Siempre (4)	2	40 %
Algunas Veces (3)	2	40 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran siempre, el 40% casi siempre y el 40% refieren que algunas veces tienen autoridad para tomar decisiones en lo que le compete.

Gráfico 55: Decisiones Competentes

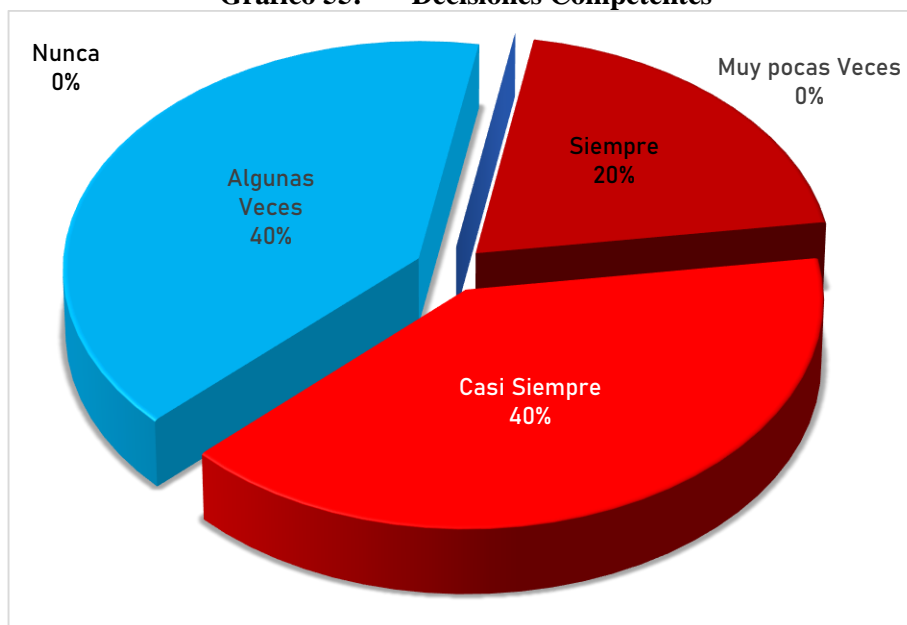


Gráfico N°55 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Ejecución

Pregunta 56:

¿Existe adecuada comunicación con las autoridades inmediatamente superiores para la toma de decisiones?

Tabla 56. Comunicación Adecuada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces existen adecuada comunicación con las autoridades inmediatamente superiores para la toma de decisiones.

Gráfico 56: Comunicación Adecuada



Gráfico N°56 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Ejecución

Pregunta 57:

¿Considera que, para la toma de decisiones, lo hacen participar en los mismos?

Tabla 57. Toma de Decisiones

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	3	60 %
Casi Siempre (4)	2	40 %
Algunas Veces (3)	0	0 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran siempre y el 40% refieren casi siempre consideran que, para la toma de decisiones, lo hacen participar en los mismos.

Gráfico 57: Toma de Decisiones

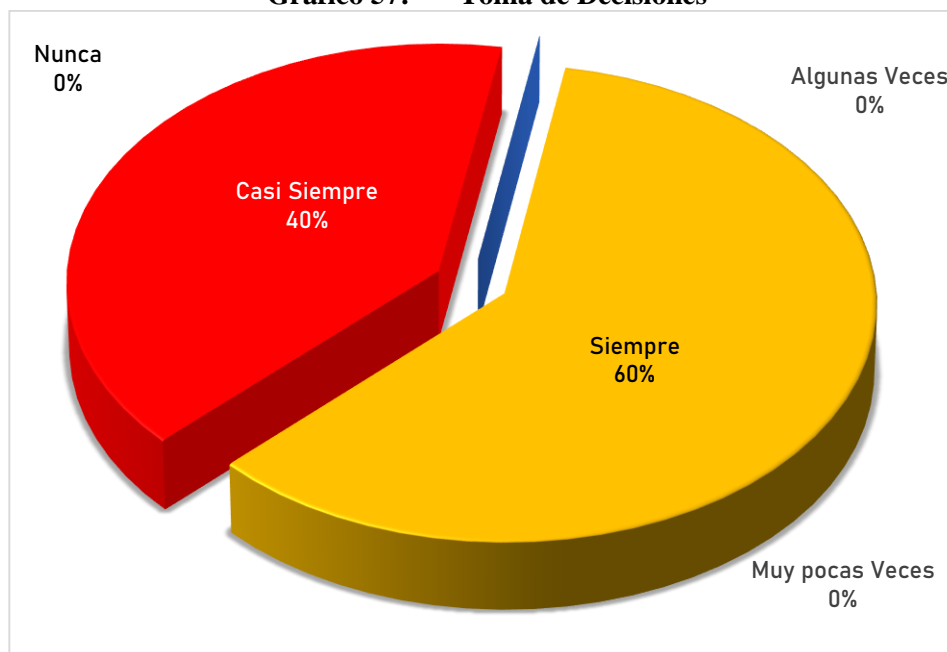


Gráfico N°57 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Comportamiento

Pregunta 58:

¿Participa en la evaluación de resultados con respecto a la presencia en el mercado?

Tabla 58. Presencia en el Mercado

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	5	100 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que, el 100% consideran algunas veces participan en la evaluación de resultados con respecto a la presencia en el mercado.

Gráfico 58: Presencia en el Mercado

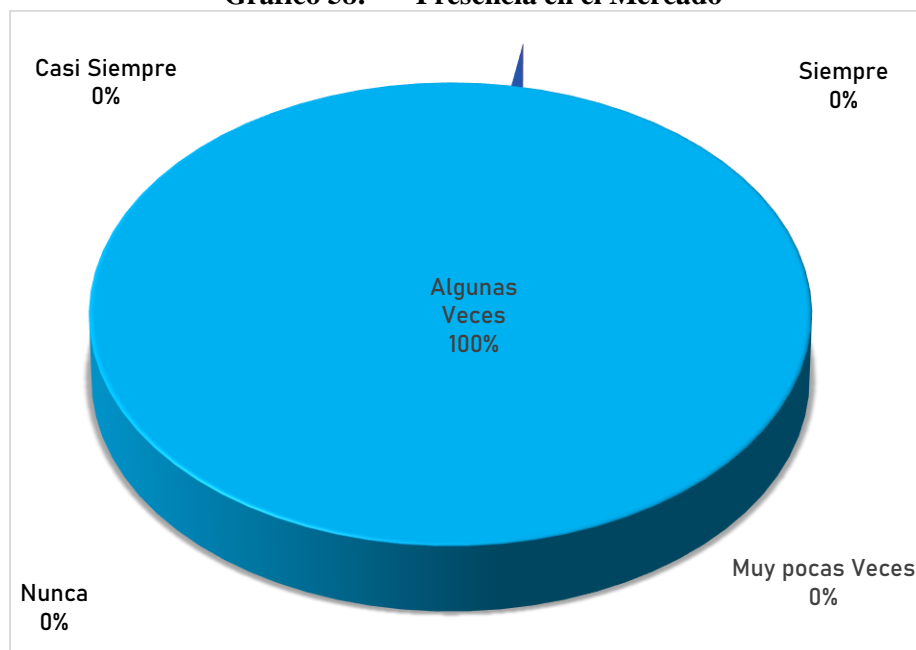


Gráfico N°58 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Comportamiento

Pregunta 59:

¿Las sugerencias que usted presenta es tomada en cuenta?

Tabla 59. Sugerencias Presentadas

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	2	40 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	0	0 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 20% consideran casi siempre y el 60% algunas veces toman en cuenta las sugerencias que usted presenta es tomada en cuenta.

Gráfico 59: Sugerencias Presentadas

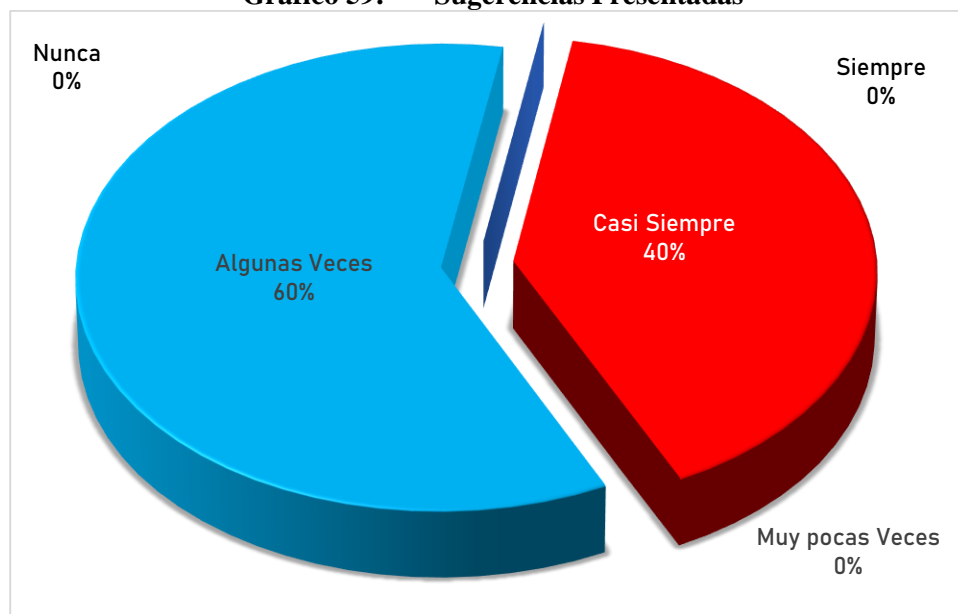


Gráfico N°59 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

VARIABLE: Eficacia de gestión

DIMENSIÓN: Desempeño

INDICADOR: Comportamiento

Pregunta 60:

¿Permite que usted pueda realizar evaluaciones en el mercado en comparación con empresas dentro del mercado?

Tabla 60. Comparación del Mercado

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Siempre (5)	0	0 %
Casi Siempre (4)	0	0 %
Algunas Veces (3)	3	60 %
Muy pocas Veces (2)	2	40 %
Nunca (1)	0	0 %
Total	5	100 %

Se observa que: el 60% consideran algunas veces y el 40% refieren que muy pocas veces permiten que usted pueda realizar evaluaciones en el mercado en comparación con empresas dentro del mercado.

Gráfico 60: Comparación del Mercado

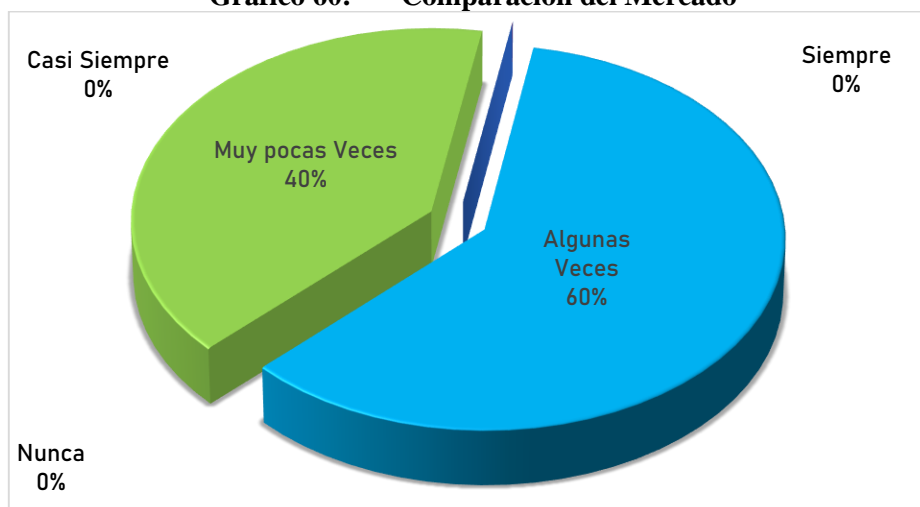


Gráfico N°60 Fuente Propia obtenida de la encuesta resumida en anexo 5

5.2 Contraste o Prueba de Hipótesis.

Para la comprobación de la teoría se utilizó Friedman (Fr), pero como este tipo de examen es aplicable a las investigaciones cuantitativas, en las que se eligen k organizaciones de n elementos con la esperanza de que los componentes de cada colectivo sean tan similares entre sí, y se intenta aplicar uno de los n "tratamientos" a todos los factores del grupo, para comprobar si las k organizaciones de n elementos tienen la misma distribución de datos.

La regla de decisión analítica establece que si el estadístico "Fr" descubierto es mayor que la coyuntura vital previamente fijada en la tabla de Chi-Cuadrado en función de los rangos de libertad, se invalida la hipótesis nula con un determinado nivel de significación.

La hipótesis nula (H_0) y alternativa (H_1), se formulan de la siguiente manera:

H_0 : Todos los grupos k , tienen la misma distribución de datos

H_1 : Todos los grupos k , no tienen la misma distribución de datos.

La hipótesis alternativa considerada es que las respuestas relacionadas con cada uno de los "tratamientos" tienen el mismo modelo probabilístico o poblaciones que tienen la misma mediana, lo que está relacionado con la teoría alternativa de que al menos una de las reacciones varía de las demás respuestas. Para utilizar este análisis, las respuestas deben estar presentes en los datos con al menos una escala ordinal.

5.2.1 Contraste de hipótesis del objetivo general

Determinar la relación existe entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport. Los resultados de las 4 dimensiones y variables relacionadas con el objetivo general se dan a continuación:

Tabla 61. Cuatro primeras dimensiones y variables del objetivo general

Dimensiones	5 Siempre	4 Casi s.	3 Algunas	2 Muy po.	1 Nunca	TOTAL
Recuperación	1	6	20	16	7	50
Permanencia	0	12	23	6	9	50
Personalización	7	12	20	6	5	50
Var. Eficacia	4	20	89	27	10	150

Al 95% de confianza probar que existe relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

Pasos para la prueba de hipótesis:

1° Formulación de las hipótesis a probar:

Nula (H_0): No existe relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

Alternativa (H_1): Si existe relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

2° Determinación el tipo de ensayo: Unilateral derecha.

3° Significación de la prueba: Para $\alpha = 0,05$;

Los grados de libertad $(k - 1) = 4 - 1 = 3$.

4° Definición el estadístico:

El estadístico a utilizar es el de Friedman que se define de la siguiente manera:

$$Fr = \frac{12}{k n (n+1)} \left[\sum R_j^2 \right] - 3 k (n+1)$$

5° Punto crítico de la prueba:

$\chi^2_{0,95} = 7,81$ (para tres grados de lib.)

6° Cálculo del estadístico de Friedman:

Tabla 62. Contraste de hipótesis para el objetivo general

Dimensiones:	5		4		3		2		1		TOTAL
	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	
Recup.	1	1	6	2	20	5	16	4	7	3	15
Perma.	0	1	12	4	23	5	6	2	9	3	15
Person.	7	3	12	4	20	5	6	2	5	1	15
Eficacia	4	1	20	3	89	5	27	4	10	2	15
Sumas		6		13		20		12		9	60
Sumas²		36		169		400		144		81	830

$$Fr = \frac{12}{4 \times 5 (5 + 1)} 830 - 3 \times 4 (5 + 1)$$

$$Fr = (12 / 120) 830 - 72 = 11,0$$

7° Decisión con los resultados de la prueba:

El punto crítico es ($\chi_{20,95} = 7,81$) y el resultado obtenido es mayor ($Fr = 11,0$) por ello se encuentra en la región de rechazo. Esto quiere decir que se rechaza la Hipótesis Nula (H_0); por consiguiente, se afirma, que, Si existe relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

5.2.2 Contraste de hipótesis del objetivo específico 1 Recuperación

Determinar la relación que existe entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport. Los resultados de los 4 indicadores y variables relacionadas con el objetivo específico 1 se dan a continuación:

Tabla 63. Cuatro primeros indicadores y variables del objetivo específico 1

Indicadores	5	4	3	2	1	TOTAL
	Siempre	Casi s.	Algunas	Muy po.	Nunca	
Endeudamiento	0	2	10	7	1	20
Oblig.Crediticia	1	2	6	2	4	15
Deuda Vencida	0	2	4	7	2	15
Var. Eficacia	4	20	89	27	10	150

Al 95% de confianza probar que existe relación entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.

Pasos para la prueba de hipótesis:

1° Formulación de las hipótesis a probar:

Nula (H_0): No existe relación entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.

Alternativa (H₁): Si existe relación entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

2° Determinación el tipo de ensayo: Unilateral derecha.

3° Significación de la prueba: Para $\alpha = 0,05$;

Los grados de libertad $(k - 1) = 4 - 1 = 3$.

4° Definición el estadístico:

El estadístico a utilizar es el de Friedman que se define de la siguiente manera:

$$Fr = \frac{12}{k n (n+1)} \left[\sum R_j^2 \right] - 3 k (n+1)$$

5° Punto crítico de la prueba:

$$\chi^2_{0,95} = 7,81 \text{ (para tres grados de lib.)}$$

6° Cálculo del estadístico de Friedman:

Tabla 64. Contraste de hipótesis para el objetivo específico 1

Dimensiones:	5		4		3		2		1		TOTAL
	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	
Recup.	0	1	2	3	10	5	7	4	1	2	15
Perma.	1	1	2	2,5	6	5	2	2,5	4	4	15
Person.	0	1	2	2,5	4	4	7	5	2	2,5	15
Eficacia	4	1	20	3	89	5	27	4	10	2	15
Sumas		4		11		19		15,5		10,5	60
Sumas²		16		121		361		240,25		110,25	848,5

$$Fr = \frac{12}{4 \times 5 (5 + 1)} 848,5 - 3 \times 4 (5 + 1)$$

$$Fr = (12 / 120) 848,5 - 72 = 12,85$$

7° Decisión con los resultados de la prueba:

El punto crítico es ($\chi_{20,95} = 7,81$) y el resultado obtenido es mayor ($Fr = 12,85$) por ello se encuentra en la región de rechazo. Esto quiere decir que se rechaza la Hipótesis Nula (H_0); por consiguiente, se afirma, que, si existe relación entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

5.2.3 Contraste de hipótesis del objetivo específico 2 Permanencia

Determinar la relación que existe entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport. Los resultados de los 4 indicadores y variables relacionadas con el objetivo específico 2 se dan a continuación:

Tabla 65. Cuatro primeros indicadores y variables del objetivo específico 2

Indicadores	5 Siempre	4 Casi s.	3 Algunas	2 Muy po.	1 Nunca	TOTAL
Solvencia	0	8	4	1	2	15
Ejecución	0	4	5	2	4	15
Cumplimiento	0	0	14	3	3	20
Var. Eficacia	4	20	89	27	10	150

Al 95% de confianza probar que existe relación entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.

Pasos para la prueba de hipótesis:

1° Formulación de las hipótesis a probar:

Nula (H₀): No existe relación entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.

Alternativa (H₁): Si existe relación entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

2° Determinación el tipo de ensayo: Unilateral derecha.

3° Significación de la prueba: Para $\alpha = 0,05$;

Los grados de libertad $(k - 1) = 4 - 1 = 3$.

4° Definición el estadístico:

El estadístico a utilizar es el de Friedman que se define de la siguiente manera:

$$Fr = \frac{12}{k n (n+1)} \left[\sum R_j^2 \right] - 3 k (n+1)$$

5° Punto crítico de la prueba:

$\chi^2_{0,95} = 7,81$ (para tres grados de lib.)

6° Cálculo del estadístico de Friedman:

Tabla 66. Contraste de hipótesis para el objetivo específico 2

Dimensiones:	5		4		3		2		1		TOTAL
	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	
Solvencia	0	1	8	5	4	4	1	2	2	3	15
Ejecución	0	1	4	3,5	5	5	2	2	4	3,5	15

Cumplimiento	0	1,5	0	1,5	14	5	3	3,5	3	3,5	15
Eficacia	4	1	20	3	89	5	27	4	10	2	15
Sumas		4,5		13		19		11,5		12	60
Sumas²		20,25		169		361		132,25		144	826,5

$$Fr = \frac{12}{4 \times 5(5 + 1)} 826,5 - 3 \times 4(5 + 1)$$

$$Fr = (12 / 120) 826,5 - 72 = 10,65$$

7° Decisión con los resultados de la prueba:

El punto crítico es ($\chi_{20,95} = 7,81$) y el resultado obtenido es mayor ($Fr = 10,65$) por ello se encuentra en la región de rechazo. Esto quiere decir que se rechaza la Hipótesis Nula (H_0); por consiguiente, se afirma, que, si existe relación entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

5.2.4 Contraste de hipótesis del objetivo específico 3 Personalización

Determinar la relación que existe entre la personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport. Los resultados de los 4 indicadores y variables relacionadas con el objetivo específico 3 se dan a continuación:

Tabla 67. Cuatro primeros indicadores y variables del objetivo específico3

Indicadores	5	4	3	2	1	TOTAL
	Siempre	Casi s.	Algunas	Muy po.	Nunca	
Responsabilidad	3	6	5	5	1	20
Obligación	0	4	10	1	0	15
Capacidad	4	2	5	0	4	15
Var. Eficacia	4	20	89	27	10	150

Al 95% de confianza probar que existe relación entre la personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.

Pasos para la prueba de hipótesis:

1° Formulación de las hipótesis a probar:

Nula (H₀): No existe relación entre la personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.

Alternativa (H₁): Si existe relación entre la personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

2° Determinación el tipo de ensayo: Unilateral derecha.

3° Significación de la prueba: Para $\alpha = 0,05$;

Los grados de libertad $(k - 1) = 4 - 1 = 3$.

4° Definición el estadístico:

El estadístico a utilizar es el de Friedman que se define de la siguiente manera:

$$Fr = \frac{12}{k n (n + 1)} \left[\sum R_j^2 \right] - 3 k (n + 1)$$

5° Punto crítico de la prueba:

$$\chi^2_{0,95} = 7,81 \text{ (para tres grados de lib.)}$$

6° Cálculo del estadístico de Friedman:

Tabla 68. Contraste de hipótesis para el objetivo específico 3

Dimensiones:	5		4		3		2		1		TOTAL
	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	Res	Ord	
Responsabilidad	3	2	6	5	5	3,5	5	3,5	1	1	15
Obligación	0	1,5	4	4	10	5	1	3	0	1,5	15
Capacidad	4	3,5	2	2	5	5	0	1	4	3,5	15
Eficacia	4	1	20	3	89	5	27	4	10	2	15
Sumas		8		14		18,5		11,5		8	60
Sumas²		64		196		342,25		132,25		64	798,5

$$Fr = \frac{12}{4 \times 5(5 + 1)} 798,5 - 3 \times 4(5 + 1)$$

$$Fr = (12 / 120) 798,5 - 72 = 7,85$$

7° Decisión con los resultados de la prueba:

El punto crítico es ($\chi^2_{20,95} = 7,81$) y el resultado obtenido es mayor ($Fr = 7,85$) por ello se encuentra en la región de rechazo. Esto quiere decir que se rechaza la Hipótesis Nula (H_0); por consiguiente, se afirma, que, si existe relación entre la personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

5.3 Análisis y discusión de resultados

Después de revisar los antecedentes locales considerados en la investigación, se observa que nuestra empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021, dedicada a brindar los servicios de: carga aérea y marítima, agenciamiento de aduanas, carga peligrosa, almacenamiento, carga de proyectos, transporte local y nacional,

y seguros. La investigación se centra en tesorería, al no tener una política de cobranzas, afectando el cumplimiento a los proveedores, afectando los resultados esperados, teniendo que recurrir al sistema financiero, se detectó en la empresa lo siguiente:

- I. En cuanto a la dimensión recuperación de la variable independientes Sistemas de Cobranzas, se observa que la interrogante ¿Propone a la gerencia medidas conducentes a minimizar los niveles de endeudamiento? el 100% de los encuestados respondieron “algunas veces” proponen medidas que minimicen el endeudamiento.
- II. Por otro lado, la dimensión permanencia de la variable independientes Sistemas de Cobranzas, se observa que dos interrogantes son las que sobresalen entre las otras interrogantes de la misma dimensión, la primera ¿Considera que las acciones a desarrollar es el resultado de las evaluaciones sobre el comportamiento de los clientes? El 100% respondieron “casi siempre” y la segunda interrogante que ¿Propone, como consecuencia de la evaluación los resultados alcanzados las políticas que permitan retener a los clientes cumplidores? el 100% de los mismos encuestados respondieron “algunas veces” proponen políticas para retener a los clientes.
- III. Para terminar con la variable independiente, la tercera dimensión personalización, sobresale la interrogante ¿Evalúa los actos desarrollados por los clientes en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones? el 100% de los encuestados respondieron “algunas veces” evalúan el cumplimiento de las obligaciones de los clientes.
- IV. Distintamente ocurre con la variable dependiente Eficacia, en donde destacan ocho interrogantes en donde el 100% de los encuestados respondieron “algunas veces” para conocer las estrategias en el logro de resultado, para evaluar las estrategias de la empresa, para conocer los niveles de competitividad, para obtener el resultado del

programa de clientes, para determinar la identidad de clientes, para mejorar la identidad de la empresa, para conocer la adecuada comunicación con las autoridades y para la evaluar la presencia de la empresa en el mercado; todas ellas fueron igualmente.

CONCLUSIONES

Para obtener las conclusiones sobre el sistema de cobranzas y la eficacia de la gestión, se analizará el contraste o prueba de hipótesis, en la que se concluye:

- I. Con relación al objetivo general que dice “Determinar la relación existe entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport”, con una calificación de 11,0, muy superior al mínimo propuesto por Friedman de 7,81. Por lo que se rechaza la Hipótesis Nula (H_0); para afirmar que, si existe relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.
- II. Respecto al objetivo específico 1 que dice “Determinar la relación que existe entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport”, con una calificación de 12,85 muy superior al mínimo propuesto por Friedman de 7,81. Por lo que se rechaza la Hipótesis Nula (H_0); para afirmar que, si existe relación entre la recuperación y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.
- III. Analizando el objetivo específico 2 que dice “Determinar la relación que existe entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport”, con una calificación de 10,85 muy superior al mínimo propuesto por Friedman de 7,81. Por lo que se rechaza la Hipótesis Nula (H_0); para afirmar que, si existe relación entre la permanencia y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.
- IV. Finalmente, con relación al objetivo específico 3 que dice “Determinar la relación que existe entre la personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport”, con una calificación de 7,85 ligeramente superior al mínimo propuesto por Friedman de 7,81. Por lo que se rechaza la Hipótesis Nula (H_0); para afirmar que, si existe relación entre la

personalización y la eficacia de gestión, en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021.

- V. Si se comparan las calificaciones efectuadas por Friedman, en casi todas se confirman con una calificación elevada, excepto con la prueba específica 3 que es solo ligeramente superior; es decir, no es tan determinantes como las otras. Esto se debe a que existen dos preguntas de la dimensión personalización con respuestas muy diferentes a todas las demás, la pregunta 23 que dice “¿Tiene conocimiento sobre la existencia de medios de comunicación para interactuar con los clientes?”, el 60% de los encuestados respondieron “siempre”, y en la pregunta 28 “¿Participa en la evaluación de resultados con respecto a la presencia en el mercado?”, el 80% de los encuestados respondieron “siempre”. Mientras que, en la mayoría de las otras interrogantes, las respuestas se orientaron a: casi siempre o algunas veces.

RECOMENDACIONES

El método científico de la investigación, de tipo aplicado, de nivel correlacional y de diseño causal no experimental con corte transversal; la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco 2021. requiere de las siguientes recomendaciones:

- I. Actualmente las empresas están usando nuevas técnicas y herramientas de análisis en distintos ámbitos, con el propósito de reducir los riesgos de cobranzas a los clientes. Ante ello se recomienda identificar las acciones más efectivas de cobranzas para enfocar los esfuerzos hacia donde puede haber una mayor recuperación. La implementación de políticas de cobranza en las empresas, ha permitido que estas tengan un buen control al momento de cobrar las deudas vencidas y así recuperar la liquidez en las empresas.
- II. Algunas empresas se basan en la deuda, ya que es la unidad operativa que conduce a las ganancias económicas; cuanto más empresa de crédito hay, más dinero se registra, lo que conlleva el mismo riesgo de pérdidas en caso de una administración inadecuada de los cobros. Para reducir las pérdidas, se aconseja utilizar tecnología y tácticas adecuadas para desarrollar normas y procesos de control interno para el sector de crédito y cobranza. Las grandes empresas de América Latina cuentan ahora con una sólida gestión de cobros, aunque todavía falta una buena evaluación del crédito en las micro y pequeñas empresas. Esta se debe principalmente a que los miembros del personal de estas empresas no se dedican al trabajo del equipo y comienzan a generar oposición a los cambios.
- III. La preocupación por la recopilación de datos de las empresas peruanas en el negocio reconoce que muchas organizaciones utilizan las ventas a crédito para lograr avances económicos; sin embargo, una gran parte de ellas adquiere problemas como resultado sólo de esta capacidad de venta. Al respecto se recomienda la implementación de nuevas

estrategias para mejorar el sistema de cobranza, la que debe consistir en la transformación de los cobradores antiguos en asesores de servicios, debido a que, en un mercado competitivo, no solo basta con recibir la cartera de los clientes morosos y cumplir ciertas metas en su pronto pago, sino también se debe cuidar la calidad enfocada al servicio del cliente, evitando dañar tanto al cliente como a la empresa.

IV. La Empresa Mac Transport, ubicada en Calle Monte Rosa 240, Of. 401 Chacarilla, Surco, tiene 10 años de experiencia y los servicios que brinda son: carga aérea y marítima, agenciamiento de aduanas, carga peligrosa, almacenamiento, carga de proyectos, transporte local y nacional, y seguros. La investigación está centrada en el área de Tesorería, donde se presentan diversas dificultades como, por ejemplo, nuestra línea de crédito que se otorga a las empresas, es de 30 días y la mayoría de estas no vienen cumpliendo según lo acordado con el área comercial, cuando se tiene que pagar a proveedores, y no se cuenta con liquidez, debido que la empresa depende de los ingresos de los clientes para poder solventar los pagos. En estos casos se recomienda recurrir a líneas de crédito dadas por los bancos y crear soluciones flexibles e innovadoras lo que les permite aumentar su portafolio de servicios y operaciones a nivel mundial, con la convicción de facilitar las operaciones en el proceso de comercio exterior.

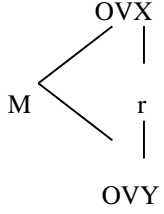
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- Aguilar, V. (2013). Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista corporación petrolera S.A.C. - año 2012. (Tesis para obtener el título profesional de Contador Público). Universidad San Martín de Porres, LIMA – PERÚ.
- Brachfield (2013) Análisis del moroso profesional, España, Editorial Profit.
- Brachfield Montaña, Pere (2015) Editorial Profit “Vender a Crédito y Cobrar sin Impagados”
- Drucker, Peter (2012). Gerencia para el futuro. Bogotá. Grupo editorial Norma
- Dumrauf Guillermo L. (2012). Finanzas corporativas. Un enfoque latinoamericano. Madrid.
- Gitman J. (2013). Administración Financiera moderna. México: Editorial Harper & Row Latinoamericana.
- Hidalgo, C. (2013). Rediseño en el proceso de cobranzas para un mejor manejo de la liquidez de la empresa Distribuidora Pintel S.A.C (Tesis de maestría). Universidad privada del norte, Perú.
- Michael Porter Ser competitivo, (2017) Perseus distribution.
- Michael Porter (2010) Creación y sostenibilidad Edición Pirámide
- Johnny Pacheco Contreras (2012), “Gestión de Cobranzas con Excel”, Empresa editora Macro.
- José y Arturo Morales Castro (2014), Crédito y Cobranzas, Grupo Editorial Patria, México DF
- José Miguel Bolívar (2015) Productividad Personal: Aprende a Liberarte Del Estrs Con Gtd.
- Mario Cantalapiedra Arenas (2005), “Manual de Gestión Financiera Para Pymes
- Salvador Bañuelos Rizo (2014) Políticas de créditos y cobranzas, México.

- Pere J. Brachfield Montaña (2012), “Instrumentos para gestionar y cobrar impagados” Editorial Profit.
- Pere J. Brachfield (2010), “Cobro de Impagados y Negociación con Deudores: Cómo Cobrar los Impagados sin confrontaciones con los deudores”, Editorial Profit.
- Philip Kotler (2011) Innovar para ganar, empresa activa
- Porter, Michael (2012). Estrategia competitiva. México. Ediciones CECSA.
- Porter, Michael (2012). Ventaja competitiva. México. Ediciones Continental.
- Rojas, Jaimes y Valencia Revista científica Espacios ISSN 0798 1015 (2018), efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo.

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>Problema general: ¿Qué relación existe entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, ¿2021?</p> <p>Problemas específicos: ¿Qué relación existe entre la recuperación y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021? ¿Qué relación existe entre la permanencia y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021? ¿Qué relación existe entre la personalización y la eficacia de gestión empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021</p>	<p>Objetivo general: -Determinar la relación que existe entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la recuperación y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021. Determinar la relación que existe entre la permanencia y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021. Determinar la relación que existe entre la personalización y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.</p>	<p>Hipótesis General: Existe relación entre el sistema de cobranzas y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.</p> <p>Hipótesis específicas: Existe relación entre la recuperación y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021. Existe relación entre la permanencia y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021. Existe relación la personalización y la eficacia de gestión, empresa Mac Transport Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021.</p>	<p>Variable X: Sistema de cobranzas</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recuperación - Permanencia - Personalización. <p>Variable Y: La eficacia de gestión</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Resultados -Medidas -Desempeño 	<p>Método: Método Científico Tipo: Aplicada Nivel: Correlacional Diseño: Correlacional causal, no experimental y de corte transversal</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph TD M --- OVX M --- OVY OVX --- r r --- OVY </pre> </div> <p>Dónde: M= Muestra OVX= Variable Independiente OVY= Variable Dependiente R= Relación entre variables.</p>

Anexo 2: Matriz de la Operacionalización de Variables

DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	ESCALA DE MEDICIÓN	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>X: Sistema de cobranzas</p> <p>Sancho, 2018, p. 25, “La gestión de cobranzas consiste en el desarrollo de diversas actividades que realiza la empresa para administrar de manera óptima los cobros de clientes con el fin de evitar el riesgo de tener una cartera morosa. Para mejorar la gestión de los cobros y las relaciones financiera con los clientes de una empresa, será imprescindible que haya una perfecta armonía entre los departamentos comercial y financiero”.</p> <p>Tapia, 018, p. 77, “La gestión de cobranzas es parte de la administración financiera del capital del trabajo, mediante la conducción de las cuentas se logra reducir el riesgo de una crisis de liquidez y de ventas.” (Tapia, 2018, p. 77).</p>	<p>El presente trabajo de investigación se está centrando en el área de Tesorería, donde se presentan diversas dificultades, la mayor problemática se da al tener que cumplir con proveedores, la recuperación de los créditos otorgados es lenta, generando ante proveedores una personalidad inadecuada, situación que si no se enfrenta, la permanencia de la empresa en el mercado está debilitándose.</p> <p>La variable X, Sistema de cobranzas, se operacionaliza con la elaboración de un instrumento que se divide en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recuperación, • Permanencia, • Personalización 	<p align="center">Ordinal</p>	<p align="center">Encuestas y Análisis Documental</p>
<p>Y: Eficacia de gestión</p>		<p align="center">Ordinal</p>	<p align="center">Encuestas y</p>

<p>RAE, 2017, “Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera”. “Capacidad de una organización para lograr los objetivos, incluyendo la eficiencia y factores del entorno”, además:</p> <p>“Énfasis en los resultados, hacer las cosas correctamente, alcanzar objetivos, optimizar la utilización de los recursos, propiciar eficacia en los subordinados”.</p>	<p>La empresa Mac Transport, en sus 10 años de operación, ha demostrado cumplimiento con sus clientes y especialmente con sus proveedores que incluso para cumplir con estos últimos han tenido de recurrir al sistema de crédito dado por el sistema financiero, buscando siempre de demostrar una actitud de buscar permanentemente ser eficaz con sus clientes externo y sus clientes internos, pero considera que esta situación se puede revertir analizando los motivos que generan esta situación y que por intermedio de este trabajo de investigación se obtendrá las posibles propuestas para cambiar esta realidad y permitir seguir mejorando la eficacia empresarial moderna y así ampliar su círculo de acción y ubicarlo dentro el nivel internacional que es una nivel mucho más competitivo..</p> <p>La variable Y: Eficacia de gestión en la empresa, se operacionaliza con la elaboración de un instrumento que se divide en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resultados, - Medidas, - Desempeño 		<p>Análisis documental</p>
--	---	--	-----------------------------------

Anexo 3: Matriz de Operacionalización del instrumento

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	INSTRUMENTOS	ESCALA
Recuperación	Endeudamiento	¿Participa en el desarrollo de políticas para mejorar niveles de endeudamiento?	Encuesta	Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)
		¿Desarrolla acciones conducentes a mejorar los niveles de endeudamiento?	Encuesta	
		¿Propone a la gerencia medidas conducentes a minimizar los niveles de endeudamiento?		
		¿Comunica a la gerencia sobre clientes que están incumpliendo los compromisos?		
	Obligación Crediticia	¿Comunica al responsable sobre la situación de clientes que están incumpliendo sus obligaciones?	Encuesta	
		¿Planifica las estrategias de la empresa que permita el cumplimiento de las obligaciones contraídas?	Encuesta	
		¿Conoce y participa en la determinación de las políticas crediticias de la empresa?		
	Deuda Vencida	¿Comunica a la empresa la situación de los créditos vencidos?	Encuesta	
		¿Tiene conocimiento de los criterios que se aplican en la empresa sobre deudas vencidas?		
¿Participa en la determinación de políticas para mejorar los niveles de deudas vencidas?				
Permanencia	Solvencia	¿Tiene conocimiento sobre las acciones a desarrollar respecto a la permanencia de clientes?	Encuesta	
		¿Considera que las acciones a desarrollar es el resultado de las evaluaciones sobre el comportamiento de los clientes?	Encuesta	
		¿Conoce las características de todo cliente potencial?		
	Ejecución	¿Considera que las estrategias a aplicar forman parte de todo el proceso de la permanencia de los clientes cumplidos?	Encuesta	
		¿Participa en la mejora de las políticas sobre permanencia de clientes con buen nivel de cumplimiento?		
		¿Evalúa las acciones a desarrollar en el proceso permanencia con la empresa en cuanto sus obligaciones?		
	Cumplimiento	¿Forma parte de la identificación de los criterios a aplicar en las obligaciones de los clientes?		
		¿Participa en la elaboración de criterios que orienten una mejor actuación con los clientes cumplidores?		
		¿Propone acciones conducentes a mejorar las relaciones con clientes cumplidores?	Encuesta	
¿Propone, como consecuencia de la evaluación los resultados alcanzados las políticas que permitan retener a los clientes cumplidores?		Encuesta		
Personalización	Responsabilidad	¿Participa en la definición de las políticas orientadas a individualizar a los diferentes niveles de clientes?	Encuesta	

		¿Considera que las acciones que se aplican son las que realmente requiere la empresa?	Encuesta	
		¿Tiene conocimiento sobre la existencia de políticas que diferencien los niveles de responsabilidad de los clientes?		
		¿Participa en la evaluación de los resultados con respecto a la aplicación de las políticas de la empresa?		
	Obligación	¿Evalúa los actos desarrollados por los clientes en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones?	Encuesta	
		¿Propone algún programa que ayude con el cumplimiento de los clientes en cuanto a sus obligaciones?	Encuesta	
		¿Tiene conocimiento sobre si se aplica una política de mejoramiento constante en la empresa orientado a los clientes?		
	Capacidad	¿Considera que la información para la toma de decisiones es una de las estrategias para el mejor tratamiento a los clientes?	Encuesta	
		¿Participa en el desarrollo de la información que permite incrementar los niveles de clientes?	Encuesta	
		¿Evalúa las operaciones desarrolladas para la satisfacción de los clientes?	Encuesta	
Resultados	Logros	¿Participa en el monitoreo sobre la evaluación de resultados en cuanto al sistema de cobranzas?	Encuesta	
		¿Participa en el proceso de mejoramiento de los resultados a alcanzar?	Encuesta	
		¿Conoce las estrategias a aplicar en el logro de los resultados empresariales?		
		¿Participa en la evaluación de las estrategias de la empresa?		
	Efectos	¿Participa en la elaboración y procesamiento de datos para conocer los resultados y evaluación constantes de los mismos?	Encuesta	
		¿Evalúa las acciones logradas, a fin de comparar con las propuestas?	Encuesta	
		¿Diseña la batería de preguntas orientadas a determinar establecer los logros en cuanto lo establecido?		
	Actuación	¿Conoce las políticas de la empresa orientadas a la identificación de los clientes cumplidores con sus obligaciones?	Encuesta	
		¿Participa en las acciones orientadas a mejorar los niveles de competitividad?	Encuesta	
		¿Conoce sobre los niveles de competitividad establecida por la empresa para mejorar los niveles de fidelización?		
		Calidad	¿Conoce las acciones a aplicar que permitan que los clientes perciban que son tratados como parte de la empresa?	Encuesta

Medidas		¿Participa en los programas orientados al cumplimiento de los compromisos?	Encuesta	
		¿Tiene conocimientos sobre los resultados del programa a los clientes?	Encuesta	
	Aceptación		¿Conoce los criterios que aplica la empresa a fin de determinar la identidad de los clientes con la empresa?	Encuesta
			¿Participa en la determinación de los criterios a aplicar en la identificación de los clientes para con la empresa?	
			¿Comunica a los clientes los criterios a emplear en el proceso de calidad?	
			¿Evalúa los resultados alcanzados en la aplicación de los criterios sobre la aplicación de la calidad para con los clientes?	
	Difusión		¿Propone las acciones orientadas a mejorar la identidad de la empresa con respecto a sus clientes?	Encuesta
			¿Participa de algún programa orientada a la captación y retención de clientes?	Encuesta
			¿Propone acciones para cumplir con lo ofrecido?	
	Planes		¿Propone las acciones recomendables que se ajusten al accionar de la empresa?	Encuesta
			¿Participa en la evaluación de resultados alcanzados de acuerdo a los objetivos?	
			¿Tiene conocimiento sobre la existencia de medios de comunicación para interactuar con los clientes?	
			¿Lo toman en cuenta para la elaboración de instrumentos que permita aplicar los criterios de calidad e identidad de los clientes?	
	Ejecución		¿Tiene autoridad para tomar decisiones en lo que le compete?	
			¿Existe adecuada comunicación con las autoridades inmediatamente superiores para la toma de decisiones?	
		Considera que para la toma de decisiones, lo hacen participar en los mismos?		
Desempeño	Comportamiento	¿Participa en la evaluación de resultados con respecto a la presencia en el mercado?		
		¿Las sugerencias que Ud. presenta es tomada en cuenta?		
		¿Permite que Ud. pueda realizar evaluaciones en el mercado en comparación con empresas dentro del mercado?		

Anexo 4: Instrumento de investigación - Encuesta

Para evaluar las variables, marcar con una “x” en el casillero correspondiente según a la siguiente escala:

SIEMPRE 5	CASI SIEMPRE 4	ALGUNAS VECES 3	MUY POCAS VECES 2	NUNCA 1
------------------	-----------------------	------------------------	--------------------------	----------------

Variable Independiente: SISTEMA DE COBRANZAS										
Dimensión 1: RECUPERACION					5	4	3	2	1	
Indicador 1: ENDEUDAMIENTO										
1	¿Participa en el desarrollo de políticas para mejorar niveles de endeudamiento?									
2	¿Desarrolla acciones conducentes a mejorar los niveles de endeudamiento?									
3	¿Propone a la gerencia medidas conducentes a minimizar los niveles de endeudamiento?									
4	¿Comunica a la gerencia sobre clientes que están incumpliendo los compromisos?									
Indicador 2: OBLIGACION CREDITICIA										
5	¿Comunica al responsable sobre la situación de clientes que están incumpliendo sus obligaciones?									
6	¿Planifica las estrategias de la empresa que permita el cumplimiento de las obligaciones contraídas?									
7	¿Conoce y participa en la determinación de las políticas crediticias de la empresa?									
Indicador 3: DEUDA VENCIDA										
8	¿Comunica a la empresa la situación de los créditos vencidos?									
9	¿Tiene conocimiento de los criterios que se aplican en la empresa sobre deudas vencidas?									
10	¿Participa en la determinación de políticas para mejorar los niveles de deudas vencidas?									
Dimensión 2: PERMANENCIA										
Indicador 4: SOLVENCIA										
11	¿Tiene conocimiento sobre las acciones a desarrollar respecto a la permanencia de clientes?									
12	¿Considera que las acciones a desarrollar es el resultado de las evaluaciones sobre el comportamiento de los clientes?									
13	¿Conoce las características de todo cliente potencial?									
Indicador 5: EJECUCION										
14	¿Considera que las estrategias a aplicar forman parte de todo el proceso de la permanencia de los clientes cumplidos?									

15	¿Participa en la mejora de las políticas sobre permanencia de clientes con buen nivel de cumplimiento?					
16	¿Evalúa las acciones a desarrollar en el proceso permanencia con la empresa en cuanto sus obligaciones?					
Indicador 6: CUMPLIMIENTO						
17	¿Forma parte de la identificación de los criterios a aplicar en las obligaciones de los clientes?					
18	¿Participa en la elaboración de criterios que orienten una mejor actuación con los clientes cumplidores?					
19	¿Propone acciones conducentes a mejorar las relaciones con clientes cumplidores?					
20	¿Propone, como consecuencia de la evaluación los resultados alcanzados las políticas que permitan retener a los clientes cumplidores?					
Dimensión 3: PERSONALIZACION						
Indicador 7: RESPONSABILIDAD						
21	¿Participa en la definición de las políticas orientadas a individualizar a los diferentes niveles de clientes?					
22	¿Considera que las acciones que se aplican son las que realmente requiere la empresa?					
23	¿Tiene conocimiento sobre la existencia de políticas que diferencien los niveles de responsabilidad de los clientes?					
24	¿Participa en la evaluación de los resultados con respecto a la aplicación de las políticas de la empresa?					
Indicador 8: OBLIGACION						
25	¿Evalúa los actos desarrollados por los clientes en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones?					
26	¿Propone algún programa que ayude con el cumplimiento de los clientes en cuanto a sus obligaciones?					
27	¿Tiene conocimiento sobre si se aplica una política de mejoramiento constante en la empresa orientado a los clientes?					
Indicador 9: CAPACIDAD						
28	¿Considera que la información para la toma de decisiones es una de las estrategias para el mejor tratamiento a los clientes?					
29	¿Participa en el desarrollo de la información que permite incrementar los niveles de clientes?					
30	¿Evalúa las operaciones desarrolladas para la satisfacción de los clientes?					

Variable Dependiente: EFICACIA DE GESTION
Dimensión 1: RESULTADO

5	4	3	2	1
---	---	---	---	---

Indicador 1: LOGROS						
31	¿Participa en el monitoreo sobre la evaluación de resultados en cuanto al sistema de cobranzas?					
32	¿Participa en el proceso de mejoramiento de los resultados a alcanzar?					
33	¿Conoce las estrategias a aplicar en el logro de los resultados empresariales?					
34	¿Participa en la evaluación de las estrategias de la empresa?					
Indicador 2: EFECTOS						
35	¿Participa en la elaboración y procesamiento de datos para conocer los resultados y evaluación constantes de los mismos?					
36	¿Evalúa las acciones logradas, a fin de comparar con las propuestas?					
37	¿Diseña la batería de preguntas orientadas a determinar establecer los logros en cuanto lo establecido?					
Indicador 3: ACTUACION						
38	¿Conoce las políticas de la empresa orientadas a la identificación de los clientes cumplidores con sus obligaciones?					
39	¿Participa en las acciones orientadas a mejorar los niveles de competitividad?					
40	¿Conoce sobre los niveles de competitividad establecida por la empresa para mejorar los niveles de fidelización?					
Dimensión 2: MEDIDAS						
Indicador 4: CALIDAD						
41	¿Conoce las acciones a aplicar que permitan que los clientes perciban que son tratados como parte de la empresa?					
42	¿Participa en los programas orientados al cumplimiento de los compromisos?					
43	¿Tiene conocimientos sobre los resultados del programa a los clientes?					
Indicador 5: ACEPTACION						
44	¿Conoce los criterios que aplica la empresa a fin de determinar la identidad de los clientes con la empresa?					
45	¿Participa en la determinación de los criterios a aplicar en la identificación de los clientes para con la empresa?					
46	¿Comunica a los clientes los criterios a emplear en el proceso de calidad?					
47	¿Evalúa los resultados alcanzados en la aplicación de los criterios sobre la aplicación de la calidad para con los clientes?					
Indicador 6: DIFUSION						
48	¿Propone las acciones orientadas a mejorar la identidad de la empresa con respecto a sus clientes?					

48	¿Participa de algún programa orientada a la captación y retención de clientes?					
50	¿Propone acciones para cumplir con lo ofrecido?					
Dimensión 3: DESEMPEÑO						
Indicador 7: PLANES						
51	¿Propone las acciones recomendables que se ajusten al accionar de la empresa?					
52	¿Participa en la evaluación de resultados alcanzados de acuerdo a los objetivos?					
53	¿Tiene conocimiento sobre la existencia de medios de comunicación para interactuar con los clientes?					
54	¿Lo toman en cuenta para la elaboración de instrumentos que permita aplicar los criterios de calidad e identidad de los clientes?					
Indicador 8: EJECUCION						
55	¿Tiene autoridad para tomar decisiones en lo que le compete?					
56	¿Existe adecuada comunicación con las autoridades inmediatamente superiores para la toma de decisiones?					
57	¿Considera que, para la toma de decisiones, lo hacen participar en los mismos?					
Indicador 9: COMPORTAMIENTO						
58	¿Participa en la evaluación de resultados con respecto a la presencia en el mercado?					
59	¿Las sugerencias que usted presenta es tomada en cuenta?					
60	¿Permite que usted pueda realizar evaluaciones en el mercado en comparación con empresas dentro del mercado?					

Tabulación de Datos

Tabulación de datos de la variable Sistema de Cobranza

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	3	2	3	3	3	3	1	2	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	2		2	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4
2	4	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	5	3	3	
3	2	2	3	1	4	3	2	1	2	2	1	4	4	4	1	1	1	2	3	3	2	5	4	1	3	3	4	5	1	1	
4	2	2	3	2	1	2	1	1	2	2	1	4	4	4	1	1	1	1	3	3	2	5	4	3	3	2	4	5	1	1	
5	3	2	3	4	4	3	1	4	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4

Tabulación de Datos

Tabulación de datos de la variable Eficacia de gestión

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	2	
2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	1	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	3	5	3	4	3
3	2	2	3	3	3	1	1	3	2	3	3	2	3	3	2	1	1	3	2	3	2	3	4	2	4	3	5	3	4	3	
4	2	2	3	3	3	1	1	3	2	3	3	2	3	3	2	1	1	3	2	1	2	2	4	2	3	3	5	3	3	3	
5	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2

Reporte de Cobranzas con problemas

Window Mails Ayuda Utilitarios

TE CONECTAMOS CON EL MUNDO

Filtrar Documentos											
Servicio	Tipo de Documento	Nro Documento	Año	Mes	Buscar por:	Filtrar	<input checked="" type="checkbox"/> Con Credito	<input type="radio"/> Todos	<input type="radio"/> Cobrado	<input checked="" type="radio"/> x Cobrar	
0-TODOS					1-ORDEN			Buscar	XLS	Cobrar	
	X	Codigo	Documento	Nro Documento	Referencia	Cliente	Credito	Emission	Eta	Vencimiento	Dias
1	<input type="checkbox"/>	2268	FACTURA	FF01-00001350	AIR-190181	APTEIN SAC	7	11/12/2019		18/12/2019	936
2	<input type="checkbox"/>	2258	FACTURA	FF01-00001343	SEA-190401	MASEF IMPORT S.A.C.	30	10/12/2019	09/12/2019	08/01/2020	915
3	<input type="checkbox"/>	2303	FACTURA	FF01-00001367	SEA-190405	MASEF IMPORT S.A.C.	30	16/12/2019	16/12/2019	15/01/2020	908
4	<input type="checkbox"/>	2328	FACTURA	FF01-00001385	AIR-190185	MASEF IMPORT S.A.C.	30	18/12/2019		17/01/2020	906
5	<input type="checkbox"/>	3387	FACTURA	FF01-00001422	SEA-190424	MASEF IMPORT S.A.C.	30	06/01/2020	30/12/2019	29/01/2020	894
6	<input type="checkbox"/>	3547	FACTURA	FF01-00001501	SEA-200005	MASEF IMPORT S.A.C.	30	22/01/2020	13/01/2020	12/02/2020	880
7	<input type="checkbox"/>	287	LIQUIDACION DE COBI	SLI190103	SLI190103	MASEF IMPORT S.A.C.	30	17/08/2020		16/09/2020	663
8	<input type="checkbox"/>	288	LIQUIDACION DE COBI	SLI190104	SLI190104	MASEF IMPORT S.A.C.	30	17/08/2020		16/09/2020	663
9	<input type="checkbox"/>	1373	LIQUIDACION DE COBRANZA	SLI190124	SLI190124	MASEF IMPORT S.A.C.	30	10/12/2020		09/01/2021	548
10	<input type="checkbox"/>	1402	LIQUIDACION DE COBI	SLI200001	SLI200001	MASEF IMPORT S.A.C.	30	10/12/2020		09/01/2021	548
11	<input type="checkbox"/>	1485	LIQUIDACION DE COBI	SLI200024	SLI200024	COOPERATIVA AGRARIA INDUSTRIAL NA		12/01/2021		12/01/2021	545
12	<input type="checkbox"/>	1492	LIQUIDACION DE COBI	ADU200069	ADU200069	DE COMPRAS PRODUCTOS Y SERVICIOS		13/01/2021		13/01/2021	544
13	<input type="checkbox"/>	1493	LIQUIDACION DE COBI	ADU200070	ADU200070	DE COMPRAS PRODUCTOS Y SERVICIOS		13/01/2021		13/01/2021	544

Cobranzas canceladas

Año Mes									
2021						Compras Ventas		Buscar XLS	
	Entidad	RUC	Usuario	Forma Pago	Banco	NroOpe	Fecha	Mon	Importe
118	COMERC. E IND DENT TARRILLO BARBA S.A.C	20100262291	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		01/03/2021 12:00:00 a.n	USD	3,303.70
119	A. TARRILLO BARBA S.A.	20100024862	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		01/03/2021 12:00:00 a.n	USD	642.50
120	ELITE CARGO		Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		01/03/2021 12:00:00 a.n	USD	41.30
121	ELECTRO FERRO CENTRO S.A.C.	20503141389	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		01/03/2021 12:00:00 a.n	USD	212.40
122	ARQUIA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	20510982348	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		01/03/2021 12:00:00 a.n	USD	34.34
123	COMERCIAL DE HERRAMIENTAS S.A.P.I DE C.V.		Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		02/03/2021 12:00:00 a.n	USD	3,715.83
124	COMERCIAL DE HERRAMIENTAS S.A.P.I DE C.V.		Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		03/03/2021 12:00:00 a.n	USD	8,660.00
125	MARCA MUNDIAL S.A.C	20606270837	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		04/03/2021 12:00:00 a.n	USD	619.50
126	H & M SUPPLY SOLUTIONS S.A.C.	20566128315	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	USD	378.10
127	EMPRESA DE GENERACION HUANZA S.A.	20502432657	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	USD	820.10
128	EMPRESA DE GENERACION HUANZA S.A.	20502432657	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	PEN	1,214.43
129	SOCIEDAD MINERA EL BROCAL S.A.A.	20100017572	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	PEN	42.95
130	SOCIEDAD MINERA EL BROCAL S.A.A.	20100017572	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	USD	59.00
131	SACO SHIPPING S.A.C.	20517966089	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	USD	141.60
132	TECNIFLOW S.A.C.	20154639293	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	USD	1,227.48
133	CIA DE MINAS BUENAVENTURA S.A.A.	20100079501	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	USD	1,008.90
134	LA LLAVE S.A.	20503382742	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		05/03/2021 12:00:00 a.n	PEN	1,392.40
135	GRUPO MONTERO ENERGIA S.A.C.	20601481945	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco BBVA Continei		08/03/2021 12:00:00 a.n	USD	1,288.85
136	GRUPO SHANOC S.A.	20505858086	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		08/03/2021 12:00:00 a.n	USD	157.14
137	LA LLAVE S.A.	20503382742	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco de Credito del		08/03/2021 12:00:00 a.n	PEN	1,392.40
138	MEASURING ENGINEER GROUP PERU SOCIEDAD ANO	20505920067	Alisson Aparcana Hernandez	TRANSFERENCIA	Banco BBVA Continei		09/03/2021 12:00:00 a.n	USD	1,292.37

Saldo por Devolver a los Clientes

DROCERSA S.A.										
FECHA DE EMISION	FECHA DE RECEPCION	FECHA DE VENCIMIENTO	DOC	NUMERO	REFERENCIA			USD	SOLES	OBSERVACIÓN
28/02/2018	28/02/2018		LIQUIDACIÓN	2018/000052	AD180052			-39.38		
SALDO POR DEVOLVER AL CLIENTE								-39.38	-	
GRUPO DUO TEXTIL										
FECHA DE EMISION	FECHA DE RECEPCION	FECHA DE VENCIMIENTO	DOC	NUMERO	REFERENCIA			USD	SOLES	OBSERVACIÓN
11/04/2018	15/05/2018		LIQUIDACIÓN	DIF DERECHOS	AD170357				13.00	Liquidación por Diferencia Derechos
31/05/2018	7/06/2018		LIQUIDACIÓN	001-8355	AD180186				-387.90	Se aplica \$.0.64 = S/. 2.10 favor de Mac.
SALDO POR DEVOLVER AL CLIENTE								-	-374.90	
JORGE NICANOR VIGO ZAMORA										
FECHA DE EMISION	FECHA DE RECEPCION	FECHA DE VENCIMIENTO	DOC	NUMERO	REFERENCIA			USD	SOLES	OBSERVACIÓN
28/09/2018	4/10/2018		Liquidación	2018/000506	2018/000506			2.64	-2.29	Jorge
SALDO POR DEVOLVER AL CLIENTE								2.64	-2.29	
MAR LUDICO SAC										
FECHA DE EMISION	FECHA DE RECEPCION	FECHA DE VENCIMIENTO	DOC	NUMERO	REFERENCIA			USD	SOLES	OBSERVACIÓN
30/04/2018	7/05/2018		LIQUIDACIÓN	2018/0000144	AD180144				-8.00	Jorge
SALDO POR DEVOLVER AL CLIENTE								-	-8.00	
METAL MECANICA CAMACHO SAC										
FECHA DE EMISION	FECHA DE RECEPCION	FECHA DE VENCIMIENTO	DOC	NUMERO	REFERENCIA			USD	SOLES	OBSERVACIÓN
21/12/2017	28/12/2017		LIQUIDACIÓN	2017/0000331	AD180331			28.96	-175.95	
SALDO POR DEVOLVER AL CLIENTE								28.96	-175.95	
P&D ANDINA ALIMENTOS										
FECHA DE EMISION	FECHA DE RECEPCION	FECHA DE VENCIMIENTO	DOCUMENTO	NÚMERO	REFERENCIA			DÓLARES	SOLES	NETO
27/04/2018	27/04/2018		LIQUIDACIÓN	001-7955/7956	AD180118			-1,530.33	3,665.77	
TOTAL POR COBRAR									-1,230.19	
SERVICIOS INTEGRALES EMESER PERU										

FECHA DE EMISION	FECHA DE RECEPCION	FECHA DE VENCIMIENTO	DOC	NUMERO	REFERENCIA			USD	SOLES	OBSERVACIÓN
31/05/2018	31/05/2018		LIQUIDACIÓN	2018/0000215	AD180215				-2.93	
SALDO POR DEVOLVER AL CLIENTE								-	-2.93	
Maderera Rio Acre S.A.C.										
Fecha de emisión	Fecha de recepción	Fecha de vencimiento	Documento	Número	Referencia	Días de Crédito	Días vencidos	Dólares (\$.)	Soles (S/)	Notas
21/09/2018	25/09/2018	10/10/2018	Liquidación	AD180488	AD180488	15	-43383		-756.00	
Total por cobrar								-	-756.00	
Fargoline S.A.										
Fecha de emisión	Fecha de recepción	Fecha de vencimiento	Documento	Número	Referencia			Dólares (\$.)	Soles (S/)	Notas
5/03/2019	5/03/2019	5/03/2019	Nota de Crédito	FFN9-1	AD2018/000499	0	-43529		-190.22	Ref. Factura: 001-9364 - 25/10/18
Harsco										
Fecha de emisión	Fecha de recepción	Fecha de vencimiento	Documento	Número	Referencia			Dólares (\$.)	Soles (S/)	Notas
22/05/2019			factura	FF01-0482	AIR-190030	0	0	-118.00		El cliente realizó el pago de esta factura el 21/03 y ahora el 22/05 volvió a pagar.

TOTAL POR COBRAR - CLIENTES CON CREDITO	DOLARES	SOLES
	-125.78	-2,740.48

Autodetracciones por Realizar

CLIENTE	FECHA DE EMISION	RUC	DOCUMENTO	NÚMERO	REFERENCIA		SOLES	DÓLARES	T.C.	DETRACCIÓN	TASA	PAGÓ
BUENAVENTURA	13/11/2018		Factura	001-9467	Factura			8,733.89	3.377	S/. 29,494	12%	Servicio logístico integral
FUTURA TECHNOLOGIES SAC	20/03/2019	20518615581	Factura	FF02-37	ADU190017			295.00	3.273	S/. 39	4%	Transporte
INDUSTRIA H.E. S.A.C.	29/04/2019	20507294350	Factura	FF02-84	ADU190037			212.40	3.321	S/. 28	4%	Transporte
A&D QUIMICOS	13/05/2019	20423285029	Factura	FF02-109	ADU190044			265.50	3.318	S/. 35	4%	Transporte
A&D QUIMICOS	13/05/2019	20423285029	Factura	FF02-111	ADU190049			277.30	3.318	S/. 37	4%	Transporte
FAST DYE SAC	12/04/2019	20523801547	Factura	FF03-80	SLI190018		1,062		3.318	S/. 42	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	9/05/2019	20434086150	Factura	FF02-102	SLI190049			519.20	3.316	S/. 69	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	13/05/2019	20434086150	Factura	FF02-114	SLI190050			259.60	3.316	S/. 34	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	27/05/2019	20434086150	Factura	FF02-134	ADU/2019-59			259.60	3.346	S/. 35	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	29/05/2019	20434086150	Factura	FF02-149	ADU/2019-58			519.20	3.355	S/. 70	4%	Transporte
MECALUX	20/06/2019	20544224825	Factura	FF02-177	ADU/2019-85			230.10	3.336	S/. 31	4%	Transporte
MECALUX	20/06/2019	20544224825	Factura	FF02-179	ADU/2019-84			230.10	3.336	S/. 31	4%	Transporte
TEXTIL CANCUN	30/05/2695	2060133818	Factura	FF02-156	ADU/2019-56			295.00	3.355	S/. 40	4%	Transporte
MOVA INDUSTRIAL	24/06/2019	20510843496	Factura	FF02-193	ADU/2019-90			230.10	3.306	S/. 30	4%	Transporte
ZHENPACK	21/06/2019	20492191133	Factura	FF02-186	SLI/2019-75		826.00		3.313	S/. 33	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	26/06/2019	20434086150	Factura	FF02-201	ADU/2019-75			519.20	3.298	S/. 68	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	16/07/2019	20434086150	Factura	FF02-225	ADU/2019-87			259.60	3.286	S/. 34	4%	Transporte
NETCALL PERU SAC	25/06/2019	20466483584	Factura	FF02-196	ADU/2019-92			188.80	3.302	S/. 25	4%	Transporte
NETCALL PERU SAC	22/05/2019	20466483584	Factura	FF02-126	ADU/2019-63			121.54	3.347	S/. 16	4%	Transporte
INDUSTRIA HE	24/07/2019	20507294350	Factura	FF02-242	ADU/2019-89			330.40	3.292	S/. 44	4%	Transporte
NETCALL PERU SAC	16/08/2019	20466483584	Factura	FF02-228	ADU/2019-103			177.00	3.394	S/. 24	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	2/08/2019	20434086150	Factura	FF02-256	ADU/2019-91			259.60	3.319	S/. 34	4%	Transporte
MECALUX	26/08/2019	20544224825	Factura	FF02-294	ADU/2019-120			220.00	3.377	S/. 30	4%	Transporte

INDUSTRIA HE	2/08/2019	20507294350	Factura	FF02-253	ADU/2019-110		194.70	3.319	S/. 26	4%	Transporte
A & D QUIMICOS	9/08/2019	20423285029	Factura	FF02-264	ADU/2019-112		365.80	3.382	S/. 49	4%	Transporte
ZHENPACK	3/09/2019	20492191133	Factura	FF02-307	ADU/2019-130	826.00		3.319	S/. 33	4%	Transporte
MASEF	14/10/2019		Factura	FF02-353	SLI/2019-106		1,339.30	3.357	S/. 540	12%	Servicio logístico integral
MASEF			Factura	FF02-232	SLI/2019-97		1,339.30	3.355	S/. 539	12%	Servicio logístico integral
MASEF	26/09/2019		Factura	FF02-337	SLI/2019-102		1,339.30	3.351	S/. 539	12%	Servicio logístico integral
MASEF	24/10/2019		Factura	FF02-367	ADU/2019-103		5,723.00	3.347	S/. 2,299	12%	Servicio logístico integral
ANDERS PERU	18/10/2019		Factura	FF01-1191	AIR-190153		295.00	3.355	S/. 119	12%	Servicio Courier
SCOTIABANK PERU	5/12/2019		Factura	FF01-1228	SEA-190326		295.00	3.336	S/. 118	12%	Handling, descarga, y VB
MECALUX	21/08/2019	20544224825	Factura	FF02-279	ADU/2019-118		1,840.80	3.381	S/. 249	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	13/12/2019	20434086150	Factura	FF02-496	ADU/2019-204		259.60	3.393	S/. 35	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	13/12/2019	20434086150	Factura	FF02-501	ADU/2019-207		259.60	3.393	S/. 35	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	4/12/2019	20434086150	Factura	FF02-477	ADU/2019-215		259.60	3.391	S/. 35	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	3/12/2019	20434086150	Factura	FF02-474	ADU/2019-213		259.60	3.403	S/. 35	4%	Transporte
A & D QUIMICOS Y DIVERSOS	19/12/2019		Factura	FF02-512	ADU/2019-214		725.7	3.340	S/. 97	4%	Transporte
MASTER MARTINI	18/12/2019		Factura	FF02-504	SLI/2019-122		3327.6	3.349	S/. 1,337	12%	Servicio logístico integral
INDUSTRIA HE	20/12/2019		Factura	FF02-443	ADU/2019-180		330.4	3.381	S/. 45	4%	Transporte
MECALUX	19/12/2019		Factura	FF02-507	ADU/2019-223		212.4	3.340	S/. 28	4%	Transporte
MOTORLINK S.A.C	8/01/2020		Factura	FF02-524	ADU/2019-218		354	3.327	S/. 141	12%	Servicio de resguardo
MOTORLINK S.A.C	8/01/2020		Factura	FF02-523	ADU/2019-218		165.2	3.327	S/. 22	4%	Transporte
MECALUX	16/01/2020	20544224825	Factura	FF02-547	ADU/2019-241		165.2	3.327	S/. 22	4%	Transporte
MECALUX	16/01/2020	20544224825	Factura	FF02-549	ADU/2019-234		808.3	3.327	S/. 108	4%	Transporte
MECALUX	17/01/2020	20544224825	Factura	FF02-555	ADU/2019-225		212.1	3.326	S/. 28	4%	Transporte
MECALUX	17/01/2020	20544224825	Factura	FF02-559	ADU/2019-232		507.4	3.326	S/. 68	4%	Transporte
BIONOVA	11/12/2019		Factura	FF02-488	ADU/2019-212		1770	3.391	S/. 240	4%	Transporte

DISTRIBUIDORA ODET	21/01/2020	20434086150	Factura	FF02-569	ADU/2019-245			778.8	3.323	S/. 104	4%	Transporte
A Y A PLUS	13/03/2019		Factura	FF02-538	ADU/2019-187			230.1	3.324	S/. 31	4%	Transporte
MECALUX	17/01/2020	20544224825	Factura	FF02-555	ADU/2019-225			212.1	3.326	S/. 28	4%	Transporte
MECALUX	16/01/2020	20544224825	Factura	FF02-549	ADU/2019-234			808.3	3.327	S/. 108	4%	Transporte
MECALUX	17/01/2020	20544224825	Factura	FF02-559	ADU/2019-232			507.4	3.326	S/. 68	4%	Transporte
MECALUX	16/01/2020	20544224825	Factura	FF02-547	ADU/2019-241			165.2	3.327	S/. 22	4%	Transporte
MECALUX	31/01/2020	20544224825	Factura	FF02-586	ADU/2020-1			442.5	3.360	S/. 59	4%	Transporte
MASTER MARTINI	22/01/2020		Factura	FF02-578	SLI/2019-129			3622.6	3.310	S/. 1,439	12%	Servicio logístico integral
MOTORLINK S.A.C	9/03/2020	20525107915	Factura	FF02-607	ADU/2020-18			182.9	3.473	S/. 25	4%	Transporte
MOTORLINK S.A.C	9/03/2020	20525107915	Factura	FF02-608	ADU/2020-18			354	3.473	S/. 148	12%	Transporte
H& M	11/03/2020		Factura	FF02-610	ADU/2020-10		534		3.498	S/. 21	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	5/03/2020		Factura	FF02-605	ADU/2020-14			778.8	3.425	S/. 107	4%	Transporte
MASTER MARTINI	27/02/2020		Factura	FF02-593	ADU200008			1,876.20	3.412	S/. 768	12%	SLI
MASTER MARTINI	12/03/2020		Factura	FF02-611	SLI200011			1,876.20	3.510	S/. 790	12%	SLI
MASTER MARTINI	4/03/2020		Factura	FF02-595	SLI200009			6,938.40	3.428	S/. 2,854	12%	SLI
DISTRIBUIDORA ODET	24/04/2020		Factura	FF02-621	ADU200013			259.60	3.364	S/. 35	4%	Transporte
DISTRIBUIDORA ODET	5/03/2020		Factura	FF02-601	ADU200007			259.60	3.425	S/. 36	4%	Transporte
H& M	11/03/2020		Factura	FF02-610	ADU200010		531		3.498	S/. 21	4%	Transporte
MASTER MARTINI	26/02/2020		Factura	FF02-591	SLI200004			3,622.60	3.430	S/. 1,491	12%	SLI
MASTER MARTINI	26/02/2020		Factura	FF02-592	SLI200006			3,622.60	3.430	S/. 1,491	12%	SLI
MASTER MARTINI	4/04/2020		Factura	FF03-256	SLI200012			10,407.60	3.457	S/. 4,317	12%	SLI
FUTURA TECHNOLOGIES SAC	25/04/2020		Factura	FF02-632	ADU200009			165.20	3.381	S/. 22	4%	Transporte
GRUPO MONTERO	14/05/2020		Factura	FF02-657	ADU200025			135.70	3.437	S/. 19	4%	Transporte
										S/. 51,114		

Anexo 5: Resumen Estadístico de la Encuesta

SIEMPRE 5	CASI SIEMPRE 4	ALGUNAS VECES 3	MUY POCAS VECES 2	NUNCA 1
---------------------	--------------------------	---------------------------	-----------------------------	----------------

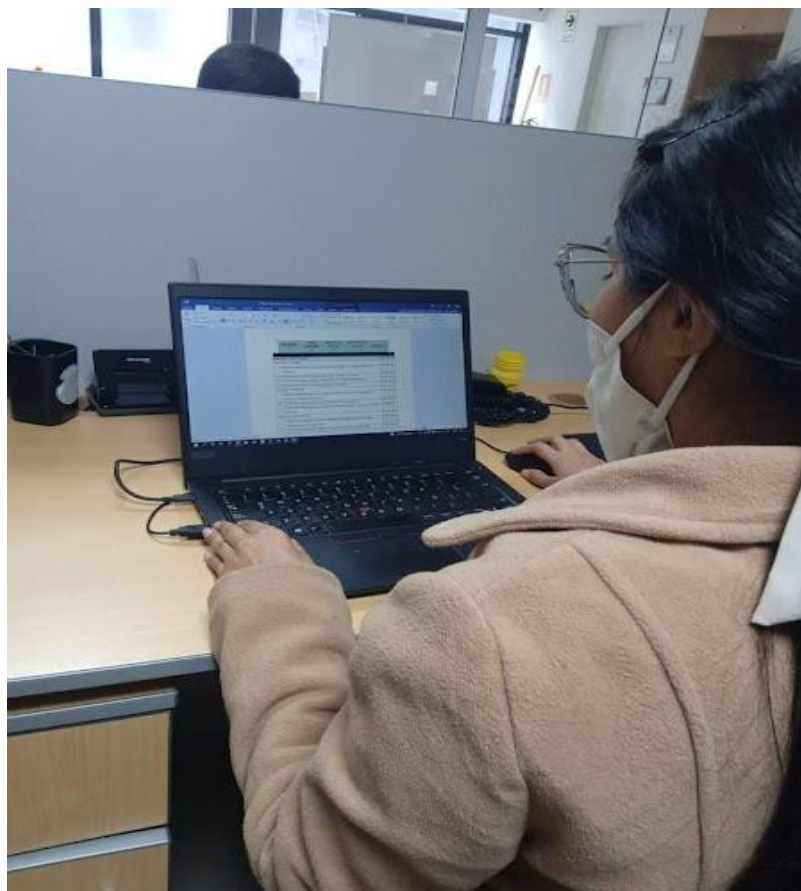
Variable Independiente: SISTEMA DE COBRANZAS										
Dimensión 1: RECUPERACION					5	4	3	2	1	
Indicador 1: ENDEUDAMIENTO										
1	¿Participa en el desarrollo de políticas para mejorar niveles de endeudamiento?					0	1	2	2	0
2	¿Desarrolla acciones conducentes a mejorar los niveles de endeudamiento?					0	0	1	4	0
3	¿Propone a la gerencia medidas conducentes a minimizar los niveles de endeudamiento?					0	0	5	0	0
4	¿Comunica a la gerencia sobre clientes que están incumpliendo los compromisos?					0	1	2	1	1
Indicador 2: OBLIGACION CREDITICIA										
5	¿Comunica al responsable sobre la situación de clientes que están incumpliendo sus obligaciones?					0	2	2	0	1
6	¿Planifica las estrategias de la empresa que permita el cumplimiento de las obligaciones contraídas?					0	0	4	1	0
7	¿Conoce y participa en la determinación de las políticas crediticias de la empresa?					1	0	0	1	3
Indicador 3: DEUDA VENCIDA										
8	¿Comunica a la empresa la situación de los créditos vencidos?					0	1	1	1	2
9	¿Tiene conocimiento de los criterios que se aplican en la empresa sobre deudas vencidas?					0	1	2	2	0
10	¿Participa en la determinación de políticas para mejorar los niveles de deudas vencidas?					0	0	1	4	0
TOTAL, DIMENSIÓN RECUPERACION						1	6	20	16	7
Dimensión 2: PERMANENCIA										
Indicador 4: SOLVENCIA										
11	¿Tiene conocimiento sobre las acciones a desarrollar respecto a la permanencia de clientes?					0	0	2	1	2
12	¿Considera que las acciones a desarrollar es el resultado de las evaluaciones sobre el comportamiento de los clientes?					0	5	0	0	0
13	¿Conoce las características de todo cliente potencial?					0	3	2	0	0
Indicador 5: EJECUCION										
14	¿Considera que las estrategias a aplicar forman parte de todo el proceso de la permanencia de los clientes cumplidos?					0	3	2	0	0
15	¿Participa en la mejora de las políticas sobre permanencia de clientes con buen nivel de cumplimiento?					0	1	1	1	2

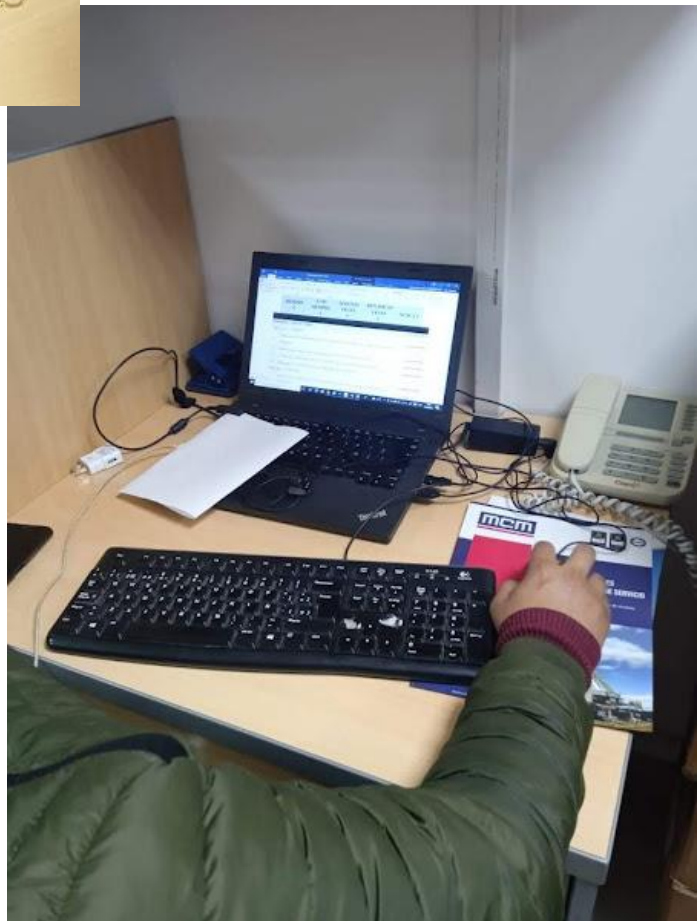
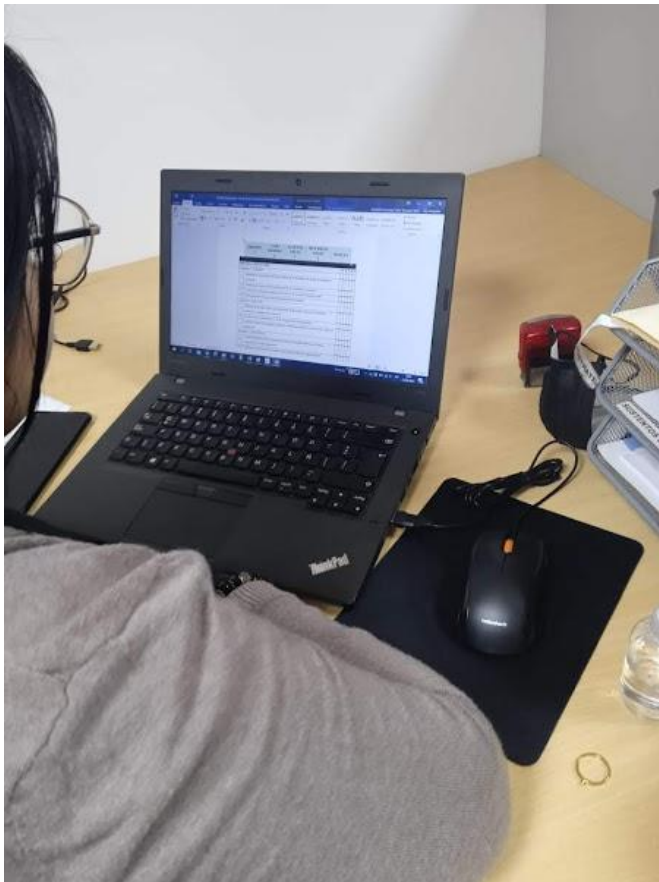
16	¿Evalúa las acciones a desarrollar en el proceso permanencia con la empresa en cuanto sus obligaciones?	0	0	2	1	2
Indicador 6: CUMPLIMIENTO						
17	¿Forma parte de la identificación de los criterios a aplicar en las obligaciones de los clientes?	0	0	2	1	2
18	¿Participa en la elaboración de criterios que orienten una mejor actuación con los clientes cumplidores?	0	0	3	1	1
19	¿Propone acciones conducentes a mejorar las relaciones con clientes cumplidores?	0	0	4	1	0
20	¿Propone, como consecuencia de la evaluación los resultados alcanzados las políticas que permitan retener a los clientes cumplidores?	0	0	5	0	0
TOTAL, DIMENSIÓN PERMANENCIA		0	12	23	6	9
Dimensión 3: PERSONALIZACION						
Indicador 7: RESPONSABILIDAD						
21	¿Participa en la definición de las políticas orientadas a individualizar a los diferentes niveles de clientes?	0	1	0	4	0
22	¿Considera que las acciones que se aplican son las que realmente requiere la empresa?	3	1	1	0	0
23	¿Tiene conocimiento sobre la existencia de políticas que diferencien los niveles de responsabilidad de los clientes?	0	3	1	1	0
24	¿Participa en la evaluación de los resultados con respecto a la aplicación de las políticas de la empresa?	0	1	3	0	1
Indicador 8: OBLIGACION						
25	¿Evalúa los actos desarrollados por los clientes en cuanto al cumplimiento de sus obligaciones?	0	0	5	0	0
26	¿Propone algún programa que ayude con el cumplimiento de los clientes en cuanto a sus obligaciones?	0	0	4	1	0
27	¿Tiene conocimiento sobre si se aplica una política de mejoramiento constante en la empresa orientado a los clientes?	0	4	1	0	0
Indicador 9: CAPACIDAD						
28	¿Considera que la información para la toma de decisiones es una de las estrategias para el mejor tratamiento a los clientes?	4	0	1	0	0
29	¿Participa en el desarrollo de la información que permite incrementar los niveles de clientes?	0	0	3	0	2
30	¿Evalúa las operaciones desarrolladas para la satisfacción de los clientes?	0	2	1	0	3
TOTAL, DIMENSIÓN RESPONSABILIDAD		7	12	20	6	5

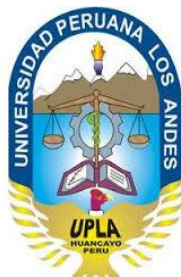
Variable Dependiente: EFICACIA DE GESTION

Dimensión 1: RESULTADO		5	4	3	2	1
Indicador 1: LOGROS						
31	¿Participa en el monitoreo sobre la evaluación de resultados en cuanto al sistema de cobranzas?	0	2	1	2	0
32	¿Participa en el proceso de mejoramiento de los resultados a alcanzar?	0	0	3	2	0
33	¿Conoce las estrategias a aplicar en el logro de los resultados empresariales?	0	0	5	0	0
34	¿Participa en la evaluación de las estrategias de la empresa?	0	0	5	0	0
Indicador 2: EFECTOS						
35	¿Participa en la elaboración y procesamiento de datos para conocer los resultados y evaluación constantes de los mismos?	0	1	4	0	0
36	¿Evalúa las acciones logradas, a fin de comparar con las propuestas?	0	0	3	0	2
37	¿Diseña la batería de preguntas orientadas a determinar establecer los logros en cuanto lo establecido?	0	0	3	0	2
Indicador 3: ACTUACION						
38	¿Conoce las políticas de la empresa orientadas a la identificación de los clientes cumplidores con sus obligaciones?	0	1	4	0	0
39	¿Participa en las acciones orientadas a mejorar los niveles de competitividad?	0	0	1	4	0
40	¿Conoce sobre los niveles de competitividad establecida por la empresa para mejorar los niveles de fidelización?	0	0	5	0	0
Dimensión 2: MEDIDAS						
Indicador 4: CALIDAD						
41	¿Conoce las acciones a aplicar que permitan que los clientes perciban que son tratados como parte de la empresa?	0	2	3	0	0
42	¿Participa en los programas orientados al cumplimiento de los compromisos?	0	0	1	4	0
43	¿Tiene conocimientos sobre los resultados del programa a los clientes?	0	0	5	0	0
Indicador 5: ACEPTACION						
44	¿Conoce los criterios que aplica la empresa a fin de determinar la identidad de los clientes con la empresa?	0	0	5	0	0
45	¿Participa en la determinación de los criterios a aplicar en la identificación de los clientes para con la empresa?	0	1	2	2	0
46	¿Comunica a los clientes los criterios a emplear en el proceso de calidad?	0	0	2	0	3
47	¿Evalúa los resultados alcanzados en la aplicación de los criterios sobre la aplicación de la calidad para con los clientes?	0	0	3	0	2
Indicador 6: DIFUSION						
48	¿Propone las acciones orientadas a mejorar la identidad de la empresa con respecto a sus clientes?	0	0	5	0	0
49	¿Participa de algún programa orientada a la captación y retención de clientes?	0	0	3	2	0

50	¿Propone acciones para cumplir con lo ofrecido?	0	0	4	0	1
Dimensión 3: DESEMPEÑO						
Indicador 7: PLANES						
51	¿Propone las acciones recomendables que se ajusten al accionar de la empresa?	0	1	0	4	0
52	¿Participa en la evaluación de resultados alcanzados de acuerdo a los objetivos?	0	1	3	1	0
53	¿Tiene conocimiento sobre la existencia de medios de comunicación para interactuar con los clientes?	0	4	0	1	0
54	¿Lo toman en cuenta para la elaboración de instrumentos que permita aplicar los criterios de calidad e identidad de los clientes?	0	1	1	3	0
Indicador 8: EJECUCION						
55	¿Tiene autoridad para tomar decisiones en lo que le compete?	1	2	2	0	0
56	¿Existe adecuada comunicación con las autoridades inmediatamente superiores para la toma de decisiones?	0	0	5	0	0
57	¿Considera que, para la toma de decisiones, lo hacen participar en los mismos?	3	2	0	0	0
Indicador 9: COMPORTAMIENTO						
58	¿Participa en la evaluación de resultados con respecto a la presencia en el mercado?	0	0	5	0	0
59	¿Las sugerencias que usted presenta es tomada en cuenta?	0	2	3	0	0
60	¿Permite que usted pueda realizar evaluaciones en el mercado en comparación con empresas dentro del mercado?	0	0	3	2	0
TOTAL, GENERAL		4	20	89	27	10

Anexo 6: Panel de fotos



Anexo 7: Consentimiento informado**UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

Estimado Colaborador:

La presente encuesta es parte de una investigación que tiene por finalidad evaluar la relación que existe entre el sistema de cobranza y la eficacia de gestión en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, que es materia de la investigación.

La encuesta es totalmente confidencial y anónima.

INSTRUCCIONES: lea atentamente y marque con una X en el casillero de su preferencia del ítem correspondiente.

DATOS DEMOGRÁFICOS

Edad: () Sexo ()

Ocupación: 1. Profesional () 2. Técnico () 3. Auxiliar u otros ()

Solicito: Autorización para la Realización de trabajo de investigación en la empresa Mac Transport SAC

Señores Mac Transport SAC

Yo, Jesselyn Estefany Andazabal Porras bachiller 1, identificado con DNI N° 47116106, Domiciliado en calle los nogales 485 jurisdicción del distrito de Santa Anita, Provincia y Departamento de Lima.

Yo, Lesly Georghet Jaramillo Suarez bachiller 2, identificado con DNI N° 76801443, Domiciliado en Cl. Gustav Adolfo Becker 125 del distrito de San Martín de Porres, Provincia y Departamento de Lima. El investigador principal solicita autorización para la realización del proyecto anteriormente citado, y se compromete al cumplimiento de la normativa aplicable al mismo, incluyendo la LO 15/1999 de protección de datos de carácter personal y el RD 1720/2007, de 21 de diciembre, por el reglamento de desarrollo de la ley orgánica 15/1999.

Solicito a usted para la debida autorización para poder tener acceso a la siguiente información:

- Cuentas por cobrar del año 2021
- Ficha RUC de la empresa
- Data de los clientes con crédito

Con saludos cordiales y a tiempo agradecerles su atención y tenga a bien disponer a quien corresponda la emisión de dicho documento por lo cual adjunto los siguientes documentos.

- Caratula de mi proyecto
- Matriz de consistencia

Atentamente:



Jesselyn Estefany Andazabal Porras
DNI N° 47116106



Lesly Georghet Jaramillo Suarez
DNI N° 76801443



Santiago de Surco, 16 de abril de 2022

Srtas.

Jesselyn Estefany Andazabal Porras
Lesly Georghet Jaramillo Suarez

Asunto: Autorización para realizar trabajo de investigación en la Empresa Mac Transport SAC

Presente.-

Tengo el agrado de dirigir la presente para saludarlas y a la vez informarles que en atención a su solicitud de autorización a realizar su trabajo de investigación en la empresa Mac transport, SAC.

Que, en atención a su solicitud se da por autorizado a realizar su trabajo de investigación titulado: "Sistema de cobranzas y la eficacia de gestión en la empresa Mac Transport, Calle Monte Rosa 240, Santiago de Surco, 2021".

Finalmente hago propicia la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente,

Katherinny Granda Guerrero

Gerente Administrativo