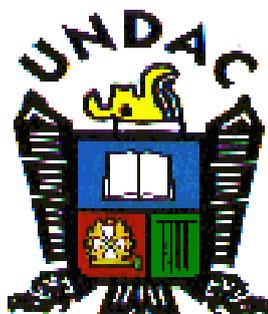


UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

**Las ventas al crédito y su relación con la rentabilidad económica de las
empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de**

Chaupimarca, año 2023

Para optar el título profesional de:

Contador Público

Autores:

Bach. Warner Simioni CASTILLO CORIMAYA

Bach. Estefany ROJAS CRISOSTOMO

Asesor:

Dr. Guido Amadeo BLANCO SALCEDO

Cerro de Pasco – Perú – 2025

UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y CONTABLES

ESCUELA DE FORMACIÓN PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



T E S I S

**Las ventas al crédito y su relación con la rentabilidad económica de las
empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de**

Chaupimarca, año 2023

Sustentada y aprobada ante los miembros del jurado:

Dr. León ALCÁNTARA NAVARRO
PRESIDENTE

Dr. Carlos David BERNALDO FAUSTINO
MIEMBRO

Mg. Fausto LOZANO REYES
MIEMBRO



Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión
Facultad de Ciencias Económicas y Contables
Unidad de Investigación

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

INFORME DE ORIGINALIDAD N° 085-2024

La Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas y Contables de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión ha realizado el análisis con exclusiones en el Software Turnitin Originality, que a continuación se detalla:

Presentado por:

Warner Simioni CASTILLO CORIMAYA y Estefany ROJAS CRISOSTOMO

Escuela de Formación Profesional

Contabilidad

Tipo de trabajo:

Tesis

Título del trabajo

Las ventas al crédito y su relación con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023

Asesor:

Dr. Guido Amadeo, BLANCO SALCEDO

Índice de Similitud: **19%**

Calificativo

APROBADO

Se adjunta al presente informe, el reporte de identificación del porcentaje de similitud general: asimismo, a través del correo institucional de la Oficina de Grados y Títulos de nuestra Facultad – FACEC. Envío en la fecha el reporte completo de Turnitin; todo ello, en atención al Memorando N° 0000155-2024-UNDAC-D/DFCCEC.

Cerro de Pasco, 22 de diciembre del 2024



Dr. Carlos D. BERNALDO FAUSTINO
Director de la Unidad de Investigación-FACEC

DEDICATORIA

Empleamos este lugar para expresar nuestra gratitud a Dios por todas las bendiciones, a nuestros padres que han sabido darnos su ejemplo de trabajo y honradez, y por proporcionarnos todo su respaldo y paciencia en esta investigación.

Este estudio también lo dedicamos a toda nuestra familia, quienes nos enseñaron a tener metas y propósitos en la vida, y especialmente su respaldo incondicional en los momentos más complicados. Gracias a todo esto, logramos realizar nuestro objetivo.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por concedernos la posibilidad de vivir, por guiarnos en cada avance dado, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes, y por haber puesto en nuestra trayectoria a aquellos seres humanos que han sido nuestro apoyo y acompañamiento durante todo el periodo de estudio.

A nuestros maestros, por sus lecciones y por motivarnos a ser los más destacados en cada uno de nuestros proyectos.

A las empresas comercializadoras de materiales de construcción del distrito de Chaupimarca, por la confianza que han depositado en nosotros para llevar a cabo este trabajo de investigación.

RESUMEN

El objetivo de la investigación es determinar la relación entre las ventas al crédito y rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023, El estudio fue desarrollado con el tipo de investigación aplicada, nivel correlacional de corte transversal, se empleó el método inductivo – deductivo y diseño no experimental, la población estuvo conformada por 35 empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, provincia de Pasco.

Según los resultados de la hipótesis general tenemos el coeficiente de correlación de Rho de Spearman y es de 0.891 y el sig. (bilateral) es igual a $0.001 < 0.05$, donde afirmamos que existe una correlación positiva muy alta y se rechaza la hipótesis nula, por tanto, Existe relación significativa entre las ventas al crédito y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Según los resultados de la hipótesis específica 1 se llegó a la conclusión: Las políticas de crédito se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Según los resultados de la hipótesis específico 2 se llegó a la conclusión: La evaluación al cliente se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Palabras Claves: Ventas al crédito, políticas de crédito, evaluación al cliente, inadecuada gestión de cobranza y Rentabilidad económica.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the relationship between credit sales and economic profitability of construction materials companies in the Chaupimarca district, in 2023. The study was conducted using applied research, a cross-sectional correlational approach, and an inductive-deductive, non-experimental design. The sample consisted of 35 construction materials companies in the Chaupimarca district, Pasco province. According to the results of the general hypothesis, the Spearman's Rho correlation coefficient was 0.891 and the sig. (bilateral) is equal to $0.001 < 0.05$, where we affirm that there is a very high positive correlation and the null hypothesis is rejected, therefore, There is a significant relationship between credit sales and the economic profitability of construction materials trading companies in the district of Chaupimarca,

year 2023. According to the results of specific hypothesis 1, the following conclusion was reached: Credit policies were significantly related to the economic profitability of construction materials trading companies in the district of Chaupimarca,

year 2023. According to the results of specific hypothesis 2, the following conclusion was reached: Customer evaluation was significantly related to the economic profitability of construction materials trading companies in the district of Chaupimarca, year 2023.

Keywords: Credit sales, credit policies, customer evaluation, inadequate collection management. collection and economic profitability.

INTRODUCCIÓN

Es un honor poner a vuestra consideración la tesis titulada: **“Las ventas al crédito y su relación con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023”**. Hoy en día, numerosas empresas comerciales de materiales de construcción buscan mantenerse en el mercado, por lo que eligen ofrecer ventas al crédito como una opción para facilitar el pago al cliente, lo cual es una táctica para atraer a nuevos clientes; no obstante, si no se lleva a cabo de forma responsable, puede ocasionar problemas de liquidez y a la vez de solvencia, dado que, al proporcionar productos al crédito, existe la posibilidad de que sus clientes no cumplan con el pago de la deuda en el tiempo establecido, lo cual genera un alto riesgo en la recuperación de la cartera.

Cuando se realizó la revisión, se concluyó que las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, no posee guías claras de sus políticas de ventas al crédito, lo que provoca que los créditos sean concedidos sin ningún tipo de análisis y sin un plazo de recuperación establecido, lo que lleva a la empresa a carecer de la liquidez necesaria para cumplir con sus compromisos. Por lo tanto, es de vital importancia realizar un análisis financiero para identificar el grado de afectación y proponer alternativas de solución en aras de obtener beneficios económicos y la rentabilidad deseada por estas empresas.

El presente trabajo de investigación está compuesto de cuatro capítulos muy importantes y que a continuación se detalla:

En el Capítulo I: consideramos el Problema de investigación que abarca la identificación y planteamiento del problema, delimitación de la investigación, formulación del problema, formulación de objetivos, justificación y limitaciones de la investigación.

En el Capítulo II, consideramos el Marco Teórico, donde se desarrolla los antecedentes del estudio, las bases teóricas científicas, la definición de términos, formulación de hipótesis, identificación de variables y operacionalización de variables referente a las variables de estudio.

En el Capítulo III, consideramos la Metodología y Técnicas de Investigación, el tipo, nivel, método, diseño de investigación, población y muestra, técnicas de recolección, procesamiento, tratamiento estadístico, selección y validación de instrumentos y la orientación ética.

En el Capítulo IV, consideramos los Resultados y discusión, análisis e interpretación de resultados obtenidos, descripción del trabajo de campo, presentación de resultados obtenidos y la prueba de hipótesis para el cual se aplicó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para determinar la relación de las variables.

Finalmente, la investigación culminó en las conclusiones y recomendaciones, las mismas que fueron obtenidas como resultado de la contrastación de la hipótesis general, donde concluimos que, las ventas al crédito se relacionaron significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Los Autores

INDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN

INDICE

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema.....	1
1.2. Delimitación de la investigación.....	6
1.3. Formulación del problema	7
1.3.1. Problema general	7
1.3.2. Problemas específicos.	7
1.4. Formulación de objetivos.....	8
1.4.1. Objetivo general	8
1.4.2. Objetivos específicos.....	8
1.5. Justificación de la investigación	8
1.5.1. Justificación teórica	8
1.5.2. Justificación práctica	9
1.5.3. Justificación metodológica	9
1.5.4. Justificación social.....	9
1.6. Limitaciones de la investigación.....	10

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio.....	11
2.1.1. Nacionales	11
2.1.2. Internacionales.....	15
2.2. Bases teóricas científicas	18
2.2.1. Ventas al crédito.....	18
2.2.2. Rentabilidad económica.	28
2.3. Definición de términos básicos.....	33
2.4. Formulación de hipótesis	34
2.4.1. Hipótesis general.....	34
2.4.2. Hipótesis específicas.....	35
2.5. Identificación de variables	35
2.6. Definición operacional de variables e indicadores	36

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación	35
3.2. Nivel de investigación.....	35
3.3. Métodos de la investigación.....	36
3.4. Diseño de investigación	36
3.5. Población y muestra	36
3.5.1. Población	36
3.5.2. Muestra	37
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	38
3.6.1. Técnica.....	38

3.6.2. Instrumento.....	38
3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación	39
3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	40
3.9. Tratamiento estadístico	40
3.10. Orientación ética filosófica y epistémica	41

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo	42
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados	43
4.3. Prueba de hipótesis.....	67
4.4. Discusión de resultados.....	75

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables.....	36
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad	40
Tabla 3 ¿Considera usted que la evaluación del crédito es fundamental para mitigar el riesgo de impago por parte de los clientes?.....	43
Tabla 4 ¿Cree usted que establecer términos de crédito claros, incluyendo plazos y niveles de riesgo, es esencial para una gestión efectiva del crédito?	44
Tabla 5 ¿Considera usted que las ventas al crédito han permitido la captación de nuevos clientes?	45
Tabla 6 ¿Considera usted que las políticas de crédito deben ser flexibles para adaptarse a las necesidades y circunstancias de los clientes?	46
Tabla 7 ¿Cree usted que evaluar la capacidad de pago de los clientes a través de análisis de estados financieros es una práctica adecuada?	47
Tabla 8 ¿Cree usted que solicitar garantías y referencias comerciales ayuda a reducir el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes?	48
Tabla 9 ¿Considera usted importante que su empresa debe evaluar los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito?	49
Tabla 10 ¿Considera que la evaluación del cliente debe ser un proceso riguroso y sistemático para minimizar el riesgo crediticio?	50
Tabla 11 ¿Cree usted que mantener un registro actualizado de cuentas por cobrar es fundamental para una gestión eficiente del crédito?	51
Tabla 12 ¿Cree usted que un alto ratio de deuda vencida indica una necesidad de revisar las políticas de crédito o mejorar la gestión de cobranza?	52
Tabla 13 ¿Considera usted que un elevado nivel de morosidad puede afectar negativamente la liquidez y rentabilidad de la empresa?	53

Tabla 14 ¿Considera usted que la capacitación del personal de cobranza y una comunicación constante con los clientes son clave para una gestión efectiva de cobranza?	54
Tabla 15 ¿Cree usted que, el descuento por pronto pago es una política que debe aplicar su empresa para mantener la rentabilidad económica?	55
Tabla 16 ¿Considera usted que el rendimiento sobre los activos (ROA) es una medida efectiva para evaluar la eficiencia en el uso de los activos de la empresa?	56
Tabla 17 ¿Cree usted que factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener rentabilidad económica inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida?	57
Tabla 18 ¿Cree usted que el rendimiento sobre el capital invertido (ROI) refleja la rentabilidad obtenida en relación con la inversión realizada?	58
Tabla 19 ¿Considera usted que la utilidad bruta es un indicador importante para evaluar la eficacia en la gestión de costos y precios de venta?	59
Tabla 20 ¿Cree usted que la utilidad operacional refleja la eficiencia en la gestión de los costos operativos y gastos generales?	60
Tabla 21 ¿Cree usted que mantener un margen aceptado de rentabilidad es saludable y esencial para asegurar la viabilidad financiera de la empresa?	61
Tabla 22 ¿Considera que mejorar la eficiencia operativa y aumentar los beneficios contribuye al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa?	62
Tabla 23 ¿Considera usted que un alto ratio de rotación de activos indica una gestión eficiente de los recursos de la empresa?	63
Tabla 24 ¿Cree usted que una rotación de activos adecuada es necesaria para maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo financiero?	64

Tabla 25 ¿Cree usted que mantener una rotación de activos constante y equilibrada es fundamental para mantener la competitividad en el mercado?	65
Tabla 26 ¿Considera usted que mejorar la eficacia y transparencia en la gestión de cobranza puede aumentar la rentabilidad de la empresa?	66
Tabla 27 Prueba de normalidad	67
Tabla 28 Correlaciones: Las ventas al crédito (Agrupada) y La rentabilidad económica (Agrupada).....	70
Tabla 29 Correlaciones: Las políticas de crédito (Agrupada) y La rentabilidad económica (Agrupada).....	71
Tabla 30 Correlaciones: La evaluación al cliente (Agrupada) y La rentabilidad económica (Agrupada).....	73
Tabla 31 Correlaciones: Inadecuada gestión de cobranza (Agrupada) y La rentabilidad económica (Agrupada)	74

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Considera usted que la evaluación del crédito es fundamental para mitigar el riesgo de impago por parte de los clientes?.....	43
Gráfico 2 ¿Cree usted que establecer términos de crédito claros, incluyendo plazos y niveles de riesgo, es esencial para una gestión efectiva del crédito?	44
Gráfico 3 ¿Considera usted que las ventas al crédito han permitido la captación de nuevos clientes?	45
Gráfico 4 ¿Considera usted que las políticas de crédito deben ser flexibles para adaptarse a las necesidades y circunstancias de los clientes?.....	46
Gráfico 5 ¿Cree usted que evaluar la capacidad de pago de los clientes a través de análisis de estados financieros es una práctica adecuada?	47
Gráfico 6 ¿Cree usted que solicitar garantías y referencias comerciales ayuda a reducir el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes?	48
Gráfico 7 ¿Considera usted importante que su empresa debe evaluar los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito?	49
Gráfico 8 ¿Considera que la evaluación del cliente debe ser un proceso riguroso y sistemático para minimizar el riesgo crediticio?	50
Gráfico 9 ¿Cree usted que mantener un registro actualizado de cuentas por cobrar es fundamental para una gestión eficiente del crédito?	51
Gráfico 10 ¿Cree usted que un alto ratio de deuda vencida indica una necesidad de revisar las políticas de crédito o mejorar la gestión de cobranza?	52
Gráfico 11 ¿Considera usted que un elevado nivel de morosidad puede afectar negativamente la liquidez y rentabilidad de la empresa?	53

Gráfico 12 ¿Considera usted que la capacitación del personal de cobranza y una comunicación constante con los clientes son clave para una gestión efectiva de cobranza?	54
Gráfico 13 ¿Cree usted que, el descuento por pronto pago es una política que debe aplicar su empresa para mantener la rentabilidad económica?	55
Gráfico 14 ¿Considera usted que el rendimiento sobre los activos (ROA) es una medida efectiva para evaluar la eficiencia en el uso de los activos de la empresa?	56
Gráfico 15 ¿Cree usted que factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener rentabilidad económica inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida?	57
Gráfico 16 ¿Cree usted que el rendimiento sobre el capital invertido (ROI) refleja la rentabilidad obtenida en relación con la inversión realizada?	58
Gráfico 17 ¿Considera usted que la utilidad bruta es un indicador importante para evaluar la eficacia en la gestión de costos y precios de venta?	59
Gráfico 18 ¿Cree usted que la utilidad operacional refleja la eficiencia en la gestión de los costos operativos y gastos generales?	60
Gráfico 19 ¿Cree usted que mantener un margen aceptado de rentabilidad es saludable y esencial para asegurar la viabilidad financiera de la empresa?	61
Gráfico 20 ¿Considera que mejorar la eficiencia operativa y aumentar los beneficios contribuye al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa?	62
Gráfico 21 ¿Considera usted que un alto ratio de rotación de activos indica una gestión eficiente de los recursos de la empresa?	63
Gráfico 22 ¿Cree usted que una rotación de activos adecuada es necesaria para maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo financiero?	64

Gráfico 23 ¿Cree usted que mantener una rotación de activos constante y equilibrada es fundamental para mantener la competitividad en el mercado?	65
Gráfico 24 ¿Considera usted que mejorar la eficacia y transparencia en la gestión de cobranza puede aumentar la rentabilidad de la empresa?	66

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Identificación y determinación del problema

En la era actual, en un mundo caracterizado por la globalización y la competitividad exacerbada, las empresas se ven compelidas a adoptar estrategias que maximicen sus beneficios y potencien sus ventas. En este contexto, muchas optan por ofrecer mercancías con modalidades de pago a plazos, buscando así afianzar la lealtad de sus clientes y satisfacer sus necesidades de manera oportuna, sin que estos deban efectuar un desembolso inmediato (A. García & Sandoval, 2024).

En el mundo, las empresas, independientemente de su tamaño, dependen en gran medida del volumen de ventas. Por lo tanto, en la actualidad se utilizan condiciones de pago por ventas como una estrategia para atraer a un mayor número de clientes (Caraguay, 2021).

En este sentido, el crédito desempeña un papel crucial tanto en las economías a nivel global, siendo un instrumento eficaz para dinamizar la actividad económica y propiciar un desarrollo más rápido y efectivo. Las ventas

a crédito son una práctica común en la mayoría de las empresas, implementadas en situaciones específicas tras negociaciones previas. Sin embargo, la concesión de créditos no siempre se realiza de manera adecuada, ya que en ocasiones se desafía la esencia misma de las ventas, sin considerar si el cliente cuenta con la capacidad futura para cumplir con los pagos (Hilario & Santillán, 2020).

Cabe destacar que las empresas tienen como objetivo principal generar ingresos mediante la oferta de sus productos o servicios a los consumidores, para lo cual establecen un capital de trabajo con el fin de maximizar sus ganancias. Este capital se obtiene mediante inversiones propias, créditos financieros y créditos otorgados por proveedores directos. Estos últimos, al ser la primera opción de compra del cliente, establecen líneas de crédito y condiciones de pago flexibles para atraer y retener a los clientes (Herz, 2015).

Sin embargo, según Villaseñor (1993) la gestión de créditos y cobranzas reviste una importancia vital para cualquier organización, ya que implica convertir las cuentas por cobrar en efectivo de manera eficiente. Una gestión deficiente del crédito puede acarrear problemas financieros que, de no resolverse, podrían desembocar en la quiebra de la empresa.

En muchos casos, los empresarios observan cómo su capital desaparece de la cuenta bancaria, sin estar respaldado por materiales o inventario para la venta, sino simplemente representado por cifras en los estados financieros como cuentas por cobrar. En empresas pequeñas, la gestión de créditos y cobranzas no siempre es efectiva, lo que puede derivar en problemas de solvencia y liquidez (Villaseñor, 1993).

Según Vásquez et al. (2021), la concesión de créditos a clientes por diversos plazos (largo, medio y corto) se emplea como una herramienta para

ofrecer flexibilidad y facilidades de pago en las cuentas por cobrar, con el fin de captar y retener a nuevos clientes y, por ende, aumentar la rentabilidad de la empresa. Es crucial que las cuentas por cobrar sean pagadas puntualmente por los clientes, ya que el incumplimiento o retraso en los pagos indica una deficiencia en la política de cobros y puede generar cuentas por cobrar dudosas, afectando la rentabilidad económica esperada.

En el contexto ecuatoriano, la pandemia de la Covid-19 impactó significativamente a las empresas, provocando una disminución considerable en sus ventas, lo que a su vez condujo al desempleo y, en algunos casos, a la quiebra. Esta situación llevó a ajustes en los estados financieros de las empresas, con aumentos en las depreciaciones, amortizaciones, cuentas incobrables e intereses por morosidad en los pagos. La falta de ingresos a nivel nacional se tradujo en una reducción del Producto Bruto Interno con un -4.9% en el año 2020, lo que generó problemas de liquidez, solvencia y rentabilidad para las empresas. La gestión deficiente de las cuentas por cobrar exacerbó esta situación, convirtiendo muchas de estas cuentas en incobrables o generando descuentos que redujeron la rentabilidad (Arcos et al., 2021).

En Argentina, un estudio realizado con la participación de 70 de las principales empresas del país reveló que 62% de ellas espera una mejora en sus ventas para el año 2024, pero son menos optimistas en cuanto a la rentabilidad. Ante un escenario de inflación creciente, aumento de costos y desaceleración de la actividad económica, muchas empresas anticipan que sus ganancias podrían disminuir en el futuro cercano. Sin embargo, algunas empresas ven en las ventas a crédito una opción para fidelizar a los clientes y aumentar las ventas a mediano plazo (Infobae, 2023).

En Colombia, una investigación reveló que la rentabilidad de las empresas es baja, con índices de ROE y ROA del 5,6% y 0,49%, respectivamente. Se enfatiza en la importancia de una evaluación financiera oportuna para tomar decisiones acertadas, así como en la necesidad de reorganizar los planes y directrices para obtener y destinar recursos de manera eficiente (Salazar et al., 2019).

Por su parte, en Perú, la llegada de la Covid-19 llevó a muchas empresas a declararse en quiebra debido a la falta de liquidez, generando cuentas incobrables a sus proveedores. Las empresas, especialmente las pequeñas y medianas, que trabajan con créditos del 60% al 100% y plazos de pago de 30, 60, 90 y 120 días, fueron las más afectadas y algunas desaparecieron sin posibilidad de reinventarse (Peve, 2022).

Así mismo, destaco un estudio realizado en Lima, Perú, donde se encontró que la morosidad asociada a cuentas por cobrar de empresas del sistema financiero es del 13,7%, mientras que la asociada a cuentas por cobrar de otros clientes es del 31,9%. Esto refleja la importancia de una gestión efectiva de créditos y cobranzas para garantizar la rentabilidad esperada (Hermes Transportes Blindados, 2020).

En el distrito de Chaupimarca, las ventas al crédito representan un desafío significativo para las empresas comerciales de materiales de construcción. La concesión de crédito implica un riesgo de incumplimiento por parte de los clientes, lo que puede afectar negativamente la liquidez y la rentabilidad de estas empresas. Además, la intensa competencia y las tendencias del mercado de la construcción añaden presión adicional a las empresas para gestionar de manera efectiva sus políticas de crédito y mantener su rentabilidad.

Las empresas comercializadoras de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, presentan una serie de irregularidades en sus ventas al crédito. Frecuentemente, al plantear sus políticas no indican las condiciones de crédito siendo perjudicial para el logro de los objetivos del área de créditos y cobranzas. Asimismo, muchas veces las empresas no realizan un estudio exhaustivo de la capacidad de pago del cliente, ni estudian los antecedentes con otros proveedores generando un gran riesgo de que el cliente no cumpla con la obligación. A su vez, se ha observado que las empresas no capacitan al personal de cobro y no hay una comunicación constante con los clientes lo cual afecta de manera directa en la gestión de cobranza.

Todo ello ocasiona un alto índice de morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comercializadoras de materiales de construcción dificultando cumplir con el pago a tiempo de las remuneraciones a los trabajadores, obligaciones con proveedores, impuestos y alquiler; conllevando a optar por herramientas de financiación como el factoring o préstamos de instituciones financieras con la finalidad de adquirir liquidez para el cumplimiento de obligaciones corrientes de la empresa y al mismo tiempo, seguir con las actividades operativas del negocio. Cabe mencionar que, al no disminuir el índice de morosidad y no tener un control de las cuentas por cobrar para la recuperación de la cartera, las empresas comercializadoras de materiales de construcción del distrito de Chaupimarca, provincia de Pasco, entrará en una fase de insolvencia y consecuentemente, podría declararse en quiebra

En este contexto, las empresas comerciales de materiales de construcción deben adoptar estrategias prudentes y cuidadosas para equilibrar la necesidad de ofrecer crédito a los clientes con la preservación de su rentabilidad económica.

Esto implica evaluar cuidadosamente la capacidad de pago de los clientes, establecer políticas de crédito sólidas y estar atentos a los cambios en el entorno económico y competitivo. Al hacerlo, estas empresas pueden mitigar el riesgo asociado con las ventas al crédito y mejorar su posición financiera y rentabilidad económica a largo plazo.

A partir de lo expuesto, se pretende entender cómo las ventas al crédito afectan la rentabilidad económica de las empresas en estudio, con el fin de desarrollar estrategias que permitan gestionar esta relación de manera óptima. Es por ello que se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera las ventas al crédito se relacionan con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023?

1.2. Delimitación de la investigación

Delimitación espacial: El estudio se centró específicamente en las empresas comerciales de materiales de construcción ubicadas en el distrito de Chaupimarca, provincia de Pasco.

Delimitación temporal: La investigación se realizó abarcando datos y análisis correspondientes al año 2023.

Delimitación social: El estudio se enfocó en las empresas comerciales de materiales de construcción ubicadas en el distrito de Chaupimarca. Para ello, se administraron cuestionarios a los encargados de estas empresas. Estos cuestionarios fueron previamente validados y fiables, lo que permitió recopilar los datos necesarios para el posterior análisis y la comprobación de la correlación entre las ventas al crédito y la rentabilidad económica.

Delimitación conceptual: El marco conceptual del estudio se centró en los conceptos de: *ventas al crédito*, representan transacciones comerciales en las que el pago se realiza después de la entrega del bien o servicio, permitiendo un período de tiempo para cumplir con la obligación financiera (Chamba, 2017). Y *rentabilidad económica*, Valencia et al. (2020) la definen como un indicador de los beneficios que generan los activos de una empresa de manera autónoma en un periodo específico.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema general

¿De qué manera las ventas al crédito se relacionan con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023?

1.3.2. Problemas específicos.

¿De qué manera las políticas de crédito se relacionan con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023?

¿En qué medida la evaluación al cliente se relaciona con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023?

¿De qué manera la inadecuada gestión de cobranza se relaciona con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023?

1.4. Formulación de objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar la relación entre las ventas al crédito y rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

1.4.2. Objetivos específicos

Establecer la relación entre las políticas de crédito y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Establecer la relación entre la evaluación al cliente y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Analizar la relación entre la inadecuada gestión de cobranza y rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

1.5. Justificación de la investigación

1.5.1. Justificación teórica

Este estudio contribuyó a la literatura existente al profundizar en la relación entre las ventas al crédito y la rentabilidad económica en un contexto específico, como es el de las empresas comerciales de materiales de construcción en Chaupimarca. Al examinar esta relación desde una perspectiva teórica, se enriqueció el entendimiento de los mecanismos subyacentes que influyen en la rentabilidad de estas empresas, así como se proporcionó un marco conceptual sólido para futuras investigaciones en este campo.

1.5.2. Justificación práctica

La investigación ofreció beneficios prácticos tanto para las empresas de materiales de construcción como para los profesionales del sector. Al comprender mejor cómo las ventas al crédito impactan en la rentabilidad económica, estas empresas podrán desarrollar estrategias financieras más efectivas y tomar decisiones fundamentadas para optimizar sus operaciones comerciales. Además, los hallazgos sirvieron de guía para otras empresas similares que enfrentan desafíos similares en su gestión financiera.

1.5.3. Justificación metodológica

El enfoque metodológico seleccionado, que involucra la aplicación de cuestionarios validados y confiables, garantiza la calidad y la integridad de los datos recopilados. Esta metodología proporciona una estructura rigurosa para la recopilación y el análisis de datos, lo que facilita la identificación de patrones y tendencias significativas en la relación entre ventas al crédito y rentabilidad económica. Además, al emplear técnicas estadísticas adecuadas, se asegura la validez y la fiabilidad de los resultados, fortaleciendo así la credibilidad del estudio en su conjunto. En este sentido, se estableció un marco metodológico robusto que facilitó la investigación y el análisis de problemáticas similares en el futuro.

1.5.4. Justificación social.

La investigación, tuvo un impacto positivo en las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, provincia de Pasco, que son usuarios directos en lo que respecta al estudio de las variables las ventas al crédito y rentabilidad económica, los mismos que fueron beneficiados al ejecutarse el presente trabajo de investigación.

1.6. Limitaciones de la investigación

El estudio tuvo limitaciones referentes a la recolección de datos, ya que puede haber muchas preguntas no contestadas y se tiene que volver a realizar las encuestas, otra limitante fue el tiempo para culminar el estudio, así como también el aspecto económico.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio

2.1.1. Nacionales

Para el desarrollo de la investigación, en el contexto nacional destaca el estudio de Alexa & Saira (2022) desarrollo su investigación denominada: “*Ventas al crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022*”, con el propósito de evaluar si las ventas al crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos. La investigación es aplicada con un nivel descriptivo, explicativo, correlacional y no experimental. Los datos obtenidos por la muestra de 35 colaboradores del área de créditos y cobranzas fueron procesados mediante métodos estadísticos como el Alfa de Crombach y prueba de Chi Cuadrado, las cuales evidenciaron la confiabilidad de la técnica de investigación y la relación entre las variables, indicadores e índice de estudio. Los autores llegaron a la siguiente conclusión: Las políticas de crédito inciden significativamente en la liquidez debido a que al

otorgar crédito comercial y no establecer lineamientos específicos como condiciones o plazos de pago, en muchas ocasiones se genera demora en el pago del cliente, generando un impacto negativo en cuanto a la liquidez de la empresa que le impide cumplir con sus compromisos de pago en un corto plazo.

Berrocal (2023) desarrollo su investigación titulada *“El manejo de las políticas de crédito y cobranza y su impacto en el índice de morosidad de los clientes en una compañía de transporte de valores, durante el año 2022”* con el propósito de evaluar cómo el control de políticas de crédito y cobranza afecta la morosidad en una empresa de traslado de valores. Utilizando una metodología aplicada y diseño no experimental, se analizó una muestra de 25 individuos. Los resultados revelaron una correlación positiva significativa ($r=0.837$) entre el control de políticas de crédito y la morosidad. Esto sugiere que mejorar estas políticas puede reducir la morosidad y mantener bajos los días de ventas pendientes (DSO).

Narezo & Rodríguez (2022) desarrollaron la investigación *“El efecto del manejo de cuentas de cobranza incierta en la rentabilidad de la empresa POHAR S.R.L”* el objetivo principal fue examinar cómo el control de las cuentas de cobranza dudosa afecta la rentabilidad. Se empleó un enfoque cuantitativo, correlacional, con método hipotético deductivo y diseño no experimental. Los resultados indican un aumento notable en el ratio de rotación de cuentas por cobrar y un incremento del 122% en la utilidad del periodo entre 2020 y 2021, atribuible a la implementación de políticas de crédito y cobro. Además, se registró una estimación de cuentas en cobranza dudosa por S/ 96,275.34, evidenciando una falta de política para su gestión en periodos anteriores. En conclusión, se

destaca la importancia de un adecuado control de las cuentas de cobranza dudosa para mejorar la rentabilidad de la empresa.

Hilario & Santillán (2020) titulado: *“La administración de las cobranzas de ventas a crédito y su impacto en la rentabilidad financiera en la empresa Inversiones PRO3 S.A.C. período 2017-2018”* con el objetivo de analizar el impacto de la gestión de cobranzas en la rentabilidad económica. Adoptó un enfoque descriptivo y no experimental. Se observó una diferencia de 42 días en la recuperación de cuentas por cobrar entre 2017 y 2018, lo que influye en la morosidad de clientes. Aunque las ventas aumentaron un 1.53% en 2018, la mala gestión de cobranzas afectó la rentabilidad esperada. Esto se refleja en una disminución de S/ 34.56 en la rentabilidad económica por cada S/ 100 esperados entre los dos años.

Quiroz (2020) realizó su investigación titulada: *El manejo de las cuentas por cobrar y por pagar y su efecto en el flujo de efectivo de la Empresa Fabre Studio S.A.C”* se centró en evidenciar cómo la implementación de estrategias de gestión de cuentas por cobrar y por pagar, a través de métodos y prácticas contables, puede potenciar el flujo de efectivo. La metodología empleada fue cuantitativa, no experimental, para recabar datos se basó en encuestas. De los resultados, el dato más destacado revela que el 45% de los encuestados concuerda en que la rentabilidad de las cuentas por cobrar a crédito puede impactar directamente en la liquidez y el resultado de las operaciones empresariales. Lo que subraya la importancia crucial de contar con información financiera precisa y puntual para respaldar la toma de decisiones que influyan en el desempeño económico de la empresa.

Pulido (2020) desarrolló su investigación “*Administración de la cobranza y la rentabilidad de la empresa ALLCENTER E.I.R. LL., Lima, 2018*” con el propósito de investigar cómo la gestión de cobranza impacta en la rentabilidad de la empresa. Se analizaron aspectos como el otorgamiento de créditos, las estrategias de cobranza y el proceso de recuperación de deudas, en relación con variables financieras como el ROA, ROE y margen de utilidad bruta. La metodología fue cuantitativa, utilizando herramientas estadísticas para contrastar la hipótesis planteada. La muestra 59 empleados. Los resultados revelaron una correlación significativa entre una gestión de cobranza efectiva y la rentabilidad de la empresa, con un valor de $Rho = 0.855$. Este hallazgo resalta la importancia de una adecuada administración de cobranza en el desempeño financiero de la empresa.

Cano (2019) en su investigación “*Políticas de crédito y el flujo de efectivo en empresas comerciales del Distrito de Paramonga*” tuvo como objetivo entender cómo las políticas de crédito afectan el flujo de efectivo en empresas de Paramonga. Se empleó una metodología cuantitativa, correlacional y no experimental, la muestra de 73 empresas, evaluando diversas dimensiones. Los resultados evidenciaron que el 64.4% aplicó políticas de crédito adecuadas, generando un flujo de efectivo favorable, mientras que el 58.9% experimentó un flujo moderado. Se validó la influencia moderada de las políticas de crédito en el flujo de efectivo ($p < 0.01$; $Rho = 0.638$). En conclusión, se destaca la importancia de políticas de crédito efectivas para mejorar el flujo de efectivo y la salud financiera de las empresas en Paramonga.

Carahuano & Quispe (2019) desarrollaron la investigación “*Correlación entre los saldos pendientes por cobrar y la rentabilidad en las compañías de*

estaciones de servicio en la ciudad de Lima durante el año 2019” con el propósito de establecer la conexión entre las cuentas pendientes de pago y la rentabilidad. Se llevó a cabo una investigación de naturaleza correlacional y diseño no experimental, de emplearon encuestas, con una muestra no aleatoria y selección por conveniencia; utilizando cuestionarios. Los hallazgos sugieren una relación significativa entre las variables analizadas, con un nivel de correlación del 62.3%. Específicamente, se observó una correlación significativa entre la rotación de cuentas por cobrar y la rentabilidad (50.4%), así como una relación del 57% entre el tiempo promedio de cobro y el rendimiento. Además, se determinó que estas relaciones son directas, lo que implica que mejoras en las cuentas pendientes se traducen en un aumento de la rentabilidad empresarial.

Ore (2018) en su investigación *“Las directrices sobre la concesión de créditos y el proceso de cobranza, y su relación con la rentabilidad en la empresa Pure Biofuels del Perú SAC, 2017”* exploró la conexión entre las políticas de créditos y la rentabilidad. Utilizando un enfoque correlacional, cuantitativo, no experimental. Los datos revelaron una relación significativa, con un nivel de correlación del 62.3%. Específicamente, se observó una correlación significativa del 50.4% entre la rotación de cuentas por cobrar y la rentabilidad, y del 57% entre el tiempo promedio de cobro y el rendimiento. Además, un $Rho = 0.111$, indicando una correlación positiva débil entre la política de créditos y cobranzas y la rentabilidad de la empresa, con un nivel de significancia mayor que 0.05.

2.1.2. Internacionales

En cuanto a los estudios internacionales, se considera a Torres & Ochoa (2024) en su artículo de investigación *“Análisis de la exposición al riesgo crediticio y su efecto en la disponibilidad de efectivo de las cooperativas de*

ahorro y crédito del primer segmento en la localidad de Loja” se enfocaron en analizar cómo el riesgo crediticio impacta la liquidez de las Cooperativas de Ahorro y Crédito. Se utilizó una metodología analítica y descriptiva, con datos financieros proporcionados por las entidades reguladoras. Los resultados mostraron una morosidad promedio del 1,24% y una liquidez cercana al 24,32%. Se identificó una correlación positiva del 26,17% entre la liquidez y la morosidad, indicando una asociación moderada. Se concluyó que estrategias y políticas efectivas podrían reducir los riesgos crediticios futuros en estas cooperativas.

González & Abreu (2023) desarrollaron la investigación: *“Variables que afectan la rentabilidad de las empresas en el sector financiero y de seguros”* con el propósito de identificar los determinantes de la rentabilidad financiera en el sector de instituciones financieras y seguros. Mediante un enfoque cuantitativo y una metodología correlacional-causal. Se encontró una correlación positiva entre el ROE, endeudamiento patrimonial, apalancamiento y rotación de ventas, y una correlación negativa con efectivo y tamaño de la empresa. El valor de Rho fue de 0.872, indicando una correlación significativa entre el rendimiento de los activos y las demás variables. Este estudio amplía la literatura financiera y proporciona información relevante para entender la rentabilidad empresarial en este sector.

H. García et al. (2022) desarrollaron su artículo de investigación titulado *“Gestión financiera y rentabilidad de una empresa proveedora de alimentos”* con el propósito de evaluar el impacto de la gestión financiera en la rentabilidad de una empresa. Se empleó un enfoque cuantitativo, descriptivo-explicativo y no experimental. Los resultados revelaron una deficiencia del 44% en la gestión financiera y un rendimiento por debajo de lo esperado en los últimos dos años. Se encontró que la gestión financiera incide positivamente en la rentabilidad, con un

rendimiento esperado del 7.35% sobre la inversión, un margen de utilidad bruta del 14.44%, rentabilidad sobre las ventas del 6.74%, y rentabilidad sobre el patrimonio del 16.27%. Se identificaron diversas actividades de gestión financiera, incluyendo manejo de efectivo, cuentas por cobrar, existencias y relaciones con entidades financieras. En conclusión, una gestión financiera adecuada es crucial para la rentabilidad empresarial, y mejorar el control de los recursos corrientes podría haber aumentado la utilidad en el último ejercicio fiscal.

Caraguay (2021) Desarrolló su informa titulado, *“Impacto de las ventas a crédito en la liquidez de la empresa Ferroligh ubicada en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, 2019”* con el propósito de examinar el impacto de las ventas a crédito en la liquidez de Ferrolight durante el año 2019, empleando enfoques de investigación cuantitativos, cualitativos y deductivos, junto con una exploración inicial. Se observó un aumento del 10% en las ventas y del 10.9% en los costos de ventas. A pesar del incremento en la utilidad bruta, los gastos administrativos y de ventas aumentaron significativamente, lo que resultó en una disminución del 9.1% en la utilidad operativa y neta en comparación con el año anterior. Esto revela una falta de gestión en la recuperación de cuentas por cobrar, lo que afecta la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras y destaca la necesidad de tomar medidas para mejorar la liquidez y mantener la competitividad.

Yaguache & Hennings (2021) desarrollaron el artículo de investigación *“La influencia de la gestión financiera en la rentabilidad de las cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador”* con el propósito de examinar cómo la gestión financiera influye en la rentabilidad de las cooperativas de ahorro y crédito en

Ecuador durante 2016-2020. Se utiliza un enfoque no experimental y se recolecta información mediante encuestas y análisis financiero. Los resultados revelan una correlación positiva entre la gestión financiera y la rentabilidad, con una significativa correlación de Spearman ($Rho = ,638$, sig. bilateral = $,000 < ,01$). Sin embargo, se registra una disminución en los rendimientos en 2020 debido a la crisis económica y la pandemia. Este hallazgo subraya la importancia de una gestión financiera sólida para la sostenibilidad a largo plazo de las cooperativas.

2.2. Bases teóricas científicas

2.2.1. Ventas al crédito.

La actividad de ventas se refiere al intercambio de bienes o servicios por una cantidad acordada de dinero, con el propósito de contribuir al crecimiento tanto de la empresa como de la economía nacional, al tiempo que satisface las necesidades del comprador (De la Parra & Madero, 2005), implica ofrecer productos al mercado con el objetivo primordial de incrementar la liquidez de la empresa mediante la venta de una amplia gama de productos a cambio de dinero.

Por otra parte, el concepto de crédito surge tras una transacción de venta que ofrece facilidades de pago, donde vender implica poner a disposición bienes o servicios en el mercado, ya sea al por mayor o al por menor, con términos de pago que pueden ser inmediatos o diferidos según las políticas de cada empresa (Caraguay, 2021). Las ventas a crédito se refieren a la acción de ofrecer bienes o servicios, con el objetivo comercial de aumentar la liquidez mediante la venta de un gran volumen de productos.

Las ventas a crédito representan transacciones comerciales en las que el pago se realiza después de la entrega del bien o servicio, permitiendo un período de tiempo para cumplir con la obligación financiera (Chamba, 2017).

Según Caraguay (2021) las ventas a crédito representan una fuente primordial de ingresos para las empresas, empleadas estratégicamente para impulsar las ventas y garantizar ganancias. En el ámbito empresarial, estas ventas se traducen en cuentas por cobrar, activos líquidos fundamentales debido a su rápida movilización en el mercado. Es crucial la implementación de políticas de crédito y cobranza, que guían la concesión de créditos y establecen plazos de pago, optimizando así la gestión financiera.

Si bien, las ventas a crédito constituyen una práctica común en muchas empresas, tanto pequeñas como grandes, es importante comprender la naturaleza de estas transacciones y sus implicaciones financieras. Según Calero (2019), la morosidad en las cuentas por cobrar representa un riesgo financiero para las empresas, ya que la falta de pago oportuno puede afectar su solvencia y rendimiento económico. Es crucial reducir estos valores para evitar pérdidas y mantener un flujo de efectivo adecuado para cumplir con las obligaciones financieras.

Las cuentas por cobrar, como explican Choquehuanca et al. (2019) son deudas pendientes que los clientes tienen con la empresa, resultado de ventas a crédito. Es fundamental establecer políticas claras de cobro y plazos de pago para garantizar un flujo de efectivo constante y mantener relaciones comerciales sólidas con los clientes.

Teoría de la gestión financiera operativa desde la perspectiva marxista y la teoría económica neoclásica

La convergencia entre la teoría de la gestión financiera operativa desde la perspectiva marxista y la economía neoclásica ofrece una interesante reflexión sobre el valor económico y la eficiencia en la gestión de los recursos financieros.

Mientras que la economía neoclásica destaca la importancia de los activos en la generación de valor, la visión marxista resalta la velocidad de la rotación del capital como un factor clave para obtener rendimientos. Esta convergencia sugiere que, aunque difieren en la interpretación del origen del valor económico, ambos enfoques reconocen la relevancia de la eficiencia económica en la creación de riqueza y su impacto en la sociedad (N. Hernández et al., 2014).

Por otro lado, la economía neoclásica, al profundizar en el análisis psicológico de las decisiones humanas, ofrece una perspectiva sobre cómo las percepciones subjetivas influyen en las decisiones financieras. Esta comprensión es crucial al explorar cómo las políticas de crédito afectan la rentabilidad de las empresas, especialmente en sectores como el de materiales de construcción. Analizar las necesidades y motivaciones de los clientes en sus decisiones de compra a crédito puede proporcionar estrategias efectivas para mejorar la rentabilidad y la gestión financiera en este ámbito específico (Borgucci, 1999).

La relación entre la teoría de la gestión financiera operativa desde la perspectiva marxista y las ventas al crédito y la rentabilidad de empresas radica en su enfoque compartido en la importancia de la eficiencia económica y la comprensión de los procesos financieros, ya que buscan entender cómo se generan los rendimientos y cómo se puede mejorar la gestión financiera para impulsar el desarrollo económico y social.

Teoría del comportamiento del consumidor

La teoría del consumidor constituye un pilar fundamental en la economía al abordar cómo las personas asignan sus recursos limitados para maximizar su satisfacción. Esta teoría se basa en el concepto de utilidad, que representa la medida subjetiva de la satisfacción que un individuo obtiene al consumir

diferentes combinaciones de bienes y servicios. A través de funciones de utilidad, se puede modelar el comportamiento de un consumidor racional y prever sus decisiones de compra, lo que permite trazar curvas de demanda que muestran la relación entre el precio de un bien y la cantidad demandada por los consumidores (Coronado, 2019). Este enfoque ayuda a comprender cómo los cambios en los precios, las preferencias del consumidor y otros factores influyen en la demanda de productos y, por ende, en las ventas al crédito de las empresas.

La teoría del comportamiento del consumidor es crucial al analizar el impacto de las estrategias de crédito en el comportamiento de compra. Al entender las preferencias y restricciones presupuestarias de los clientes, las empresas pueden diseñar políticas de crédito que impulsen las ventas y mejoren la rentabilidad. Esto ayuda a identificar los factores que influyen en la elección del crédito por parte de los clientes, ajustar las condiciones de financiamiento para aumentar la demanda y optimizar la gestión financiera para garantizar la sostenibilidad económica

Dimensiones de las ventas al crédito

1. Políticas de crédito

Bajo diversas perspectivas, la política de créditos se concibe como un conjunto de directrices que permiten a las empresas abordar situaciones desafiantes al evaluar y mitigar los riesgos al extender crédito a los clientes. Según Bañuelos (2014), estas normativas internas tienen como objetivo verificar y reducir el peligro al ampliar el crédito al cliente. Por su parte, Robles (2012) menciona que estas políticas son adoptadas para definir la aprobación o denegación del crédito solicitado, basándose en aspectos como referencias, capacidad de pago y naturaleza del producto o servicio.

En este sentido, representan un conjunto de directrices internas que guían a las empresas en la evaluación y análisis de la concesión de créditos. Estas normativas permiten identificar qué clientes tienen la capacidad financiera necesaria para cumplir con los pagos, con el propósito de garantizar resultados favorables en la gestión de créditos (Chamba, 2017).

Indicadores:

a) Evaluación del crédito

La evaluación de crédito es un proceso esencial en la gestión financiera de una empresa, como señala Bañuelos (2014) este consiste en analizar la capacidad de pago y solvencia de un cliente antes de otorgarle un crédito. Según Van & Wachowicz (2010) como se cita en Peve (2022), la empresa determina las condiciones de venta y establece cómo calificar al solicitante mediante la recopilación de toda la información relevante. Es crucial considerar diversos aspectos, como el historial crediticio, los ingresos y el patrimonio, para definir la capacidad de endeudamiento del solicitante, como sugieren los autores. Este proceso de evaluación, cuando se realiza de manera objetiva y transparente, permite reducir los riesgos asociados a la concesión de créditos y garantizar la viabilidad financiera de la empresa.

En su obra "Finanzas Corporativas", Westerfield (2012) destaca la importancia de establecer procedimientos para la concesión y recuperación de créditos si una empresa decide otorgar crédito a sus clientes. En este sentido, resalta la necesidad de considerar cuidadosamente ciertos elementos clave dentro de la política de crédito:

1) Términos de venta, definen las condiciones de pago para productos o

servicios, incluyendo plazos y descuentos. 2) *El análisis de crédito*, evalúa el riesgo de incumplimiento de los clientes al otorgarles crédito y, 3) *Política de cobranza*, establece los procedimientos para asegurar el pago oportuno de las deudas.

b) Términos del crédito (Plazo - Riesgo)

Según Bañuelos (2014) es fundamental establecer claramente los términos de crédito tanto en el proceso de venta como en los criterios para mantener o cancelar el crédito. La claridad en estos aspectos es esencial para evitar confusiones respecto a las facturas pendientes de cobro.

Es esencial evitar cualquier ambigüedad respecto a las fechas de vencimiento de las facturas pendientes. Los términos de crédito deben abarcar no solo las condiciones generales de la transacción, sino también los criterios para mantener la línea de crédito y los motivos para su cancelación (Ore, 2018). Claridad en estos aspectos es fundamental para garantizar un proceso de cobranza eficiente.

c) Supervisión de crédito

Tras establecer una política de crédito, las empresas deben vigilar de cerca las cuentas por cobrar. Esto implica utilizar herramientas como el seguimiento de los días pendientes de pago para prever posibles problemas de pago por parte de los clientes. Además, según Berk & DeMarzo (2008), la supervisión del crédito es esencial para estar alerta ante contingencias de clientes con dificultades de pago. Por otro lado, Ross et al. (2010) sugieren que algunas empresas optan por asegurarse contra el incumplimiento de pago mediante seguros de crédito

proporcionados por compañías aseguradoras, aunque esta opción no es ampliamente utilizada debido a las altas primas.

2. Evaluación del cliente

El análisis de la información es crucial para determinar si se aprueba o deniega una solicitud de crédito, centrándose principalmente en los hábitos de pago del solicitante y su capacidad para cumplir con las obligaciones.

En este sentido, se debe investigar el informe de créditos para evaluar la regularidad de los pagos del cliente, así como los estados financieros para analizar aspectos como el capital, la relación entre activos y pasivos, la liquidez y el rendimiento financiero de la empresa solicitante. Estos datos proporcionan una visión integral de la situación económica y financiera de la compañía, fundamentales para tomar decisiones informadas sobre la concesión de crédito (Morales & Morales, 2014).

La evaluación efectiva del cliente requiere un análisis exhaustivo de su información financiera, historial crediticio y comportamiento de pago. Los factores considerados por las empresas incluyen el monto y la puntualidad de los pagos anteriores, así como la capacidad de endeudamiento del cliente, se destaca la importancia de analizar tanto el informe de crédito, que revela la relación del cliente con otros proveedores, como los estados financieros, que ofrecen una visión completa de su situación económica. Además, se enfatiza la necesidad de capacitar al personal para realizar evaluaciones precisas y garantizar un seguimiento efectivo del cobro de deudas, evitando así la acumulación de cuentas vencidas y protegiendo la liquidez de la empresa (A. García & Sandoval, 2024).

Indicadores:

a) Capacidad de pago (Estados financieros)

La capacidad de pago se refiere a la habilidad que tiene una persona o entidad para cumplir con sus obligaciones financieras en el tiempo y la forma acordados. Se evalúa principalmente en función de los ingresos, activos y pasivos que posee una persona o entidad (A. García & Sandoval, 2024). Por su parte, los estados financieros, son documentos contables que reflejan la situación económica y financiera de una empresa en un período específico. Incluyen información sobre el capital, el total de deudas, la relación entre activos y pasivos corrientes, la disponibilidad de efectivo, el rendimiento financiero y un análisis general de la salud económica de la empresa (Morales & Morales, 2014)

b) Garantías

Son activos o compromisos que se ofrecen como respaldo para respaldar un préstamo o crédito. Estas garantías pueden incluir bienes tangibles como propiedades o vehículos, así como garantías personales como avales o fianzas, que aseguran el cumplimiento de una obligación financiera (Peve, 2022).

c) Referencias comerciales

Son testimonios o recomendaciones proporcionadas por otros negocios o proveedores con los que el cliente ha tenido relaciones comerciales previas. Estas referencias proporcionan información sobre la confiabilidad y solvencia del cliente en términos de pago y cumplimiento de compromisos financieros (Peve, 2022).

3. Gestión de cobranza

La gestión de cobranza, descrita por A. García & Sandoval (2024), engloba las acciones ejecutadas por el personal responsable de las áreas de créditos y cobranzas para recuperar las deudas pendientes. Se destaca la utilización de diversos medios de comunicación, como llamadas telefónicas o correos electrónicos, para facilitar el seguimiento de los pagos en el plazo establecido. Además, se sugiere la recopilación previa de información del cliente, incluyendo preferencias de comunicación, y la programación de visitas a sus instalaciones para mantener una interacción efectiva.

Por otro lado, Tapia (2018) explica que la gestión de cobranza implica coordinación entre los departamentos comerciales y financieros para mejorar tanto la gestión de cobros como las relaciones financieras con los clientes. Esta práctica es esencial para garantizar un adecuado manejo del capital de trabajo y reducir el riesgo de enfrentar crisis de liquidez o de ventas.

Finalmente, Morales & Morales (2014) abordan la gestión de cobranza como el proceso de recuperación de deudas, señalando que estas prescriben después de cinco años. Destacan que un simple recordatorio de la deuda, como una carta, puede interrumpir esta prescripción, enfatizando la importancia de acciones proactivas en la cobranza.

Indicadores:

a) Cuentas por cobrar

Según Warren et al. (2016), representan transacciones comunes que surgen de la venta de productos a crédito. Estas cobranzas se registran como activos corrientes en los estados financieros y se espera que se liquiden en un período de tiempo que puede variar de días a meses. Por

su parte, Guajardo & Andrade (2014) las consideran como activos económicos que generan beneficios a corto o largo plazo y forman parte del activo circulante de la empresa.

Pueden definirse como créditos a favor de la compañía, derivados de ventas realizadas, y su naturaleza depende del tipo de negocio principal de la entidad.

b) Ratio de deuda vencida

Este índice ofrece una perspectiva sobre el margen de mejora en las gestiones de cobranza de una empresa. Se utiliza para comprender la proporción de deudas impagas en relación con el total de créditos otorgados, lo que permite identificar áreas donde se deben fortalecer las estrategias de recuperación de fondos (Zapata & Pazo, 2022).

c) Alto nivel de morosidad:

Este término se refiere a la situación en la que un deudor no cumple con sus obligaciones de pago en los plazos establecidos, no solo con una entidad, sino con varias. Es importante para las empresas establecer políticas de pago claras y documentadas, ya que el retraso en el pago de deudas no siempre indica que el cliente sea moroso, sino que puede ser resultado de diversos factores (Zapata & Pazo, 2022).

d) Capacitación del personal

Es el proceso mediante el cual los empleados de una empresa reciben formación, instrucción y adquieren habilidades específicas necesarias para desempeñar eficazmente sus funciones dentro de la organización. Esta capacitación puede incluir programas de formación en diferentes áreas, como ventas, atención al cliente, manejo de tecnología, entre otros,

con el objetivo de mejorar el desempeño laboral y contribuir al éxito empresarial (A. García & Sandoval, 2024).

e) Comunicación constante con los clientes

Según A. García & Sandoval (2024) implica el establecimiento de un canal de interacción continuo y fluido entre la empresa y sus clientes, con el fin de mantener una relación sólida y satisfactoria. Esta comunicación puede llevarse a cabo a través de diversos medios, como correos electrónicos, llamadas telefónicas, mensajes de texto, redes sociales, entre otros, y tiene como propósito principal comprender las necesidades, inquietudes y expectativas de los clientes, así como brindarles información relevante sobre productos, servicios, promociones y resolver cualquier consulta o problema que puedan tener

2.2.2. Rentabilidad económica.

Según Ripalda (2017) la rentabilidad se entiende como la relación entre las ganancias y la inversión necesaria para obtenerlas. Este indicador no solo refleja la eficiencia de la gestión empresarial, evidenciada por las utilidades generadas a partir de las ventas y la inversión, sino también su estabilidad y consistencia, lo que influye en los beneficios.

La rentabilidad resalta la capacidad de una empresa para utilizar sus activos en la generación de ingresos que superen los costos de sus actividades productivas. Este indicador puede evaluarse desde diversas perspectivas, como la relación entre ingresos y ventas, activos, capital o el valor de las acciones de la compañía. Representa un objetivo económico crucial a corto plazo que las organizaciones deben alcanzar para asegurar beneficios que respalden su expansión y estabilidad en el mercado (Gitman, 1997).

Según Alarcón (2020) la rentabilidad económica de un negocio se evalúa en función del retorno sobre la inversión durante un periodo determinado, sin considerar el origen de los fondos. Por otro lado, Valencia et al. (2020) la definen como un indicador de los beneficios que generan los activos de una empresa de manera autónoma en un periodo específico. Este indicador es esencial para evaluar la eficiencia empresarial, ya que no considera el impacto del financiamiento en la generación de resultados. Así, esta medida busca cuantificar la capacidad de una organización para generar un excedente económico, revelando la eficacia en la gestión productiva y su distribución entre los accionistas.

Dimensiones de la rentabilidad económica

1. Razones financieras

Indicadores:

a) Rendimiento sobre los activos (ROA)

Es un indicador financiero crucial que evalúa la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar beneficios netos. Esta métrica proporciona una clara visión de la capacidad operativa del negocio al analizar la productividad de sus activos, independientemente de su estructura de financiamiento (Majed & Qabajeh, 2012). Se calcula dividiendo el beneficio neto anual de la empresa entre el total de sus activos.

b) Rendimiento sobre el capital invertido (ROI):

Es una métrica financiera fundamental que evalúa la efectividad y la rentabilidad de una inversión al comparar el beneficio obtenido con el costo inicial invertido. Esta medida es crucial tanto para inversores como

para gestores empresariales, ya que proporciona una comprensión clara de la rentabilidad de las inversiones específicas, lo que facilita la toma de decisiones informadas sobre la asignación de recursos para maximizar los retornos (Cuevas, 2001).

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el ROI no considera el riesgo asociado a la inversión ni otros factores externos que pueden afectar los retornos, como cambios en el mercado o en la economía. Por lo tanto, aunque un ROI alto puede indicar una buena inversión, siempre debe ser evaluado junto con otros indicadores y análisis de riesgos y rendimientos (Andrade, 2011).

2. Beneficios

En el ámbito económico, el beneficio se define como el resultado financiero obtenido tras restar los costes de una actividad económica a sus ingresos (López, 2018).

Según Frederick (2022) el beneficio, también conocido como beneficio económico, representa las ganancias netas generadas por la realización de actividades productivas, donde se considera que existe beneficio económico cuando los ingresos superan a los costes. Esta noción es esencial tanto en la macroeconomía como en la microeconomía, ya que permite optimizar las ganancias y evaluar el éxito de los proyectos empresariales. Identificar el beneficio económico es fundamental para medir la eficacia de las inversiones y recursos utilizados, lo que proporciona una base para desarrollar estrategias que maximicen las ganancias

Indicadores:

a) Utilidad bruta

La utilidad bruta, como la describen Estupiñán & Estupiñán (2003), constituye el valor residual que una empresa obtiene después de deducir los costos directamente relacionados con la producción de bienes o servicios de sus ventas netas. Estos costos incluyen los asociados a la adquisición de materias primas, mano de obra directa y otros costos directamente atribuibles a la elaboración del producto o servicio. La utilidad bruta es esencial para cubrir los gastos operacionales y no operacionales de la empresa, así como para proporcionar los recursos necesarios para su crecimiento y desarrollo futuro.

b) Utilidad operacional

La utilidad operacional, según la explicación de O. García (2009), representa el resultado financiero que una empresa obtiene exclusivamente de sus operaciones comerciales principales, independientemente de su estructura de financiamiento. Este indicador se centra en los costos y gastos directamente relacionados con la actividad principal de la empresa, como los costos de producción, administración y ventas. La utilidad operacional refleja la capacidad de la empresa para generar ganancias a partir de su actividad central, sin considerar el impacto de la estructura financiera en sus resultados.

c) Margen neto

El margen neto, tal como lo describen Estupiñán & Estupiñán (2003), representa la parte de los ingresos totales de la empresa que se convierte en ganancia neta después de deducir todos los costos y gastos,

incluidos los operacionales, financieros y los impuestos. Este margen indica la eficiencia con la que la empresa opera y administra sus recursos, ya que muestra cuánto queda de cada unidad monetaria de ingresos después de cubrir todos los costos asociados con la producción y operación del negocio. El margen neto es crucial para evaluar la rentabilidad y la capacidad de generación de beneficios de la empresa, así como para determinar su capacidad para distribuir dividendos o reinvertir en su crecimiento.

3. Rotación de activos

La rotación de activos es un indicador crucial para evaluar cómo una empresa gestiona sus recursos y genera ventas, según lo señalado por Cubas & Torres (2021). Este indicador ofrece una visión clara de cómo los productos se mueven en la empresa en relación con sus compromisos financieros más importantes. Es fundamental para comprender la estructura real de la empresa y permite identificar posibles áreas de mejora en caso de déficits financieros.

Indicadores:

a) Ratio de rotación de activos

Para Dávila (2016) como se citó Cubas & Torres (2021) destaca que la ratio de rotación de activos es un indicador eficaz para evaluar la gestión de activos de una empresa en la generación de ventas. Cuanto mayor sea esta ratio, mayor será la productividad de los activos para generar ingresos, lo que implica una mayor eficacia en la rentabilidad de la empresa. Los gerentes pueden utilizar esta información para tomar decisiones informadas y maximizar las ventas de la empresa.

El grado de rotación de activos, es una medida relacionada que evalúa la frecuencia con la que los activos de una empresa se convierten en ventas o ingresos durante un período específico (Square, 2024)

Este indicador proporciona una perspectiva más detallada sobre la eficiencia de la empresa en la utilización de sus activos, ya que muestra cuántos días, en promedio, se necesitan para generar ventas o ingresos con los activos disponibles. Un grado de rotación de activos más alto indica una utilización más eficiente de los activos, mientras que un grado más bajo puede señalar problemas de gestión o ineficiencias en la utilización de los recursos de la empresa.

2.3. Definición de términos básicos.

Beneficio económico: Ganancias netas resultantes de restar los costos de una actividad económica a sus ingresos (Frederick, 2022).

Cobranza: Proceso de recuperación de deudas pendientes de pago por parte de los clientes de una empresa (Morales & Morales, 2014).

Crédito: Facilidad otorgada por una entidad para adquirir bienes o servicios y pagarlos en un período posterior (Caraguay, 2021).

Cuentas por cobrar: Monto pendiente de pago por parte de los clientes a una empresa por bienes o servicios entregados a crédito (Choquehuanca et al., 2019).

Gestión financiera: Proceso de planificación, control y dirección de las actividades financieras de una empresa para alcanzar sus objetivos (De la Parra & Madero, 2005).

Morosidad: Situación en la que los clientes no cumplen con los plazos de pago acordados para sus deudas (Calero, 2019).

Política de crédito: Conjunto de directrices y normativas internas que regulan la concesión de crédito a los clientes de una empresa (Bañuelos, 2014).

Ratios financieros: Indicadores numéricos utilizados para evaluar la salud financiera y el rendimiento de una empresa (Zapata & Pazo, 2022).

Rendimiento sobre el capital invertido (ROI): Métrica que compara el beneficio obtenido con el costo inicial invertido, evaluando la rentabilidad de una inversión (Cuevas, 2001).

Rendimiento sobre los activos (ROA): Indicador financiero que evalúa la eficiencia con la que una empresa utiliza sus activos para generar beneficios netos (Majed & Qabajeh, 2012).

Rentabilidad económica: Relación entre las ganancias y la inversión necesaria para obtenerlas, evaluando la eficiencia y estabilidad de la gestión empresarial (Ripalda, 2017).

Rotación de activos: Indicador que evalúa cómo una empresa gestiona sus recursos y genera ventas en relación con sus compromisos financieros (Cubas & Torres, 2021).

Utilidad bruta: Valor residual obtenido después de deducir los costos directamente relacionados con la producción de bienes o servicios de las ventas netas (Estupiñán & Estupiñán, 2003).

2.4. Formulación de hipótesis

2.4.1. Hipótesis general.

Hg. Existe relación significativa entre las ventas al crédito y rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas.

H1. Existe relación significativa entre las políticas de crédito y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

H2. Existe relación significativa entre la evaluación al cliente y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

H3. Existe relación significativa entre la inadecuada gestión de cobranza y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

2.5. Identificación de variables

En este estudio se establecen dos variables principales:

➤ **Variable 1:** Ventas al crédito

Variables específicas

- Políticas del crédito
- Evaluación del cliente
- Gestión de cobranza

➤ **Variable 2:** Rentabilidad económica

Variables específicas

- Razones financieras
- Beneficios
- Rotación de activos

2.6. Definición operacional de variables e indicadores

Tabla 1 Operacionalización de variables

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN	RANGO DE EVALUACIÓN
Variable 1: Ventas al crédito	La variable se desglosará en 3 dimensiones para su medición: Políticas de crédito; evaluación del cliente y gestión de cobranza. Para recabar los datos e información se empleará un cuestionario.	Políticas de crédito	Evaluación del crédito Términos del crédito (Plazo - Riesgo) Supervisión de crédito	1-4	Ordinal	5 = "Totalmente de acuerdo", 4 = "De acuerdo", 3 = "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", 2 = "En desacuerdo", y 1 = "Totalmente en desacuerdo"
		Evaluación del cliente	Capacidad de pago (Estados financieros) Garantías Referencias comerciales	5-8		
		Gestión de cobranza	Cuentas por cobrar Ratio de deuda vencida Alto nivel de morosidad Capacitación del personal Comunicación constante con los clientes	9-12		
Variable 2: Rentabilidad económica	La variable se desglosará en 3 dimensiones para su medición: Razones financieras; beneficios y rotación de activos. Para recabar los datos e información se empleará un cuestionario.	Razones financieras	Rendimiento sobre los activos (ROA) Rendimiento sobre el capital invertido (ROI)	1-4	Ordinal	5 = "Totalmente de acuerdo", 4 = "De acuerdo", 3 = "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", 2 = "En desacuerdo", y 1 = "Totalmente en desacuerdo"
		Beneficios	Utilidad bruta Utilidad operacional Margen neto	5-8		
		Rotación de activos	Ratio de rotación de activos	9-12		

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de investigación

Fue de tipo aplicada, ya que se centra en la resolución de problemas prácticos y en la generación de conocimiento que pueda ser directamente aplicado en situaciones reales y concretas, buscando impactar positivamente en la sociedad y en el ámbito profesional (Huaire, 2019; Lozada, 2014). Con un enfoque cuantitativo, debido que utiliza datos numéricos y estadísticos para analizar fenómenos y buscar regularidades o relaciones (Huaire, 2019).

3.2. Nivel de investigación

Contó con un nivel correlacional, puesto que busca establecer la conexión entre dos o más variables, sin determinar una relación de causa y efecto entre ellas. Se trata de identificar la asociación entre factores para comprender mejor un fenómeno particular (Bustamante & Mendoza, 2013). Además, fue de corte transversal, ya que se recolectaron los datos en un único momento en el tiempo, permitiendo examinar una muestra de la población en un punto específico (R. Hernández & Mendoza, 2018).

3.3. Métodos de la investigación

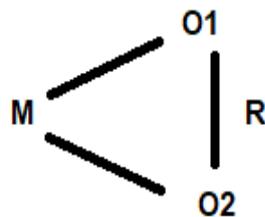
Método inductivo: Se parte de observaciones particulares para desarrollar teorías o generalizaciones (Bernal, 2010).

Método deductivo: Se parte de teorías o generalizaciones para generar hipótesis específicas y realizar pruebas o confirmaciones a través de la observación (Bernal, 2010).

3.4. Diseño de investigación

Contó con un diseño no experimental, no se manipulan variables ni se controlan situaciones, sino que se observan fenómenos tal como se presentan en su entorno natural (Guevara et al., 2020).

Al respecto, Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) establecen que una investigación con diseño no experimental tiene el siguiente esquema:



Donde:

M: Muestra de estudio

O1: Observaciones de la variable: Ventas al crédito

O2: Observaciones de la variable: Rentabilidad económica

R: Relación entre las dos variables.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población, se consideró el conjunto total de elementos que se quiere estudiar (Ñaupas et al., 2018). Se contó con un total de 35 empresas comerciales

de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, reconocidas según base de datos de la SUNAT.

3.5.2. Muestra

La muestra, representa una porción representativa de esa población (Ñaupas et al., 2018) . Estuvo conformada por 33 empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca.

Para ello se aplicó un proceso de muestreo, que consiste en seleccionar una muestra representativa de una población más amplia para poder realizar inferencias sobre esa población (Arias, 2016). Se aplicó el muestreo aleatorio simple, es un método en el que cada elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para formar parte de la muestra (Manterola & Otzen, 2014). Este método es muy útil cuando se busca evitar el sesgo en la selección de la muestra y se desea garantizar la representatividad de la misma.

Así que, se ha establecido un margen de error del 5% y un valor z de la distribución normal estándar de 1.96, suponiendo una probabilidad de éxito y fracaso del 50% para cada caso. Para determinar el tamaño de la muestra necesario, se emplea la fórmula siguiente:

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + z^2 * p * q}$$

Dónde:

n= Tamaño de muestra

Z= Margen de confiabilidad (95% de confiabilidad, Z = 1.96).

p= Proporción de éxito (50% = 0.5)

E= Máximo error permisible = 0.05 (5%)

N= Tamaño de la población (35)

$$n = \frac{35 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(35 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 33$$

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se trata de métodos empleados para obtener información precisa y relevante en un estudio, seleccionados en función del tipo de investigación, sus objetivos y la naturaleza de los datos que se desean recopilar (Ñaupas et al., 2018).

3.6.1. Técnica.

Se empleó la encuesta, se trata de un conjunto de preguntas estandarizadas dirigidas a una muestra de individuos para obtener información específica (R. Hernández & Mendoza, 2018).

3.6.2. Instrumento.

Como instrumento el cuestionario, según Ñaupas et al. (2018) es un formulario con preguntas estructuradas que se completan por escrito o en línea para recopilar información sobre un tema determinado.

Se contará con un cuestionario para cada variable, distribuidos de la siguiente manera: **Variable 1: Ventas al crédito**, se desglosará en 3 dimensiones: Dimensión 1: Políticas de crédito. *Indicadores*: Evaluación del crédito; términos del crédito (Plazo - Riesgo); supervisión de crédito. Dimensión 2: Evaluación del cliente. *Indicadores*: Capacidad de pago (Estados financieros); garantías y referencias comerciales. Dimensión 3: Gestión de cobranza. *Indicadores*: Cuentas por cobrar; ratio de deuda vencida; alto nivel de morosidad; capacitación del personal y comunicación constante con los clientes. Se encuentra constituido por 12 ítems.

Por su parte la *variable 2: Rentabilidad económica*, se desglosará en 3 dimensiones: Dimensión 1 Razones financieras. *Indicadores*: Rendimiento sobre los activos (ROA); Rendimiento sobre el capital invertido (ROI). Dimensión 2: Beneficios. *Indicadores*: Utilidad bruta; utilidad operacional; margen neto. Dimensión 3: Rotación de activos. *Indicadores*: Ratio de rotación de activos. Se encuentra constituido por 12 ítems.

Los dos cuestionarios emplean una escala ordinal de Likert con cinco opciones de respuesta, donde: 5 = "Totalmente de acuerdo", 4 = "De acuerdo", 3 = "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", 2 = "En desacuerdo", y 1 = "Totalmente en desacuerdo".

Se llevará a cabo la validación del constructo a través de la revisión de expertos para asegurar la pertinencia y coherencia de los ítems. Posteriormente, se realizará una prueba piloto para evaluar la confiabilidad mediante el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach, que mide la consistencia interna de los ítems.

Entendiendo que, la validez es la precisión y completitud en la medición de un fenómeno mediante un instrumento y la confiabilidad, la consistencia y estabilidad de las mediciones obtenidas, asegurando la coherencia interna de los ítems (Ñaupás et al., 2018).

3.7. Selección, validación y confiabilidad de los instrumentos de investigación

La selección del instrumento fue la escala de Likert la validación del instrumento se realizó a través de juicio de expertos y la confiabilidad del instrumento se desarrolló mediante una muestra piloto con el Alfa de Cronbach del programa del SPSS de los 24 elementos considerados en el cuestionario y los resultados se ve en la siguiente tabla:

Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,912	,914	24

Nota. El alfa de Cronbach se ejecutó con una muestra piloto.

La información estadística, nos muestra un Alfa de Cronbach de orden de 0.912 y 0.914 positivo muy alto cercano a uno, lo que nos quiere decir que nuestros instrumentos son homogéneos y son confiables.

3.8. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Se emplearán enfoques tanto descriptivos como inferenciales para analizar los datos recolectados, empleando tablas de frecuencia y gráficos para la comprensión de cada variable. Además, en la estadística inferencial se utilizarán pruebas estadísticas, incluyendo la evaluación de la distribución de los datos para determinar si estos siguen o no una distribución normal; asimismo, se aplicarán técnicas analíticas paramétricas o no paramétricas, como el coeficiente de correlación de Pearson o el índice Rho de Spearman, según sea apropiado.

3.9. Tratamiento estadístico

Para el análisis de datos, se utilizó el software SPSS en su versión 26. Se comenzó con un análisis detallado de la distribución de los datos, describiendo la frecuencia y el porcentaje de cada variable. También se aplicó la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para comprender la naturaleza de la distribución de los datos. Se llevó a cabo un análisis inferencial mediante pruebas estadísticas específicas para validar o refutar las hipótesis planteadas, considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

3.10. Orientación ética filosófica y epistémica

La orientación ética implica seguir principios fundamentales para garantizar la integridad y el bienestar de los participantes, así como la honestidad y transparencia en el proceso investigativo, es fundamental para asegurar la validez y la legitimidad del trabajo realizado, así como para proteger los derechos y la dignidad de quienes participan en ella. (Espinoza & Calva, 2020).

El estudio se rigió por las normativas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión y se adhirió a las directrices de la American Psychological Association (APA) 7ma edición. Se veló por la integridad de la investigación científica mediante la adecuada atribución de autoría y la correcta referencia de las contribuciones intelectuales. Además, se protegió la autonomía y confidencialidad de los participantes, minimizando posibles riesgos o daños y demostrando respeto hacia todos los involucrados en el proceso.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Descripción del trabajo de campo

La fase de investigación de campo se llevó a cabo mediante la obtención de datos primarios, utilizando el método de recolección de información. Se aplicó dos cuestionarios con escala de Likert, una para cada variable a los 33 representantes de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, provincia de Pasco. Esta información recopilada nos permitió analizar y comparar los resultados obtenidos.

Los resultados obtenidos a través de las encuestas fueron organizados, tabulados y procesados de manera sistemática utilizando los programas Excel y SPSS. En primer lugar, se llevaron a cabo estimaciones de estadísticas descriptivas e inferenciales. Se presentaron tablas de frecuencia y gráficos de barras, cada uno de los cuales fueron interpretados adecuadamente. Posteriormente, se plantearon hipótesis tanto a nivel general como específico, utilizando el test estadístico de correlación de Rho de Spearman para datos no

paramétricos. Se presentaron tablas de correlación junto con sus respectivas interpretaciones.

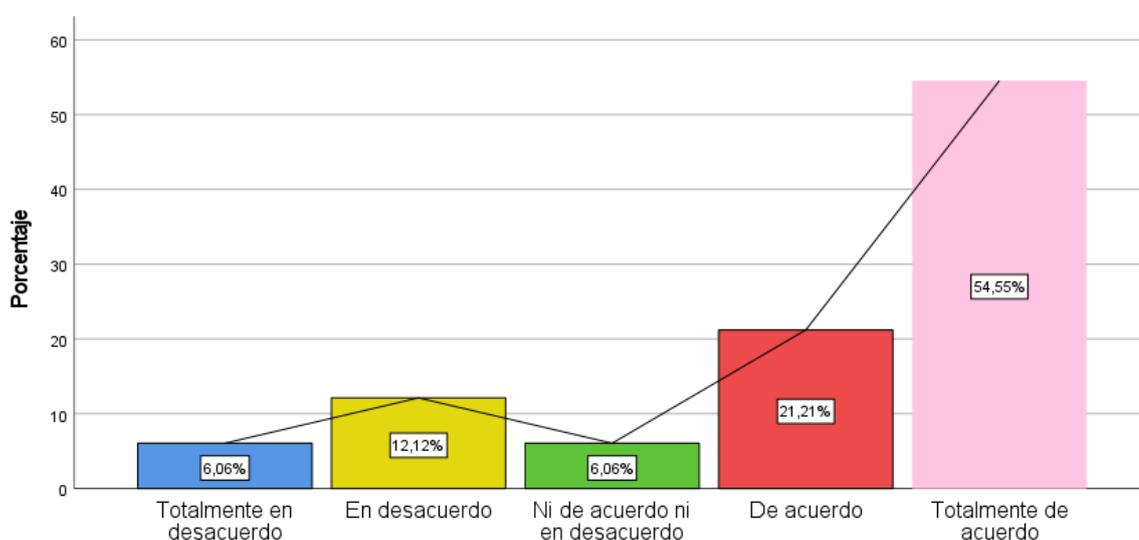
4.2. Presentación, análisis e interpretación de resultados

A continuación, se detallan los resultados del estudio.

Tabla 3 *¿Considera usted que la evaluación del crédito es fundamental para mitigar el riesgo de impago por parte de los clientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	4	12,1	12,1	18,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6,1	6,1	24,2
	De acuerdo	7	21,2	21,2	45,5
	Totalmente de acuerdo	18	54,5	54,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 1 *¿Considera usted que la evaluación del crédito es fundamental para mitigar el riesgo de impago por parte de los clientes?*



Interpretación:

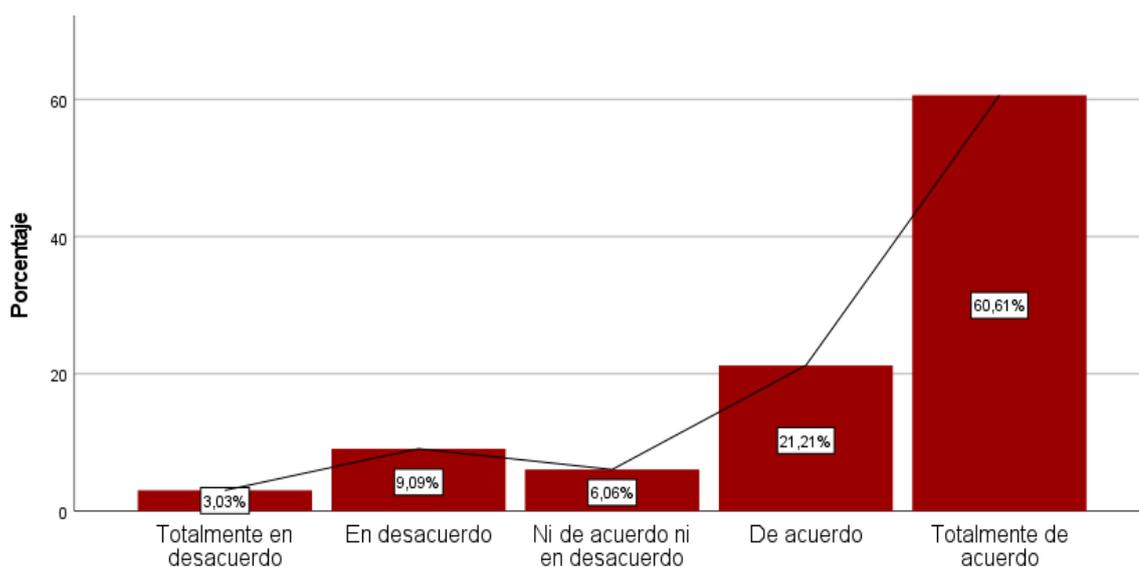
Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 54.55% mencionan que están totalmente de acuerdo que la evaluación del crédito es fundamental para mitigar el riesgo de impago por parte de los clientes; por otro lado, mientras el 21.21 % señalan de acuerdo; el 12.12% afirman estar

en desacuerdo y el 6.06% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 4 *¿Cree usted que establecer términos de crédito claros, incluyendo plazos y niveles de riesgo, es esencial para una gestión efectiva del crédito?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	3	9,1	9,1	12,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6,1	6,1	18,2
	De acuerdo	7	21,2	21,2	39,4
	Totalmente de acuerdo	20	60,6	60,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 2 *¿Cree usted que establecer términos de crédito claros, incluyendo plazos y niveles de riesgo, es esencial para una gestión efectiva del crédito?*



Interpretación:

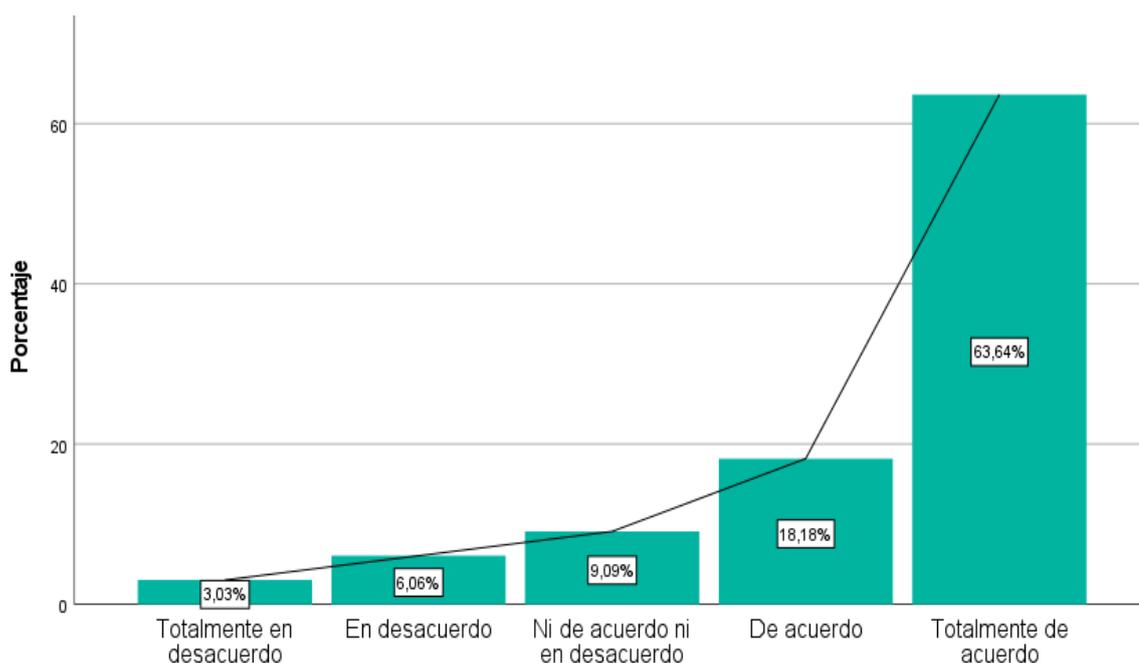
Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 60.61% mencionan que están totalmente de acuerdo que establecer términos de crédito claros, incluyendo plazos y niveles de riesgo, es esencial para una gestión efectiva del crédito; por otro lado, mientras el 21.21 % señalan de acuerdo; el 9.06% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.06% indican ni de acuerdo ni

en desacuerdo y el 3.03% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 5 ¿Considera usted que las ventas al crédito han permitido la captación de nuevos clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9,1	9,1	18,2
	De acuerdo	6	18,2	18,2	36,4
	Totalmente de acuerdo	21	63,6	63,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 3 ¿Considera usted que las ventas al crédito han permitido la captación de nuevos clientes?



Interpretación:

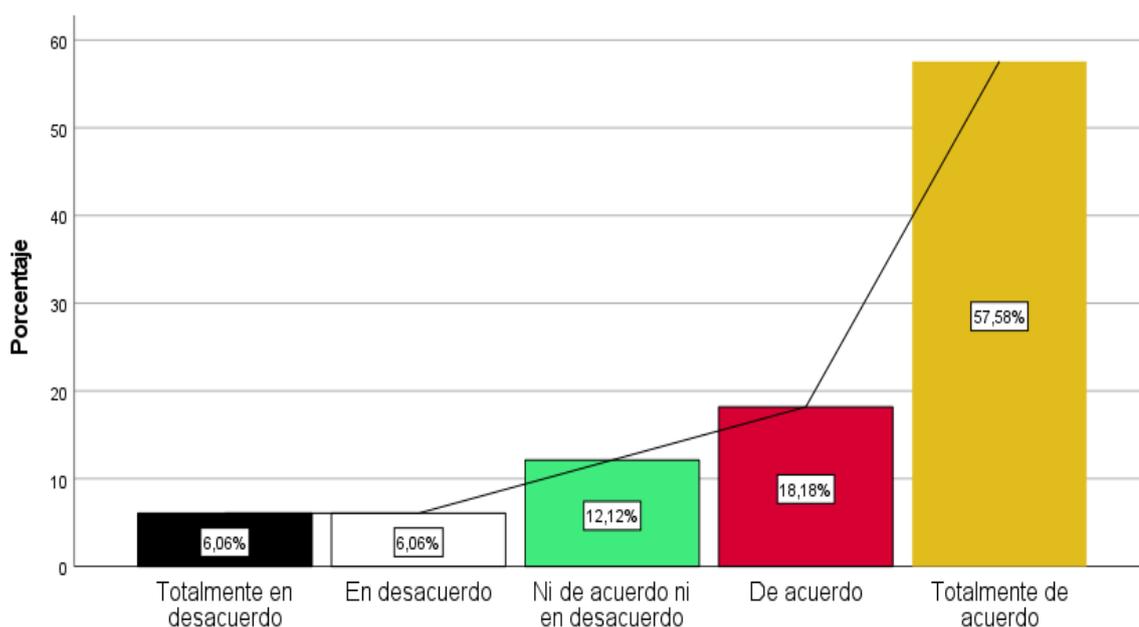
Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 63.64% mencionan que están totalmente de acuerdo que las ventas al crédito han permitido la captación de nuevos clientes; por otro lado, mientras el 18.18 % señalan de acuerdo; el 9.09% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.06%

indican en desacuerdo y el 3.03% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 6 *¿Considera usted que las políticas de crédito deben ser flexibles para adaptarse a las necesidades y circunstancias de los clientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	12,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	12,1	12,1	24,2
	De acuerdo	6	18,2	18,2	42,4
	Totalmente de acuerdo	19	57,6	57,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 4 *¿Considera usted que las políticas de crédito deben ser flexibles para adaptarse a las necesidades y circunstancias de los clientes?*



Interpretación:

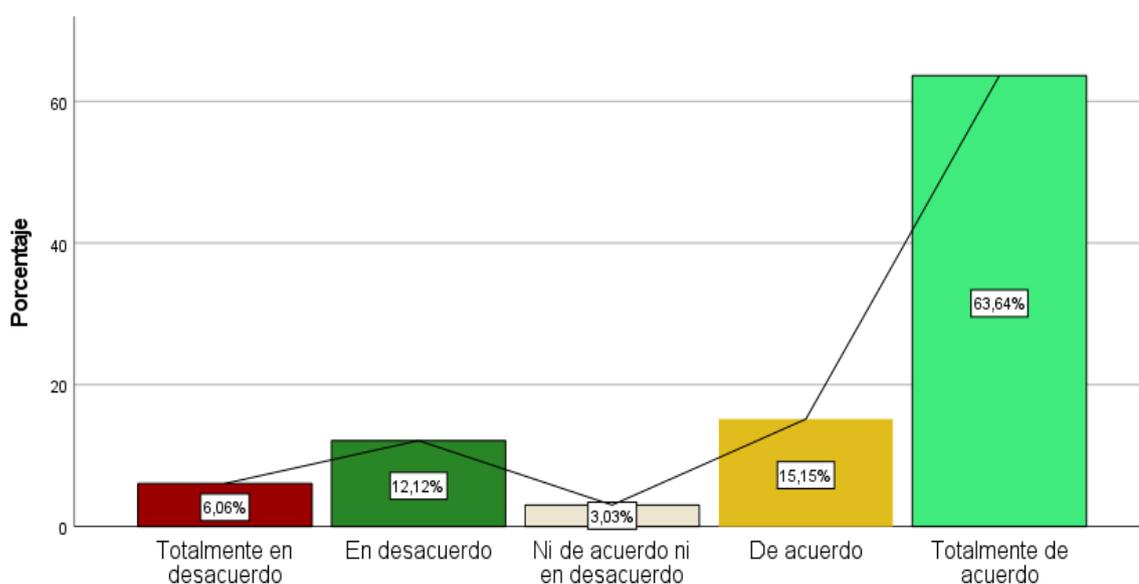
Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 57.58% mencionan que están totalmente de acuerdo que las políticas de crédito deben ser flexibles para adaptarse a las necesidades y circunstancias de los clientes; por otro lado, mientras el 18.18 % señalan de acuerdo; el 12.12% afirman

ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.06% indican en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 7 ¿Cree usted que evaluar la capacidad de pago de los clientes a través de análisis de estados financieros es una práctica adecuada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	4	12,1	12,1	18,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,0	3,0	21,2
	De acuerdo	5	15,2	15,2	36,4
	Totalmente de acuerdo	21	63,6	63,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 5 ¿Cree usted que evaluar la capacidad de pago de los clientes a través de análisis de estados financieros es una práctica adecuada?



Interpretación:

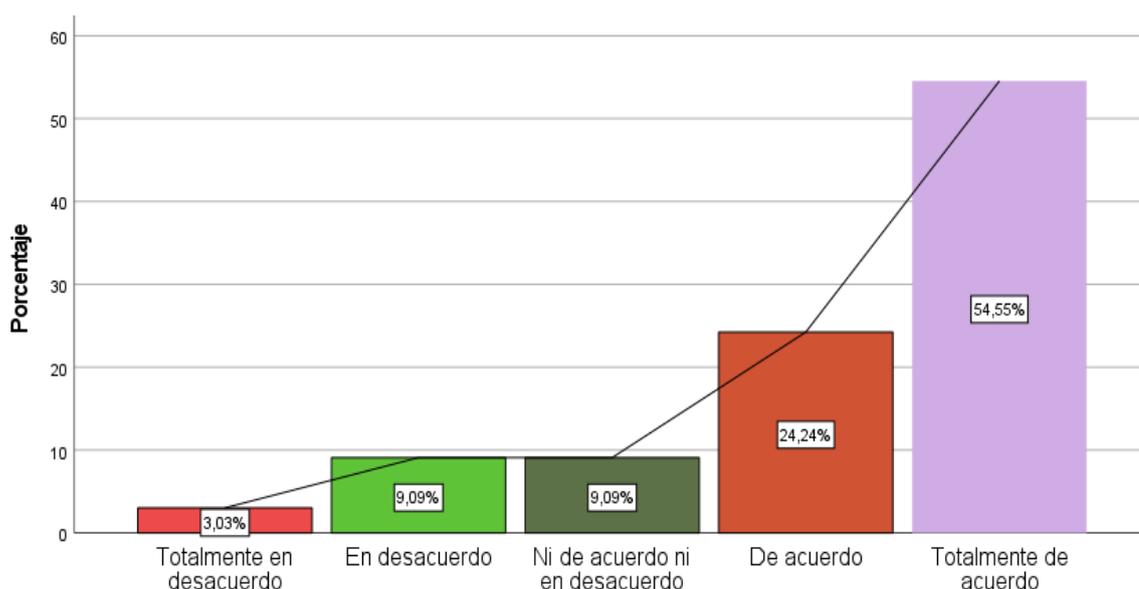
Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 63.64% mencionan que están totalmente de acuerdo que evaluar la capacidad de pago de los clientes a través de análisis de estados financieros es una práctica adecuada; por otro lado, mientras el 15.15 % señalan de acuerdo; el 12.12%

afirman en desacuerdo, el 6.06% indican totalmente en desacuerdo y el 3.03% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 8 ¿Cree usted que solicitar garantías y referencias comerciales ayuda a reducir el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	3	9,1	9,1	12,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9,1	9,1	21,2
	De acuerdo	8	24,2	24,2	45,5
	Totalmente de acuerdo	18	54,5	54,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 6 ¿Cree usted que solicitar garantías y referencias comerciales ayuda a reducir el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes?



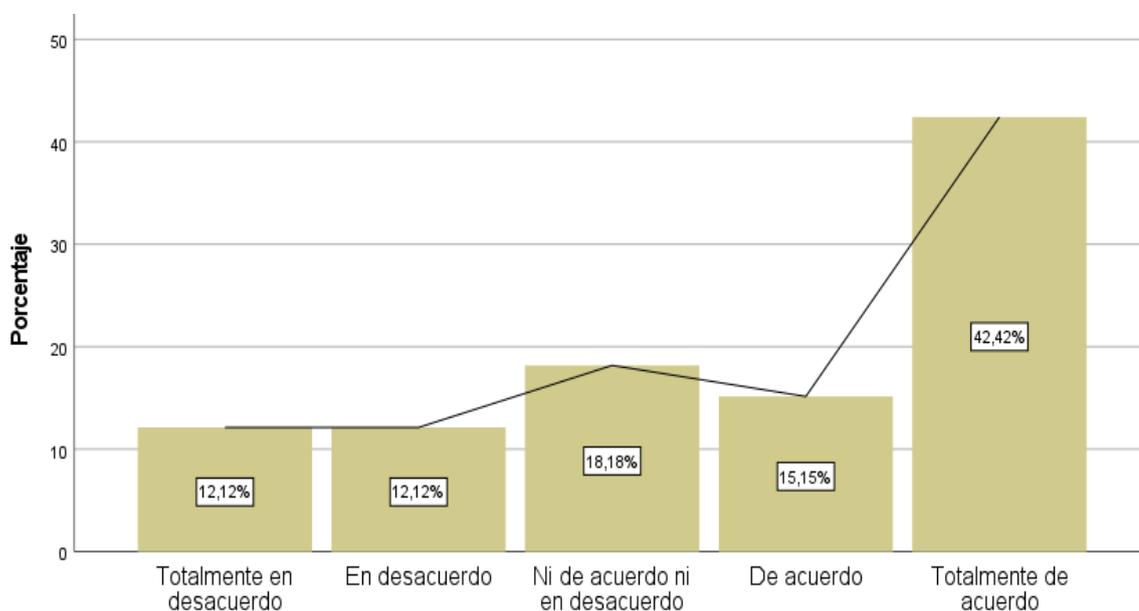
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 54.55% mencionan que están totalmente de acuerdo que solicitar garantías y referencias comerciales ayuda a reducir el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes; por otro lado, mientras el 24.24 % señalan de acuerdo; el 9.09% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo y el 3.03% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 9 ¿Considera usted importante que su empresa debe evaluar los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	12,1	12,1	12,1
	En desacuerdo	4	12,1	12,1	24,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	18,2	18,2	42,4
	De acuerdo	5	15,2	15,2	57,6
	Totalmente de acuerdo	14	42,4	42,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 7 ¿Considera usted importante que su empresa debe evaluar los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito?



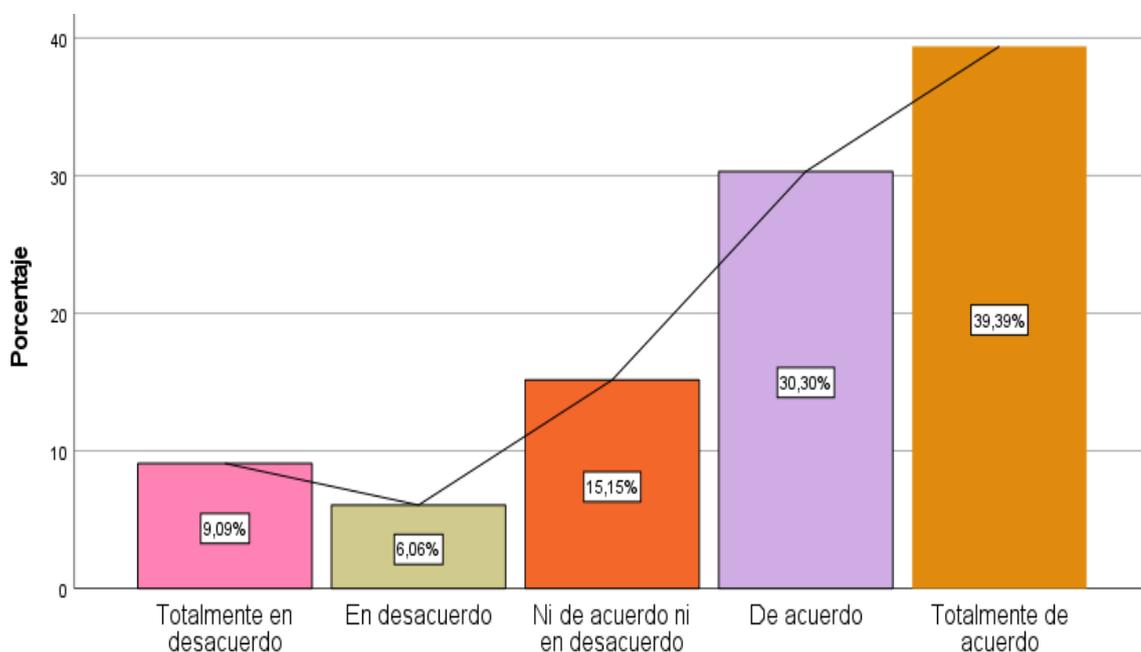
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 42.42% mencionan que están totalmente de acuerdo que es importante que su empresa debe evaluar los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito; por otro lado, mientras el 18.18 % señalan ni de cuerdo ni en desacuerdo, el 15.15% afirman de acuerdo y el 12.12% mencionan en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 10 ¿Considera que la evaluación del cliente debe ser un proceso riguroso y sistemático para minimizar el riesgo crediticio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	9,1	9,1	9,1
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	15,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	15,2	15,2	30,3
	De acuerdo	10	30,3	30,3	60,6
	Totalmente de acuerdo	13	39,4	39,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 8 ¿Considera que la evaluación del cliente debe ser un proceso riguroso y sistemático para minimizar el riesgo crediticio?



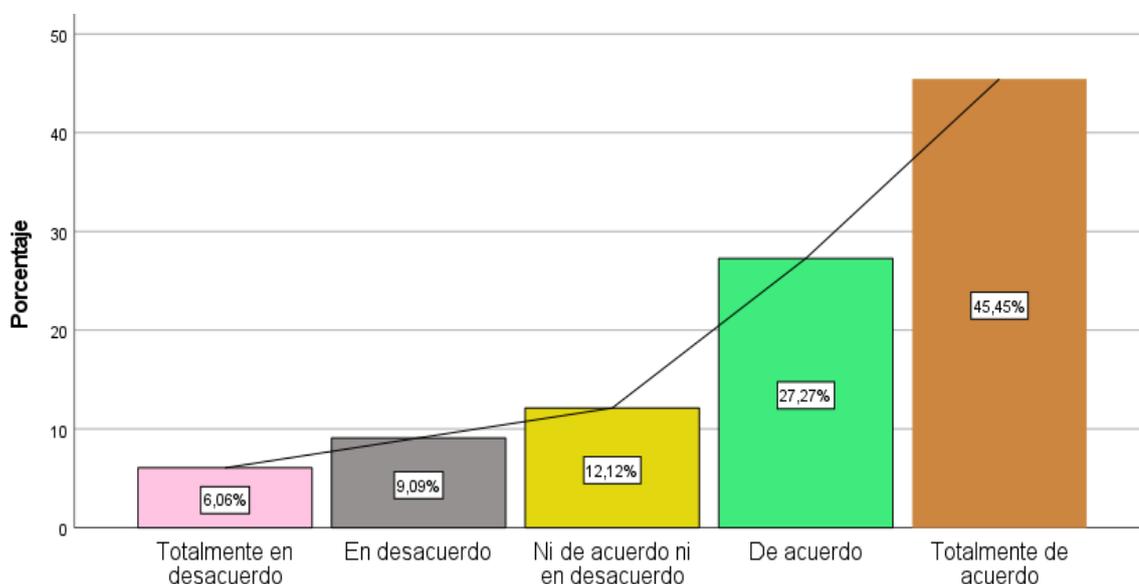
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 39.39% mencionan que están totalmente de acuerdo que la evaluación del cliente debe ser un proceso riguroso y sistemático para minimizar el riesgo crediticio; por otro lado, mientras el 30.30% señalan de acuerdo; el 15.15% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9.09% indican totalmente en desacuerdo y el 6.06% mencionan en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 11 ¿Cree usted que mantener un registro actualizado de cuentas por cobrar es fundamental para una gestión eficiente del crédito?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	3	9,1	9,1	15,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	12,1	12,1	27,3
	De acuerdo	9	27,3	27,3	54,5
	Totalmente de acuerdo	15	45,5	45,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 9 ¿Cree usted que mantener un registro actualizado de cuentas por cobrar es fundamental para una gestión eficiente del crédito?



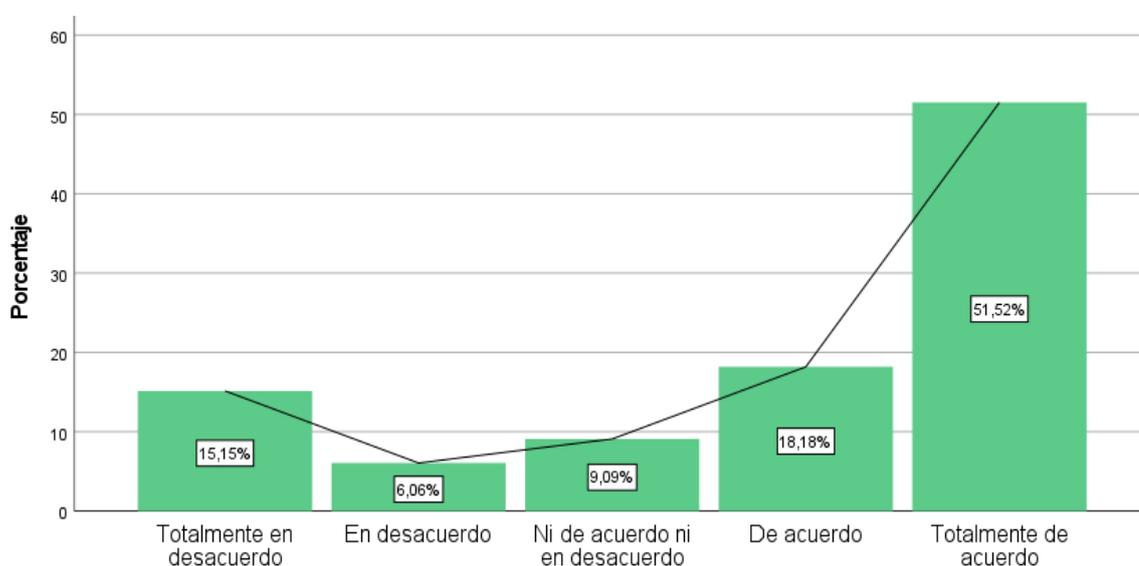
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 45.45% mencionan que están totalmente de acuerdo que mantener un registro actualizado de cuentas por cobrar es fundamental para una gestión eficiente del crédito; por otro lado, mientras el 27.27% señalan de acuerdo; el 12.12% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9.09% indican en desacuerdo y el 6.06% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 12 ¿Cree usted que un alto ratio de deuda vencida indica una necesidad de revisar las políticas de crédito o mejorar la gestión de cobranza?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	15,2	15,2	15,2
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	21,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9,1	9,1	30,3
	De acuerdo	6	18,2	18,2	48,5
	Totalmente de acuerdo	17	51,5	51,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 10 ¿Cree usted que un alto ratio de deuda vencida indica una necesidad de revisar las políticas de crédito o mejorar la gestión de cobranza?



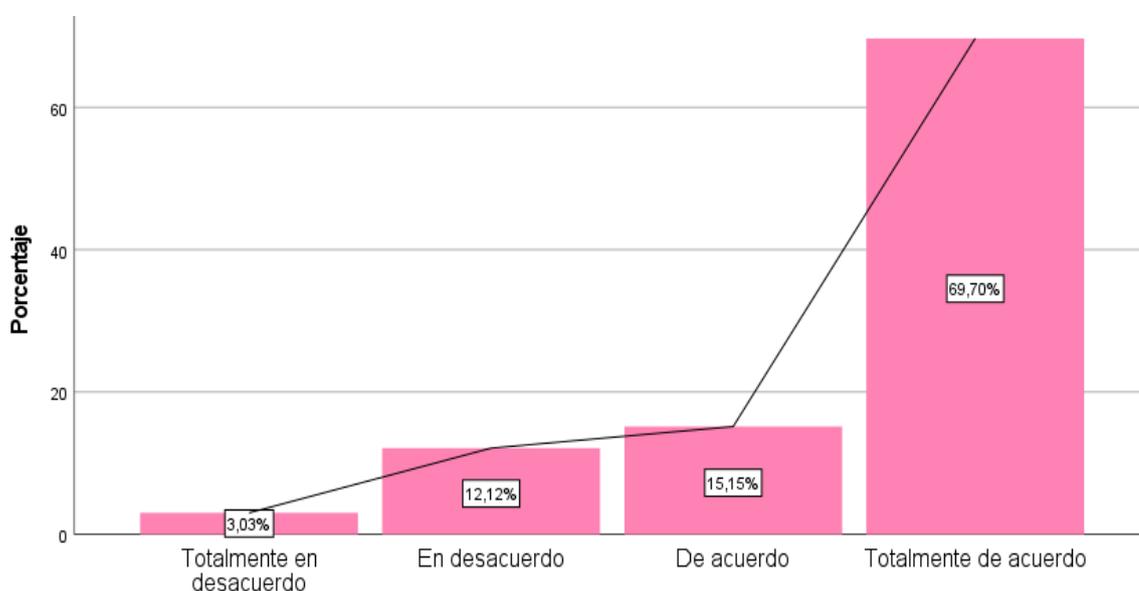
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 51.52% mencionan que están totalmente de acuerdo que un alto ratio de deuda vencida indica una necesidad de revisar las políticas de crédito o mejorar la gestión de cobranza; por otro lado, mientras el 18.18% señalan de acuerdo; el 15.15% afirman totalmente en desacuerdo, el 9.09% indican ni de acuerdo ni desacuerdo y el 6.06% mencionan en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 13 ¿Considera usted que un elevado nivel de morosidad puede afectar negativamente la liquidez y rentabilidad de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	4	12,1	12,1	15,2
	De acuerdo	5	15,2	15,2	30,3
	Totalmente de acuerdo	23	69,7	69,7	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 11 ¿Considera usted que un elevado nivel de morosidad puede afectar negativamente la liquidez y rentabilidad de la empresa?



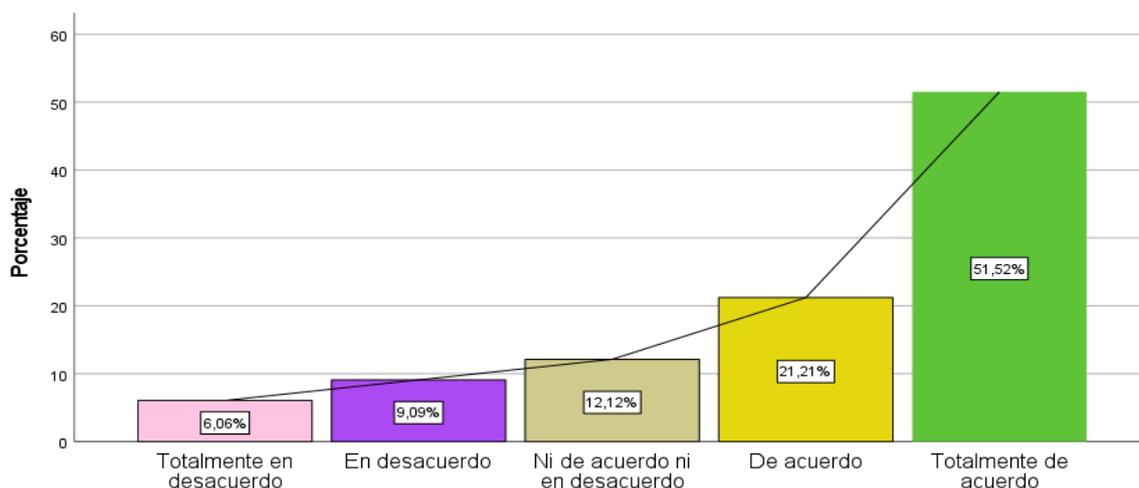
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 69.70% mencionan que están totalmente de acuerdo que un elevado nivel de morosidad puede afectar negativamente la liquidez y rentabilidad de la empresa; por otro lado, mientras el 15.15% señalan de acuerdo; el 12.12% afirman en desacuerdo y el 3.03% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 14 ¿Considera usted que la capacitación del personal de cobranza y una comunicación constante con los clientes son clave para una gestión efectiva de cobranza?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	3	9,1	9,1	15,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	12,1	12,1	27,3
	De acuerdo	7	21,2	21,2	48,5
	Totalmente de acuerdo	17	51,5	51,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 12 ¿Considera usted que la capacitación del personal de cobranza y una comunicación constante con los clientes son clave para una gestión efectiva de cobranza?



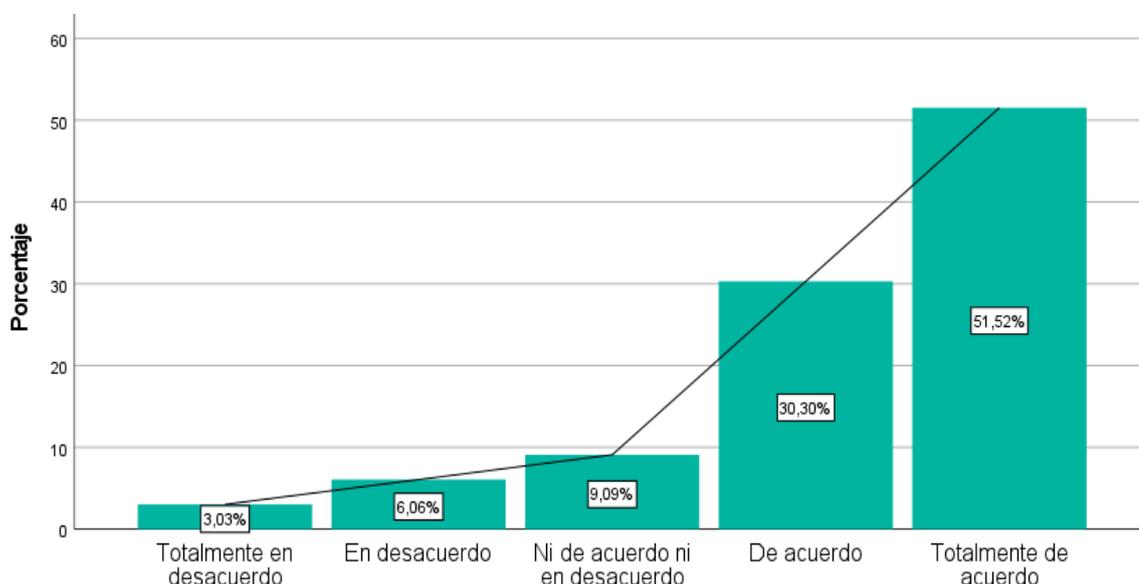
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 51.52% mencionan que están totalmente de acuerdo que la capacitación del personal de cobranza y una comunicación constante con los clientes son clave para una gestión efectiva de cobranza; por otro lado, mientras el 21.21 % señalan de acuerdo; el 12.12% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9.09% indican en desacuerdo y el 6.06% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 15 ¿Cree usted que, el descuento por pronto pago es una política que debe aplicar su empresa para mantener la rentabilidad económica?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9,1	9,1	18,2
	De acuerdo	10	30,3	30,3	48,5
	Totalmente de acuerdo	17	51,5	51,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 13 ¿Cree usted que, el descuento por pronto pago es una política que debe aplicar su empresa para mantener la rentabilidad económica?



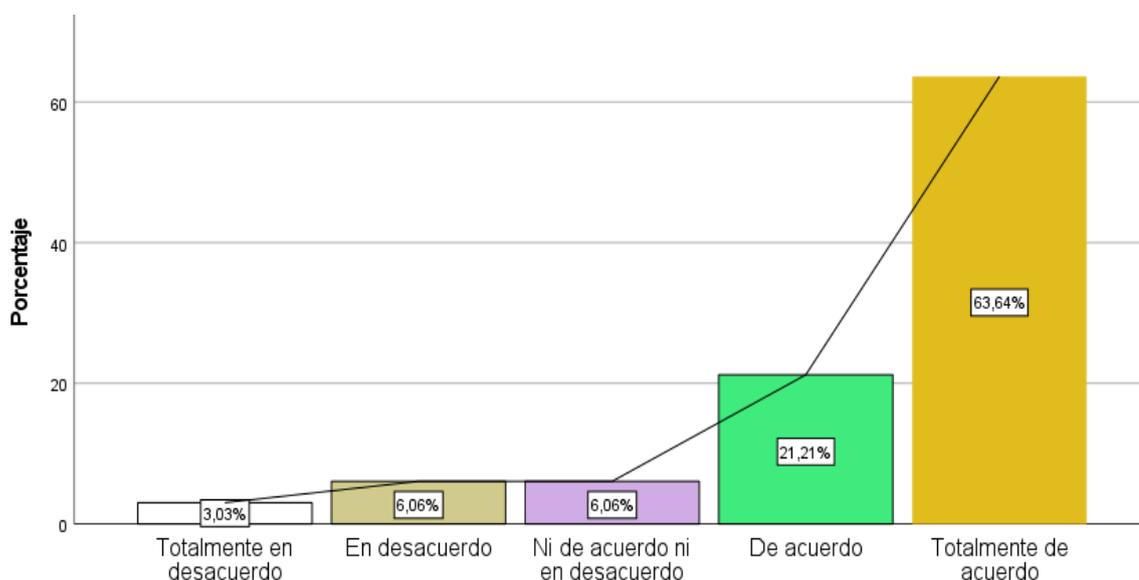
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 51.52% mencionan que están totalmente de acuerdo que, el descuento por pronto pago es una política que debe aplicar su empresa para mantener la rentabilidad económica; por otro lado, mientras el 30.30 % señalan de acuerdo; el 9.09% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.06% indican en desacuerdo y el 3.03% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 16 ¿Considera usted que el rendimiento sobre los activos (ROA) es una medida efectiva para evaluar la eficiencia en el uso de los activos de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6,1	6,1	15,2
	De acuerdo	7	21,2	21,2	36,4
	Totalmente de acuerdo	21	63,6	63,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 14 ¿Considera usted que el rendimiento sobre los activos (ROA) es una medida efectiva para evaluar la eficiencia en el uso de los activos de la empresa?



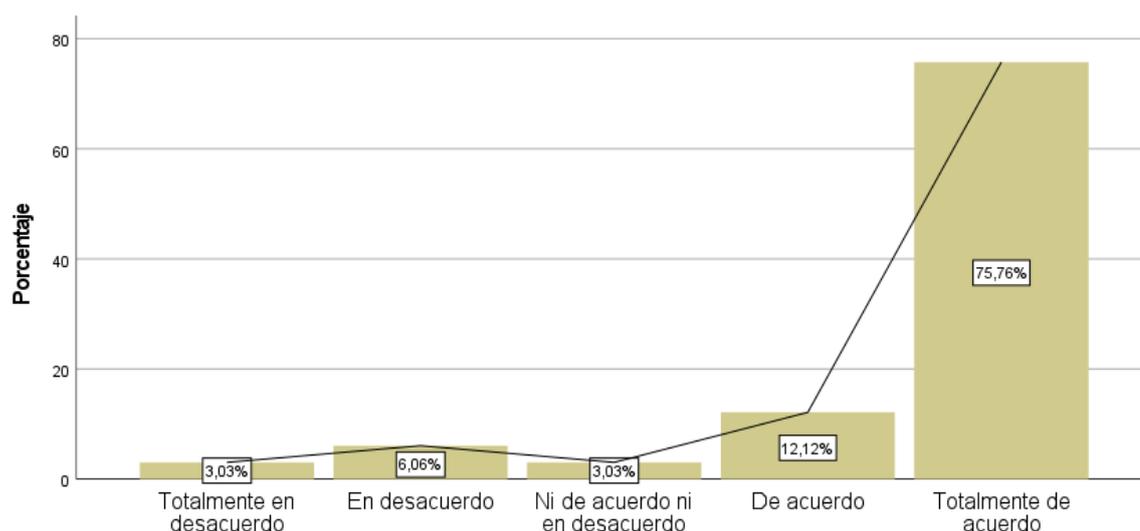
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 63.64% mencionan que están totalmente de acuerdo que el rendimiento sobre los activos (ROA) es una medida efectiva para evaluar la eficiencia en el uso de los activos de la empresa; por otro lado, mientras el 21.21 % señalan de acuerdo; el 6.06% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y en desacuerdo y el 3.03% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 17 ¿Cree usted que factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener rentabilidad económica inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3,0	3,0	12,1
	De acuerdo	4	12,1	12,1	24,2
	Totalmente de acuerdo	25	75,8	75,8	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 15 ¿Cree usted que factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener rentabilidad económica inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida?



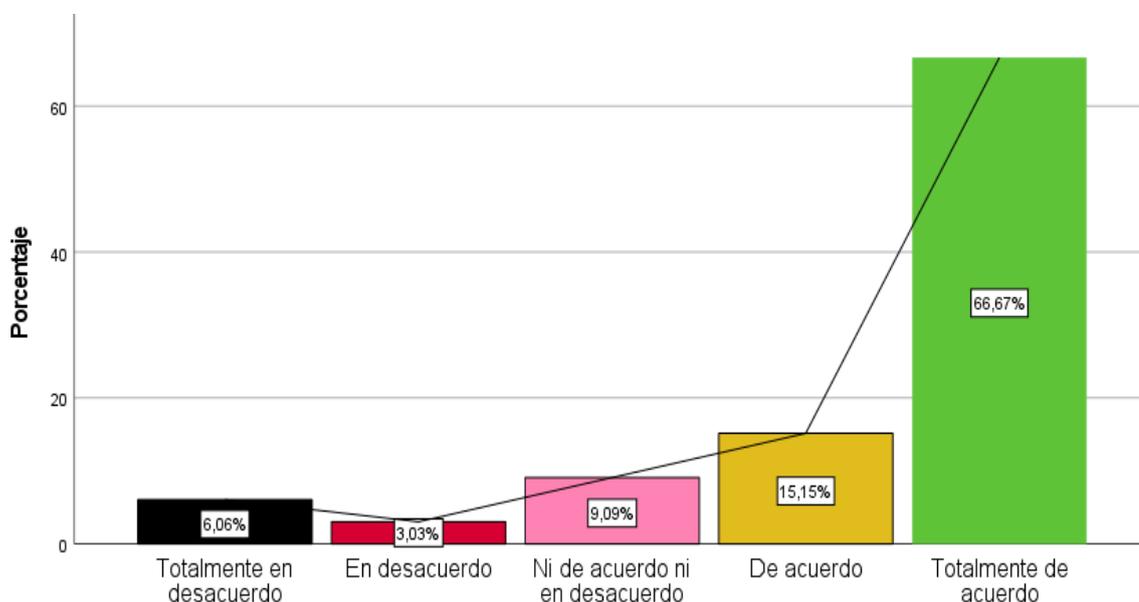
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 75.76% mencionan que están totalmente de acuerdo que el factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener rentabilidad económica inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida; por otro lado, mientras el 12.12 % señalan de acuerdo; el 6.06% afirman en desacuerdo y el 3.03% mencionan ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 18 ¿Cree usted que el rendimiento sobre el capital invertido (ROI) refleja la rentabilidad obtenida en relación con la inversión realizada?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	1	3,0	3,0	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9,1	9,1	18,2
	De acuerdo	5	15,2	15,2	33,3
	Totalmente de acuerdo	22	66,7	66,7	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 16 ¿Cree usted que el rendimiento sobre el capital invertido (ROI) refleja la rentabilidad obtenida en relación con la inversión realizada?



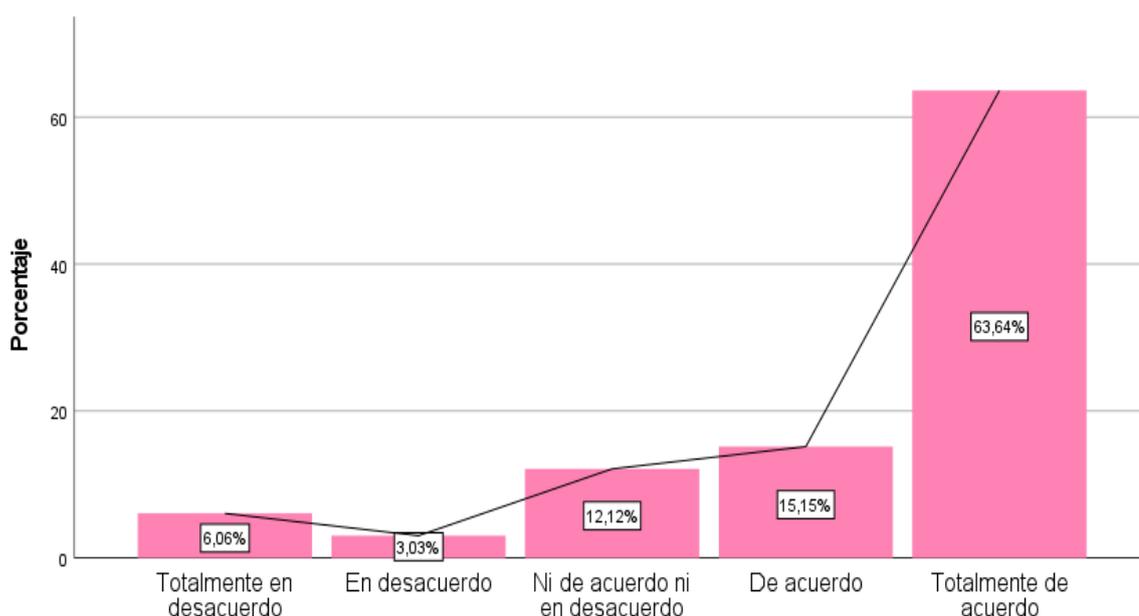
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 66.67% mencionan que están totalmente de acuerdo que el rendimiento sobre el capital invertido (ROI) refleja la rentabilidad obtenida en relación con la inversión realizada; por otro lado, mientras el 15.15 % señalan de acuerdo; el 9.09% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.06% indican totalmente en desacuerdo y el 3.03% mencionan desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 19 ¿Considera usted que la utilidad bruta es un indicador importante para evaluar la eficacia en la gestión de costos y precios de venta?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	1	3,0	3,0	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	12,1	12,1	21,2
	De acuerdo	5	15,2	15,2	36,4
	Totalmente de acuerdo	21	63,6	63,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 17 ¿Considera usted que la utilidad bruta es un indicador importante para evaluar la eficacia en la gestión de costos y precios de venta?



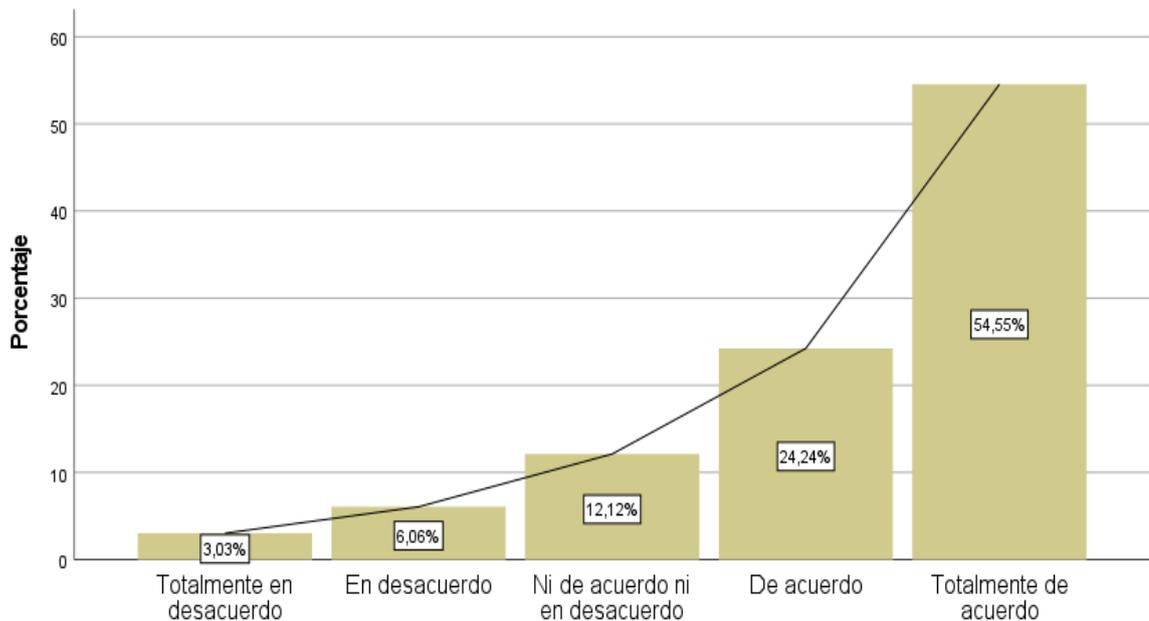
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 63.64% mencionan que están totalmente de acuerdo que la utilidad bruta es un indicador importante para evaluar la eficacia en la gestión de costos y precios de venta; por otro lado, mientras el 15.15 % señalan de acuerdo; el 12.12% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.06% indican totalmente en desacuerdo y el 3.03% mencionan en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 20 ¿Cree usted que la utilidad operacional refleja la eficiencia en la gestión de los costos operativos y gastos generales?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	12,1	12,1	21,2
	De acuerdo	8	24,2	24,2	45,5
	Totalmente de acuerdo	18	54,5	54,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 18 ¿Cree usted que la utilidad operacional refleja la eficiencia en la gestión de los costos operativos y gastos generales?



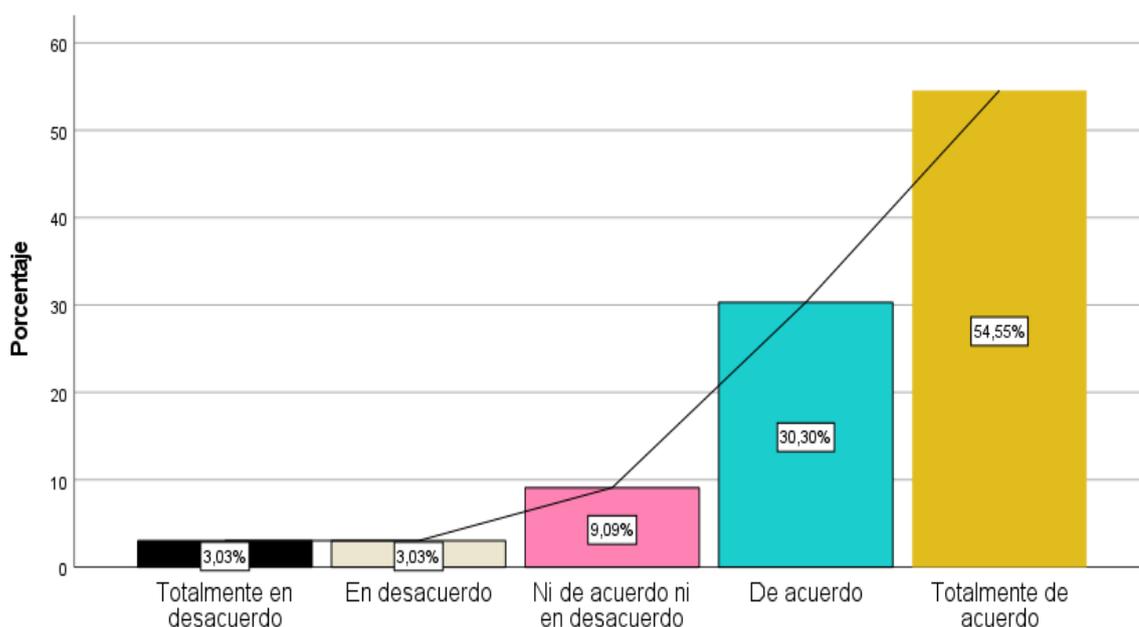
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 54.55% mencionan que están totalmente de acuerdo que la utilidad operacional refleja la eficiencia en la gestión de los costos operativos y gastos generales; por otro lado, mientras el 24.24 % señalan de acuerdo; el 12.12% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.06% indican en desacuerdo y el 3.03% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 21 ¿Cree usted que mantener un margen aceptado de rentabilidad es saludable y esencial para asegurar la viabilidad financiera de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	1	3,0	3,0	6,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	9,1	9,1	15,2
	De acuerdo	10	30,3	30,3	45,5
	Totalmente de acuerdo	18	54,5	54,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 19 ¿Cree usted que mantener un margen aceptado de rentabilidad es saludable y esencial para asegurar la viabilidad financiera de la empresa?



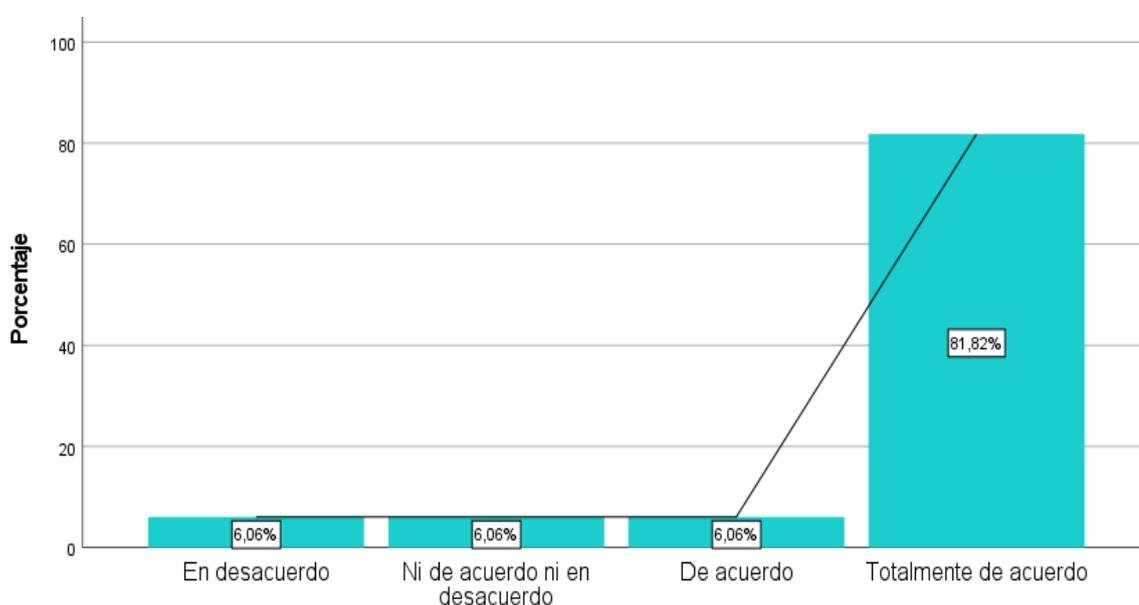
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 54.55% mencionan que están totalmente de acuerdo que mantener un margen aceptado de rentabilidad es saludable y esencial para asegurar la viabilidad financiera de la empresa; por otro lado, mientras el 30.30 % señalan de acuerdo; el 9.09% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.03% mencionan en desacuerdo y totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 22 ¿Considera que mejorar la eficiencia operativa y aumentar los beneficios contribuye al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6,1	6,1	12,1
	De acuerdo	2	6,1	6,1	18,2
	Totalmente de acuerdo	27	81,8	81,8	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 20 ¿Considera que mejorar la eficiencia operativa y aumentar los beneficios contribuye al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa?



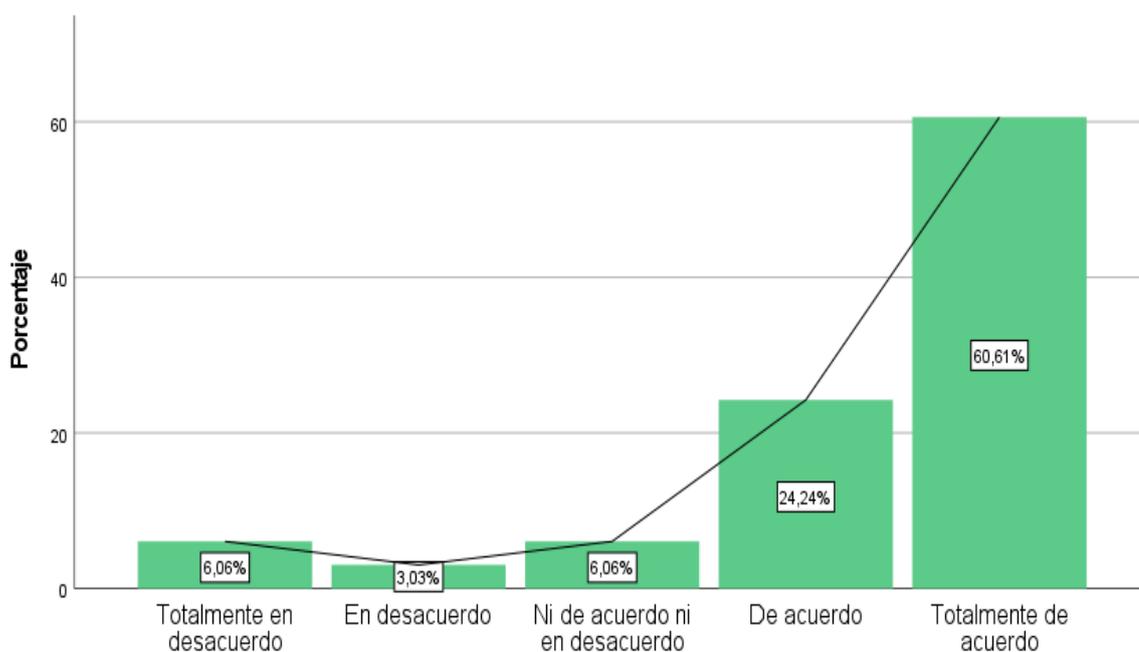
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 81.82% mencionan que están totalmente de acuerdo que mejorar la eficiencia operativa y aumentar los beneficios contribuye al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa; por otro lado, mientras el 06.06 % señalan de acuerdo y ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 3.03% mencionan en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 23 ¿Considera usted que un alto ratio de rotación de activos indica una gestión eficiente de los recursos de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	1	3,0	3,0	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	6,1	6,1	15,2
	De acuerdo	8	24,2	24,2	39,4
	Totalmente de acuerdo	20	60,6	60,6	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 21 ¿Considera usted que un alto ratio de rotación de activos indica una gestión eficiente de los recursos de la empresa?



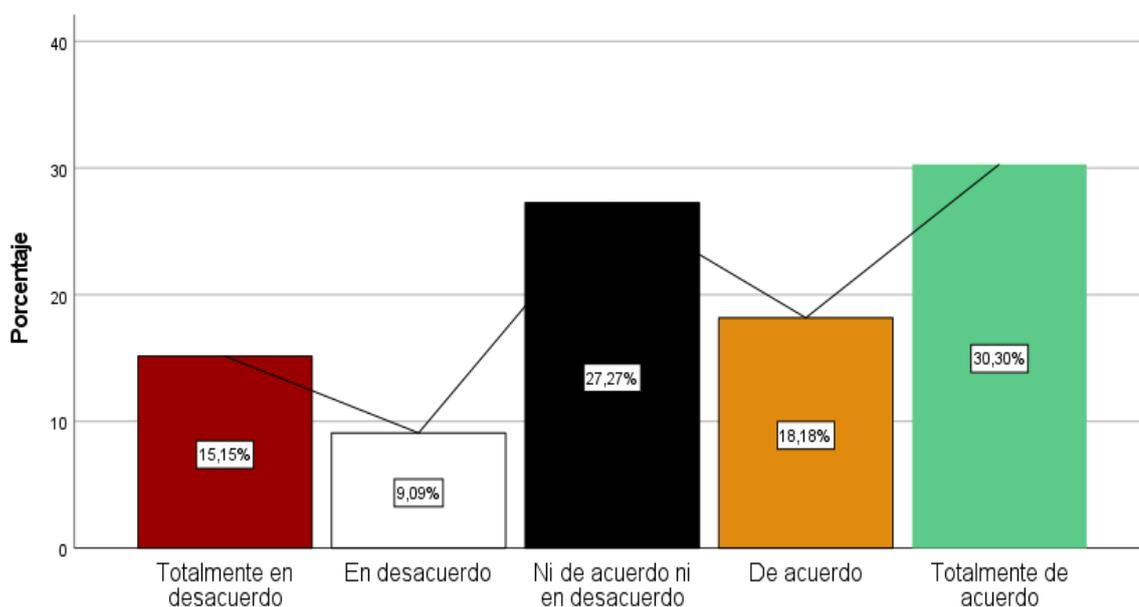
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 60.61% mencionan que están totalmente de acuerdo que un alto ratio de rotación de activos indica una gestión eficiente de los recursos de la empresa; por otro lado, mientras el 24.24 % señalan de acuerdo; el 6.06% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo y totalmente en desacuerdo y el 3.03% mencionan en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 24 ¿Cree usted que una rotación de activos adecuada es necesaria para maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo financiero?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	15,2	15,2	15,2
	En desacuerdo	3	9,1	9,1	24,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	27,3	27,3	51,5
	De acuerdo	6	18,2	18,2	69,7
	Totalmente de acuerdo	10	30,3	30,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 22 ¿Cree usted que una rotación de activos adecuada es necesaria para maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo financiero?



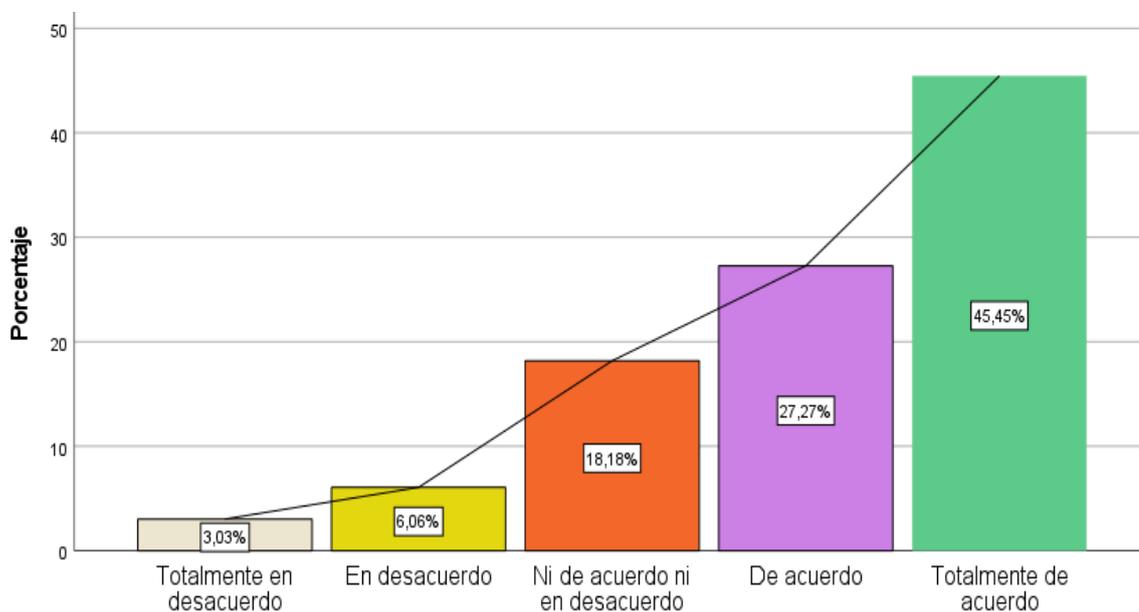
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 30.30% mencionan que están totalmente de acuerdo que una rotación de activos adecuada es necesaria para maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo financiero; por otro lado, mientras el 27.27 % señalan ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 18.18% afirman de acuerdo, el 15.15% indican totalmente en desacuerdo y el 9.09% mencionan en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 25 ¿Cree usted que mantener una rotación de activos constante y equilibrada es fundamental para mantener la competitividad en el mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,0	3,0	3,0
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	9,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	18,2	18,2	27,3
	De acuerdo	9	27,3	27,3	54,5
	Totalmente de acuerdo	15	45,5	45,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 23 ¿Cree usted que mantener una rotación de activos constante y equilibrada es fundamental para mantener la competitividad en el mercado?



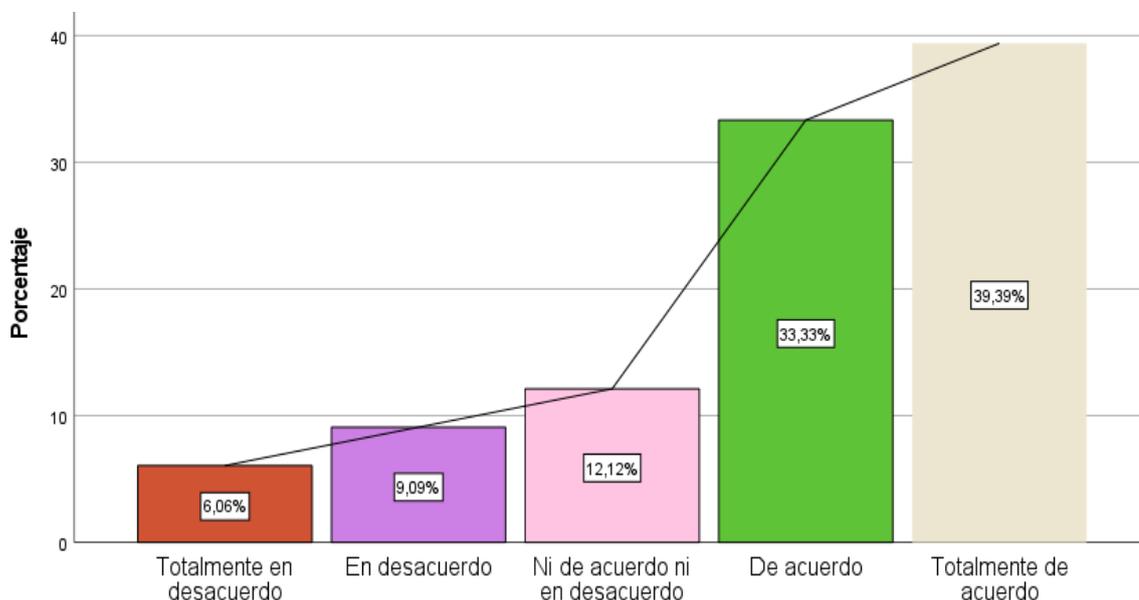
Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 45.45% mencionan que están totalmente de acuerdo que mantener una rotación de activos constante y equilibrada es fundamental para mantener la competitividad en el mercado; por otro lado, mientras el 27.27 % señalan de acuerdo; el 18.18% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6.06% indican en desacuerdo y el 3.03% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

Tabla 26 ¿Considera usted que mejorar la eficacia y transparencia en la gestión de cobranza puede aumentar la rentabilidad de la empresa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	6,1
	En desacuerdo	3	9,1	9,1	15,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	12,1	12,1	27,3
	De acuerdo	11	33,3	33,3	60,6
	Totalmente de acuerdo	13	39,4	39,4	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Gráfico 24 ¿Considera usted que mejorar la eficacia y transparencia en la gestión de cobranza puede aumentar la rentabilidad de la empresa?



Interpretación:

Según los resultados de la información estadística de los 33 encuestados, el 39.39% mencionan que están totalmente de acuerdo que mejorar la eficacia y transparencia en la gestión de cobranza puede aumentar la rentabilidad de la empresa; por otro lado, mientras el 33.33 % señalan de acuerdo; el 12.12% afirman ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9.09% indican en desacuerdo y el 6.06% mencionan totalmente en desacuerdo con relación a la pregunta.

4.3. Prueba de hipótesis

Prueba de Normalidad o Bondad de Ajuste

La prueba de normalidad nos permite verificar si el conjunto de datos de una muestra sigue o no una distribución normal, para ello seguiremos los siguientes pasos:

1. Planteamiento de la hipótesis

Ho: La muestra sigue una distribución normal

Ha: La muestra no sigue una distribución normal

2. Nivel de significancia

Confianza 95%

Significancia (alfa) $\alpha = 5\%$

3. Prueba estadística a emplear

Shapiro-Wilk

Se aplica a muestras menores a 50, ya que nuestra muestra es de 33 representantes de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito Chaupimarca, provincia de Pasco.

Tabla 27 Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
VENTAS AL CRÉDITO	,111	33	,004	,914	33	,002
RENTABILIDAD ECONOMICA	,127	33	,003	,918	33	,003

a. Corrección de significación de Lilliefors

4. Criterio de decisión

Si $p < 0.05$ rechazamos la Ho y aceptamos la Ha

Si $p \geq 0.05$ aceptamos la Ho y rechazamos la Ha

5. Decisión y conclusión

De acuerdo a los resultados como $p = 0.002$ para la variable ventas al crédito y $p = 0.003$ para la variable rentabilidad económica, menor que 0.05 de significancia, entonces rechazamos la H_0 y aceptamos la H_a , porque existe evidencia estadística que la muestra no se distribuye normalmente.

Es decir que los datos no tienen una distribución normal, por lo tanto, aplicaremos la estadística no paramétrica, en este caso el test estadístico de coeficiente de correlación del Rho de Spearman para conocer la asociación y correlación lineal entre dos variables. Se usó la siguiente formula:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde:

$d_i = r_{x_i} - r_{y_i}$ es la diferencia entre los rangos x e y.

n = es el número de datos.

Reglas de Decisión para la interpretación de resultados del Rho de Spearman

Según **Sampiere & Mendoza, (2018)**, Los coeficientes pueden variar de -1.00 a 1.00, donde:

-1.00 = correlación negativa perfecta. (“A mayor X, menor Y”, de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto también se aplica “a menor X, mayor Y”.

-0.90 = Correlación negativa muy fuerte.

-0.75 = Correlación negativa considerable.

-0.50 = Correlación negativa media.

-0.25 = Correlación negativa débil.

-0.10 = Correlación negativa muy débil.

0.00 = No existe correlación alguna entre las variables.

0.10 = Correlación positiva muy débil.

0.25 = Correlación positiva débil.

0.50 = Correlación positiva media.

0.75 = Correlación positiva considerable.

0.90 = Correlación positiva muy fuerte.

1.00 = Correlación positiva perfecta (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante, igual cuando X disminuye). Estas interpretaciones son relativas, pero resultan consistentes con diversos autores (Sampiere & Mendoza, 2018; p.346).

Hipótesis General

Existe relación significativa entre las ventas al crédito y rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis de estudio (Hi)

Existe relación significativa entre las ventas al crédito y rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

b) Hipótesis nula (H₀)

No existe relación significativa entre las ventas al crédito y rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Rho de Spearman

Tabla 28 Correlaciones: las ventas al crédito (Agrupada) y La rentabilidad económica (Agrupada)

			VENTAS CRÉDITO (Agrupada)	AL RENTABILIDAD ECONÓMICA (Agrupada)
Rho de Spearman	VENTAS CRÉDITO (Agrupada)	Coeficiente correlación	de 1,000	,891**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	33	33
	RENTABILIDAD ECONÓMICA (Agrupada)	Coeficiente correlación	de ,891**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	33	33

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

Interpretación:

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.891, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, las ventas al crédito se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Hipótesis Específica 1

Existe relación significativa entre las políticas de crédito y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis de estudio (Hi)

Existe relación significativa entre las políticas de crédito y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

b) Hipótesis nula (Ho)

No existe relación significativa entre las políticas de crédito y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Rho de Spearman

Tabla 29 Correlaciones: Las políticas de crédito (Agrupada) y La rentabilidad económica (Agrupada)

	LAS POLITICAS DE CRÉDITO (Agrupada)	RENTABILIDAD ECONÓMICA (Agrupada)
Rho de Spearman	de 1,000	,901**
LAS POLITICAS DE CRÉDITO (Agrupada)	Coeficiente correlación Sig. (bilateral)	,004
	N	33
RENTABILIDAD ECONÓMICA (Agrupada)	Coeficiente correlación Sig. (bilateral)	1,000
	N	33

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

Interpretación:

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.901, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.004 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, las políticas de crédito se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Hipótesis Específica 2

Existe relación significativa entre la evaluación al cliente y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis de estudio (Hi)

Existe relación significativa entre la evaluación al cliente y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

b) Hipótesis nula (Ho)

No existe relación significativa entre la evaluación al cliente y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Rho de Spearman

Tabla 30 Correlaciones: La evaluación al cliente (Agrupada) y La rentabilidad económica (Agrupada)

	LA EVALUACIÓN AL CLIENTE (Agrupada)	RENTABILIDAD ECONÓMICA (Agrupada)
Rho de Spearman	Coeficiente de correlación	de 1,000
	Sig. (bilateral)	,893**
	N	,001
		33
	Coeficiente de correlación	de ,893**
	Sig. (bilateral)	1,000
	N	,001
		33

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

Interpretación:

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.893, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, la evaluación al cliente se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Hipótesis Específica 3

Existe relación significativa entre la inadecuada gestión de cobranza y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

Procedimiento de contrastación:

a) Hipótesis de estudio (Hi)

Existe relación significativa entre la inadecuada gestión de cobranza y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

b) Hipótesis nula (Ho)

No existe relación significativa entre la inadecuada gestión de cobranza y la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

c) Nivel de significancia= 5%.

d) Coeficiente de Rho de Spearman

Tabla 31 Correlaciones: Inadecuada gestión de cobranza (Agrupada) y La rentabilidad económica (Agrupada)

	INADECUADA GESTIÓN COBRANZA (Agrupada)	DE	RENTABILIDAD ECONÓMICA (Agrupada)
Rho de Spearman	INADECUADA GESTIÓN COBRANZA (Agrupada)	DE	RENTABILIDAD ECONÓMICA (Agrupada)
	Coefficiente de correlación	de	1,000
	Sig. (bilateral)		,844**
	N		,002
			33
	RENTABILIDAD ECONÓMICA (Agrupada)	Coefficiente de correlación	de ,844**
		Sig. (bilateral)	,002
		N	33

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

Interpretación:

Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.844, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.002 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, la inadecuada gestión

de cobranza se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.

4.4. Discusión de resultados

De acuerdo a nuestros resultados mediante el test correlacional de Rho de Spearman se demostró que, Como el coeficiente Rho de Spearman es 0.891, podemos afirmar que existe una correlación positiva alta, a su vez el nivel de significancia bilateral es igual a 0.001 menor que 0.05 del grado de significancia bilateral, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, *entonces concluimos que existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, las ventas al crédito se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023.*

Estos resultados podemos contrastar con **Alexa & Saira (2022)** en el desarrollo de su investigación denominada: “*Ventas al crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022*”, con el propósito de evaluar si las ventas al crédito inciden en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos. La investigación es aplicada con un nivel descriptivo, explicativo, correlacional y no experimental. Los datos obtenidos por la muestra de 35 colaboradores del área de créditos y cobranzas fueron procesados mediante métodos estadísticos como el Alfa de Crombach y prueba de Chi Cuadrado, las cuales evidenciaron la confiabilidad de la técnica de investigación y la relación entre las variables, indicadores e índice de estudio. Los autores llegaron a la siguiente conclusión: Las políticas de crédito inciden

significativamente en la liquidez debido a que al otorgar crédito comercial y no establecer lineamientos específicos como condiciones o plazos de pago, en muchas ocasiones se genera demora en el pago del cliente, generando un impacto negativo en cuanto a la liquidez de la empresa que le impide cumplir con sus compromisos de pago en un corto plazo; Por su parte **Hilario & Santillán (2020)** en su tesis titulado: *“La administración de las cobranzas de ventas a crédito y su impacto en la rentabilidad financiera en la empresa Inversiones PRO3 S.A.C. período 2017-2018”*, lo realizo con el objetivo de analizar el impacto de la gestión de cobranzas en la rentabilidad económica. Adoptó un enfoque descriptivo y no experimental. Se observó una diferencia de 42 días en la recuperación de cuentas por cobrar entre 2017 y 2018, lo que influye en la morosidad de clientes. Aunque las ventas aumentaron un 1.53% en 2018, la mala gestión de cobranzas afectó la rentabilidad esperada. Esto se refleja en una disminución de S/ 34.56 en la rentabilidad económica por cada S/ 100 esperados entre los dos años, por lo que el autor concluye que existe una relación significativa entre ambas variables. Para **Cano (2019)** en su investigación *“Políticas de crédito y el flujo de efectivo en empresas comerciales del Distrito de Paramonga”* tuvo como objetivo entender cómo las políticas de crédito afectan el flujo de efectivo en empresas de Paramonga. Se empleó una metodología cuantitativa, correlacional y no experimental, la muestra de 73 empresas, evaluando diversas dimensiones. Los resultados evidenciaron que el 64.4% aplicó políticas de crédito adecuadas, generando un flujo de efectivo favorable, mientras que el 58.9% experimentó un flujo moderado. Se validó la influencia moderada de las políticas de crédito en el flujo de efectivo ($p < 0.01$; $Rho = 0.638$). En conclusión, se destaca la importancia de políticas de crédito efectivas para mejorar el flujo de efectivo y la salud

financiera de las empresas en Paramonga. Según **Caraguay (2021)** Desarrolló su informe titulado, *“Impacto de las ventas a crédito en la liquidez de la empresa Ferroligth ubicada en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, 2019”* con el propósito de examinar el impacto de las ventas a crédito en la liquidez de Ferrolight durante el año 2019, empleando enfoques de investigación cuantitativos, cualitativos y deductivos, junto con una exploración inicial. Se observó un aumento del 10% en las ventas y del 10.9% en los costos de ventas. A pesar del incremento en la utilidad bruta, los gastos administrativos y de ventas aumentaron significativamente, lo que resultó en una disminución del 9.1% en la utilidad operativa y neta en comparación con el año anterior. Esto revela una falta de gestión en la recuperación de cuentas por cobrar, lo que afecta la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones financieras y destaca la necesidad de tomar medidas para mejorar la liquidez y mantener la competitividad. Finalmente **Berrocal (2023)** desarrollo su investigación titulada *“El manejo de las políticas de crédito y cobranza y su impacto en el índice de morosidad de los clientes en una compañía de transporte de valores, durante el año 2022”* con el propósito de evaluar cómo el control de políticas de crédito y cobranza afecta la morosidad en una empresa de traslado de valores. Utilizando una metodología aplicada y diseño no experimental, se analizó una muestra de 25 individuos. Los resultados revelaron una correlación positiva significativa ($r=0.837$) entre el control de políticas de crédito y la morosidad. Esto sugiere que mejorar estas políticas puede reducir la morosidad y mantener bajos los días de ventas pendientes (DSO).

En tal sentido bajo lo referido anteriormente y al analizar los resultados, confirmamos que, las ventas al crédito inciden significativamente en la

rentabilidad económica de las empresas comerciales, debido a que al otorgar crédito comercial y no establecer lineamientos específicos como condiciones o plazos de pago, en muchas ocasiones se genera demora en el pago del cliente, generando un impacto negativo en cuanto a la rentabilidad económica de la empresa que le impide cumplir con sus obligaciones de pago en un corto plazo. Por lo que las empresas comerciales de materiales de construcción del distrito de Chaupimarca, antes de dar crédito deben evaluar bien al cliente, conocer su capacidad de pago y su situación económica del cliente, deben establecer estrategias adecuadas de cobranza de manera que les permita recuperar la cartera de cuentas por cobrar de manera exitosa, estas acciones permitirán el incremento de la rentabilidad económica de estas empresas y ser exitosas en el mercado local y regional.

CONCLUSIONES

1. Según el objetivo general propuesto y la hipótesis general, se ha llegado a la conclusión: Existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, las ventas al crédito se relacionaron significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023, con un grado de relación del 89.1% de correlación positiva muy alta.
2. De acuerdo al objetivo específico 1 y mediante la prueba de hipótesis específico 1 se ha llegado a la conclusión: Existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, las políticas de crédito se relacionaron significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023., con un grado de relación del 90.1% de correlación positiva muy alta.
3. De acuerdo al objetivo específico 2 y mediante la prueba de hipótesis específico 2 se ha llegado a la conclusión: Existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, la evaluación al cliente se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023, con un grado de relación del 89.3% de correlación positiva alta.
4. De acuerdo al objetivo específico 3 y mediante la prueba de hipótesis específico 3 se ha llegado a la conclusión: Existe suficiente evidencia estadística para demostrar que, la inadecuada gestión de cobranza se relacionó significativamente con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023, con un grado de relación del 84.4% de correlación positiva alta.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a las empresas comerciales de materiales de construcción del distrito de Chaupimarca, provincia de Pasco, lo siguiente:

1. Realizar evaluaciones constantes de las ventas al crédito y la cartera vencida utilizando indicadores financieros para medir el efecto de los créditos y la conducta crediticia del cliente, con el propósito de asegurar la liquidez de la empresa y garantizar su rentabilidad económica.
2. Establecer políticas de crédito y cobro con el objetivo de incluir acciones que aseguren la recuperación de los créditos concedidos en el menor plazo establecido, y comprobar el cumplimiento de los pagos para mitigar el efecto financiero de los créditos no recuperados para garantizar la rentabilidad económica de las empresas.
3. La solicitud de crédito debe tener información clave del perfil del cliente, por lo tanto, se debe evaluar al cliente a través de sus estados financieros antes de otorgarle un crédito, para verificar si tiene cuentas por cobrar y pagar, así como también verificar si posee los recursos necesarios para cumplir con sus obligaciones de pago. Por otro lado, resulta crucial pedir el reporte tributario, dado que este documento certifica que el cliente está o no está cumpliendo con sus responsabilidades tributarias.
4. Implementar una adecuada gestión de cobranza, utilizando correctamente los indicadores de gestión de cobranza a partir de los estados financieros de la empresa, para tomar decisiones y establecer acciones preventivas a tiempo que impacten en la situación financiera de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarcón, E. (2020). *Gestión del Financiamiento y su Impacto en la Rentabilidad de una Empresa Importadora de Repuestos de Autos, Lima 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Américas].
[http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1322/ALARC
ON%20VILLANUEVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1322/ALARC%20VILLANUEVA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Andrade, A. (2011). *Análisis del ROA, ROE y ROI. Asesoría económica financiera*, 170, 1–3.
[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/608313/A
rt%20C3%83%20ADculo%20%20Noviembre%202011%20An%20C3%83
%20A1lisis%20del%20ROA%20ROE%20y%20ROI.pdf?sequence=1](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/608313/Art%20C3%83%20ADculo%20%20Noviembre%202011%20An%20C3%83%20A1lisis%20del%20ROA%20ROE%20y%20ROI.pdf?sequence=1)
- Arcos, S., Martínez, P., & Olivares, L. (2021). *The financial effect of local microenterprises in time of pandemic (COVID-19)*. *Tlatemoani Revista Académica de Investigación*, 36, 144–163.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7958810>
- Arias, F. (2016). *El proyecto de Investigación* ((6th ed.), Vol. 1). Ediciones el Pasillo C.A.
[https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigaci
on_de_fidias_g_arias.pdf](https://tauniversity.org/sites/default/files/libro_el_proyecto_de_investigacion_de_fidias_g_arias.pdf)
- Bañuelos, S. (2014). *Política de Crédito y Cobranza - Guía práctica*. AFS Internacional.
- Berk, J., & DeMarzo, P. (2008). *Finanzas Corporativas* ((1ra edición)). Pearson Educación de México, S.A. de C.V.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (4ta ed). Pearson Educación.

<https://dokumen.pub/metodologia-de-la-investigacion-administracion-economia-humanidades-y-ciencias-sociales-cuarta-edicion-9789586993098-9586993094.html>

Berrocal, F. (2023). *Control de las Políticas de Créditos y Cobranzas y su Incidencia en la Morosidad del Cliente en una Empresa de Traslado de Valores, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos].

https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/20900/Berrocal_mf.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Borgucci, E. (1999). *El pensamiento económico neoclásico y el positivismo lógico. Revista de Ciencias Sociales, FCES - LUZ, Nueva Epoca, V(3), 35–55.*

Bustamante, G., & Mendoza, C. (2013). *Estudios de Correlacion. Rev. Act. Clin. Med,* 33.

http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=pt&pid=S2304-37682013000600006&script=sci_arttext

Calero, B. (2019). *Gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Serlipen S.A, cantón La Libertad, año 2017.* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena].

https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4709/1/UPSE_TCA-2019-0013.pdf

Cano, M. (2019). *Políticas de crédito y el flujo de efectivo en empresas comerciales del Distrito de Paramonga* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión].

<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/2951/CAN%20AGREDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Caraguay, L. (2021). *Ventas a crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa Ferroligth de la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, en el período 2019* [Informe de investigación para obtener la titulación de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana].
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21648/1/MSQ264.pdf>
- Carahuano, M., & Quispe, B. (2019). *Cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad en las empresas de estaciones de servicios de Lima, año 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56973/Carahuano_NMC-Quispe_GBJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chamba, S. (2017). *Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez* [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil].
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1701>
- Choquehuanca, E., Rojas, S., & Silvestre, J. (2019). *Control Interno En La Gestión De Cuentas Por Cobrar Y Su Incidencia En La Liquidez De La Empresa Drb Ingenieros S.A.C. 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Américas]. <https://core.ac.uk/download/544273211.pdf>
- Coronado, L. (2019). *Teoría del comportamiento del consumidor* [Examen de suficiencia profesional, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana].
https://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6965/Linda_Exam.Suf.Prof_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cubas, J., & Torres, K. (2021). *La rotación de activos en la compañía Leche Gloria S.A., período 2016-2020* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76749/Cubas_AJG-Torres_DKJ-

SD.pdf;jsessionid=973D8CC1EFB4AFBC471E5FE14444C71B?sequence
=1

Cuevas, C. (2001). *Medición del desempeño: retorno sobre inversión, ROI; ingreso residual, ir; valor económico agregado, eva; análisis comparado. Estudios Gerenciales*, 79, 13–22. <https://www.redalyc.org/pdf/212/21207901.pdf>

De la Parra, E., & Madero, M. (2005). *Estrategias de ventas y negociación*. <https://books.google.com.ec/books?id=HGpXazBqgh0C&printsec=frontco>

Espinoza, E., & Calva, D. (2020). *La ética en las investigaciones educativas*. Universidad y Sociedad. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202020000400333

Estupiñán, R., & Estupiñán, O. (2003). *Análisis financiero y de Gestión*. ECOE ediciones.

Frederick, D. (2022). Beneficio económico. En *Enciclopedia Iberoamericana*. <https://enciclopediaiberoamericana.com/beneficio/>

García, A., & Sandoval, S. (2024). *Ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/13856/garcia_maa-sandoval_ssm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

García, H., Sangama, L., & Villafuerte, A. (2022). *Gestión financiera y rentabilidad de una empresa proveedora de alimentos*. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(9), 106–116. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i9.592>

- García, O. (2009). *Administración financiera fundamentos y aplicaciones*. Prensa Moderna impresores.
- Gitman, L. (1997). *Fundamentos de administración financiera*. Editorial OUP Harla.
- González, M., & Abreu, E. (2023). *Factores que inciden en la rentabilidad de las empresas del sector financiero y seguros* [Tesis de pregrado, Arizona state University]. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/6017/1/UIDE-G-TAE-2023-3.pdf>
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad financiera* ((6. ° ed.)). McGRAW-Hill/Interamericana.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). *Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción)*. *RECIMUNDO*, 4(3), 163–173. <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Hermes Transportes Blindados. (2020). *Estados financieros separados al 31 de diciembre de 2020 y de 2019 junto con el dictamen de los auditores independientes*. <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/EEFF%20Hermes%2031%2012%2020-19.pdf>
- Hernández, N., Espinosa, D., & Salazar, Y. (2014). *La teoría de la gestión financiera operativa desde la perspectiva marxista*. *Economía y Desarrollo*, 151(1), 162–173. <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541209013.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mc Graw Hill educación.

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>

Herz, J. (2015). *Apuntes de contabilidad financiera*. Editorial UPC.

<https://doi.org/10.19083/978-612-4191-72-5>

Hilario, W., & Santillán, I. (2020). *La gestión de cobranzas de ventas al crédito y su influencia en la rentabilidad económica en la empresa inversiones PRO3 S.A.C. período 2017-2018* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Callao].

https://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/6347/TESIS_PREGRADO_HILARIO_SANTILLAN_FCC_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Huaire, E. (2019). *Método de investigación*.

<https://www.aacademica.org/edson.jorge.huaire.inacio/78.pdf>

Infobae. (2023). *Sólo tres de cada 10 empresas creen que su rentabilidad crecerá en 2024*. <https://www.infobae.com/economia/2023/09/08/solo-tres-de-cada-10-empresas-creen-que-su-rentabilidad-crecera-en-2024/>

López, J. (2018). *Beneficio*. En *economipedia*.

<https://economipedia.com/definiciones/beneficio.html>

Lozada, J. (2014). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria*. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47–50.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

Majed, A., & Qabajeh, M. (2012). *The Relationship between the ROA, ROE and ROI Ratios with Jordanian Insurance Public Companies Market Share Prices*. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2, 115–120.

- Manterola, C., & Otzen, T. (2014). *Estudios Observacionales. Los Diseños Utilizados con Mayor Frecuencia en Investigación Clínica. Int. J. Morphol*, 32(2), 634–645. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v32n2/art42.pdf>
- Morales, J., & Morales, A. (2014). *Crédito y cobranza*. GRUPO EDITORIAL PATRIA. <https://tavapy.gov.py/biblioteca/wp-content/uploads/2022/05/Morales-Castro-J-Credito-y-cobranza.pdf>
- Narezo, R., & Rodríguez, F. (2022). *Influencia del Control de Cuentas de Cobranza Dudosa en la Rentabilidad de la empresa POHAR S.R.L en el periodo 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/6637/R.Nazareno_F.Rodriguez_Tesis_Titulo_Profesional_2022.pdf?sequence=1
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis*. Ediciones de la U. https://drive.google.com/drive/folders/1JIdQFylFToVraY4Un4XaMo3_cnNBUqP
- Ore, L. (2018). *Política de Créditos y Cobranzas y la Rentabilidad en la Empresa Pure Biofuels del Perú SAC 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23264/Ore_CLW.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peve, R. (2022). *Política de Créditos y Cobranzas y su relación de Liquidez en la Empresa Odawara Laboratorios S.R.L, Lima 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102862/Peve_HRR-SD.pdf?sequence=1

Pulido, K. (2020). *Administración de la cobranza y la rentabilidad de la empresa ALLCENTER E.I.R.L., Lima, 2018* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencia e Informática].

<https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/241/TESIS%20FINAL%20PRESENTADO%20KEREN%20PULIDO%20ERASMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Quiroz, H. (2020). *La gestión de cuentas por cobrar y por pagar y su incidencia en el flujo de caja de la Empresa Fabre Studio S.A.C. en el año 2019 - 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Americas].

<https://core.ac.uk/download/544273671.pdf>

Ripalda, B. (2017). *Definir la rentabilidad de la empresa Venta de Computadoras y Repuestos, periodo 2013 y 2014* [Tesis de pregrado, Universidad Científica del Perú].

<http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/195/RIPALDA-1-Trabajo-Definir.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Robles, C. (2012). *Fundamentos de administración financiera*. Red Tercer Milenio S.C.

Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas* ((9na edición)). MCGRAWHILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Salazar, M., Alvear, P., & Sampedro, M. (2019). *La planeación financiera como herramienta de gestión para mejorar la rentabilidad en las instituciones*

financieras. Ciencia Digital, 3(2), 702–721.

<https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i2.487>

Square. (2024). ¿Qué es la rotación de activos? En *GLOSARIO DE NEGOCIOS*.

<https://squareup.com/us/es/glossary/asset->

turnover#:~:text=La%20rotaci%C3%B3n%20de%20activos%20es,que%2

Otiene%20para%20generar%20ingresos.

Tapia, C. (2018). *Como entender Finanzas sin ser Financiero*. Instituto Mexicano de contadores públicos.

Torres, C., & Ochoa, J. (2024). *Análisis del riesgo crediticio y su incidencia en la*

liquidez de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la Ciudad

de Loja. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y

Humanidades, 5(2). <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1920>

Valencia, E., Caiza, E., & Bedoya, M. (2020). *Decisiones de inversión y*

rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales

grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. Revista Universidad y

Empresa,

22(39).

<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>

Vásquez, C., Terry, O., Huamán, M., & Cerna, C. (2021). *Ratios de liquidez y*

cuentas por cobrar: análisis comparativo de las empresas del sector lácteo

que cotizan en la bolsa de valores de Lima. Visión de Futuro, 25, No 2 (Julio-

Dic),

195–214.

<https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.25.02R.006.es>

Villaseñor, E. (1993). *Elementos de Administración de Crédito y Cobranza*. Ed.

Trillas.

Warren, C., Reeve, J., & Duchac, J. (2016). *Contabilidad financiera avanzada* ((14.º ed.)). Cengage Learning editores.

Westerfield, R. (2012). *Finanzas corporativas* ((9na ed.)). McGRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/libro-finanzasross.pdf

Yaguache, D., & Hennings, J. (2021). *La gestión financiera como factor de la rentabilidad en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador 2016-2020*. *RECIMUNDO*, 5(4), 356–371.

[https://doi.org/10.26820/recimundo/5.\(4\).dic.2021.356-371](https://doi.org/10.26820/recimundo/5.(4).dic.2021.356-371)

Zapata, J., & Pazo, E. (2022). *La gestión de cobranza y su influencia en la liquidez de las empresas textiles del distrito de la victoria año 2019-2020* [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres].

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9910/pazo_cel-zapata_jjg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

economia-humanidades-y-ciencias-sociales-cuarta-edicion-9789586993098-9586993094.html

- Berrocal, F. (2023). Control de las Políticas de Créditos y Cobranzas y su Incidencia en la Morosidad del Cliente en una Empresa de Traslado de Valores, 2022 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/20900/Berrocal_mf.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Borgucci, E. (1999). El pensamiento económico neoclásico y el positivismo lógico. *Revista de Ciencias Sociales, FCES - LUZ, Nueva Epoca*, V(3), 35–55.
- Bustamante, G., & Mendoza, C. (2013). Estudios de Correlacion. *Rev. Act. Clin. Med*, 33. http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=pt&pid=S2304-37682013000600006&script=sci_arttext
- Calero, B. (2019). Gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Serlipen S.A, cantón La Libertad, año 2017. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/4709/1/UPSE_TCA-2019-0013.pdf
- Cano, M. (2019). Políticas de crédito y el flujo de efectivo en empresas comerciales del Distrito de Paramonga [Tesis de pregrado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión]. <https://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/2951/CANO%20AGREDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Caraguay, L. (2021). Ventas a crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa Ferroligth de la ciudad de Nueva Loja, Provincia de Sucumbíos, en el período 2019 [Informe de investigación para obtener la titulación de Maestría,

Universidad Politécnica Salesiana].

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/21648/1/MSQ264.pdf>

Carahuano, M., & Quispe, B. (2019). Cuentas por cobrar y su relación con la rentabilidad en las empresas de estaciones de servicios de Lima, año 2019 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56973/Carahuano_NMC-Quispe_GBJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Chamba, S. (2017). Las ventas a crédito y su impacto en la liquidez [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil].

<http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1701>

Choquehuanca, E., Rojas, S., & Silvestre, J. (2019). Control Interno En La Gestión De Cuentas Por Cobrar Y Su Incidencia En La Liquidez De La Empresa Drb Ingenieros S.A.C. 2017 [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Américas]. <https://core.ac.uk/download/544273211.pdf>

Coronado, L. (2019). Teoría del comportamiento del consumidor [Examen de suficiencia profesional, Universidad Nacional de la Amazonía Peruana]. https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12737/6965/Linda_Exam.Suf.Prof_Titulo_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cubas, J., & Torres, K. (2021). La rotación de activos en la compañía Leche Gloria S.A., período 2016-2020 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76749/Cubas_AJG-Torres_DKJ-](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76749/Cubas_AJG-Torres_DKJ-SD.pdf;jsessionid=973D8CC1EFB4AFBC471E5FE14444C71B?sequence=1)

[SD.pdf;jsessionid=973D8CC1EFB4AFBC471E5FE14444C71B?sequence=1](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/76749/Cubas_AJG-Torres_DKJ-SD.pdf;jsessionid=973D8CC1EFB4AFBC471E5FE14444C71B?sequence=1)

- Cuevas, C. (2001). Medición del desempeño: retorno sobre inversión, ROI; ingreso residual, ir; valor económico agregado, eva; análisis comparado. *Estudios Gerenciales*, 79, 13–22. <https://www.redalyc.org/pdf/212/21207901.pdf>
- De la Parra, E., & Madero, M. (2005). Estrategias de ventas y negociación. <https://books.google.com.ec/books?id=HGpXazBqgh0C&printsec=frontco>
- Espinoza, E., & Calva, D. (2020). La ética en las investigaciones educativas. *Universidad y Sociedad*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2218-36202020000400333
- Estupiñán, R., & Estupiñán, O. (2003). *Análisis financiero y de Gestión*. ECOE ediciones.
- Frederick, D. (2022). Beneficio económico. En *Enciclopedia Iberoamericana*. <https://enciclopediaiberoamericana.com/beneficio/>
- García, A., & Sandoval, S. (2024). Ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional San Martín de Porres]. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/13856/garcia_maa-sandoval_ssm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- García, H., Sangama, L., & Villafuerte, A. (2022). Gestión financiera y rentabilidad de una empresa proveedora de alimentos. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(9), 106–116. <https://doi.org/10.51798/sijis.v3i9.592>
- García, O. (2009). *Administración financiera fundamentos y aplicaciones*. Prensa Moderna impresores.
- Gitman, L. (1997). *Fundamentos de administración financiera*. Editorial OUP Harla.

- González, M., & Abreu, E. (2023). Factores que inciden en la rentabilidad de las empresas del sector financiero y seguros [Tesis de pregrado, Arizona state University]. <https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/6017/1/UIDE-G-TAE-2023-3.pdf>
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2014). Contabilidad financiera ((6. ° ed.)). McGRAW-Hill/Interamericana.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *RECIMUNDO*, 4(3), 163–173. <http://recimundo.com/index.php/es/article/view/860>
- Hermes Transportes Blindados. (2020). Estados financieros separados al 31 de diciembre de 2020 y de 2019 junto con el dictamen de los auditores independientes. <https://www.smv.gob.pe/ConsultasP8/temp/EEFF%20Hermes%2031%2012%2020-19.pdf>
- Hernández, N., Espinosa, D., & Salazar, Y. (2014). La teoría de la gestión financiera operativa desde la perspectiva marxista. *Economía y Desarrollo*, 151(1), 162–173. <https://www.redalyc.org/pdf/4255/425541209013.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa, cualitativa y mixta. Mc Graw Hill educación. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292><http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Herz, J. (2015). Apuntes de contabilidad financiera. Editorial UPC. <https://doi.org/10.19083/978-612-4191-72-5>
- Hilario, W., & Santillán, I. (2020). La gestión de cobranzas de ventas al crédito y su influencia en la rentabilidad económica en la empresa inversiones PRO3 S.A.C.

período 2017-2018 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Callao].
https://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/6347/TESIS_PREGRADO_HILARIO_SANTILLAN_FCC_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Huairé, E. (2019). Método de investigación.
<https://www.aacademica.org/edson.jorge.huairé.inacio/78.pdf>

Infobae. (2023). Sólo tres de cada 10 empresas creen que su rentabilidad crecerá en 2024.
<https://www.infobae.com/economia/2023/09/08/solo-tres-de-cada-10-empresas-creen-que-su-rentabilidad-crecera-en-2024/>

López, J. (2018). Beneficio. En *economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/beneficio.html>

Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 3(1), 47–50.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

Majed, A., & Qabajeh, M. (2012). The Relationship between the ROA, ROE and ROI Ratios with Jordanian Insurance Public Companies Market Share Prices. *International Journal of Humanities and Social Science*, 2, 115–120.

Manterola, C., & Otzen, T. (2014). Estudios Observacionales. Los Diseños Utilizados con Mayor Frecuencia en Investigación Clínica. *Int. J. Morphol*, 32(2), 634–645.
<https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v32n2/art42.pdf>

Morales, J., & Morales, A. (2014). Crédito y cobranza. GRUPO EDITORIAL PATRIA.
<https://tavapy.gov.py/biblioteca/wp-content/uploads/2022/05/Morales-Castro-J-Credito-y-cobranza.pdf>

- Narezo, R., & Rodríguez, F. (2022). Influencia del Control de Cuentas de Cobranza Dudosa en la Rentabilidad de la empresa POHAR S.R.L en el periodo 2021 [Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú]. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/6637/R.Nazareno_F.Rodriguez_Tesis_Titulo_Profesional_2022.pdf?sequence=1
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). Metodología de la Investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la tesis. Ediciones de la U. https://drive.google.com/drive/folders/1JIdQFyIFToVraY4Un4XaMo3_cnnNBuqP
- Ore, L. (2018). Política de Créditos y Cobranzas y la Rentabilidad en la Empresa Pure Biofuels del Perú SAC 2017 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/23264/Ore_CLW.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peve, R. (2022). Política de Créditos y Cobranzas y su relación de Liquidez en la Empresa Odawara Laboratorios S.R.L, Lima 2021 [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/102862/Peve_HR-R-SD.pdf?sequence=1
- Pulido, K. (2020). Administración de la cobranza y la rentabilidad de la empresa ALLCENTER E.I.R.L., Lima, 2018 [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencia e Informática]. <https://repositorio.upci.edu.pe/bitstream/handle/upci/241/TESIS%20FINAL%20PRESENTADO%20KEREN%20PULIDO%20ERASMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Quiroz, H. (2020). La gestión de cuentas por cobrar y por pagar y su incidencia en el flujo de caja de la Empresa Fabre Studio S.A.C. en el año 2019 - 2020 [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de las Americas]. <https://core.ac.uk/download/544273671.pdf>
- Ripalda, B. (2017). Definir la rentabilidad de la empresa Venta de Computadoras y Repuestos, periodo 2013 y 2014 [Tesis de pregrado, Universidad Científica del Perú]. <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/195/RIPALDA-1-Trabajo-Definir.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Robles, C. (2012). Fundamentos de administración financiera. Red Tercer Milenio S.C.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2010). Fundamentos de Finanzas Corporativas ((9na edición)). McGRAWHILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Salazar, M., Alvear, P., & Sampedro, M. (2019). La planeación financiera como herramienta de gestión para mejorar la rentabilidad en las instituciones financieras. *Ciencia Digital*, 3(2), 702–721. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i2.487>
- Square. (2024). ¿Qué es la rotación de activos? En GLOSARIO DE NEGOCIOS. <https://squareup.com/us/es/glossary/asset-turnover#:~:text=La%20rotaci%C3%B3n%20de%20activos%20es,que%20tiene%20para%20generar%20ingresos.>
- Tapia, C. (2018). Como entender Finanzas sin ser Financiero. Instituto Mexicano de contadores públicos.
- Torres, C., & Ochoa, J. (2024). Análisis del riesgo crediticio y su incidencia en la liquidez de las cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 de la Ciudad de Loja.

LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 5(2).

<https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1920>

Valencia, E., Caiza, E., & Bedoya, M. (2020). Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. *Revista Universidad y Empresa*, 22(39).
<https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>

Vásquez, C., Terry, O., Huamán, M., & Cerna, C. (2021). Ratios de liquidez y cuentas por cobrar: análisis comparativo de las empresas del sector lácteo que cotizan en la bolsa de valores de Lima. *Visión de Futuro*, 25, No 2 (Julio-Dic), 195–214.
<https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.25.02R.006.es>

Villaseñor, E. (1993). *Elementos de Administración de Crédito y Cobranza*. Ed. Trillas.

Warren, C., Reeve, J., & Duchac, J. (2016). *Contabilidad financiera avanzada* ((14. ° ed.)). Cengage Learning editores.

Westerfield, R. (2012). *Finanzas corporativas* ((9na ed.)). McGRAW HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.

https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/libro-finanzasross.pdf

Yaguache, D., & Hennings, J. (2021). La gestión financiera como factor de la rentabilidad en las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador 2016-2020. *RECIMUNDO*, 5(4), 356–371.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/5.\(4\).dic.2021.356-371](https://doi.org/10.26820/recimundo/5.(4).dic.2021.356-371)

Zapata, J., & Pazo, E. (2022). La gestión de cobranza y su influencia en la liquidez de las empresas textiles del distrito de la victoria año 2019-2020 [Tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres].

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/9910/pazo_cel-zapata_jjg.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

- Instrumentos de Recolección de datos.
- Procedimiento de validación y confiabilidad

ANEXO 01. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

“UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN”

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA VARIABLE: VENTAS AL CRÉDITO

Estimado participante,

Reciba un grato y cordial saludo, la presente guía de entrevista tiene como objetivo principal recolectar información sobre la investigación académica **“Las ventas al crédito y su relación con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023”**.

Instrucciones: Evalúe cada afirmación marcando con una X, según su percepción en relación con las ventas al crédito, donde: 5 = "Totalmente de acuerdo", 4 = "De acuerdo", 3 = "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", 2 = "En desacuerdo", y 1 = "Totalmente en desacuerdo".

Nº	Variable: Ventas al crédito	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Políticas de crédito						
1	¿Considera usted que la evaluación del crédito es fundamental para mitigar el riesgo de impago por parte de los clientes?					
2	¿Cree usted que establecer términos de crédito claros, incluyendo plazos y niveles de riesgo, es esencial para una gestión efectiva del crédito?					
3	¿Considera usted que las ventas al crédito han permitido la captación de nuevos clientes?					
4	¿Considera usted que las políticas de crédito deben ser flexibles para adaptarse a las necesidades y circunstancias de los clientes?					
Dimensión 2: Evaluación del cliente						
5	¿Cree usted que evaluar la capacidad de pago de los clientes a través de análisis de estados financieros es una práctica adecuada?					
6	¿Cree usted que solicitar garantías y referencias comerciales ayuda a reducir el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes?					
7	¿Considera usted importante que su empresa debe evaluar los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito?					
8	¿Considera que la evaluación del cliente debe ser un proceso riguroso y sistemático para minimizar el riesgo crediticio?					
Dimensión 3: Gestión de cobranza						
9	¿Cree usted que mantener un registro actualizado de cuentas por cobrar es fundamental para una gestión eficiente del crédito?					
10	¿Cree usted que un alto ratio de deuda vencida indica una necesidad de revisar las políticas de crédito o mejorar la gestión de cobranza?					

11	¿Considera usted que un elevado nivel de morosidad puede afectar negativamente la liquidez y rentabilidad de la empresa?					
12	¿Considera usted que la capacitación del personal de cobranza y una comunicación constante con los clientes son clave para una gestión efectiva de cobranza?					

Gracias por su participación.

“UNIVERSIDAD NACIONAL DANIEL ALCIDES CARRIÓN”

**INSTRUMENTO DE MEDICIÓN DE LA VARIABLE: RENTABILIDAD
ECONÓMICA**

Estimado participante,

Reciba un grato y cordial saludo, la presente guía de entrevista tiene como objetivo principal recolectar información sobre la investigación académica **“Las ventas al crédito y su relación con la rentabilidad económica de las empresas comerciales de materiales de construcción en el distrito de Chaupimarca, año 2023”**.

Instrucciones: Evalúe cada afirmación marcando con una X, según su percepción en relación con la rentabilidad económica, donde: 5 = "Totalmente de acuerdo", 4 = "De acuerdo", 3 = " Ni de acuerdo ni en desacuerdo ", 2 = "En desacuerdo", y 1 = "Totalmente en desacuerdo".

Nº	Variable: Rentabilidad Económica	Escala de Valoración				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Razones financieras						
1	¿Cree usted que, el descuento por pronto pago es una política que debe aplicar su empresa para mantener la rentabilidad económica?					
2	¿Considera usted que el rendimiento sobre los activos (ROA) es una medida efectiva para evaluar la eficiencia en el uso de los activos de la empresa?					
3	¿Cree usted que factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener rentabilidad económica inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida?					
4	¿Cree usted que el rendimiento sobre el capital invertido (ROI) refleja la rentabilidad obtenida en relación con la inversión realizada?					
Dimensión 2: Beneficios						
5	¿Considera usted que la utilidad bruta es un indicador importante para evaluar la eficacia en la gestión de costos y precios de venta?					
6	¿Cree usted que la utilidad operacional refleja la eficiencia en la gestión de los costos operativos y gastos generales?					
7	¿Cree usted que mantener un margen aceptado de rentabilidad es saludable y esencial para asegurar la viabilidad financiera de la empresa?					
8	¿Considera que mejorar la eficiencia operativa y aumentar los beneficios contribuye al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa?					
Dimensión 3: Rotación de activos						
9	¿Considera usted que un alto ratio de rotación de activos indica una gestión eficiente de los recursos de la empresa?					

10	¿Cree usted que una rotación de activos adecuada es necesaria para maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo financiero?					
11	¿Cree usted que mantener una rotación de activos constante y equilibrada es fundamental para mantener la competitividad en el mercado?					
12	¿Considera usted que mejorar la eficacia y transparencia en la gestión de cobranza puede aumentar la rentabilidad de la empresa?					

Gracias por su participación.

ANEXO N° 2 PROCEDIMIENTO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO CON EL ALFA DE CRONBACH

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	33	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	33	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,912	,914	24

Nota. El alfa de Cronbach se ejecutó con una muestra piloto.

Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Considera usted que la evaluación del crédito es fundamental para mitigar el riesgo de impago por parte de los clientes?	95,33	245,292	,563	,817	,908
¿Cree usted que establecer términos de crédito claros, incluyendo plazos y niveles de riesgo, es esencial para una gestión efectiva del crédito?	95,12	242,110	,756	,985	,904
¿Considera usted que las ventas al crédito han permitido la captación de nuevos clientes?	95,06	242,246	,787	,988	,904
¿Considera usted que las políticas de crédito deben ser flexibles para adaptarse a las necesidades y circunstancias de los clientes?	95,24	239,502	,759	,967	,904

¿Cree usted que evaluar la capacidad de pago de los clientes a través de análisis de estados financieros es una práctica adecuada?	95,21	238,297	,738	,978	,904
¿Cree usted que solicitar garantías y referencias comerciales ayuda a reducir el riesgo de incumplimiento por parte de los clientes?	95,21	245,110	,663	,868	,906
¿Considera usted importante que su empresa debe evaluar los antecedentes del cliente con otros proveedores para otorgarle el crédito?	95,76	244,564	,510	,723	,909
¿Considera que la evaluación del cliente debe ser un proceso riguroso y sistemático para minimizar el riesgo crediticio?	95,55	244,068	,605	,908	,907
¿Cree usted que mantener un registro actualizado de cuentas por cobrar es fundamental para una gestión eficiente del crédito?	95,42	244,002	,630	,947	,907
¿Cree usted que un alto ratio de deuda vencida indica una necesidad de revisar las políticas de crédito o mejorar la gestión de cobranza?	95,55	243,131	,523	,892	,909
¿Considera usted que un elevado nivel de morosidad puede afectar negativamente la liquidez y rentabilidad de la empresa?	95,03	243,155	,696	,967	,905
¿Considera usted que la capacitación del personal de cobranza y una comunicación constante con los clientes son clave para una gestión efectiva de cobranza?	95,36	247,176	,532	,931	,909
¿Cree usted que, el descuento por pronto pago es una política que debe aplicar su empresa para mantener la rentabilidad económica?	95,18	244,341	,741	,943	,905
¿Considera usted que el rendimiento sobre los activos (ROA) es una medida efectiva para evaluar la eficiencia en el uso de los activos de la empresa?	95,03	244,593	,732	,965	,905

¿Cree usted que factoring es una alternativa de financiamiento que ayuda a su empresa a obtener rentabilidad económica inmediata cuando los clientes no pueden cumplir con la fecha de pago establecida?	94,88	242,422	,819	,974	,904
¿Cree usted que el rendimiento sobre el capital invertido (ROI) refleja la rentabilidad obtenida en relación con la inversión realizada?	95,06	251,496	,461	,916	,910
¿Considera usted que la utilidad bruta es un indicador importante para evaluar la eficacia en la gestión de costos y precios de venta?	95,12	247,985	,552	,945	,908
¿Cree usted que la utilidad operacional refleja la eficiencia en la gestión de los costos operativos y gastos generales?	95,18	253,091	,453	,871	,910
¿Cree usted que mantener un margen aceptado de rentabilidad es saludable y esencial para asegurar la viabilidad financiera de la empresa?	95,09	260,210	,274	,938	,913
¿Considera que mejorar la eficiencia operativa y aumentar los beneficios contribuye al crecimiento y éxito a largo plazo de la empresa?	94,76	265,252	,139	,755	,915
¿Considera usted que un alto ratio de rotación de activos indica una gestión eficiente de los recursos de la empresa?	95,09	272,398	-,102	,811	,920
¿Cree usted que una rotación de activos adecuada es necesaria para maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo financiero?	96,00	265,375	,054	,777	,920
¿Cree usted que mantener una rotación de activos constante y equilibrada es fundamental para mantener la competitividad en el mercado?	95,33	256,229	,358	,916	,912

¿Considera usted que mejorar la eficacia y transparencia en la gestión de cobranza puede aumentar la rentabilidad de la empresa?	95,48	249,070	,507	,929	,909
--	-------	---------	------	------	------

ANOVA con prueba para no aditividad de Tukey

		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig	
Inter sujetos		359,828	32	11,245			
Intra sujetos	Entre elementos	57,798	23	2,513	2,546	,000	
	Residuo	No aditividad	,078 ^a	1	,078	,079	,779
		Equilibrar	726,458	735	,988		
		Total	726,535	736	,987		
Total		784,333	759	1,033			
Total		1144,162	791	1,446			

Media global = 4.14

- a. La estimación de Tukey de potencia en la que se deben realizar observaciones para conseguir una aditividad = 1.225.