



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y
FINANZAS

TESIS
GESTION DE CUENTAS POR COBRAR Y SU INFLUENCIA
EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MADERERA
NUEVA ERA S.A.C. – LIMA, 2019.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

AUTORES:
Bach. ACUÑA ECHE, YESSY ROSIBEL
Bach. CUARESMA HUAYTALLA, CINTHYA ESTEFANIA

LIMA – PERÚ

2019

ASESOR DE TESIS

MG. MICHEL JAIME MÉNDEZ ESCOBAR

JURADO EXAMINADOR

Dr. FERNANDO LUIS TAM WONG
Presidente

Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE
Secretario

Dra. ANA CONSUELO TINEO MONTESINOS
Vocal

DEDICATORIA

“Esta investigación es dedicada a los motores de mi vida. Mis padres y mis hermanos que guían mi camino, y me estimulan a perseverar, dar lo mejor de mi cada día motivándome a seguir adelante en cada circunstancia de la vida”

A Dios que ha permitido tener continuidad, gracias a él es posible alcanzar mis objetivos, a mis padres quienes me han inculcado y me han motivado a la preparación y conclusión de la tesis, siendo ellos y mis hermanos el tesoro más apreciado y mis motores de mi vida para seguir adelante.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por darme fuerzas y seguridad en todo momento de mi vida, en segundo lugar, a la paciencia de mis padres por apoyarme en todo el proceso de preparación de la presente tesis, así mismo a mi asesor de tesis que por su experiencia y conocimiento ha sido posible culminar con una mis metas. Finalmente, a la empresa Maderera Nueva Era por brindar la información indispensable para la aplicación en el trabajo de investigación.

A mis padres y hermanos por inculcarme buenos valores, principios durante todo este tiempo y a quienes debo todo mi esfuerzo y dedicación, a los docentes y asesores que gracias a sus conocimientos y aportes han contribuido en esta presente investigación y finalmente a la empresa Maderera Nueva Era S.A.C por brindarnos las facilidades necesarias para la aplicación de esta presente investigación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal analizar la gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la rentabilidad Maderera Nueva Era S.A.C. en la ciudad de Lima, años 2018 y 2019, para lo cual se ha desarrollado un diseño no experimental de corte transversal, con respecto a la población y muestra censal conformada por los colaboradores de la empresa maderera, por lo cual se procedió a utilizar la técnica documentaria, en la recolección y revisión de la información de los periodos 2018 y 2019 para compararlas y analizar las repercusiones favorables y desfavorables que han incidido en dichos periodos, información que ha sido facilitada por el contador. Finalmente se encontró que la empresa viene presentando bajos niveles de rentabilidad no permitiendo el mejor desenvolvimiento de la empresa en beneficio de los accionistas, por lo cual se observa que existe un deficiente manejo de las herramientas de gestión de cuentas por cobrar que contribuyan a mejorar el problema de rentabilidad. Para lo cual se describe, explica las causas que producen bajos niveles de rentabilidad y se recomienda mejorar y reforzar las políticas deficientes que presentan para así cumplir con los objetivos y metas planificadas, procurando mantener el control de ingresos y gastos y proveer el efectivo que se necesite utilizando los recursos líquidos necesarios, para poder cumplir con las obligaciones que se presenten, para lo cual es prioridad buscar incrementar la rentabilidad de la empresa.

Palabras clave: gestión de cuentas por cobrar, incremento, rentabilidad.

ABSTRACT

The main objective of this research work is to analyze the management of accounts receivable and its influence on profitability Maderera Nueva Era S.A.C. in the city of Lima, years 2018 and 2019, for which a non-experimental cross-sectional design has been developed, with respect to the population and census sample made up of the collaborators of the logging company, for which the documentary technique, in the collection and review of the information for the 2018 and 2019 periods to compare them and analyze the favorable and unfavorable repercussions that have had an impact on said periods, information that has been provided by the accountant. Finally, it was found that the company has been presenting low levels of profitability, not allowing the best development of the company for the benefit of the shareholders, which is why it is observed that there is a deficient management of the accounts receivable management tools that contribute to improve the problem profitability. For which it is described, it explains the causes that produce low levels of profitability and it is recommended to improve and reinforce the deficient policies that they present in order to comply with the planned objectives and goals, trying to maintain control of income and expenses and provide the cash that is need using the necessary liquid resources, in order to comply with the obligations that arise, for which it is a priority to seek to increase the profitability of the company.

Key words: management of accounts receivable, increase, profitability.

TABLA DE CONTENIDO

CARÁTULA	i
ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
TABLA DE CONTENIDO	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Planteamiento del problema	15
1.2. Formulación del problema	18
1.2.1. Problema General	18
1.2.2. Problemas específicos	18
1.3. Justificación del estudio	18
1.3.1. Justificación teórica	18
1.3.2. Justificación práctica	19
1.3.3. Justificación metodológica	19
1.4. Objetivos de la investigación	20
1.4.1. Objetivo general	20
1.4.2. Objetivos específicos	20
II. MARCO TEÓRICO	21
2.1. Antecedentes de la investigación	21
2.1.1. Antecedentes Nacionales	21
2.1.2. Antecedentes Internacionales	24
2.2. Bases teóricas de las variables	27
2.2.1. Variable 01: Gestión de cuentas por cobrar	27
2.2.2. Variable 02: Rentabilidad	41
2.3. Definición de términos básicos	51

III. MÉTODOS Y MATERIALES	54
3.1. Hipótesis de la investigación	54
3.1.1. Hipótesis general	54
3.1.2. Hipótesis Especifico.....	54
3.2. Variables de estudio	54
3.2.1. Definición conceptual.....	54
3.2.2. Operacionalización de variables	55
3.3. Tipo y nivel de investigación.....	55
3.3.1. Tipo de investigación	55
3.3.2. Nivel de investigación	56
3.4. Diseño de la investigación	56
3.5. Población y muestra.....	57
3.5.1. Población	57
3.5.2. Muestra.....	57
3.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos.....	58
3.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	58
3.6.2. Instrumento de recolección de datos	58
3.6.3. Validación y confiabilidad de expertos	59
3.7. Método de análisis de datos.....	61
3.8. Aspectos éticos	62
IV. RESULTADOS	63
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	63
4.1.1. Análisis de la variable gestión de cuentas por cobrar.....	63
4.1.2. Análisis de la variable rentabilidad.....	64
4.1.3. Análisis de la dimensión termino de venta	65
4.1.4. Análisis de la dimensión política de crédito	66
4.1.5. Análisis de la dimensión política de cobranza.....	67
4.2. Prueba de hipótesis.....	68
4.2.1 Prueba de hipótesis general.....	68
4.2.2. Prueba de hipótesis específicas. Hipótesis específica 1:	69
4.2.3. Prueba de hipótesis específicas. Hipótesis específica 2:	70
4.2.4. Prueba de hipótesis específicas. Hipótesis específica 3:	71

V. DISCUSIÓN	72
5.1. Análisis de discusión de resultados.....	72
VI. CONCLUSIONES	74
VII. RECOMENDACIONES	76
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	77
ANEXOS	80
Anexo 1. Matriz de consistencia	81
Anexo 2: Matriz de operacionalización	83
Anexo 3: Instrumentos	85
Anexo 4: Validación de instrumentos.....	89
Anexo 5: Matriz de datos	97
Anexo 6: Propuesta de valor.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Validez.....	59
Tabla 2.	Confiabilidad del instrumento gestión de cuentas por cobrar	60
Tabla 3.	Confiabilidad del instrumento rentabilidad	61
Tabla 4.	Coeficiente de correlación de Pearson	62
Tabla 5.	Análisis de la variable gestión de cuentas por cobrar	63
Tabla 6.	Análisis de la variable rentabilidad.....	64
Tabla 7.	Análisis de la dimensión termino de venta.....	65
Tabla 8.	Análisis de la dimensión política de crédito	66
Tabla 9.	Análisis de la dimensión de política de cobranza	67
Tabla 10.	Nivel de correlación y significación de gestión de cuentas por cobrar y rentabilidad	69
Tabla 11.	Nivel de correlación y significación de los términos de venta y rentabilidad.	70
Tabla 12.	Nivel de correlación y significación de política de crédito y rentabilidad...	70
Tabla 13.	Nivel de correlación y significación de política de cobranza y rentabilidad.	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Escala de Likert	59
Figura 2.	Análisis de la variable gestión de cuentas por cobrar	63
Figura 3.	Análisis de la variable rentabilidad.....	64
Figura 4.	Análisis de la dimensión término de venta.....	65
Figura 5.	Análisis de la dimensión política de crédito	66
Figura 6.	Análisis de la dimensión política de cobranza	67
Figura 7.	Prueba de hipótesis general	68

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación está conformado por 7 capítulos, tiene como objetivo principal, determinar la influencia de la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era con sus respectivas dimensiones e indicadores expresadas en el capítulo 1, por lo que partiendo por los antecedentes de diferentes autores para definir cuáles deben ser los procesos, lineamientos que se debe seguir para obtener adecuados resultados expresadas en el marco teórico del capítulo 2. En el capítulo 3 se da conocer el tipo, nivel, diseño de la investigación, como también el uso de técnicas de recolección de datos, instrumentos como la encuesta elaborada a una muestra censal de 35 colaboradores que en su defecto son validadas por los expertos, para que finalmente en resultados (capítulo 4) se corrobore el grado de correlación que existe entre las variables, dimensiones con sus indicadores y si se acepta o no la hipótesis nula; solo así se da inicio a la discusión de resultados (capítulo 5) para que finalmente, se puedan expresar las conclusiones y recomendaciones de mejora (capítulo 6 y 7).

Hoy en día, para algunas compañías la gestión de cuentas por cobrar se ha convertido en una situación difícil de conllevar debido a que se han establecido políticas deficientes o no se sigue con los lineamientos por falta de seguimiento diario, orientación, motivación y capacitación del personal involucrado (área comercial, facturación, área de finanzas); tomándose decisiones que tiene como resultado el incremento de la cartera vencida que en su defecto ha sido de difícil recuperación. Sin embargo, esta situación se puede contrarrestar a partir de que se diseñe y mejore las políticas de crédito, cobranza y políticas de incobrabilidad.

El proceso de cobranza debe ser apropiado y oportuno para contar con el activo líquido para poder cumplir con las necesidades primordiales de producción, pago a proveedores y entidades financieras, inversión, etc.

También cabe recalcar muy aparte que existe una gestión deficiente esta se refleja en el resultado económico y financiero de sumo interés de los usuarios (accionistas, entidades financieras, personal, etc.) que se han fijado obtener un beneficio propio por las ventas efectuadas. Cabe recalcar que existen otros factores

que pueden afectar económicamente y financieramente desde el punto de vista de los activos, patrimonio, ingresos y gastos. Por el cual en el presente estudio muestra como qué través del análisis de indicadores o índices financieros, se puede tener una vista panorámica

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Actualmente en el ámbito Internacional, uno de los mayores problemas que vienen enfrentando los administradores de las empresas continúan siendo las cuentas por cobrar y esto se explica que en la gestión de crédito y cobranza no cumplen con los procedimientos y lineamientos adecuados, no haciendo posible medir con exactitud la cartera de clientes a crédito que maneja, así como la gestión de cobranza e ingresos mensuales disponibles para un periodo de tiempo. Por otra parte, el personal que labora no cuenta con las herramientas necesarias para mejorar los procesos, pero indica que en su gran mayoría las deficiencias y errores provienen de las gestiones decisiones del dueño que autoriza los créditos sin cumplir con los lineamientos establecidos.

Debido a la complejidad que hoy por hoy presenta el entorno empresarial, se ha vuelto una necesidad prioritaria mejorar los sistemas de cobros de las compañías para que se efectúen de manera apropiada y oportuna, debido a que la demora excesiva de un cobro afecta la liquidez, capacidad de pago y por último, la rentabilidad de la empresa.

Por otro lado, Tricia Haltiwingwe, presidenta de Braam Industries está estudiando la forma de mejorar el desempeño financiero de la compañía, que fabrica y vende equipos de oficina a tiendas minoristas, su crecimiento ha sido lento en los últimos años, pero se desea aumentar con mayor rapidez las ventas a futuro por el cual Andrew Preston, tesorero de la empresa, ha examinado establecer una política diferente para incrementar la rentabilidad de la compañía. La firma actualmente tiene una política de 30 días neto, sin embargo, las tasas de incumplimiento siempre son motivo de preocupación por las ventas al crédito. Gracias al proceso de investigación de crédito y cobranza de Braam, la tasa de incumplimiento en las ventas a crédito es de solo 2.1% en este momento. Andrew ha examinado la política de crédito de la compañía en relación con otros vendedores y ha determinado que dispone otras opciones como el aumento de las tasas por incumplimiento.

Según Ross et al (2018) expresan lo siguiente:

Cuando una empresa vende bienes y servicios puede exigir el pago al contado en la fecha de entrega o antes, o extender crédito a sus clientes y permitir cierta demora en el pago. Otorgar crédito equivale a realizar una inversión en un cliente, ligada a la venta de un producto o servicio. (p.853)

En el ámbito Nacional, en los últimos años las ventas al crédito y la prestación de servicios al crédito se han convertido en un medio de ingreso fuerte para muchas compañías. Esta modalidad será eficiente si las organizaciones estipulan correctamente las políticas y condiciones bajo las cuales se está ofreciendo el crédito, de lo contrario es difícil conocer si las cuentas por cobrar están haciendo efectivas en períodos de tiempo razonables.

La mayoría de las empresas pequeñas en el sector maderero no cuentan con una visión clara de lo que esperan obtener, se limita la gestión de sus actividades al tratar de vender la madera dentro de las posibilidades económicas que puedan adquirir y no muestran indicadores objetivos de buscar desarrollar mediante el uso de innovación o tecnología. Caso distinto comercializar madera con un valor añadido a través de la diversificación y la tecnología viéndolo como una gran oportunidad de generar utilidades.

Las empresas de la industria maderera no han realizado esfuerzos de inversión en marketing; contando solo con páginas web como publicidad. Por otra parte, la falta de organización sectorial no hace posible la creación de ferias de talla mundial para incentivar y promover la madera peruana, las 52 principales ferias de talla mundial las organizan países europeos, solo tres países Latinoamericanos organizan ferias, estos son: Brasil, México y Chile. Cabe mencionar que una de las ventajas competitivas que el sector forestal peruano tiene es la variedad de tipos de árboles que posee.

Por último, el nivel de ventas de madera y sus derivados están directamente relacionado con el crecimiento de la población por lo que se espera que la demanda de madera aumente proporcionalmente, cabe señalar que el alto nivel de informalidad en las ventas dificulta las mediciones, sin embargo, se estima que las

ventas totales de madera han disminuido en los últimos años, esto debido a la desaceleración económica que sufrió China principal cliente del Perú.

En conclusión, todos estos factores involucran e influyen en la rentabilidad que se espera por parte de los accionistas e inversionista.

Según Manuel Chu Rubio (2016), Es el resultado neto de políticas y decisiones empresariales. Muestra los efectos combinados de la liquidez, de la administración de los activos y de la administración de las deudas sobre los resultados de operación. (p. 87)

A nivel local la empresa MADEDERA NUEVA ERA S.A.C es una de las empresas de la industria de madera, la misma que ha mostrado un comportamiento muy variable en los últimos años, con menor crecimiento respecto de la economía en general, afronta problemas en sus cuentas por cobrar, que reflejen valores de cobros altos y a la vez susceptible de no ser recuperados, siendo; una de las causas para el crecimiento de las unidades productivas, por lo que es fundamental tener los importes de acuerdo a la misma y llevar un control sobre ellos, que permita administrar con eficiencia y eficacia.

El problema más frecuente que se presenta dentro del desarrollo de las actividades de la empresa es la recuperación de la cartera vencida, debido a la inadecuada gestión en el proceso de recuperación de la cartera generada por la deficiente orientación y planificación de las actividades, así como también, la falta de un seguimiento diario basado en los informes que emite la gestión de cobro, el control del sistema de créditos concedidos, la verificación de la antigüedad de los saldos, los tiempos o plazos que concede la empresa para la cancelación total de la deuda y la falta de aplicación de estrategias y políticas de cobranza, ha afectado directamente a las relaciones de negociación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema General.

PG ¿Cómo influye la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima, 2019?

1.2.2. Problemas específicos.

PE 1 ¿Cómo influyen los términos de ventas en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima, 2019?

PE 2 ¿Cómo influye la política de crédito en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima, 2019?

PE 3 ¿De qué manera influye el uso adecuado de una política de cobranzas en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima, 2019?

1.3. Justificación del estudio.

1.3.1. Justificación teórica

La presente investigación está orientada a estudiar, exponer y fortalecer aspectos teóricos y prácticos del conocimiento buscando obtener la calidad de la información financiera. Para tal es indispensable producir información financiera en la gestión de cuentas por cobrar y desarrollo de cualquier compañía, ya que ésta constituye un instrumento útil que permitirá medir y determinar la capacidad de participación de la empresa con los trabajadores, socios, sociedad para la cual, la contabilidad como técnica nos ayudará a reflejar y satisfacer esa necesidad al producir sistemática y estructuralmente, la información cuantitativa producidas por las organizaciones expresada en unidades monetarias con el objetivo que se tome una serie de decisiones acertadas o no acertadas de acuerdo al análisis de los especialistas y a la situación financiera que presente las organizaciones

1.3.2. Justificación práctica

La investigación tiene como propósito aportar al conocimiento existente la gran importancia que tiene llevar una adecuada administración de cuentas por cobrar, se alcanza el desarrollo económico y financiero de muchas organizaciones como objetivo y fin para seguir operando.

Las organizaciones buscan generar ingresos convenientes y seguros con el fin de recuperar la inversión dada a corto plazo; es decir; generar utilidades en beneficio de los accionistas y trabajadores. De tal modo, que se considerará la política de créditos y cobranzas como un medio para lograr los objetivos esperados, por el cual dependerá del talento humano, las tareas y responsabilidades según, el criterio de cada área correspondiente a la facturación, créditos, cobranzas y/o el área financiera.

De lo contrario, si no se pone en práctica y no se mejora los procedimientos con respecto a las políticas de crédito y cobranza, la empresa enfrentaría serios problemas por una deficiente gestión y que muchas veces conllevan a asumir altos riesgos de incobrabilidad, costes de producción, gastos judiciales entre otros. Finalmente, se debe optar por implementar políticas de mejoramiento, capacitaciones, fortalecimiento de funciones.

1.3.3. Justificación metodológica

La presente investigación plantea observar, estudiar y analizar la relación que existe entre las dos variables “gestión de cuentas por cobrar” y “rentabilidad”, demostrar el nivel de influencia entre ambas con sus respectivas dimensiones a través de métodos, diseños e instrumentos de investigación.

Las cuentas cobrar que brindamos a los clientes nos proporciona el derecho contra ellos, por las ventas de mercadería efectuadas que corresponde a las operaciones del negocio. Por consiguiente, la información recopilada deberá ser diagnosticada y en forma oportuna prevenirse a través de controles existentes y establecidos, observando el rigor científico y tecnológico adecuado para alcanzar el éxito. Para ello, se aplicará el método explicativo o causal, donde existe una relación entre las variables independiente (causa) y la variable dependiente (efecto)

con el objetivo de contribuir mejorar la gestión de cuentas por cobrar y como ésta repercute positivamente en la rentabilidad de una compañía.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

OG. Determinar la influencia de la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C Lima - 2019.

1.4.2. Objetivos específicos

OE 1 Determinar la influencia de los términos de ventas en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

OE 2 Determinar de qué manera influye el uso adecuado de una política de créditos en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

OE 3 Determinar de qué manera influye el uso adecuado de una política de cobranzas en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Mantilla y Ruiz (2018) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Nisira Systems S.A.C., año 2016”. Tesis presentada para obtener el título profesional de contador público. Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad de ciencias económicas, Escuela profesional de contabilidad. Dicha tesis tuvo como objetivo determinar cómo incide la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de la empresa Nisira Systems S.A.C., Distrito Trujillo - Año 2016. Se empleó una metodología de enfoque cuantitativo, con un diseño es explicativo o causal. La población estuvo conformada por 30 colaboradores de las áreas de ventas, cobranzas, administración, finanzas y contabilidad de la empresa Nisira Systems S.A.C., Distrito Trujillo - Año 2016. Con respecto a la muestra, se empleó la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario. Donde se pudo obtener como resultado que existe una adecuada gestión de cuentas por cobrar generando una rentabilidad suficiente y, por lo tanto, la organización empresarial puede desarrollarse y alcanzar mejores resultados dentro de un mercado competitivo. Para el cuestionario realizado el valor del Alfa de Cronbach es de 0.835 que corresponde a una correlación alta, es decir poseen fiabilidad. Es así como los autores concluyeron que en la empresa Nisira Systems S.A.C., existe un control deficiente de las cuentas por cobrar; ya que no se aplica debidamente las políticas y procedimientos contables establecidos por la empresa, sobre el manejo de esta partida y no existe una correcta segregación de funciones del personal.

Cobián, (2016) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de créditos y cobranzas y su efecto en la rentabilidad de la Mype San Pedro EIRL. Año 2015”. Tesis presentada para obtener el título profesional de contador público. Trujillo, Perú: Universidad Cesar Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, Escuela académico profesional de contabilidad. Dicha tesis tuvo como objetivo determinar el efecto de la gestión de créditos y cobranzas en la rentabilidad de la Mype San

Pedro EIRL. De la ciudad de Trujillo en el año 2015. Este estudio es de tipo descriptivo puesto que los datos que se investigaron se obtuvieron de manera directa de la Mype, además se utilizó un diseño de investigación no experimental de corte transversal. La población se encontró conformado por la Mype San Pedro EIRL, teniendo como muestra la Mype San Pedro EIRL año 2015. Los datos fueron obtenidos mediante la técnica de la entrevista, teniendo como instrumento la guía de entrevista y el análisis documentario con su instrumento ficha de análisis documentario. Para el cuestionario realizado el valor del Alfa de Cronbach es de 0.8245 que corresponde a una correlación alta, es decir poseen fiabilidad, es así que la investigación llegó a las siguientes conclusiones que la Gestión de créditos y cobranzas actual genera un efecto positivo en la rentabilidad, puesto que en el año 2014 fue de 21.32% y en el año 2015 de 24.48%.

Yancce, (2017) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de cobranza y su influencia en la liquidez en la empresa Bisagras Peruanas SAC, año 2014-2016”, tesis presentada para obtener el grado académico de Maestría en Finanzas Ate, Perú: Universidad Cesar Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, Escuela profesional de Finanzas. Dicha tesis tuvo como objetivo determinar la influencia de la gestión de cobranza en la liquidez de la empresa Bisagras Peruanas SAC, distrito de Ate-2014-2016. Se empleó una metodología de tipo básica, con enfoque cuantitativo bajo un diseño no experimental- transversal correlacional, la población está conformada por 12 datos trimestrales del balance general y 12 datos trimestrales estado de ganancias y pérdidas de la empresa Bisagras Peruanas SAC. Se obtuvo como muestra 12 periodos trimestrales comprendidos entre los años 2014-2016. En la investigación realizada sea obtenido como resultado según el coeficiente de correlación de Pearson es igual a 0.956 con un valor de sig. de 0.00 están correlacionadas de manera directa, por lo cual llegó a la conclusión que la gestión de cobranza influye de manera significativa en la liquidez de la empresa Bisagras Peruanas S.A.C.

Miranda, (2018) en su trabajo de investigación titulado “Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en liquidez de la empresa Nevell Negocios Generales SAC 2016 y 2017”, tesis presentada para obtener el título de Contador Público, Lima, Perú: Universidad Autónoma del Perú, Facultad de ciencias de gestión

carrera profesional de contabilidad. Su objetivo es permitir establecer resultados sólidos para la toma de decisiones. El método es Así mismo se analizaron los documentos, las facturas por cobrar que permite evaluar la liquidez de la empresa y dar solución al problema planteado en el informe. Para realizar este informe se obtuvo información a través de documentos, estado de situación financiera y análisis comparativos de la empresa. En la investigación realizada se ha obtenido como resultado a través del coeficiente de correlación de Pearson de 0.445 lo que significa una correlación positiva media la investigación concluyo que la gestión de cuentas por cobrar mejoró, porque se implementaron procedimientos y lineamientos en políticas de cobranza y crédito con la finalidad que no afecte a la liquidez y poder cumplir las obligaciones de la empresa a corto plazo.

Gaspar, (2018) en su trabajo de investigación titulado “El control interno en el almacén y la rentabilidad de la constructora e inmobiliaria la pirámide E.I.R.L. año 2017”, tesis presentada para optar el título profesional de contador público, Huánuco, Perú: Universidad de Huánuco, Facultad de ciencias empresariales escuela académico profesional de contabilidad y finanzas. Dicha tesis tiene como objetivo identificar de qué manera el control interno de almacén influye en la rentabilidad de la empresa constructora e inmobiliaria la pirámide E.I.R.L. el método utilizado es de tipo aplicada. El enfoque al cual pertenece el presente estudio es cuantitativo. Se utilizó el diseño descriptivo correlacional empleando la técnica de la encuesta. La población está conformada por los integrantes de la empresa constructora e inmobiliaria La Pirámide E.I.R.L. donde se tomó como muestra las áreas de administración, contabilidad, almacén, estudios, proyectos y obras de la empresa constructora e inmobiliaria la pirámide E.I.R.L siendo en total 20 trabajadores, como resultado de la investigación se manifiesta que hay una correlación positiva media entre las variables de estudio, entre el control interno y la rentabilidad. A través del coeficiente de correlación de Pearson de 0.412 lo que significa una correlación positiva media. Se concluye que el control interno de almacén influye en la rentabilidad de la empresa constructora e inmobiliaria La Pirámide E.I.R.L.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Reyes, (2016) en su trabajo de investigación titulado “Las cuentas por cobrar y su impacto en la liquidez de la Empresa Importadora Industrial Agrícola S.A. IIASA”, tesis presentada para la obtención de título de ingeniero en contabilidad y auditoría, Guayaquil, Ecuador: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Facultad de administración carrera de contabilidad y auditoría. Dicha investigación tuvo como objetivo analizar los saldos de la mencionada cuenta, así como describir las políticas de créditos y cobranzas, y la afectación en la liquidez de la compañía. Se empleó una investigación descriptiva, el enfoque del presente trabajo de titulación es de corte cualitativo las técnicas que se utilizó fueron entrevista, encuesta y análisis documental, la población está conformada por el departamento de créditos y cobranzas de la empresa Importadora Industrial Agrícola S.A. la muestra está conformada por 9 empleados. La variación de las cuentas por cobrar del 2015 con respecto al 2014 es de \$3'074.923,33 lo que representa apenas un 12% que se ha cobrado la cartera de clientes, monto que es insuficiente para la liquidez de la empresa. La investigación concluye que la empresa Importadora Industrial Agrícola S.A. IIASA, si cuenta con políticas y procedimientos para el manejo y recuperación de las cuentas por cobrar, pero estos necesitan de un seguimiento y control permanente, de ahí podemos observar que nacen los resultados poco eficientes que afectan considerablemente a la liquidez de la compañía.

Álvarez, (2016) en su trabajo de investigación titulado: “Las políticas de crédito y cobranza y los índices de liquidez del Sector Cooperativo de Ahorro y Crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato”, tesis presentada para optar el título de Ingeniería en contabilidad y auditoría CPA, Ambato, Ecuador: Universidad Técnica De Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría. Dicha investigación tiene como objetivo demostrar la incidencia de las Políticas de Crédito y Cobranza en los índices de liquidez del Sector Cooperativo de Ahorro y Crédito de la ciudad de Ambato; para la presente investigación se aplicó métodos propios como la entrevista, la lista de verificación y la observación, con la finalidad de recopilar información relevante de las variables plantadas. Se llevó a cabo una investigación de tipo exploratoria y descriptiva. Conto con una población de ser desarrollada en

la población finita del sector cooperativo de ahorro y crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato. De las cuales, no fue necesario extraer una muestra debido a que se trabajó con la totalidad de la población, es decir con las 5 cooperativas de ahorro y crédito que integran el segmento 1 de la ciudad de Ambato. La investigación obtuvo como resultado que el sector cooperativo cumple en un 50% los parámetros establecidos para llevar a cabo el subproceso de aplicación de crédito; y un 50% no los efectúa. La investigación concluye que es necesario un modelo de gestión de cobranzas, que puede ser aplicable en las cooperativas con mayores índices de morosidad.

Herrera, (2015) en su trabajo de investigación titulado: “Administración de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Comercial Zurita” tesis previa a la obtención del título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A. Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría, Carrera de Contabilidad y Auditoría. Dicha investigación tiene como objetivo estudiar la administración de las cuentas por cobrar y liquides de Comercial Zurita. La metodología de la investigación es aplicada, se utiliza el enfoque cualitativo y cuantitativo, se trabajó con documentos como: Historial de factura, auxiliar y mayores de ventas, clientes, caja-bancos, se concluyó que las cuentas por cobrar no están controladas. En este proyecto de investigación existe una población de 199 clientes durante el año 2013 en la empresa Comercial Zurita de los clientes se tomará a los 54 clientes que se encuentran adeudando a la entidad. Analizando la correlación entre las variables con los datos experimentales de cuentas por cobrar y liquidez, se determina un coeficiente de relación igual a 0.31 en la que demuestra que existe una apreciable correlación entre ellas. La investigación concluyó que la empresa debe realizar un análisis a sus clientes de tal modo, que exista un control de los montos facturados a crédito, haciendo un seguimiento al saldo que se mantiene mensualmente en la cartera vencida.

Romero, (2017) en su trabajo de investigación titulado: “Diseño de estrategias para mejorarla la rentabilidad de la empresa Produarroz S.A.” tesis previa a la obtención del título de contador público autorizado. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil, Facultad de ciencias administrativas. Dicha investigación tiene como objetivo mejorar la rentabilidad de la empresa Produarroz

S.A. La metodología de la investigación fue de tipo descriptiva y explicativa, la técnica aplicada fue la entrevista que se realizó al gerente La Población está conformada por todos los trabajadores de la empresa Produarroz S.A. que son 9 colaboradores, por lo que no fue necesario determinar la Muestra. La investigación concluyó con que la empresa Produarroz S.A. dedicada a la producción y comercialización de arroz en el Cantón Yaguachi y pueblos aledaños carece de un proceso administrativo adecuado para el desarrollo del periodo económico, por tal motivo no tiene establecido un punto de partida claro en la ejecución de ciertos propósitos, no lleva con un manual de procedimientos, no tiene un control financiero, no cuenta con una logística de abastecimiento.

Arcos, (2017) en su trabajo de investigación titulado: “Valoración de empresas como herramienta para mejorar los niveles de rentabilidad en las empresas de asistencia médica en el Cantón Quito” tesis previa a la obtención del título de Ingeniería en contabilidad y auditoría. Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana sede Quito. Carrera: Contabilidad y Auditoría. Dicha investigación tiene como objetivo analizar la valoración de empresas como herramientas para mejorar los niveles de rentabilidad en las empresas de asistencia médica ubicadas en el cantón Quito. La metodología de la investigación es un análisis descriptivo como una herramienta que sirve para utilizar la aplicación más adecuada de los métodos de valoración de empresas y así analizar cual podría generar mayor rentabilidad de las once empresas de asistencia médica en el cantón Quito. La población está constituida por 11 empresas de asistencia médica que están reguladas por la superintendencia de Compañía, Valores y Seguros, por lo que se aplicó una encuesta al área administrativa y contable de cada una de las mismas. Como resultado de la investigación el Método Mixto Goodwill parecería el más apropiado para este tipo de empresas, por lo que el activo Intangible que puede ser estimado en dinero en la medida en que se pueden medir los beneficios futuros de su prestigio y buen nombre. En conclusión, la investigación aporta a la caracterización contable, administrativa y económica, de las empresas de asistencia médica del cantón Quito, las cuales indican que les interesaría la aplicación del Método Mixto Goodwill, ya que es posible analizar aspectos como: calidad de cartera de clientes, liderazgo sectorial, marcas reputación de las empresas, know how y trayectorias de mercado.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Variable 01: Gestión de cuentas por cobrar

2.2.1.1. Definiciones

Según Ross et al (2018) expresan lo siguiente:

Cuando una empresa vende bienes y servicios puede exigir el pago al contado en la fecha de entrega o antes, o extender crédito a sus clientes y permitir cierta demora en el pago. Otorgar crédito equivale a realizar una inversión en un cliente, ligada a la venta de un producto o servicio. (p. 853)

Para muchas compañías el conceder créditos a sus clientes les ha servido para estimular mayores ventas esperando exigir el pago en la fecha acordada en la entrega, antes o después; sin embargo; para que el esfuerzo se vea reflejado es necesario el manejo óptimo de las políticas de crédito comercial concedido a clientes y estrategias de cobro; ya que se espera una la recuperación de la inversión a corto plazo.

Según Salvador (2014) menciona:

La administración de las cuentas por cobrar tiene como objetivo primordial el delinear con eficacia las políticas y procedimientos que le brindan a sus clientes, opciones cuando no puedan pagar en su totalidad dentro de los términos de crédito autorizados. (s/n)

Según Longenecker, (2012) indica: “Afirma que administrar las cuentas que no han sido cobradas de una empresa es importante para una recesión, sobre todo cuando los clientes tienen problemas para cumplir con los pagos de sus cuentas” (p.35).

Las cuentas por cobrar surgen básicamente del otorgamiento de un crédito a los clientes. El objetivo de dicho crédito es incrementar las ventas y, con ello, maximizar la rentabilidad. Si la empresa no da crédito y la competencia si (con niveles similares de precios), entonces los clientes preferirán comprar al competidor y los ingresos y la rentabilidad de la empresa disminuirá.

Según Mezarina (2015) sostiene que:

El impacto financiero de las cuentas por cobrar se define por lo que las empresas pueden conocer que son derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamientos de préstamos o cualquier otro concepto análogo, que provoque una situación financiera en particular. Los tipos de evento son los desastres naturales, los cambios en las condiciones del mercado, los desastres de productos y otros eventos que están fuera del control de la gestión. (p. 20)

Según, Córdova M. (2017) define:

Las cuentas por cobrar consisten en el crédito que una compañía otorga a sus clientes en la venta de bienes y servicios. Son una modalidad de financiamiento a corto plazo que se les entregan a los clientes. Estas cuentas pueden tomar la figura de crédito comercial, el cual se refiere al crédito que la compañía les da a otras compañías, o bien, de crédito de consumo, el cual es el crédito que la compañía le extiende a los consumidores finales. (p. 68)

Según Stevens R. (2017), indica:

La Gestión de cuentas por cobrar representa uno de los activos más importantes, puesto que después del efectivo es el activo más líquido en una entidad de carácter económico. Representa la oferta o adquisición de algún bien o servicio que se recuperará en dinero. (s/n)

2.2.1.2. Organización de la función de crédito

Según Ross et al (2018) menciona:

La empresa que confiere crédito tiene el gasto de operar el departamento de crédito. En la práctica, a menudo deciden subcontratar externamente la función de crédito, en parte o en su totalidad, a un factor, una compañía de seguros o una empresa de financiamiento cautivo. Las grandes empresas a menudo proporcionan crédito mediante una compañía de financiamiento cautiva, que es simplemente una subsidiaria de propiedad entera que maneja la función de crédito para la empresa matriz. (p.863)

2.2.1.3. Información de crédito

Según Ross et al (2018), indica que:

Si una compañía desea información crediticia sobre los clientes, existen varias fuentes. Las fuentes de información que por lo común se emplean para evaluar la solvencia incluyen las siguientes: Estados financieros: la empresa puede solicitar al cliente que le presente estados financieros, como el estado de situación financiera y el estado de resultados.; informes de crédito sobre el historial de pago del cliente en otras empresas: muchas organizaciones venden información sobre la solvencia e historial crediticio de firmas comerciales; Bancos: de ordinario, los bancos brindan cierta asistencia a sus clientes empresariales en la adquisición de información sobre la solvencia de otras empresas.; el historial de pago del cliente en la empresa. (p.866)

2.2.1.4. La inversión de cuentas por cobrar

Según Ross et al (2018), indica que:

La inversión en las cuentas por cobrar depende del monto de las ventas a crédito y del periodo promedio de cobranza. La inversión de la compañía en cuentas por cobrar depende de factores que influyen en las ventas a crédito y en la cobranza. (p.855)

2.2.1.5. Política de crédito óptima

Según Ross et al (2018) indica que:

La cantidad óptima de crédito se determina por el punto donde los flujos de efectivo incrementales producidos por el mayor volumen de ventas son exactamente iguales a los costos de manejo incrementales de aumentar la inversión en las cuentas por cobrar. (p.862)

2.2.1.6. Periodo de descuento por pronto pago

Según Ross et al (2018), menciona:

Los descuentos por pronto pago forman parte de los términos de venta. La práctica de otorgar descuentos por compras al contado en estados unidos data de la guerra civil y es muy común en la actualidad. Una razón por la que se ofrecen estos descuentos es para acelerar el reembolso de las cuentas por cobrar. Esto tendrá el efecto de reducir el monto del crédito que se ofrece y la empresa tiene que equilibrar esta posible ventaja con el costo del descuento. (p.857).

2.2.1.7. Otras teorías

A) Gestión de crédito a clientes y ventas han de cooperar de forma transparente

Según Oriol et al (2018), indica que:

En el subproceso de ventas una medida importante es analizar el riesgo del cliente y el potencial asociado a pérdidas por impagos. Este análisis debe realizarlo una sección independiente a la de ventas (como la de gestión de crédito a clientes). Las pérdidas por impago pueden evitarse realizando una exhaustiva investigación de la solvencia. Eso se debe hacer tanto con los nuevos clientes antes de iniciar una relación comercial como constantemente con los clientes existentes. En la práctica, actualizar permanentemente la solvencia del cliente y de manera fiable es difícil. (p.89)

B) Definición de Cuentas por cobrar

Según el autor Mendoza C. y Ortiz O. (2016) menciona:

En las cuentas por cobrar se contabilizan los valores que terceras personas le adeudan a la empresa. La cuenta cuentas por cobrar comprende el valor de las deudas a cargo de terceros y a favor del ente económico, incluidas las comerciales y no comerciales. De este grupo hacen parte, entre otras, las siguientes cuentas: clientes, cuentas corrientes comerciales, cuentas por cobrar a casa matriz, cuentas por cobrar a vinculados económicos, cuentas

por cobrar a socios y accionistas, aportes por cobrar, anticipos y avances, entre otras (p.195)

Señala Guajardo y Andrade (2017), las cuentas por cobrar son cualquier activo, recurso económico, propiedad de una organización, que generara algún beneficio a largo plazo. Está constituido en la clasificación de activo circulante. Entre las principales cuentas que se encuentran dentro de este rubro están.

Indica Vallado (2018): las cuentas por cobrar corresponden a un medio por el que se venden productos y se supera a la competencia debido a que la empresa ofrece facilidades de crédito con la finalidad de favorecer a sus clientes.

C) Importancia de cuentas por cobrar.

Señala Robles (2012): indica:

El nivel que se debe adquirir para el rubro debe ser administrado por cada negocio basándose en las políticas que hayan sido establecidas para un lograr un buen manejo, teniendo en cuenta el mercado y el ámbito económico de cada negocio. (p.112)

Según Pérez (2015). Mencionan:

La importancia está asociada claramente con el giro del negocio y la competencia. Estos dos se relacionan con el otorgamiento del crédito a los clientes. Es por esto que, las ventas a crédito se convierten en cuentas por cobrar realizando comúnmente a la empresa un elemento fundamental de los bienes que posee. (p.59-60)

D) Clasificación de las cuentas por cobrar

Según Domínguez (2017) señalan:

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

E) Tipos de cuentas por cobrar

Clasificar las cuentas por cobrar es importante, para obtener un debido control y contabilización adecuada de los importes. Estos registros se clasifican en comerciales y no comerciales.

F) Cuentas por cobrar comerciales

Según Solorio (2012) indica:

Las cuentas por cobrar comerciales, son aquellas cuyo origen es la venta de bienes o servicios y que, provienen de las funciones que rigen particularmente el movimiento que posee la entidad. Generalmente, están respaldadas por aceptación de una factura por parte del cliente y que; de acuerdo a su vencimiento las cuentas por cobrar, se clasifican en corto y largo plazo. (p. 92)

G) Cuentas por cobrar no comerciales.

Según Meza (2012) nos dice:

Son las responsabilidades circulares por las cuales la empresa actúa como fiduciaria, tales como los impuestos que se descuentan de los salarios de los empleados, los salarios no reclamados, y los depósitos de los clientes. Es claro que las cuentas por cobrar no comerciales, son las que se relacionan a los movimientos distintos que posee la entidad. (p.35)

H) Reconocimiento de las cuentas por cobrar comerciales

Según el Consejo Emisor del CINIF (2013) que aprueba la NIF C-3 establece el reconocimiento inicial y posterior a las cuentas por cobrar de la siguiente manera:

1) Reconocimiento inicial de las cuentas por cobrar

- El reconocimiento inicial de las cuentas por cobrar comerciales debe hacerse al considerarse devengada la operación que les dio origen, lo cual ocurre cuando, para cumplir los términos del contrato celebrado, se suministra un bien o proporciona un servicio a la contraparte.

- Las bonificaciones, descuentos y devoluciones deben afectar el monto por cobrar, y deben reconocerse cuando surge el derecho de tomar la bonificación, descuento o devolución por el cliente. Esto puede ocurrir al momento de la venta o cuando se dan ciertas circunstancias posteriores.
- Las cuentas por cobrar comerciales deben valuarse en su reconocimiento inicial al valor razonable de la contraprestación a recibir, que generalmente es el valor nominal del contrato que las respalda

En los casos de cuentas por cobrar a un plazo de un año o menos, la administración debe evaluar, basándose en su juicio profesional, si el valor del dinero en el tiempo es importante.

La política de reconocer el valor del dinero en el tiempo debe aplicarse de forma consistente para los distintos tipos de crédito que otorgue la entidad, la cual puede tener un modelo de negocios de venta al contado y uno de ventas a crédito.

Las cuentas por cobrar comerciales denominadas en moneda extranjera o en alguna otra unidad de intercambio deben reconocerse inicialmente en la moneda funcional, utilizando el tipo de cambio con el cual, la entidad pudo haber realizado las cuentas por cobrar comerciales a la fecha de la transacción. (p.575).

2) Reconocimiento posterior de las cuentas por cobrar comerciales

Con base en el modelo de negocios de la entidad las cuentas por cobrar comerciales deben evaluarse, con posterioridad a su reconocimiento inicial, a su costo amortizado, que, usualmente es el valor nominal del contrato que respalda la venta, excepto por aquellas que constituyen un instrumento de financiamiento por cobrar, las cuales deben valuarse de acuerdo con lo indicado en la NIF C-20.

Las cuentas por cobrar comerciales denominadas en moneda extranjera o en alguna otra unidad de intercambio deben convertirse a la moneda funcional aplicando el tipo de cambio con el cual, la entidad pudo haber realizado las cuentas por cobrar comerciales a la fecha del estado de situación financiera. (p.576)

I) Días de cobro oficiales y ocultos acordados vía plazo y condiciones

Según Oriol et al (2018), indica que:

En el siguiente subproceso se fijan los términos y condiciones básicas de las ventas. La prioridad es reducir el plazo de cobro, y puede conseguirse evitando los llamados días de crédito ocultos. Los días ocultos se producen, por ejemplo, cuando el cliente tiene un día de pago al mes. En este caso, los vencimientos que en teoría deberían pagarse antes de ese día, se retrasan hasta el día de pago. De esta forma, el cliente consigue unos días adicionales de crédito que se denominan ocultos, ya que van más allá del plazo concedido por el proveedor. (p.90)

J) Cartera de crédito

Según Ordoñez (2016), indica que:

Es la recaudación de documentos que soportan y escudan a los activos financieros o las operaciones de financiamiento hacia una tercera persona y el poseedor del mismo, la cartera da el pleno derecho de hacer valer los compromisos convenidos en su texto.

K) Modalidades de las políticas de crédito

Según Córdova M. (2017) indica:

La política de crédito de una empresa establece la determinación de conceder crédito a un cliente y el monto de este, estableciendo los respectivos estándares de crédito y la utilización correcta de estos al tomar decisiones de crédito.

Cuando una empresa vende a crédito, concediendo un plazo razonable para su pago, es con la esperanza de que el cliente pague sus cuentas en los términos convenidos, para asegurar el margen de beneficio previsto en la operación. En política crediticia se puede distinguir tres modalidades las cuales son: Políticas restrictivas; políticas liberales; políticas racionales (p.70 y 71)

L) Determinación de la política de crédito

Según Córdova (2017), indica: “a). - Establecer los estándares de crédito; b). - Establecer condiciones de crédito; c). - Establecer la política de cobranza” (p.72).

M) Objetivos de una política de créditos y cobro

Según Pere (2017) menciona los siguientes objetivos:

- Seleccionar mediante una adecuada información los clientes de la empresa, discriminado negativamente a los insolventes.
- Minimizar los riesgos de las operaciones comerciales asegurando la solvencia actual y futura de los clientes.
- Mejorar cualitativamente las ventas al crédito garantizando el cobro de todas las operaciones mercantiles.
- Maximizar la rentabilidad económica obtenida por las ventas.
- Conseguir que todas las ventas se realicen según las condiciones establecidas por la empresa.
- Recuperar lo antes posible la inversión en el realizable concretamente en cuentas de clientes.
- Optimizar los flujos de cobro y generar liquidez para tesorería al transformar las cuentas a cobrar en dinero líquido.
- Cuantificar y controlar las líneas de crédito y límites de riesgo.
- Reducir el periodo medio de cobro de la empresa al ratio más bajo que sea posible.
- Realizar el seguimiento de los créditos concedidos y controlar posibles desviaciones.
- Supervisar las cuentas de cliente a cobrar y detectar prematuramente cualquier retraso.
- Controlar y recuperar los impagados minimizando el volumen de créditos incobrables.

- Determinar las responsabilidades y los niveles de autoridad de cada empleado del departamento de créditos y en particular las responsabilidad y autoridad del credit manager.

2.2.1.8. Dimensiones

2.2.1.8.1. Dimensión 01: Termino de venta

Según Ross et al (2018), indica que:

Los términos de venta se refieren a como la empresa propone vender sus bienes y servicios tomando la decisión de requerir efectivo inmediato o conceder créditos, en el caso de que conceda crédito se debe tomar en cuenta las especificaciones de acuerdo por ambas partes con respecto a los tres elementos que componen los términos de venta: El periodo durante el cual se otorga el crédito (el plazo de crédito); descuento por pronto pago y el periodo de descuento y el tipo de instrumento de crédito. (p.855)

Indicadores:

1) Periodo de crédito

Según Ross et al (2018) indica que.

Es el plazo básico al que se otorga el crédito. Este periodo varía mucho entre diferentes industrias, pero casi siempre es de 30 a120 días. Si se ofrece un descuento por pronto pago, el periodo del crédito tiene dos componentes: el periodo neto del crédito y el periodo del descuento por pronto pago. El periodo neto del crédito es el plazo que tiene el cliente para pagar. El periodo del descuento por pronto pago es el tiempo durante el cual se puede aprovechar el descuento. (p. 855).

2) Descuento por pronto pago

Los descuentos por pronto pago forman parte de los términos de venta. Una razón por la que se ofrecen estos descuentos es para acelerar el reembolso de las cuentas por cobrar. Esto tendrá el efecto de reducir el monto del crédito que se ofrece y la empresa tiene que equilibrar esta posible ventaja con el costo de descuento. Otra razón para ofrecer descuentos por pronto pago es que estos son

una forma de cobrar precios más altos a los clientes que pagan a crédito. En este sentido, los descuentos por pronto pago son una forma conveniente de cobrar por el crédito otorgado a los clientes.

El otorgar descuentos por pronto pago por una compra se ha convertido en una práctica muy usual en la actualidad para el empresario; con la finalidad de incentivar y asegurar los cargos de los saldos de las cuentas por cobrar considérense así evaluar y equilibrar la posible ventaja con el costo de crédito.

3) Instrumentos de crédito

Según Ross et al (2018), indica que:

Los instrumentos de crédito es la prueba básica del adeudo. Casi todo el crédito comercial se ofrece en una cuenta corriente. Esto significa que el único instrumento de crédito formal es la factura, que se envía con el embarque de productos y que el cliente firma para dejar constancia de que recibió los productos. En ocasiones es posible que la compañía requiera que el cliente firme un pagare: Este documento se usa cuando el pedido es grande, cuando nos ofrece descuento por pronto o cuando la compañía provee problemas en la cobranza. Un problema que plantean los pagarés es que se firman después de la entrega de los productos. Una manera de obtener un compromiso crediticio del cliente antes de que se entreguen los productos es una letra de cambio comercial. En general, la compañía vendedora prepara una letra de cambio comercial en la que se estipula que el cliente pagará una cantidad específica en una fecha determinada. Luego, la letra se envía al banco del cliente con las facturas de embarque. Una empresa también puede usar un contrato de venta actúa con reserva de dominio como instrumento de crédito. (p.858 - 859).

2.2.1.8.2. Dimensión 02: Política de crédito

Según Ross et al (2018), indica que “La política de crédito requiere un equilibrio entre los beneficios de aumentar las ventas y los costos de dar crédito” (p.853). La política de crédito exige el equilibrio que deberá de existir entre los beneficios de incrementar el volumen de ventas y los costos de crédito, para lo cual

en los términos de venta deberán ser claro, conciso con respecto al periodo de crédito descuento por pronto pago y el tipo de instrumento de crédito que asegurará el compromiso de pago. Una mala decisión o aceleración puede causar costos adicionales y no cumplir con las obligaciones por no contar con el efectivo en el tiempo establecido.

Indicadores:

1) Efectos de la política de crédito

Según Ross, et al (2018) mencionan lo siguiente:

Cuando se evalúa la política de crédito deben tomarse en consideración cinco factores básicos:

Efectos sobre los ingresos: Si la empresa brinda, crédito habrá una demora en la cobranza de ingresos, pues algunos clientes aprovecharán el otorgamiento y pagaran después. Sin embargo, es posible que la compañía tenga que cobrar un precio más alto si da crédito y quizá deba incrementar la cantidad vendida.

Efectos sobre los costos: Aunque la empresa puede experimentar un retraso en el recibo de ingresos si otorga crédito, de todos modos, incurrirá en los costos de venta de inmediato.

El costo de la deuda: Cuando una compañía otorga crédito, debe hacer los arreglos pertinentes para financiar las cuentas por cobrar resultantes. En consecuencia, el costo del endeudamiento a corto plazo de la firma es un factor que debe tomarse en cuenta en la decisión de conceder crédito.

La probabilidad de incumplimiento de pago: Si la empresa confiere crédito, cierto porcentaje de los compradores a crédito no pagaran.

El descuento por pronto pago: Cuando la empresa ofrece un descuento por pronto pago como parte de sus términos de crédito, algunos clientes optaran por pagar antes para aprovechar el descuento (p.859).

2) **Análisis de crédito**

Según Ross et al (2018), nos menciona:

Cuando una compañía entrega crédito, determina cuanto esfuerzo debe invertir en tratar de distinguir entre los clientes que pagarán y los que no lo harán. Las empresas usan varios mecanismos y procedimientos para determinar la probabilidad de que los clientes no paguen; en conjunto, se conocen como análisis de crédito. (p.854)

3) **Evaluación de una política de crédito propuesta**

Según Ross et al (2018), indica que:

La empresa deberá evaluar la solicitud de algunos clientes importantes le han presentado para que su actual política neto de un mes (30 días). Para analizar esta propuesta definiremos lo siguiente:

P= Precio por unidad

v= Costo variable por unidad

Q=Cantidad que actualmente se vende al mes

Q'= Cantidad vendida de acuerdo con la nueva política

R = Rendimiento mensual requerido. (p.859)

2.2.1.8.3. Dimensión 03: Política de cobranza

Según Ross (2018) indica que “La política de cobranza es el último elemento de la política de crédito. Consiste en supervisar las cuentas por cobrar para detectar problemas y obtener el pago de las cuentas vencidas” (p.866). En la política de crédito tenemos como último elemento a la política de cobranza, que a su vez consiste en supervisar, dar seguimiento a los saldos de las cuentas por cobrar para poder detectar inconvenientes y proceder a actuar en la recuperación de la cartera vencida. Para o cual será necesario y útil la revisión documentaria el control de abono de clientes atreves de las tablas de antigüedad.

Indicadores

1) Supervisión de cuentas por cobrar

Según Ross et al (2018) indique que:

Menciona que, para llevar el control de los pagos de los clientes, casi todas las firmas supervisan las cuentas pendientes de pago. En primer lugar, la empresa normalmente lleva el control de su periodo promedio de cobranza (PPC) a través del tiempo. Si una compañía se dedica a un negocio estacional, el PPC fluctuara durante el año; no obstante, los aumentos inesperados en el PPC son causa de preocupación porque implican que los clientes se tardaran más en pagar o algún porcentaje de las cuentas por cobrar tiene retrasos muy serios. (p.867)

2) Trabajo de cobranza

Según Ross et al (2018) Menciona que:

Las empresas por lo general llevan a cabo la siguiente secuencia de procedimiento con los clientes morosos:

- Envían una carta de aviso de morosidad para informar al cliente del estado de atraso de cuenta.
- Efectúan una llamada telefónica de cobranza.
- Contrataran una agencia de cobranza.
- Emprenden acciones legales contra el cliente. (p.867)

3) Política de incobrabilidad

Según Ross et al (2018) indica que:

El periodo de crédito es el plazo básico al que se otorga el crédito. Este periodo varía mucho entre las diferentes industrias. Pero casi siempre es de 30 a 120 días. Si se ofrece un descuento por pronto pago el periodo del crédito tiene dos componentes: El periodo neto de crédito y el periodo del descuento por pronto pago.

El periodo neto de crédito es el plazo que tiene el cliente para pagar. El periodo del descuento por pronto pago es el tiempo durante el cual se puede aprovechar el descuento (p.855)

La fecha de facturación: La fecha de facturación es el inicio del periodo del crédito. Una factura es una relación escrita de la mercancía enviada al comprador. En caso de artículos individuales, por acuerdo, la fecha de facturación es por lo general la fecha de envío o la fecha o la fecha de cargo, mas no mas no la fecha de en que el comprador recibe el producto o la factura. (p.856)

4) Riesgo por incobrabilidad

Según Ross et al (2018) indica que:

El riesgo por incobrabilidad se define como la probabilidad de que ocurra un suceso que impida obtener el resultado esperado en la realización de un negocio. Dicho de otra manera, riesgo es la contingencia de sufrir una pérdida económica en el desarrollo de cualquier tipo de actividad empresarial que en teoría habría de suponer la obtención de un lucro. (p.857)

2.2.2. Variable 02: Rentabilidad

2.2.2.1. Definiciones

Según Manuel Chu Rubio (2016), indica que: “Es el resultado neto de políticas y decisiones empresariales. Muestra los efectos combinados de la liquidez, de la administración de los activos y de la administración de las deudas sobre los resultados de operación” (p.87).

Según Flores. J (2019), indica que: “Se entiende por rentabilidad a la capacidad que tiene una empresa para producir ganancias con los recursos propios invertidos en una empresa” (p.143).

Según Haro Arturo y Rosario Juana (2017), menciona que: “La rentabilidad es la retribución del capital invertido. Esta puede ser conocida de antemano, como es en el caso del tipo de interés de un depósito bancario, o incierta” (p.133).

Según Pérez J (2015), indica que: “Es la relación entre el beneficio y la inversión mantenida o activo y mide la productividad de esta para generar beneficios. Una rentabilidad del 10% indica que por cada cien euros invertidos se genera un beneficio de diez euros” (p.41).

Según Molina et al (2014), menciona que:

La rentabilidad es la medida del rendimiento con el que la empresa gestiona sus recursos. La rentabilidad relaciona una variable flujo vinculado al desempeño de la entidad (diversos niveles de resultados), con una variable stock (variable fonda) vinculada a los recursos empleados (por ejemplo, los activos o el patrimonio neto). Por lo tanto, la rentabilidad nos indica cómo ha gestionado la empresa los recursos que se le han confiado o los recursos que controla. En consecuencia, la rentabilidad es un buen indicador del desempeño, sirve para valorar de forma sintética la gestión permitiendo la comparación entre empresas o la de la propia empresa a lo largo del tiempo. La rentabilidad la vamos a medir sobre dos bases: a) la inversión realizada por los accionistas (rentabilidad financiera) y b) los recursos necesarios para desarrollar la actividad (rentabilidad económica), una de cuyas variantes es la inversión necesaria para desarrollar el negocio. (p.47)

Según las normas contables, NIF A 3 (CINIFF, 2014), la rentabilidad se refiere a la capacidad de la entidad de generar utilidades o incrementar en sus activos netos. Sirve al usuario general para medir la utilidad neta o cambios de los activos netos de la entidad, en relación a sus ingresos, su capital contable o patrimonio contable y sus propios activos.

2.2.2.2. Característica de la rentabilidad

Según Chu Rubio (2018), indica que:

Cuando la rentabilidad obtenida es mayor al costo de capital de los accionistas. Muchos negocios obtienen utilidades e incluso pagan impuestos por utilidades declaradas, pero la pregunta sería si la rentabilidad es mayor a su costo de oportunidad. Si lo anterior no ocurre, no estamos creando valor.

2.2.2.3. Otras teorías

A) La evaluación de la rentabilidad

Según Pérez, J. (2015), indica que:

La rentabilidad, como relación entre el beneficio y la inversión necesaria para obtenerlo, es uno de los principales objetivos empresariales porque:

Mide la productividad del capital para general un rendimiento y, por lo tanto, guía la asignación de los recursos a las actividades más atractivas.

Permite retribuir a los inversores (los accionistas y los prestamistas).

Contribuye a financiar el crecimiento, por ser parte de la autofinanciación. (p.331)

Según Pérez. (2015), indica que:

La rentabilidad financiera depende de:

La mejora de la rentabilidad económica siempre es favorable para la rentabilidad financiera: cuando mayor sea el rendimiento de la actividad, mayor será el rendimiento contable de los accionistas.

La reducción del coste de la deuda y del tipo impositivo mejoran la rentabilidad financiera.

El efecto del endeudamiento depende del signo que ofrezca el margen financiero, es decir, la diferencia entre la rentabilidad económica y el coste de la deuda, según la fórmula. Cuando dicho margen es positivo, un mayor endeudamiento favorece la rentabilidad financiera y viceversa. (p.371)

B) Análisis de la rentabilidad

Según García. (2015), menciona:

Estas medidas señalan los porcentajes de eficiencia en la obtención de utilidad, sobre tres conceptos: las ventas, el activo total y el capital contable. Durante algún tiempo estas razones se han considerado las principales medidas de la rentabilidad de un negocio, sobre todo la razón sobre el capital

contable (ROE) que para mucho es la más importante de todas las razones financieras.

Algunas razones financieras que se utilizan para el análisis de la rentabilidad son las siguientes:

- Rendimiento sobre las ventas
- Rendimiento sobre los activos totales
- Rendimiento sobre el capital contable (p.275)

C) Importancia de la rentabilidad

Según Ubilluz (2014), indica que:

La rentabilidad es la relación que hay entre la inversión y la utilidad, con ella se puede evaluar la eficiencia y eficacia del gerente o administrador de la organización, lo que se reflejará en las utilidades que se obtengan de las inversiones y producción; si la rentabilidad mantiene su regularidad existirán utilidades, las mismas que surgen del resultado de una administración competente, mediante la rentabilidad es posible conocer la efectividad que han tenido dentro de la organización el gerente o administrador de la misma, ya que la rentabilidad guarda relación entre los beneficios que proporcionan un determinado proceso u operación, la misma se conoce como utilidad. (p. 389)

D) Relación entre la rentabilidad financiera y la económica

Según Horacio et al (2014), indica que:

La rentabilidad financiera es el resultado de la gestión del negocio y de la gestión financiera. Ambas contribuyen a dibujar la rentabilidad que obtiene el accionista. La presentación lógica de esta desagregación admite dos tipologías de modelos:

Modelos multiplicativos: Desagregan la rentabilidad multiplicando los diversos inductores de la misma. Esta formación ayuda a analizar en términos relativos la contribución de cada componente. En esta obra presentamos dos modelos: el pionero de Dupont y la variante de Parés.

Modelos aditivos: Desagregan la rentabilidad en términos absolutos. A diferencia de los modelos previos, la contribución de la gestión financiera a la rentabilidad del accionista se realiza sumando el valor generado por la misma a la rentabilidad económica. (p.56)

E) Relación entre riesgo y rentabilidad

Según Álvarez, I. (2016), indica que:

Es el fundamento teórico que analiza la racionalidad de las inversiones. En el mundo, hay inversiones en activos financieros y de capital que reconocen altas rentabilidades mientras otras reconocen bajas tasas. Aunque el inversionista siempre busca altos rendimientos, no esperaría una rentabilidad alta sobre una inversión segura o una baja sobre inversiones inseguras.

En otras palabras, el inversionista siempre buscara una rentabilidad que compense el riesgo que asume. La anterior afirmación es el criterio básico de un inversionista racional. Es decir, exige una correlación positiva entre el riesgo y la rentabilidad. (p. 183).

Según, Contreras & Díaz (2015) afirma que:

La rentabilidad es la diferencia entre los ingresos y gastos como también es el retorno sobre la inversión, siendo una evaluación para la gestión empresarial, medida a través de las ventas, activos y capital. (p. 40)

Según, Carballo (2015) define rentabilidad:

Es la relación entre el beneficio y la inversión mantenida o activo y mide la productividad de esta para generar beneficios. Una rentabilidad del 10% indica que por cada cien euros invertidos se genera un beneficio de diez euros. Si el origen del beneficio de explotación reside en la gestión de las inversiones y la actividad, su destino es remunerar al capital empleado. (p. 42).

F) Rentabilidad de los segmentos

Según Beatrice et al (2018), indica que:

Un segmento es un negocio puede ser una línea de producto, un área geográfica de ventas o también grupos de clientes. Por ejemplo, las empresas pueden tener diferentes líneas de productos, que se comercializan en diferentes mercados de un mismo país o en diferentes países. Además, puede ser que estos productos estén orientados a grupos de consumidores finales, consumidores industriales, consumidores corporativos. Todos estos segmentos pueden tener rentabilidad por cada uno de estos segmentos, para poder analizar su aporte individual a la rentabilidad general del negocio. (p.600)

G) Rentabilidad de clientes

Según Beatrice et al (2018), indica que:

El análisis de rentabilidad de clientes se basa en la asignación de todos los ingresos y gastos a cada cliente individual y/o segmento de clientes, a partir de sus características. Si bien todos los clientes son muy importantes para la las utilidades, algunos clientes son más rentables que otros. Mediante este análisis de la rentabilidad de clientes, las empresas evalúan la rentabilidad de varios grupos de clientes que pueden atender de manera específica a sus mercados y así poder incrementar las utilidades. (p. 602)

H) Razones de rentabilidad

Según Besley (2016) indica que:

La rentabilidad es el resultado neto de una serie de políticas y decisiones. Las razones analizadas hasta el momento proporcionan cierta información sobre cómo opera la empresa, pero las razones de rentabilidad que se analizan en esta sección muestran los efectos combinados en la administración de la liquidez, de los activos y del endeudamiento en los resultados operativos.

- Margen de utilidad neta: mide las utilidades (ganancias) por cada unidad de ventas.
- Rendimiento sobre el activo total: proporciona una indicación del rendimiento que posee la empresa sobre sus inversiones en activos, es decir, el rendimiento promedio que genera sobre los fondos aportados por todos los inversionistas (acreedores y accionistas)
- Rendimiento sobre el capital de accionistas: mide el rendimiento que genera la empresa sobre los fondos proporcionados solo por los accionistas (los dueños de la empresa). (p.32)

I) **Excepciones de rentabilidad**

Según el autor Label W., De León J., Ramos R. (2016)

Agrega que hay excepciones durante los primeros años de una compañía, puede que sus dueños generen pocas utilidades o ninguna. Pero se estará haciendo una apuesta hacia el futuro, con la confianza de que los retornos que obtendrá superaran los de las demás alternativas.

Adicionalmente, una empresa puede estar comparando como lo hizo este año con respecto al año anterior, contratando la tasa de rentabilidad para cada uno de esos años. La comparación de los resultados de una empresa con otra del mismo sector también puede resultar un indicador útil para determinar cómo lo está haciendo respecto de la competencia. (p.148)

2.2.2.4. Dimensiones

2.2.2.4.1. Dimensión 01: Rentabilidad económica

Según Chu, R. (2016), indica que: “El desarrollo del negocio implica la gestión de unos recursos, con independencia de quien haya sido el aportante de los mismos. El rendimiento obtenido de estos recursos se denomina rentabilidad económica y relaciona los resultados obtenidos con los recursos utilizados” (p.48).

Según Clyde P. Stickney, Roman L. Weil (2013) la rentabilidad económica muestra valor del uso de los activos de la empresa; a su vez, Felez F & Carballo

(2013) menciona que este indicador expresa el rendimiento contable del activo neto sin vislumbrar la incidencia de la estructura financiera.

Indicadores

1) Margen de ganancia neta sobre ventas

Según Chu, R. (2018), indica que:

En un buen indicador para la gerencia de cómo se controlan los gastos de la empresa, ya que una reducción de la ganancia neta de un periodo a otro podría estar reflejando una disminución del monto vendido o un aumento de los costos de los bienes vendidos, gastos generales, administrativos o gastos de venta.

Esta ratio se calcula dividiendo la ganancia neta entre los ingresos de actividades ordinarias, y también nos indica la ganancia obtenida por cada sol vendido. La limitación de este indicador es que la ganancia neta puede ser manipulada a través de “otros ingresos”, “ingresos por diferencia de cambio” (p.379)

$$\text{Margen de ganancia neta del ejercicio} = \frac{\text{Ganancia neta disponible para los accionistas}}{\text{Ventas}}$$

2) Margen EBIT

Es recomendable utilizar el índice Margen EBIT (Margen de ganancia operativa) dado que nos indica la verdadera salud financiera de la empresa, considerando los ingresos puros del negocio en sí.

$$\text{Margen EBIT} = \frac{\text{Ganancia operativa}}{\text{Ingresos de actividades ordinarias(ventas)}}$$

3) Margen de EBITDA

Según Chu, R. (2016), indica que: “EBITDA es el flujo de la caja de explotación, generada por la empresa para cubrir sus necesidades de operación. Es una ratio que mide la eficiente de generación de recursos” (p.88).

$$\text{EBITDA} = \frac{\text{EBIT} + \text{Depreciación y amortización}}{\text{Ingresos de actividades ordinarias}}$$

Según Chu, R. (2018), indica que:

Para calcular el EBITDA. A la ganancia operativa hay que sumar la depreciación y amortización, también es conocido como flujo de caja de operación de corto plazo.

La depreciación y la amortización se puede obtener de las notas de contabilidad (p. 380)

4) Margen de ganancia operativa neta (NOPAT)

Según Chu, R. (2016)

$$\frac{\text{Ganancia operativa} - \text{Gasto por imp. a la ganancia}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{EBIT} - \text{Impuestos}}{\text{Ventas}} = \frac{\text{NOPAT}}{\text{Ventas}}$$

2.2.2.4.2. Dimensión 02: Rentabilidad financiera

Según Chu, R. (2016), indica que:

La rentabilidad permite evaluar el rendimiento de la aportación realizada por el propietario es la rentabilidad financiera (bajo su acrónimo en inglés, ROE, Return on Equity). Pone en relación el resultado neto con la aportación al patrimonio realizada por los propietarios. Esta medida puede obtenerse antes o después de impuestos. (p.47)

Según Label, De León y Ramos (2016). Señalan:

La rentabilidad financiera (RF) viene definida por la utilidad obtenida por la empresa en relación con los recursos sacrificados por los socios (fondos propios).

$$RF = \frac{\text{Utilidad del ejercicio}}{\text{Patrimonio Neto}}$$

Este índice señala cuanta utilidad del ejercicio se obtuvo en comparación con la inversión hecha por los dueños en el negocio. (p.148)

Indicadores

1) Rendimiento sobre activos totales (ROA)

Según Chu, R. (2018), indica que:

Con esta ratio podemos mostrar la capacidad que tuvo la gerencia de la empresa para generar beneficios a partir de los fondos que obtuvo, esta es la tasa de rendimiento sobre los activos. Para el caso de esta ratio se sugiere utilizar la ganancia operativa neta (NOPAT), debido a que dicha ganancia no considera los gastos de intereses y el gasto del impuesto a las ganancias, los cuales no tienen incidencia en el uso eficiente de los recursos (p.380)

$$\text{Rendimiento sobre los activos totales (ROA)} = \frac{\text{Ganancia operativa Neta(EBIT)}}{\text{Total Activos Totales}}$$

2) Rendimiento sobre el patrimonio de los accionistas (ROE)

Según Chu, R. (2016), indica que:

Esta ratio refleja el rendimiento de la empresa respecto al patrimonio de los accionistas por lo que el ratio a utilizar es la siguiente:

$$ROE = \frac{\text{Ganancia Neta}}{\text{Total Patrimonio}}$$

Es recomendable, al igual que el ROA, calcular el ROE partiendo de la ganancia neta operativa a pesar que el denominador está a valores nominales o de libros y no a valores de mercado (p.381).

$$\text{ROE} = \frac{\text{Ganancia operativa neta (NOPAT)}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{Ganancia operativa (EBIT)- Impuestos a las ganancias}}{\text{Patrimonio}}$$

2.3. Definición de términos básicos

Accionistas: accionista es aquella persona natural (persona física) o jurídica que es propietaria de acciones de los distintos tipos de sociedades anónimas o comanditarias que pueden existir en el marco jurídico de cada país.

Costo de financiación: intereses y otros costos en que incurre una empresa con relación a los préstamos obtenidos.

Crédito: capacidad de solvencia, plazos que se otorga para el pago.

Descuentos de colocación de acciones: los descuentos de colocación representan el menor valor pagado sobre el valor nominal de las acciones.

Ejercicio (periodo): intervalos de tiempo cubierto por el estado o cuenta de las operaciones. El periodo contable es de un año que termina el 31 de diciembre: para periodos intermedios será el último día de cualquier otro mes o fecha menor al anual.

Empresa o ente económico: ese término hace referencia tanto al sujeto contable, como a cualquier persona jurídica, y a otras formas empresariales, así como a los patrimonios administrados, los cuales realizan una actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, para la presentación de servicios y otros.

Estados Financieros: son aquellos estados que proveen información respecto a la posición financiera, resultados y estado de flujos de efectivo de una empresa, que es útil para los usuarios en la toma de decisiones de índole económica.

Fecha de concesión: fecha en la cual, las partes llegan a un acuerdo de pagos basados en acciones, por el que la empresa confiere a la contraparte el derecho a recibir efectivo, otros activos, instrumentos de patrimonio propios, con sujeción al cumplimiento de determinadas condiciones.

Índices de rentabilidad: permite evaluar el resultado de la eficacia en la gestión y administración de los recursos económicos y financieros de la empresa.

Inversión: es un término económico, con varias acepciones relacionadas como el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía.

Liquidez: la liquidez es aquella capacidad que tiene la empresa de cumplir con las obligaciones que ha adquirido a en un determinado tiempo”.

Margen de ventas: es el cociente entre el beneficio de explotación y los ingresos y mide el beneficio que se obtiene por cada ingreso.

Moneda de presentación: la moneda en la cual se presentan los estados financieros de la empresa

Patrimonio neto: representa la parte residual de los activos de la empresa, una vez deducidos todos sus pasivos.

Política de dividendos: los criterios para la distribución de utilidades acordados por la junta de accionistas o el órgano competente.

Políticas contables: abarcan los principios fundamentos, bases, acuerdos, reglas y procedimientos adoptados por una empresa en la preparación y presentación de sus estados financieros.

Ratios financieros: los ratios financieros son coeficientes o razones que proporcionan unidades contables y financieras de medida y comparación, a través de los cuales, la relación por división entre sí de dos datos financieros directos,

permiten analizar el estado actual o pasado de una organización, en función a niveles óptimos definidos para ella.

Rentabilidad: es una condición de aquello que es rentable; es decir, que genera renta (provecho, utilidad, ganancia o beneficio). Financiero, por su parte, es lo que se asocia a las finanzas (vinculadas a los caudales o el dinero).

Rendimiento efectivo de un valor: es la tasa de interés requerida para descontar el flujo de las futuras cobranzas en efectivo esperadas durante la vida del activo e igualar su valor inicial en libros.

Riesgo financiero: riesgo que representa un posible cambio futuro en una o más de las siguientes variables financieras: un tipo de interés específico; el precio de un instrumento financiero; el precio de una materia prima cotizada; un tipo de cambio.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general

HG La gestión de cuentas por cobrar si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

3.1.2. Hipótesis específico

HE 1 Los términos de venta si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

HE 2 La política de crédito si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

HE 3 El uso adecuado de una política de cobranzas si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Definición conceptual

3.2.1.1. Variable 01: Gestión de cuentas por cobrar

Según Ross et al (2018),

Cuando una empresa vende bienes y servicios puede exigir el pago al contado en la fecha de entrega o antes, o extender crédito a sus clientes y permitir cierta demora en el pago. Otorgar crédito equivale a realizar una inversión en un cliente, ligada a la venta de un producto o servicio. (p. 853).

3.2.1.2. Variable 02: Rentabilidad

Según Manuel Chu Rubio (2016), “es el resultado neto de políticas y decisiones empresariales. Muestra los efectos combinados de la liquidez, de la administración de los activos y de la administración de las deudas sobre los resultados de operación” (p. 87).

3.2.2. Operacionalización de variables

3.2.2.1. Variable 01: Gestión de cuentas por cobrar

La gestión de cuentas por cobrar se evalúa tomando en cuenta los pronósticos de política de crédito y política de cobranza analizando sus atributos mediante un cuestionario.

3.2.2.2. Variable Y: Rentabilidad

La rentabilidad se evalúa tomando en cuenta los pronósticos de rentabilidad económica y rentabilidad financiera analizando sus atributos mediante un cuestionario

3.3. Tipo y nivel de investigación

3.3.1. Tipo de investigación

Según Hernández et al (2014) el tipo de investigación es aplicada porque su objetivo es resolver un problema de la realidad.

Esta investigación verifica si la gestión de cuentas por cobrar influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima – 2019, se adquirió información de libros, revistas de la misma forma citando como referencia datos ocurridos en momentos y fechas distintas, dicha información servirá como base a esta investigación. Asimismo, se determina que se desarrollará bajo el enfoque cuantitativo debido a la utilización de estadísticas provenientes de la ejecución de encuestas.

3.3.2. Nivel de investigación

Según Hernández, R. (2018):

El nivel de investigación es explicativo van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidos a responder a las causas de los eventos físicos o sociales. Su interés se centra en explicar por qué un fenómeno y en qué condiciones se da éste, o por qué dos o más variables están relacionadas.

Las investigaciones explicativas son más estructuradas que las demás clases de estudios y de hecho implican los propósitos de ellas, además de que proporcionan un sentido de entendimiento del fenómeno a que hacen referencia (p.109).

El nivel de investigación a utilizar fue explicativo puesto que, todos los hechos observados; dio lugar a describir la particularidad del tema a investigar, midiendo y evaluando diversos aspectos, dimensiones o componentes. También, es posible ofrecer la posibilidad de predicciones. Finalmente, la presente investigación busca conocer el comportamiento y correlación de las variables, solo así se tendrá bases para predecir con mayor o menor exactitud el valor aproximado que tendrá un grupo de personas en una variable, sabiéndose el valor que tienen en la otra variable.

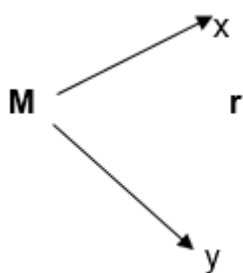
3.4. Diseño de la investigación

Según el autor Hernández, R. (2018) define como:

La investigación que se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, que se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que efectúas en la investigación no experimental es observar o medir fenómenos y variables tal como se da en su contexto natural, para analizarlas. (p.174) También Hernández, R en el tipo de investigación nos indica que las investigaciones transaccionales o transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (p.176)

La presente investigación es de diseño no experimental de corte transversal, ya que las variables son observadas o medidas en su forma natural porque no se genera ninguna situación diferente a la que ya existen para manipularla para ver los efectos en las otras variables. Asimismo, se recolectan información tomando como referencia datos y eventos del periodo 2019.

Este tipo de diseño en la presente investigación tiene un alcance correlacional ya que las dos variables se relacionan entre sí por causa-efecto.



Donde:

M: Muestra de la investigación

X: Variable: Gestión de cuentas por cobrar

Y: Variable: Rentabilidad

r: Relación entre las variables

3.5. Población y muestra.

3.5.1. Población

Según el autor Hernández, R. (2018), la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones (p.195). En la presente investigación está constituida 35 personas entre varones y mujeres que desarrollan sus actividades en diversas áreas de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima -2019.

3.5.2. Muestra

Hernández, R. (2018) define que: Una muestra es un subconjunto de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectaran los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (p.196).

Las muestras no probabilísticas, también denominadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características y contexto de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización (p.215).

La muestra de la presente investigación, está conformada por 35 personas, entre ellos, están el gerente administrativo, contabilidad, comercial y el personal administrativo como los asistentes de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima -2019.

3.6. Técnicas e instrumento de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Según Ñaupas et al (2013), las técnicas e instrumentos de investigación se refieren a los procedimientos y herramientas mediante los cuales vamos a recoger los datos e informaciones necesarias para probar o contrastar nuestras hipótesis de investigación. (p. 369)

Según Maldonado, J (2015), la encuesta es un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones, con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos. (p. 117)

La técnica que se utilizó fue la encuesta que contó con la participación del gerente general, personal del área contable, personal del área de comercial, y el personal administrativo como los asistentes de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima -2019.

3.6.2. Instrumento de recolección de datos

De acuerdo con Hernández, R. (2018), el cuestionario se basa en preguntas que pueden ser cerradas o abiertas y sus contextos pueden ser: auto administrativos, entrevista personal o telefónica, vía internet (p. 225).

Para la recolección de información del presente trabajo de investigación se empleó como instrumento el cuestionario conformado por 31 preguntas expresadas de manera precisa, sencilla y entendible para ser efectivamente respondidas por los usuarios según su criterio.

Escalamiento tipo Likert

Según Hernández (2018) menciona:

Conjunto de ítems que se presentan en forma de afirmaciones para medir el grado de acuerdo o reacción del respondiente en tres, cinco o siete categorías jerarquizadas de mayor a menor o viceversa. Todos los reactivos o ítems tienen las mismas opciones de respuesta tanto verbal como numéricamente. (p.274)

En la presente investigación se empleó por medida la escala de Likert, ya que permite medir el grado de la investigación.

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

Figura 1. Escala de Likert
Fuente: Elaboración propia,2019

3.6.3. Validación y confiabilidad de expertos

3.6.3.1. Validez

Según Hernández (2018), “la validez se refiere al grado en que un instrumento mide con exactitud la variable que verdaderamente pretende medir. Es decir, si refleja el concepto abstracto a través de sus indicadores empíricos”. (p.229).

Tabla 1.
Validez

Juicio de expertos	
Nombres y apellidos (expertos)	Calificación
Mg. Hugo Gallegos Montalvo	Si cumple
Mg. Michel Jaime Méndez Escobar	Si cumple

Fuente: Elaboración propia, 2019

La validez del instrumento Escala multidimensional de gestión de cuenta por cobrar y la escala de rentabilidad en el presente estudio, se evaluó la validez del instrumento mediante el juicio de dos expertos un docente universitario y un C.P.C con muchos años de experiencia en la materia, que después de un análisis de correlación, dieron su veredicto aprobatorio y apto para su uso.

3.6.3.2. Confiabilidad

La confiabilidad se obtendrá a través del alfa Cronbach y en este punto Según Hernández (2018) indica:

La confiabilidad o fiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo, caso o muestra produce resultados iguales. (p. 228) Existen diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad. La mayoría oscilan entre cero y uno, donde un coeficiente de cero (0) significa nula confiabilidad y uno (1) representa un máximo de confiabilidad (fiabilidad total, perfecta). Cuando más se acerque el coeficiente a cero, mayor error habrá en la medición. (p. 239).

La confiabilidad hallada en la presente investigación fue la siguiente:

Tabla 2.

Confiabilidad del instrumento gestión de cuentas por cobrar

Juicio de expertos	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,771	20

Según la tabla, se interpreta que la estadística de confiabilidad obtenida con el instrumento Escala de gestión de cuentas por cobrar, según el alfa de Cronbach aplicado a una población de 35 con 20 elementos del cuestionario, se obtiene una fuerte confiabilidad con un valor de 0,771.

Tabla 3.

Confiabilidad del instrumento rentabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,712	11

La confiabilidad obtenida con el instrumento Escala de rentabilidad, según el alfa de Cronbach aplicado a una población de 35 con 11 elementos del cuestionario presenta una moderada confiabilidad de 0,712. Este resultado se puede corroborar con la confiabilidad obtenida en el análisis de cada ítem.

3.7. Método de análisis de datos

Método inductivo

Es el método en el cual los investigadores parten de hechos particulares o concretos para llegar a conclusiones generales' Este método se utiliza principalmente en las ciencias fácticas (naturales o sociales) y se fundamenta en la experiencia.

SPSS Paquete estadístico para las ciencias sociales

Según Hernández, (2018) indica:

Es uno de los más difundidos y contiene todos los análisis estadísticos, como ocurre con otros programas, el IBM SPSS se actualiza constantemente con versiones nuevas en varios idiomas. Lo mejor para mantenerte al día en materia de SPSS es consultar el sitio de IBM que corresponda a tu país. (p. 315)

Coefficiente de correlación de Pearson

Según Hernández (2018), menciona:

Es una prueba estadística para analizar la relación entre dos variables medidas en un nivel por intervalos o de razón. Se calcula a partir de las puntuaciones obtenidas en una muestra en dos variables. Se relacionan las

puntuaciones recolectadas de una variable con las puntuaciones obtenidas de la otra, en los mismos participantes o casos. (p. 346)

Tabla 4.

Coefficiente de correlación de Pearson

Coefficiente de correlación de Pearson	Interpretación
-1.00	Correlación negativa perfecta ("A mayor X, menor Y", de manera proporcional).
-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).

Fuente: Elaboración propia

3.8. Aspectos éticos

En la tesis respectiva se investigó con honestidad por lo cual todos los datos que se obtengan serán veraces y se ha citado correctamente a los autores que se ha considerado como referencia en el marco teórico y la bibliografía. No se manipulo ningún tipo de información, ni se recurrió a resultados de estudios ya realizados al mismo sector. Así como también toda información recibida se mantuvo en secreto y se evitó ser expuesto, respetando la intimidad de los encuestados, siendo útil solo para fines de la investigación. Se mantendrá congruencia con lo que se realice y con la realidad de la empresa.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

4.1.1. Análisis de la variable gestión de cuentas por cobrar

Tabla 5.

Análisis de la variable gestión de cuentas por cobrar

Gestión de cuentas por cobrar			
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	11	31,4
	Medio	18	51,4
	Alto	6	17,1
	Total	35	100,0

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

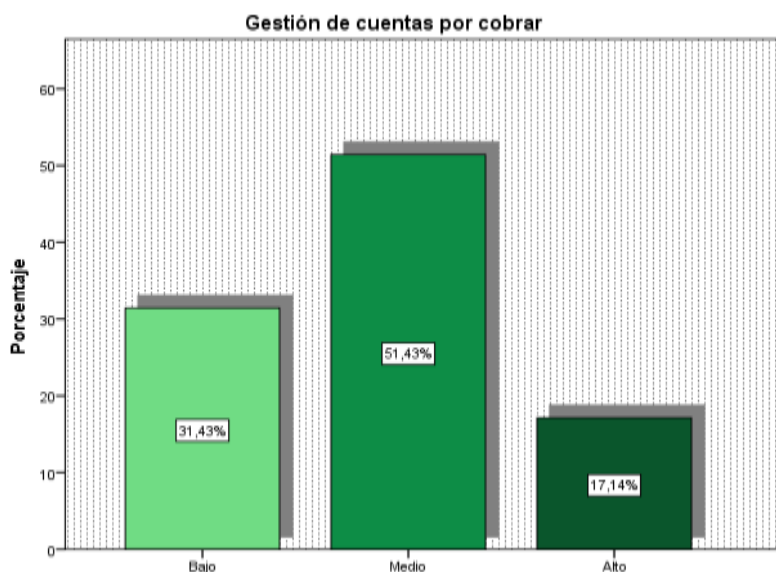


Figura 2. Análisis de la variable gestión de cuentas por cobrar

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

Interpretación

En la tabla 4 y figura 3 se observa, que, de los 35 colaboradores de la empresa de Maderera Nueva Era S.A.C, 11 trabajadores manifiestan percibir bajos niveles (31,43%) de gestión de cuentas por cobrar, 18 indican percibir un nivel medio (51,43%) y 6 de ellos (17,14 %) manifiestan percibir un nivel alto de gestión de cuentas por cobrar.

4.1.2. Análisis de la variable rentabilidad

Tabla 6.
Análisis de la variable rentabilidad

		Rentabilidad	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	12	34,3
	Medio	18	51,4
	Alto	5	14,3
	Total	35	100,0

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

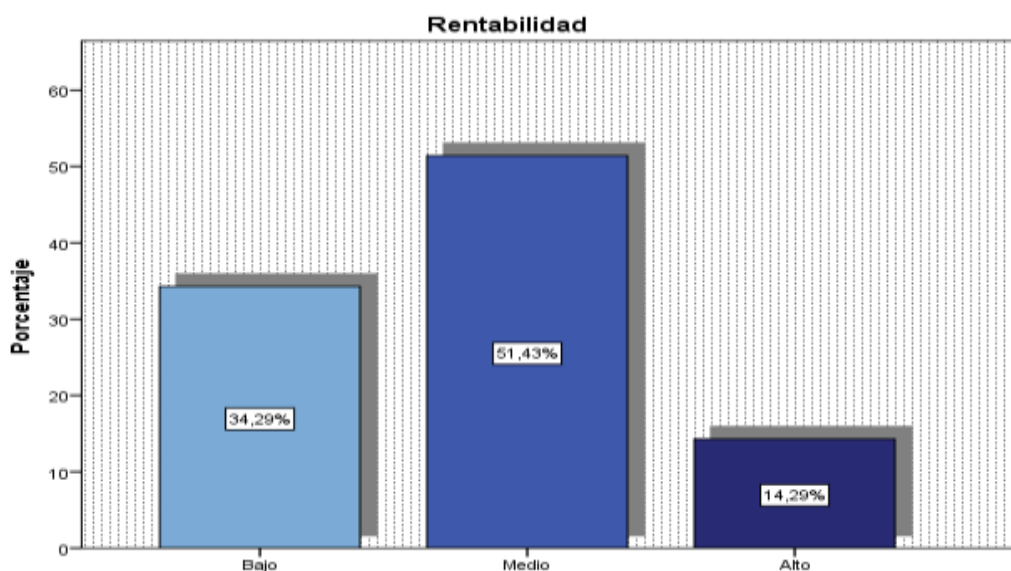


Figura 3. Análisis de la variable rentabilidad
Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

Interpretación

En la tabla 5 y figura 5 se observa, que, de los 35 colaboradores de la empresa de Maderera Nueva Era S.A.C, 12 trabajadores manifiestan percibir bajos niveles (34,29%) de rentabilidad, 18 indican percibir un nivel medio (51,43%) y 5 de ellos (14,29 %) manifiestan percibir un nivel alto rentabilidad.

Existen niveles medios de rentabilidad que significa que en la organización el personal no está debidamente capacitado, no se cumple adecuadamente con las metas y/o políticas de ventas pagadas a un corto plazo, las interacciones sociales no son óptimas en los distintos departamentos de la entidad.

4.1.3. Análisis de la dimensión termino de venta

Tabla 7.

Análisis de la dimensión termino de venta

		Termino de venta	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	6	17,1
	Medio	14	40,0
	Alto	15	42,9
	Total	35	100,0

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

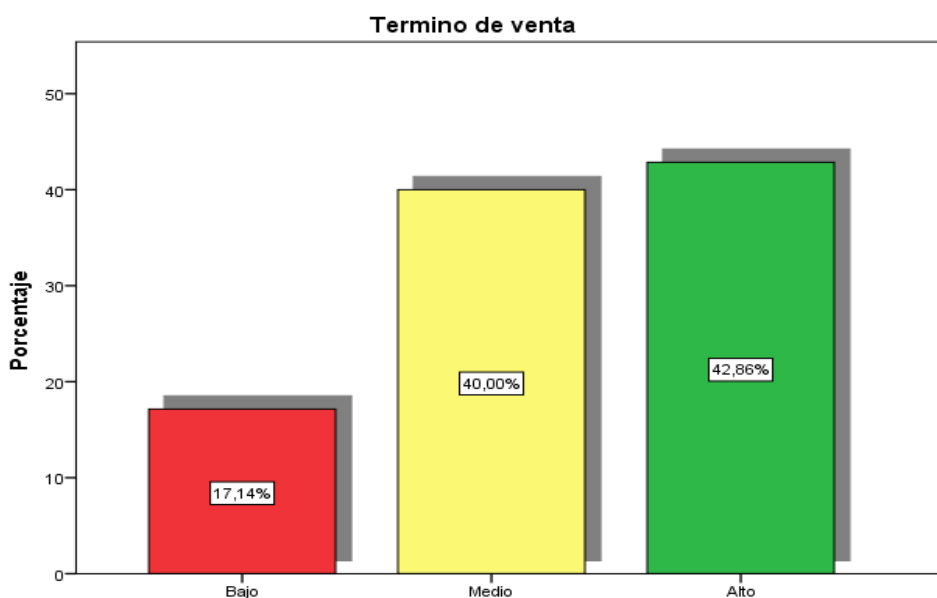


Figura 4. Análisis de la dimensión término de venta

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

Interpretación

En la tabla 6 y figura 6 se observa, que, de los 35 trabajadores, 6 manifiestan percibir niveles bajos de termino de venta (17,14 %) en la Empresa Maderera Nueva Era SAC, 14 indican un nivel medio (40,00%) y 15 de ellos (42,86%) manifiestan percibir un nivel alto en termino de venta.

4.1.4. Análisis de la dimensión política de crédito

Tabla 8.

Análisis de la dimensión política de crédito

		Política de crédito	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	13	37,1
	Medio	9	25,7
	Alto	13	37,1
	Total	35	100,0

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

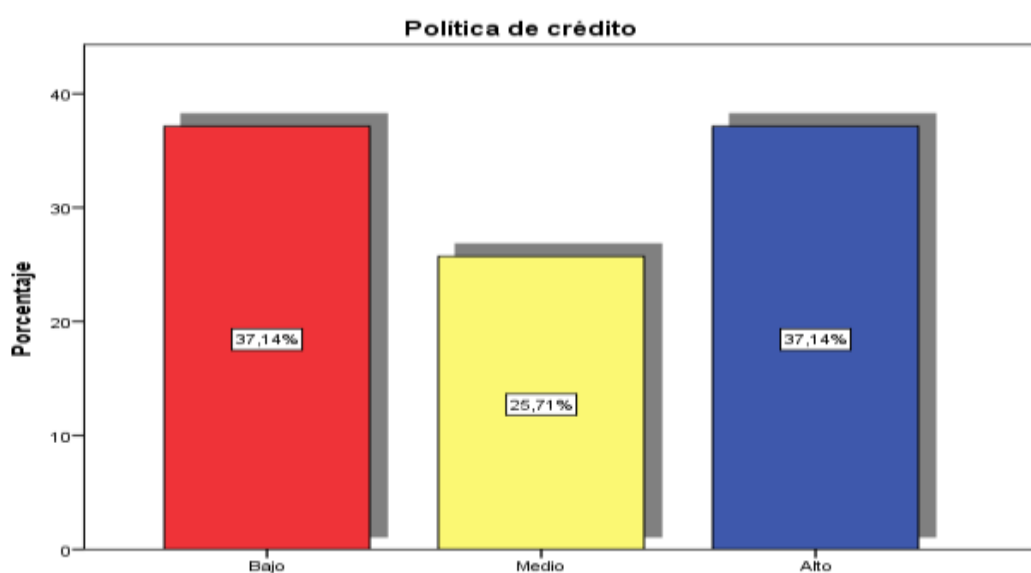


Figura 5. Análisis de la dimensión política de crédito

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

Interpretación

En la tabla 7 y figura 7 se observa, que, de los 35 trabajadores, 13 manifiestan percibir un nivel bajo (37,14 %) respecto a la política de crédito, 9 indican percibir un nivel medio (25,71%) y 13 de ellos (37,14%) manifiestan percibir niveles altos respecto a la política de crédito que se da en la Empresa Maderera Nueva Era SAC.

4.1.5. Análisis de la dimensión política de cobranza

Tabla 9.

Análisis de la dimensión de política de cobranza

Política de cobranza				
Válido		Frecuencia	Porcentaje	
	Bajo	3	8,6	
	Medio	19	54,3	
	Alto	13	37,1	
	Total	35	100,0	

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

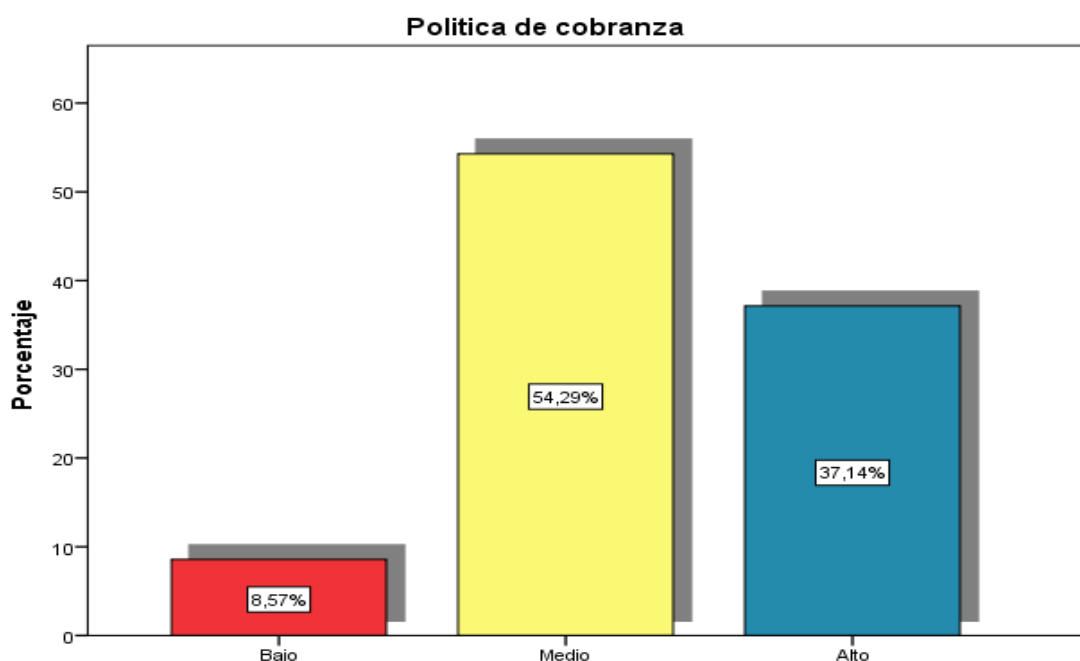


Figura 6. Análisis de la dimensión política de cobranza

Fuente: Elaboración propia según matriz de datos.

Interpretación

En la tabla 8 y figura 8 se observa, que, de los 35 trabajadores, 3 manifiestan percibir bajos niveles (8,57%) respecto a la política de cobranzas en la Empresa Maderera Nueva Era SAC, 19 indican percibir un nivel medio (54,29%) y 13 de ellos (37,14%) manifiestan percibir altos niveles respecto a la Empresa Maderera Nueva Era SAC.

4.2. Prueba de hipótesis

Interpretación de los puntajes obtenidos de la encuesta sobre “Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

4.2.1 Prueba de hipótesis general

H0: La gestión de cuentas por cobrar no influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

H1: La gestión de cuentas por cobrar si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

Calculando el Coeficiente r_{xy} de Correlación de Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N(\sum x^2) - (\sum x)^2][N(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Figura 7. Prueba de hipótesis general

Fuente: Elaboración propia

Donde:

x = Puntajes obtenido del Control Interno

y = Puntajes obtenidos de la Rentabilidad

rx.y= Relación de las variables.

N = Número de trabajadores de la Empresa

Tabla 10.*Nivel de correlación y significación de gestión de cuentas por cobrar y rentabilidad*

		Correlaciones	
		var1	var2
var1	Correlación de Pearson	1	,562**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	35	35
var2	Correlación de Pearson	,562**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	35	35

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

En la tabla 9, se observa la relación entre las variables determinada por la correlación de Pearson 0.562, lo cual significa que existe una correlación positiva media entre las variables gestión de cuentas por cobrar (var.1) y la rentabilidad (var.2) de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019., por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

4.2.2. Prueba de hipótesis específicas. Hipótesis específica 1:

H0: Los términos de venta no influyen en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

H1: Los términos de venta si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

Tabla 11.*Nivel de correlación y significación de los términos de venta y rentabilidad.*

		dim1v1	var2
dim1v1	Correlación de Pearson	1	,505**
	Sig. (bilateral)		,002
	N	35	35
var2	Correlación de Pearson	,505**	1
	Sig. (bilateral)	,002	
	N	35	35

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Se obtuvo un valor correlacional de 0.505, el cual manifiesta que hay una correlación positiva media entre las variables de estudio. De los términos de venta (dim.1 v1) en la rentabilidad (var. 2) de la Empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019. De esta forma se acepta la hipótesis específica alterna.

4.2.3. Prueba de hipótesis específicas. Hipótesis específica 2:

H0: La política de crédito no influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

H1: La política de crédito si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

Tabla 12.*Nivel de correlación y significación de política de crédito y rentabilidad.*

		dim2v1	var2
dim2v1	Correlación de Pearson	1	,363*
	Sig. (bilateral)		,032
	N	35	35
var2	Correlación de Pearson	,363*	1
	Sig. (bilateral)	,032	
	N	35	35

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

En la tabla 11, se observa una correlación de 0.363 de las variables, lo cual significa que existe una correlación positiva débil entre las variables de estudio, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna: Existe relación entre la política de créditos (dim.2 v1) en la rentabilidad (var.2) de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

4.2.4. Prueba de hipótesis específicas. Hipótesis específica 3:

H0: El uso adecuado de una política de cobranza no influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

H1: El uso adecuado de una política de cobranza si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.

Tabla 13.

Nivel de correlación y significación de política de cobranza y rentabilidad.

		Correlaciones	
		dim3v1	var2
dim3v1	Correlación de Pearson	1	,448**
	Sig. (bilateral)		,007
	N	35	35
var2	Correlación de Pearson	,448**	1
	Sig. (bilateral)	,007	
	N	35	35

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Se obtuvo un valor correlacional de 0.448, el cual manifiesta que hay una correlación positiva débil entre las variables de estudio. De políticas de cobranza (dim.3 v1) en la rentabilidad (var. 2) de la Empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019. De esta forma se acepta la hipótesis específica alterna.

V. DISCUSIÓN

5.1. Análisis de discusión de resultados

Los resultados obtenidos en esta investigación son de gran trascendencia para la administración y gestión de cuentas por cobrar, más aún cuando esta información ha cumplido todos los criterios de confiabilidad, como la validez del instrumento y antecedentes de las diferentes investigaciones. Las encuestas se han aplicado con previo conocimiento, criterio y sinceridad por los encuestados. Finalmente, se ha seguido los adecuados tratamientos estadísticos previo análisis de la prueba a través de la correlación Pearson.

Así mismo se analizaron los documentos, las facturas por cobrar que permite evaluar la capacidad de liquidez de la empresa y dar solución al problema planteado en el informe. Para realizar este informe se obtuvo información a través de documentos, estado de situación financiera y análisis comparativos de la empresa obteniendo como resultado lo siguiente:

A nivel de la Hipótesis general, se obtiene que la significancia obtenida en esta relación (Sig.= .000) es menor al valor teórico esperado $p \leq 0.05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que existe correlación entre gestión de cuentas por cobrar y rentabilidad. Se obtuvo una correlación r : de (0,562) siendo esta correlación de tipo positiva media, según Guillen (2016). Lo cual indica que, en términos generales, a mayor nivel de gestión en cuenta por cobrar mayor nivel de rentabilidad se obtiene.

A nivel de la hipótesis específica 1, Se observa que la significancia obtenida en esta relación (Sig.= .000) es menor al valor teórico esperado $p \leq 0.05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que existe correlación entre la dimensión términos de venta y rentabilidad. Se obtuvo una correlación r : de (0,505) siendo esta relación de tipo positiva medio según Guillen (2016). Lo cual indica que, en términos generales, una adecuada aplicación de términos de venta se obtiene mayores niveles de rentabilidad.

A nivel de la hipótesis específica 2, Se observa que la significancia obtenida en esta relación (Sig.= .000) es menor al valor teórico esperado $p \leq 0.05$; por lo

tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que existe correlación entre la dimensión política de crédito y rentabilidad. Se obtuvo una correlación r : de (0,363) siendo esta relación de tipo positiva débil. Lo cual indica que, en términos generales, una determinación correcta de políticas de créditos es posible alcanzar mayores niveles de rentabilidad.

A nivel de la hipótesis específica 3, Se observa que la significancia obtenida en esta relación (Sig.= .000) es menor al valor teórico esperado $p \leq 0.05$; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se afirma que existe correlación entre la dimensión política de crédito y rentabilidad. Se obtuvo una correlación r : de (0,448) siendo esta relación de tipo positiva débil. Lo cual indica que, en términos generales, una adecuada política de cobranzas es posible alcanzar mayores niveles de rentabilidad.

VI. CONCLUSIONES

- 1) Respecto al objetivo general se tiene como conclusión que existe un nivel de correlación significativa positiva media ($r=0.562^*$) entre la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019, por lo que se acepta la hipótesis general planteada. Asimismo, al analizar las ratios de cuentas por cobrar y capacidad de la empresa de generar utilidades en beneficio de los accionistas y/o propietarios por cada sol invertido en la empresa; se puede decir; que se ve necesario la decisión de conceder crédito para generar mayores niveles de venta, debido a que repercute en el costo de venta, gastos operativos, de gestión, gastos de financiamiento, disminución de la mercadería, el costo de inversión y recuperación esperada en un plazo pactado, para lo cual existen mecanismos para evaluar y analizar los diferentes escenarios, antes de tomar la decisión de conceder, en el caso de la compañía se presenta una situación débil, por lo que se podría mejorar los distintos procesos.
- 2) Se concluye que al determinar y tener un adecuado manejo de los términos de venta permitirá que un saldo del costo de inversión del crédito en un menor plazo es conveniente, como también, el instrumento de crédito, al igual que el descuento por pronto pago repercute en los niveles de rentabilidad que se obtenga, si bien la empresa con referente al presente año ha mejorado sus niveles de ventas con respecto al año 2018, sin embargo, ha incrementado sus cuentas por cobrar y obligaciones.
- 3) Se concluye que existe un nivel de correlación significativa débil entre la política de crédito en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima – 2019, debido a que a pesar de que se analiza, se evalúa conceder créditos siempre existirá el riesgo de que el cliente demore en pagar, o que en el peor de los casos no pague , sin embargo ya se generó la venta, existen costos de ventas de inmediato, costo de inversión y costo de la deuda, por lo que no permitiría el equilibrio entre los ingresos y gastos con la inversión más líquida que se espera.

- 4) Con respecto al objetivo específico 3 y en respuesta a la hipótesis específica 3, se concluye que existe un nivel de correlación positiva débil entre las políticas de cobranza en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima – 2019, debido a que si se realiza una debida supervisión y control de las facturas a vencerse y se ejecuta prudentemente los cobros, no se procedería a solicitar financiamientos y generar gastos judiciales y/o administrativos, por lo que los ingresos y gastos se mantendrían estáticos.

VII. RECOMENDACIONES

- 1) Proponer adecuadamente las políticas de crédito y cobranza, estipulando normas que sigan procedimientos que permitan gestionar de un modo eficiente el otorgamiento de créditos y la recuperación de efectivo. Es así que la evaluación de clientes favorece a la rotación de las cuentas por cobrar, admitiendo tener una liquidez a corto plazo.
- 2) Otorgar créditos limitados a los clientes, con la finalidad que la empresa no se vea afectada y pueda cumplir con sus obligaciones a proveedores y terceros a corto plazo.
- 3) Proponer adecuadamente políticas de crédito, estipulando normas que sigan procedimientos que permitan gestionar de un modo eficiente el otorgamiento de créditos y recuperación de efectivo.
- 4) En la medida de lo posible se debe considerar una política de crédito efectiva y hacer un estudio y seguimiento riguroso al comportamiento de los clientes potenciales a la hora de pactar la venta. De esta manera, la empresa garantizará el cobro de sus facturas en el tiempo oportuno, permitiéndonos evaluar el grado de eficacia de las estrategias que han tomado y decidir en función del resultado si debemos cambiarla o no.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, (2016), "Las políticas de crédito y cobranza y los índices de liquidez del Sector Cooperativo de Ahorro y Crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato", Ambato, Ecuador: Universidad Técnica De Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría.
- Arcos, (2017), "Valoración de empresas como herramienta para mejorar los niveles de rentabilidad en las empresas de asistencia médica en el Cantón Quito". Quito, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana sede Quito. Carrera: Contabilidad y Auditoría.
- Cobián, (2016), "Gestión de créditos y cobranzas y su efecto en la rentabilidad de la Mype San Pedro EIRL. Año 2015". Trujillo, Perú: Universidad Cesar Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, Escuela académico profesional de contabilidad.
- Gaspar, (2018), "El control interno en el almacén y la rentabilidad de la constructora e inmobiliaria la pirámide E.I.R.L. año 2017". Huánuco, Perú: Universidad de Huánuco, Facultad de ciencias empresariales escuela académico profesional de contabilidad y finanzas.
- Herrera, (2015), "Administración de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Comercial Zurita". Ambato, Ecuador: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Contabilidad y Auditoría, Carrera de Contabilidad y Auditoría.
- Mantilla y Ruiz (2018), "Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de la empresa Nisira Systems S.A.C., año 2016". Trujillo, Perú: Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad de ciencias económicas, Escuela profesional de contabilidad.
- Miranda, (2018), "Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en liquidez de la empresa Nevell Negocios Generales SAC 2016 y 2017". Lima, Perú: Universidad Autónoma del Perú, Facultad de ciencias de gestión carrera profesional de contabilidad.
- Reyes, (2016), "Las cuentas por cobrar y su impacto en la liquidez de la Empresa Importadora Industrial Agrícola S.A. IIASA". Guayaquil, Ecuador: Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, Facultad de administración carrera de contabilidad y auditoría.

- Romero, (2017), "Diseño de estrategias para mejorarla la rentabilidad de la empresa Produarroz S.A.". Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil, Facultad de ciencias administrativas.
- Yancce, (2017), "Gestión de cobranza y su influencia en la liquidez en la empresa Bisagras Peruanas SAC, año 2014-2016". Ate, Perú: Universidad Cesar Vallejo, Facultad de ciencias empresariales, Escuela profesional de Finanzas.
- Besley, S. y Brigham, E. (2016): FINC Finanzas corporativas edición del estudiante. México: Editorial CENGAGE Learning, cuarta edición.
- Blanco, A. (2015).Gestión de entidades financieras. Madrid, España: ESIC editorial
- Brachfield, P. (2017), Gestión del crédito y cobro. Barcelona, España: PROFIT editorial.
- Chu Rubio, M. (2016).Finanzas para no financieros. Lima, Perú: Editorial UPC), quinta edición.
- Córdova, M. (2017).Gestión financiera. México: ECOE Ediciones, segunda edición.
- Flores, J. (2013/9).Análisis e interpretación de estados financieros. Teoría y práctica concordados con el PCGE y NIFF. Lima, Perú, cuarta edición.
- García, V. (2015).Análisis Financiero: Un enfoque integral. México: Editorial Patria
- Haro, A. y Rosario, J. (2017).Gestión Financiera: Decisiones financieras a corto plazo. Almería, España: Editorial Universidad de Almería
- Hernández R. (Ed.) (2018), Metodología de la investigación. Ciudad de México, México: McGraw-Hill Interamericana Editores, Sexta edición.
- Label, W. (Ed.) (2016), Contabilidad para no contadores una forma rápida y sencilla de entender la contabilidad. Bogotá, Colombia: ECOE ediciones, 2da. Edición.
- Maldonado, J.A. (2015).Metodología de la investigación (Fundamentos)
- Mendoza C. y Ortiz O. (2016), Contabilidad Financiera para contaduría y administración. Barranquilla, Colombia: Editorial del Universidad del Norte
- Meza, C. (2012). Contabilidad, Análisis de Cuentas. San José, Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia de San José
- Molina, H, Ramírez J.N, Bautista, R. y De Vicente, M. (2014), Análisis de estados financieros para la toma de decisiones. Madrid, España: Delta publicaciones

- Pérez, J.F. (Ed.) (2015), La gestión financiera de la empresa. Madrid, España: ESIC editorial
- Oriol A. (Ed.) (2018), Master en finanzas. España: Editorial PROFIT
- Ramos, R.A. (Ed.) (2016), Compendio básico de finanzas / Finanzas estratégicas y creación de valor. Almería, España: Editorial Universidad de Almería
- Ross S.A. (Ed.) (2018). Finanzas corporativas. Ciudad de México, México: Mc Graw Hill Education Editorial, edición 11.
- Solorio, R. (2012). Contabilidad Financiera. E.E.U.U.: Primera Edición. Warren, C. (2000). Contabilidad Financiera. México: Thomson Learning, séptima edición
- Warren C.S, Reeve J.M, Duchac J.E (2016).Contabilidad Financiera. México: CENGAGE Learning, decimocuarta edición.
- Perez, B. F. (2015). Diagnóstico de la situación existente de las Cuentas por Cobrar. Revista Científica de la Universidad de Cienfuegos, 59-60.
- Robles C.L. (2015) Fundamentos de administración financiera. Recuperado. <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-49-Fundamentos-deadministracion-Financiera.pdf>
- Stevens R. (2017) Cuentas por cobrar y cuál es su importancia. Recuperado. <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3631525-que-son-cuentas-por-cobrar-cualimportancia>
- Vallado R.H. (2018) Administración financiera de las cuentas por cobrar. Recuperado. http://www.contaduria.uady.mx/files/material-clase/raulvallado/FN03_admonfinancieradelasCxC.pdf
- Consejo Emisor del CINIF (Noviembre 2013) NIF C3 <https://iqdata.com.mx/NIFs/29.%20NIF%20C3%20Cuentas%20por%20Cobrar.pdf>
- Consejo Emisor del CINIF, 2014 NIF A3, Fuente:https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/no_oficial/nor_internac/ES_GVT_IFRS03_2013.pdf
- Zans, W. (2018), Estados financieros (Editorial San Marcos E.I.R.L.).
Fuente:https://www.google.com.co/search?q=Graficas+de+administraci%C3%B3n+de+cuentas+por+cobrar&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiv-Oyy6PLkAhXdGrkGHS3rAfsQ_AUIEigB&biw=1366&bih=625#imgcr=SID8B utSbq4yqM:

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

TITULO	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	Indicadores	items	Escala ordinal	Rango	INSTRUMENTO	
GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MADERERA NUEVA ERA SAC, LIMA 2019	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR	Termino de venta	Periodo de crédito	P1,P2	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre	Bajo Medio Alto	Cuestionario	
	¿Cómo influye la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de las empresas de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019?	Determinar la influencia de la gestión de cuentas por cobrar en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C Lima - 2019.	La gestión de cuentas por cobrar si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.			Política de crédito	Descuento por pronto pago				P3,P4
							Instrumento de crédito				P5,P6
					Efectos de la política de crédito.		P7,P8				
					Política de cobranza	Análisis crédito	P9,P10				
						Evaluación de crédito	P11,P12				
						Supervisión de cuentas por cobrar	P13,P14				
						Trabajo de cobranza	P15,P16				
					Política de incobrabilidad	P17,P18					
					Riesgo por incobrabilidad	P19,P20					

TITULO	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	Indicadores	items	Escala ordinal	Rango	INSTRUMENTO
GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR Y SU INFLUENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MADERERA NUEVA ERA SAC, LIMA 2019	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICO	RENTABILIDAD	Rentabilidad Económica	Margen de ganancia neta sobre ventas	P21,P22	1=Nunca 2=Casi nunca 3=A veces 4=Casi siempre 5=Siempre		
	¿Cómo influye los términos de ventas en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019	Determinar la influencia de los términos de ventas en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.	Los términos de ventas si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.			Margen del EBITDA	P23,P24			
						Margen de ganancia operativa	P25,P26			
	¿Cómo influye la política de crédito en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019?	Determinar de qué manera influye la política de crédito en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019	La política de crédito si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019?		Rentabilidad Financiera	Análisis Vertical y Horizontal				
						Rentabilidad operativa del activo	P27,P28			
	¿De qué manera influye el uso adecuado de una política de créditos y cobranzas en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019?	Determinar de qué manera influye el uso adecuado de una política de cobranzas en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.	El uso adecuado de una política de cobranzas si influye en la rentabilidad de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C. Lima - 2019.			Rendimiento sobre el patrimonio de los accionistas	P29,P30 y P31			

Anexo 2: Matriz de operacionalización

Operacionalización de variable Gestión de cuentas por cobrar

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Gestión de cuentas por cobrar	Según Ross et el (2018) Cuando una empresa vende bienes y servicios puede exigir el pago al contado en la fecha de entrega o antes, o extender crédito a sus clientes y permitir cierta demora en el pago. Otorgar crédito equivale a realizar una inversión en un cliente, ligada a la venta de un producto o servicio.(p.853)	La gestión de cuentas por cobrar se evalúa tomando en cuenta los pronósticos de política de crédito y política de cobranza analizando sus atributos mediante un cuestionario.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Termino de venta 2. Política de crédito. 3. Política de cobranza 	<ul style="list-style-type: none"> - Periodo de crédito - Descuento por pronto pago - Instrumento de crédito - Efectos de la política de crédito. - Análisis crédito - Evaluación de crédito - Supervisión de cuentas por cobrar - Trabajo de cobranza - Política de incobrabilidad - Riesgo de incobrabilidad. 	Ordinal

Operacionalización de variable Rentabilidad

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad	Según Chu Rubio (2016) Es el resultado neto de políticas y decisiones empresariales. Muestra los efectos combinados de la liquidez, de la administración de los activos y de la administración de las deudas sobre los resultados de operación.	Rentabilidad se evalúa tomando en cuenta los pronósticos de inversión y beneficio analizando sus atributos mediante un cuestionario	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rentabilidad Económica 2. Rentabilidad financiera 	<ul style="list-style-type: none"> - Margen de ganancia neta sobre ventas - Margen del EBITDA - Margen de ganancia operativa - Ventas - Rentabilidad operativa del activo - Rendimiento sobre el patrimonio de los accionistas 	

Anexo 3: Instrumentos

Estimado(a), la presente encuesta anónima busca recoger información sobre la gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la rentabilidad de las empresa Maderera Nueva Era del distrito de Lurín ,2019

1	Nunca
2	Casi Nunca
3	A Veces
4	Casi Siempre
5	Siempre

VARIABLE 1: GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

N°	ITEM	ESCALAS				
		1	2	3	4	5
01	Es importante definir diligentemente los términos de venta para establecer periodos de crédito por cada cliente					
02	Existe un período de crédito a corto plazo para la recuperación del efectivo de las cuentas por cobrar					
03	Considera usted que la estimación y/o fijación de descuentos por pronto pago hace posible la disponibilidad del efectivo en menor tiempo					
04	Considera usted que el otorgamiento de descuento por pronto pago asegura la buena fe de los clientes para futuros otorgamientos de crédito					

05	Considera usted que en términos de pago el uso de un pagaré como instrumento de crédito asegura el cobro posterior evitando controversias a futuro					
06	Considera usted la importancia del uso de un instrumento de crédito asegura el cumplimiento de acuerdos comerciales después o antes de la entrega de la mercadería					
07	Considera usted que se hace un correcto análisis de crédito de acuerdo a las políticas de crédito					
08	Existe un riguroso análisis de crédito que contribuya a la eficiencia de la gestión de cuentas por cobrar					
09	Considera usted que las referencias de información es suficiente para la evaluación de crédito a nuevos clientes					
10	Cree usted que la evaluación de crédito de la conducta de un cliente recurrente se debe tomar en cuenta para futuras operaciones					
11	Considera usted que es conveniente y necesario que en la política de crédito se limite el incremento de ventas al crédito					
12	Considera usted que el descuento por pronto pago incentiva a obtener efectivo de inmediato o a corto plazo como efecto de la política de crédito					
13	Considera usted que en la política de cobranza debe existir un control mensual para supervisar los saldos por cuentas por cobrar					
14	El trabajo de supervisión de las cuentas por cobrar permite mejorar la gestión de cuentas por cobrar					

15	Considera usted que la supervisión de cuentas por cobrar de la cartera vencida por cliente permite tomar acciones definitivas en la política de cobranza					
16	El trabajo de cobranza contribuye a la mejora de la gestión de cuentas por cobrar					
17	Considera usted que la empresa debe estar preparado para afrontar el riesgo de incobrabilidad mínima					
18	A falta de respuesta del cliente se debe realizar visitas inesperadas y/o tomar acciones legales para minimizar el riesgo por incobrabilidad					
19	Las empresas deben asumir los gastos generados por incumplimiento de pago del cliente como política de incobrabilidad					
20	Considera usted que con efectuarse ventas al crédito significa que exista una eficiente rentabilidad económica					

VARIABLE 2: RENTABILIDAD

N°	ITEM	1	2	3	4	5
01	Considera usted que cuando el resultado por cada unidad vendida es alta, los costos de venta determinan la eficiencia en el volumen de ventas					
02	El margen por cada bien están correctamente definidas y son las esperadas por el área comercial y el área de finanzas					
03	Considera usted que la rentabilidad es mejor considerarla desde los gastos operativos que involucran la producción					
04	Es necesario que exista un sistema de control de gastos que analice y evalúe las necesidades primordiales					
05	La rentabilidad obtenida al ejercicio es mejor después de deducir impuestos					
06	Considera usted que la necesidad de vender derivados en cantidad es favorable para la rentabilidad de la empresa					
07	Considera usted que se ha realizado el uso óptimo de los fondos y recursos de la empresa					
08	Considera usted que el personal del área de finanzas está capacitado para optimizar el uso eficiente de los activos de la empresa					
09	Considera usted que si existiera un correcto uso de capital generaría mayor valor para los accionistas					
10	Considera usted que el capital adicional invertido de un socio es de fácil recuperación					
11	Considera usted que es conveniente que los socios recuperen su inversión en menor tiempo como rendimiento sobre el patrimonio de los accionistas					

Anexo 4: Validación de instrumentos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Méndez Escobar Michel Jaime

Presente

ASUNTO: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE
EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante egresado de la Universidad Privada Telesup, en la sede 28 de Julio promoción 2018, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Título.

El título de nuestro proyecto de investigación es Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la rentabilidad de la empresa maderera Nueva Era SAC, ubicada en Calle los Nogales Mz. F lote. 9 urb. Parc. Huertos de Villena (altura km 32 de antigua panamericana) lima - Lima - Lurin, provincia Lima y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.

- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente,



Acuña Eche, Yessy Rosibel

DNI: 76216832



Cuaresma Huaytalla Cinthya Estefanía

DNI: 710205555

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 GESTION DE CUENTAS POR COBRAR

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: GESTION DE CUENTAS POR COBRAR							
	DIMENSIÓN 1: TERMINO DE VENTA							
1	¿Considera usted que los términos de venta están correctamente definidas para establecer un periodo de crédito por cada cliente?	/		/		/		
2	¿Considera usted si existiera un periodo de crédito a corto plazo se obtendría la recuperación del efectivo de las cuentas por cobrar?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la estimación y/o fijación de descuentos por pronto pago hace posible la disponibilidad del efectivo en menor tiempo?	/		/		/		
4	¿Considera usted que el otorgamiento de descuento por pronto pago asegura la buena fe de los clientes?	/		/		/		
5	¿Considera usted que en términos de pago el uso de un pagaré como instrumento de crédito asegura el cobro posterior evitando controversias a futuro?	/		/		/		
6	¿Considera usted la importancia del uso de un instrumento de crédito asegura el cumplimiento de acuerdos comerciales después o antes de la entrega de la mercadería?	/		/		/		
	DIMENSIÓN 2: POLITICA DE CREDITO	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Considera usted que se hace un correcto análisis de crédito de acuerdo a las políticas de crédito?	/		/		/		
8	¿Cree usted que si existiera un riguroso análisis de crédito contribuiría a la eficiencia de la gestión de cuentas por cobrar?	/		/		/		
9	¿Considera usted que las referencias de información son suficientes para la evaluación de crédito a nuevos clientes?	/		/		/		
10	¿Cree usted que la evaluación de crédito de la conducta de un cliente recurrente se debe tomar en cuenta para futuras operaciones?	/		/		/		
11	¿Considera usted que es conveniente y necesario que en la política de crédito se incremente las ventas?	/		/		/		
12	¿Considera usted que el descuento por pronto pago incentiva a obtener efectivo de inmediato o a corto plazo como efecto de la política de crédito?	/		/		/		
	DIMENSION 3: POLITICA DE COBRANZA	Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿Considera usted que en la política de cobranza debe existir un control mensual como supervisión de los saldos por cuentas por cobrar?	/		/		/		
14	¿Considera usted que si existiera mensualmente supervisión de cuentas por cobrar mejoraría la gestión de cuentas por cobrar?	/		/		/		
15	¿Considera usted que la supervisión de cuentas por cobrar de la cartera vencida por cliente permite tomar acciones definitivas en la política de cobranza?	/		/		/		
16	¿Considera usted que el trabajo de cobranza contribuye a la mejora de la gestión de cuentas por							

	cobrar?						
17	¿Considera usted que la empresa debe estar preparado para afrontar el riesgo de incobrabilidad mínima?	/		/		/	
18	¿Considera usted que a partir de la falta de respuesta del cliente se debe realizar visitas inesperadas y/o tomar acciones legales para evitar el riesgo por incobrabilidad?	/		/		/	
19	¿Considera usted que la empresa debería asumir los gastos generados por incumplimiento de pago del cliente como política de incobrabilidad?	/		/		/	
20	¿Considera usted que con efectuarse ventas al crédito significa que exista una eficiente rentabilidad económica?	/		/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI EXISTE SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: MARCELO ESCOBAR
MICHAEL JARAMA

DNI: 1.0393162

Especialidad del validador: ADMINISTRACIÓN

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

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

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

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

25 de ENERO del 2020


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 RENTABILIDAD

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 2: RENTABILIDAD								
DIMENSIÓN 1: RENTABILIDAD ECONOMICA								
1	¿Considera usted que cuando el resultado por cada unidad vendida es alto los costos de venta determinan la eficiencia en el volumen de las ventas?	/		/		/		
2	¿Considera usted que el margen por cada bien están correctamente definidas y son las esperadas por el área comercial?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la rentabilidad es mejor considerarla desde los gastos operativos que involucran la producción?	/		/		/		
4	¿Considera usted que debería existir un sistema de control de gastos que analice y evalúe las necesidades primordiales?	/		/		/		
5	¿Considera usted que la rentabilidad obtenida al ejercicio es mejor después de deducir impuestos?	/		/		/		
6	¿Considera usted que la necesidad de vender derivados en cantidad es favorable para la rentabilidad de la empresa?	/		/		/		
7	¿Considera usted que se ha realizado el uso óptimo de los fondos y recursos de la empresa?	/		/		/		
8	¿Considera usted que el personal del área de finanzas está capacitado para optimizar el uso eficiente de los activos de la empresa?	/		/		/		
DIMENSIÓN 2: RENTABILIDAD FINANCIERA								
9	¿Considera usted que si existiera un correcto uso de capital se generaría valor para los accionistas?	/		/		/		
10	¿Considera usted que el capital adicional invertido de un socio es de fácil recuperación?	/		/		/		
11	¿Considera usted que es conveniente que los socios recuperen su inversión en menor tiempo como rendimiento sobre el patrimonio de los accionistas?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si. Buena suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (X) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Nicolás Escobar

Miguel Jaime

DNI: 10153162

Especialidad del validador: ADMINISTRACION

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

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

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

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

25 de Ene del 2020


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 GESTION DE CUENTAS POR COBRAR

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: GESTION DE CUENTAS POR COBRAR							
	DIMENSIÓN 1: TERMINO DE VENTA	Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Considera usted que los términos de venta están correctamente definidas para establecer un periodo de crédito por cada cliente?	/		/		/		
2	¿Considera usted si existiera un periodo de crédito a corto plazo se obtendría la recuperación del efectivo de las cuentas por cobrar?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la estimación y/o fijación de descuentos por pronto pago hace posible la disponibilidad del efectivo en menor tiempo?	/		/		/		
4	¿Considera usted que el otorgamiento de descuento por pronto pago asegura la buena fe de los clientes?	/		/		/		
5	¿Considera usted que en términos de pago el uso de un pagaré como instrumento de crédito asegura el cobro posterior evitando controversias a futuro?	/		/		/		
6	¿Considera usted la importancia del uso de un instrumento de crédito asegura el cumplimiento de acuerdos comerciales después o antes de la entrega de la mercadería?	/		/		/		
	DIMENSIÓN 2: POLITICA DE CREDITO	Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Considera usted que se hace un correcto análisis de crédito de acuerdo a las políticas de crédito?	/		/		/		
8	¿Cree usted que si existiera un riguroso análisis de crédito contribuiría a la eficiencia de la gestión de cuentas por cobrar?	/		/		/		
9	¿Considera usted que las referencias de información son suficientes para la evaluación de crédito a nuevos clientes?	/		/		/		
10	¿Cree usted que la evaluación de crédito de la conducta de un cliente recurrente se debe tomar en cuenta para futuras operaciones?	/		/		/		
11	¿Considera usted que es conveniente y necesario que en la política de crédito se incremente las ventas?	/		/		/		
12	¿Considera usted que el descuento por pronto pago incentiva a obtener efectivo de inmediato o a corto plazo como efecto de la política de crédito?	/		/		/		
	DIMENSION 3: POLITICA DE COBRANZA	Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿Considera usted que en la política de cobranza debe existir un control mensual como supervisión de los saldos por cuentas por cobrar?	/		/		/		
14	¿Considera usted que si existiera mensualmente supervisión de cuentas por cobrar mejoraría la gestión de cuentas por cobrar?	/		/		/		
15	¿Considera usted que la supervisión de cuentas por cobrar de la cartera vencida por cliente permite tomar acciones definitivas en la política de cobranza?	/		/		/		
16	¿Considera usted que el trabajo de cobranza contribuye a la mejora de la gestión de cuentas por							

	cobrar?						
17	¿Considera usted que la empresa debe estar preparado para afrontar el riesgo de incobrabilidad mínima?	/		/		/	
18	¿Considera usted que a partir de la falta de respuesta del cliente se debe realizar visitas inesperadas y/o tomar acciones legales para evitar el riesgo por incobrabilidad?	/		/		/	
19	¿Considera usted que la empresa debería asumir los gastos generados por incumplimiento de pago del cliente como política de incobrabilidad?	/		/		/	
20	¿Considera usted que con efectuarse ventas al crédito significa que exista una eficiente rentabilidad económica?	/		/		/	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable) Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Gallegos Montalvo Hugo

DNI: 078.17979

Especialidad del validador: Auditoría

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

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

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

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

25 de ENERO del 2020


Mg CPC. Hugo Gallegos
Montalvo

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 RENTABILIDAD

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 2: RENTABILIDAD								
DIMENSIÓN 1: RENTABILIDAD ECONOMICA								
1	¿Considera usted que cuando el resultado por cada unidad vendida es alto los costos de venta determinan la eficiencia en el volumen de las ventas?	/		/		/		
2	¿Considera usted que el margen por cada bien están correctamente definidas y son las esperadas por el área comercial?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la rentabilidad es mejor considerarla desde los gastos operativos que involucran la producción?	/		/		/		
4	¿Considera usted que debería existir un sistema de control de gastos que analice y evalúe las necesidades primordiales?	/		/		/		
5	¿Considera usted que la rentabilidad obtenida al ejercicio es mejor después de deducir impuestos?	/		/		/		
6	¿Considera usted que la necesidad de vender derivados en cantidad es favorable para la rentabilidad de la empresa?	/		/		/		
7	¿Considera usted que se ha realizado el uso óptimo de los fondos y recursos de la empresa?	/		/		/		
8	¿Considera usted que el personal del área de finanzas está capacitado para optimizar el uso eficiente de los activos de la empresa?	/		/		/		
DIMENSIÓN 2: RENTABILIDAD FINANCIERA								
9	¿Considera usted que si existiera un correcto uso de capital se generaría valor para los accionistas?	/		/		/		
10	¿Considera usted que el capital adicional invertido de un socio es de fácil recuperación?	/		/		/		
11	¿Considera usted que es conveniente que los socios recuperen su inversión en menor tiempo como rendimiento sobre el patrimonio de los accionistas?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable / No aplicable ()
 Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Gallegos Montalvo Hugo

DNI: 07817099

Especialidad del validador: Auditoria

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

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

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

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

05 de enero del 2020


 Mg CPC. Hugo Gallegos Montalvo

Firma del Experto Informante.

Anexo 5: Matriz de datos

N°	VARIABLE 1: GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR												VARIABLE 2: RENTABILIDAD																			
	Dimensión 1: Termino de venta				Dimensión 2: Politica de crédito				Dimensión 3: Politica de cobranza				Dimensión 1: Rentabilidad economica						Dimensión 2: Rentabilidad financiera													
	N° preguntas				N° preguntas				N° preguntas				N° preguntas						N° preguntas													
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	
1	5	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	5	5	5	5	5	4	2	3	4	3	5	4	3	4	3	4	5	3	4	
2	5	5	3	2	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	1	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	
3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	5	5	2	3	4	4	4	5	1	3	4	4	5	3	5	
4	5	3	1	1	1	5	2	2	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	1	1	3	2	5	5	5	5	2	1	5	2	5	
5	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	
6	5	4	5	5	3	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	1	5	5	5
7	5	3	5	3	4	4	4	3	4	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5	5	3	2	3	3	3	2	4
8	4	3	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	1	3	4	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	4
9	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	4	2	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3
10	4	4	5	4	3	2	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	4	5	5	2	5	3	3	5	3	3	3
11	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	4	5	5	2	4	3	3	5	3	5	5
12	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	4	5	5	2	4	3	3	5	3	5	5
13	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	4	5	5	2	4	3	3	5	3	5	5
14	4	3	4	5	4	3	4	3	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	1	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	4	4
15	4	3	4	5	4	3	4	3	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	1	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	4	4
16	5	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	5	5	5	5	5	4	2	3	4	3	5	4	3	4	3	4	5	3	4	4
17	5	5	3	2	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	1	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5
18	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	5	5	2	3	4	4	4	5	1	3	4	4	5	3	5	5
19	5	3	1	1	1	5	2	2	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	1	1	3	2	5	5	5	5	2	1	5	2	5	5
20	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5
21	5	4	5	5	3	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	1	5	5	5
22	5	3	5	3	4	4	4	3	4	5	3	1	5	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5	5	3	2	3	3	3	2	4	4
23	4	3	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	1	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	4	4
24	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	4	2	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3
25	4	4	5	4	3	2	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	4	5	5	2	5	3	3	5	3	3	3
26	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	4	5	5	2	4	3	3	5	3	5	5
27	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	4	5	5	2	4	3	3	5	3	5	5
28	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	2	5	4	5	5	2	4	3	3	5	3	5	5
29	4	3	4	5	4	3	4	3	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	1	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	4	4
30	5	3	1	1	1	5	2	2	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	1	1	3	2	5	5	5	5	2	1	5	2	5	5
31	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5
32	5	4	5	5	3	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	1	5	5	5
33	5	3	5	3	4	4	4	3	4	5	3	1	5	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5	5	3	2	3	3	3	2	4	4
34	4	3	4	5	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	1	3	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	4	4
35	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	4	2	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3

Anexo 6: Propuesta de valor

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
MADERERA NUEVA ERA SAC
Moneda SOLES

ACTIVO	2018	PORCENTAJE	2019	PORCENTAJE	PASIVO	2018	PORCENTAJE	2019	PORCENTAJE
ACTIVO CORRIENTE					PASIVO CORRIENTE				
Efectivo y Equivalentes de Efectivo	146,247.30	1.18%	1,581,128.45	9.20%	Tributos, contraprestaciones y aportes al	154,138.04	1.24%	24,077.89	0.14%
Cuentas por Cobrar Comerciales - Terceros	2,523,000.91	20.33%	6,365,504.19	37.05%	Remuneraciones y participaciones por	188,448.75	0.87%	12,208.00	0.07%
Cuentas por Cobrar al personal, ArcDirect y	64,177.50	0.52%	1,400.00	0.01%	Cuentas por pagar comerciales - Terceros	1,567,212.22	12.67%	2,984,911.68	17.38%
Cuentas por Cobrar Diversas- Tercero	94,376.72	0.76%	460,712.42	2.68%	Cuentas por pagar a los accionistas (socios)	1,576,167.10	13.70%	1,396,690.74	8.13%
Servicios y Otros Contratados por Anticipado	37,338.68	0.30%	14,947.55	0.09%	TOTAL PASIVO CORRIENTE	3,405,966.91	27.45%	4,417,887.51	25.72%
Estimación de Cuentas de Cobranza Dudosas	-	-	27,445.02	-0.16%	PASIVO NO CORRIENTE				
Mercaderías	2,837,191.79	22.87%	1,850,134.51	10.77%	Obligaciones financieras	5,600,691.04	45.14%	7,269,458.13	43.32%
Existencias por recibir	71,652.25	0.58%	287,125.36	1.67%	Cuentas por pagar diversas - Terceros	361,263.90	2.91%	1,400,705.99	8.15%
Otras Cuentas por Cobrar (saldo a favor XCV)	462,474.54	3.73%	538,641.04	3.14%	Provisiones	1,019,137.88	8.21%	1,300,772.53	7.57%
Suministros Diversos			319.32	0.00%	Pasivo diferido	153,877.40	1.23%	-	0.00%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	6,209,814.67	50.04%	11,072,467.82	64.45%	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	7,133,978.22	57.50%	9,970,938.65	58.04%
					TOTAL PASIVO	10,539,945.13	84.95%	14,388,826.16	83.76%
ACTIVO NO CORRIENTE					PATRIMONIO				
Inversiones Inmobiliarias	-	0.00%	-	0.00%	Capital	1,515,221.78	12.21%	1,515,221.78	8.82%
Activos adquiridos en arrendamiento	-	0.00%	-	0.00%	Capital adicional	-	0.00%	-	0.00%
Inmuebles, maquinarias y equipos - Neto	5,571,774.55	44.91%	5,912,011.41	34.41%	Excedente de revaluación	1,436,510.64	11.50%	1,966,974.00	11.45%
Intangibles	60,464.99	0.49%	60,464.99	0.35%	Reservas	5,429.88	0.04%	5,429.88	0.03%
Activos Diferidos	566,357.10	4.56%	134,133.83	0.78%	Resultados	-	-	815,865.99	-6.58%
					Resultado del Ejercicio	-	-	263,622.05	-2.17%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	6,198,596.64	49.96%	6,106,610.23	35.55%	TOTAL PATRIMONIO	1,867,674.18	15.05%	2,790,261.89	16.24%
TOTAL ACTIVO	12,407,611.31	100.00%	17,179,078.05	100.00%	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	12,407,611.31	100.00%	17,179,078.05	100.00%

INTERPRETACIÓN:

Se observa que la estructura de los activos corrientes se concentra en un 50.04% y 64.45% de los años 2018 y 2019 respectivamente, por el lado del rubro de liquidez disponible, tenemos un aumento del 1.18% al 9.20% respectivamente, esto a resultado que se realizó las cobranzas generadas en años anteriores. Teniendo una alta representación se muestran las cuentas por cobrar con un porcentaje del 20.33% y 37.05% respetivamente, la cual asciende de S/ 2'523,000.91 a S/ 6'365,504.19.

Otro rubro que representa mayor valor, son las mercaderías manufacturadas con un porcentaje de 22.87% y 10.77% del año 2018 y 2019 respectivamente. Se

observa que existe un descenso en porcentaje del 2018 para el 2019 en mercaderías manufacturadas, esto quiere decir, que existió una mayor operación comercial y aumentó en las cuentas por cobrar para el año 2019. En lo que respecta a los activos no corrientes representan el 49.96% y 35.55% del total de los activos para el año 2018 y 2019 respectivamente, con una participación de inmuebles, maquinaria y equipo del 44.91% y 34.41% respectivamente. por el lado de los activos diferidos existe un descenso del 4.56% al 0.78% respectivamente., este resultado se debe a que los intereses generados en años anteriores se han devengado en el año 2019. Para los años referidos, la empresa tiene como obligaciones en el pasivo corriente el 27.45% y 25.72% respectivamente, por el lado de los pasivos no corrientes el 57.50% y 58.04% respectivamente, dentro de las deudas más representativas están: como a mayor prioridad, los tributos por pagar, que muestran un importe menor para el año 2019, de S/ 154, 138.84 a S/ 24,077.09 respectivamente, las remuneraciones por pagar también bajaron de S/ 108,448.78 A S/ 12,208.00 respectivamente; se puede aclarar que las deudas de mayor prioridad para el año 2019 han sido más bajas que los años anteriores. Las cuentas por pagar comerciales suman S/ 1,567,212.22 y S/ 2, 984,911.68 obteniendo un aumento del casi el 100% en las cuentas por pagar de los años respectivos. También están las Obligaciones Financieras, lo cual ascendió de S/ 5'600,691.04 a S/ 7'269,450.13, originado por financiamiento de pagarés de los bancos, para pagar obligaciones prioritarias, las cuenta por pagar diversas- terceros ascendieron de S/ 361,263.90 a S/ 1,400,705.99 nuevamente se obtuvo prestamos brindados por terceros. En relación a los pasivos se originaron mayores préstamos para el año 2019, esto en relación, a la falta de liquidez para pagar deudas prioritarias de la empresa de corto plazo. Finalmente, el Resultado del Ejercicio está marcado por una variación de pérdida a utilidad por un monto ascendente en 2019 de S/ 382,095.12.

ESTADO DE RENDIMIENTO FINANCIERO

MADERERA NUEVA ERA SAC

Moneda SOLES

	2018	%	2019	%
Ventas	18,900,132.29	100.00%	20,769,262.54	100.00%
Descuentos y Rebajas	- 6,350.40	-0.03%	2,127.10	0.01%
(-) Costo de Ventas	- 14,885,528.22	-78.76%	- 16,241,285.42	-78.20%
UTILIDAD BRUTA	4,008,253.67	21.21%	4,530,104.22	21.81%
GASTOS OPERATIVOS				
Gastos de Ventas	- 2,659,862.73	-14.07%	- 1,386,427.28	-6.68%
Gastos Administrativos	- 1,338,542.03	-7.08%	- 1,458,676.85	-7.02%
Total Gastos Operativos	- 3,998,404.76	-21.16%	- 2,845,104.13	-13.70%
UTILIDAD OPERATIVA	9,848.91	0.05%	1,685,000.09	8.11%
Ingresos Financieros	57,936.64	0.31%	67,807.22	0.33%
Gastos Financieros	- 403,419.90	-2.13%	- 1,563,651.44	-7.53%
Otros Ingresos Diversos	72,012.30	0.38%	192,939.25	0.93%
Cargas cubiertas por provisiones	-		-	
Dctos, por Bonificación Recibidas	-		-	
UTILIDAD ANTES DE PARTICIDAS EXCEPC	- 263,622.05	-1.39%	382,095.12	1.84%
Ingresos Excepcionales	-		-	
Gastos Excepcionales	-		-	
UTILIDAD ANTES DE PARTICIDAS E IMPTOS.				
Impuesto a la Renta	-		-	
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	- 263,622.05	-1.39%	382,095.12	1.84%

"Análisis e interpretación comparativo años 2018 y 2019:

Este análisis se hace con base a las Ventas Totales de la empresa Maderera Nueva Era S.A.C., tomando los rubros más representativos y analizando cuales son de mayor participación sobre las Ventas Totales. Como rubro más importante podemos observar que el Costo de Ventas ocupa el lugar más alto teniendo en cuenta una participación de 78.76% y 78.20% respecto a las Ventas Totales. El segundo rubro son los Gastos Operacionales con una participación de 21.16% y 13.70% respectivamente, indicando que la empresa destina un alto porcentaje en sus gastos de ventas. Comparando los gastos operativos de ambos años existe un descenso porcentual en importes de S/ 3'998,404.76 a S/ 2'845,104.13, es una disminución considerable ya que mantuvo una mejor rentabilidad para el año 2019. En Gastos Financieros hubo un aumento significativo de 2.13% a 7.53%, esto

debido a que se realizó mayores devengues de intereses generados por préstamos de años anteriores. Por último, hay pérdida en el año 2018 y para el 2019 presenta una creciente variación mínima del 1.84% sobre la Utilidad Neta."

INDICADORES ECONÓMICOS: ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

		2018	2019
Rotación de			
Ctas. por	Ventas al Crédito	18,900,132.29	20,769,262.54
Cobrar =			
	<u>Cuentas por Cobrar</u>	<u>2,523,000.91</u>	<u>6,365,504.19</u>

Rotación de			
Ctas. por	Ventas al Crédito	7	3
Cobrar =		=	
	<u>Cuentas por Cobrar</u>		

Plazo promedio de cobro

		2018	2019
Días Ctas. por	360	360	360
Cobrar =		=	
	<u>Rotación de Cuentas por Cobrar</u>	<u>7.49</u>	<u>3.26</u>
Días Ctas. por	360	48	110
Cobrar =		=	
	<u>Rotación de Cuentas por Cobrar</u>		

Se ha efectuado la oportunidad de cobro del producto de las ventas al crédito 7 y 3 veces en promedio, respectivamente a los años 2018 y 2019. Por otro lado el período promedio de la recuperación de las cuentas. por cobrar para el año 2018, se efectuó en 48 días, un plazo considerable, siendo este menor en comparación con el año 2019 que fue en 110 días. En conclusión, se observa una deficiencia de la política de crédito y cobranza con respecto a los años proporcionados, ya que a mayores días de cobro no se obtendrá la liquidez eficiente con que se espera, para que la entidad siga operando, cumpliendo con sus compromisos y fines.

RENTABILIDAD:

MARGEN DE UTILIDAD BRUTA

				2018		2019	
Margen de Utilidad Bruta=	Utilidad Bruta	*100		4,008,253.67	*100	4,530,104.22	*100
	<hr/>			<hr/>		<hr/>	
	Ventas Netas			18,900,132.29		20,769,262.54	
Margen de Utilidad Bruta =	Utilidad Bruta	=		21.21		21.81	
	<hr/>						
	Ventas Netas						

El margen bruto de utilidad tiene como resultado 21.21% y 21.81% para los años 2018 y 2019 respectivamente, producto de las ventas y deducción de los costos de ventas, adquisición de los productos vendidos y costos de producción de lo que se vende. Esto significa que por cada 1 sol vendido en la empresa estoy generando 0.21 y 0.22 centavos de utilidad bruta respectivamente. Entre mayor sea este índice existe la posibilidad de cubrir los gastos operacionales y el uso de financiación de la organización.

MARGEN DE UTILIDAD OPERACIONAL

		2018		2019	
Margen de Utilidad Operacional =	Utilidad Operativa	*100	9,848.91	*100	1,685,000.09
	Ventas Netas		18,900,132.29		20,769,262.54
Margen de Utilidad Operacional =	Utilidad Operativa	=	0.05		8.11
	Ventas Netas				

Las ventas netas generaron un 0.05% y 8.11% de utilidad operativa con respecto a los años 2018 y 2019 respectivamente. Esto significa que por cada 1 sol vendido en la empresa estoy generando 0.0005 y 0.08 centavos de utilidad operativa respectivamente. Se observa un deficiente control y altos costos de producción y gastos operativos; pero también se observa un crecimiento y mejora considerable en el último año; debido a la mejora en la administración de gastos operativos, costos fijos y variables y activos que posee la empresa.

MARGEN NETO DE UTILIDAD

		2018		2019	
Margen Neto de Utilidad =	Utilidad Neta	*100	-263,622.05	*100	382,095.12
	Ventas Netas		18,900,132.29		20,769,262.54
Margen Neto de Utilidad =	Utilidad Neta	=	-1.39		1.84
	Ventas Netas				

Las ventas netas generaron un 1.39% por pérdida y 1.84% por Utilidad para el año 2018 y 2019 respectivamente. Esto significa que por cada 1 sol que vendió la empresa generó 0.01 centavos de pérdida para el año 2018 y 0.02 centavos de Utilidad para el año 2019. Los resultados en este indicador muestran que el año 2018 la empresa ha obtenido pérdidas por el uso ineficiente de los gastos operativos, pero en el año 2019 tiene una ligera rentabilidad sobre las ventas de 1.84% considerando no solo el costo de producción, sino otros gastos desembolsables como la comercialización, promoción, distribución, gastos financieros, tributos, entre otros.

RENDIMIENTO DE PATRIMONIO (ROE)

			2018		2019	
Rendimiento de Patrimonio	Utilidad Neta	*100	-263,622.05	*100	382,095.12	*100
=	<hr/>		<hr/>		<hr/>	
	Patrimonio		1,867,674.18		2,790,261.89	
Rendimiento de Patrimonio	Utilidad Neta		-14.11		13.69	
=	<hr/>	=				
	Patrimonio					

Para el año 2018 la compañía presenta pérdidas acumuladas, sin embargo, en el año 2019 el rendimiento sobre la inversión de fondos propios correspondieron al 13.69% para los accionistas. A la vez ha contribuido al ocio y menor proporción de las inversiones porque se requiere un mayor esfuerzo de inversión.

RATIO DE RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS (ROA)

			2018		2019
ROA =	Utilidad Neta	*100	-263,622.05	*100	382,095.12 *100
	<hr/>		<hr/>		<hr/>
	Activos		12,407,611.31		17,179,078.05
ROA =	Utilidad Neta	=	-2.12		2.22
	<hr/>				
	Activos				

En el año 2018 la compañía presenta pérdidas acumuladas, sin embargo, se observa un ligero rendimiento de 2.22% en el año 2019 sobre la inversión de los activos que han sido financiados con los recursos propios o de terceros. Sin embargo, con el resultado no se puede valorar como rentable cuando esta ratio es menor a 5%. Lo que es más recomendable el uso de mayor tecnología, innovación y la tercerización. Por cada sol invertido resulta un 2.22% de rendimiento para tomar decisiones que puede pedir financiamiento externo para que los activos generen liquidez y rendimiento.

EBITDA

ESTADO DE RESULTADOS MADERERA NUEVA ERA S.A.C

	2018	%	2019	%
Ventas	18,900,132.29	100.00%	20,769,262.54	100.00%
Descuentos y Rebajas	- 6,350.40	-0.03%	2,127.10	0.01%
(-) Costo de Ventas	-14,885,528.22	-78.76%	-16,241,285.42	-78.20%
UTILIDAD BRUTA	4,008,253.67	21.21%	4,530,104.22	21.81%
<u>GASTOS OPERATIVOS</u>				
Gastos de Ventas	- 2,659,862.73	-14.07%	- 1,386,427.28	-6.68%
Gastos Administrativos	- 1,338,542.03	-7.08%	- 1,458,676.85	-7.02%
UTILIDAD OPERATIVA	9,848.91	0.05%	1,685,000.09	8.11%

EBITDA

UTILIDAD OPERATIVA	9,848.91 ✓	0.05%	1,685,000.09	8.11%
(+)DEPRECIACIONES	202,171.59	1.07%	202,171.59	0.97%
(+)AMORTIZACIONES	5,512.70	0.03%	5,512.70	0.03%
EBITDA	217,533.20 ✓	1.15%	1,892,684.38	9.11%

La empresa sin tener en cuenta aquellos gastos que no implica la salida de dinero está generando una utilidad EBITDA de 217,533.20 representado por 1.15% y 1, 892,684.38 representado por un 9.11% con respecto al año 2018 y 2019.

DETALLE MENSUAL DE SALDOS DE CUENTAS POR COBRAR 2019

ENERO 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	1,636,660.03	1,787,803.39	1,676,190.35	1,748,273.07
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	20,633.96	2,572.13	2,469.24	20,736.85
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-108,473.37	145,298.59	211,157.19	-174,331.97
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0.00	0.00	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	288,026.25	128,494.95	162,196.78	254,324.42
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	-82,723.61	105,152.71	0.00	22,429.10
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0.00	0.00	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	53,478.80	198,464.93	20,916.86	231,026.87
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	3,000.00	0.00	3,000.00	0.00
<u>12308</u>	Letras Por Cobrar Cobranza Libre Me Bcp	3,251.00	0.00	3,251.00	0.00
<u>12310</u>	Letras Por Cobrar Descuento Me	104,743.78	720.07	105,463.85	0.00
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	153,731.18	23,916.77	117,628.31	60,019.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-68,360.25	140,237.72	115,870.04	-43,992.57
<u>12314</u>	Letras En Protesto M.E	30,411.48	0.00	617.39	29,794.09
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	394,423.65	0.00	216,891.97	177,531.68
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0.00	0.00	47,274.15
<u>12421</u>	Letras Pendientes Por Cobrar	10,284.67	0.00	10,284.67	0.00
<u>12931</u>	Letras Por Cobrar	8,846.05	0.00	8,846.05	0.00
Total		2,523,000.91	2,532,661.26	2,654,783.70	2,400,878.47

FEBRERO 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	1,748,273.07	1,684,884.90	1,553,430.20	1,879,727.77
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	20,736.85	3,456.06	1,839.25	22,353.66
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-174,331.97	105,998.10	186,746.56	-255,080.43
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	254,324.42	83,086.26	140,146.18	197,264.50
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	22,429.10	0	0	22,429.10
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	231,026.87	34,814.33	182,495.50	83,345.70
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	0	56,833.60	0	56,833.60
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	60,019.64	0	0	60,019.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12314</u>	Letras En Protesto M.E	29,794.09	0	0	29,794.09
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	177,531.68	0	21,486.06	156,045.62
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		2,400,878.47	1,969,073.25	2,086,143.75	2,283,807.97

MARZO 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	1,879,727.77	2,276,487.48	1,789,196.21	2,367,019.04
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	22,353.66	0	72.33	22,281.33
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-255,080.43	281,868.35	140,098.05	-113,310.13
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	197,264.50	207,934.22	268,872.36	136,326.36
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	22,429.10	0	0	22,429.10
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	83,345.70	80,211.76	117,532.84	46,024.62
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	56,833.60	80,125.02	85,963.11	50,995.51
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	60,019.64	108,900.00	0	168,919.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12314</u>	Letras En Protesto M.E	29,794.09	0	0	29,794.09
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	156,045.62	52,392.00	120,228.00	88,209.62
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		2,283,807.97	3,087,918.83	2,521,962.90	2,849,763.90

ABRIL 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	2,367,019.04	1,863,762.86	2,293,647.64	1,937,134.26
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	22,281.33	0	0	22,281.33
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-113,310.13	84,873.26	87,970.78	-116,407.65
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	136,326.36	357,210.07	244,177.58	249,358.85
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	22,429.10	0	0	22,429.10
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	46,024.62	101,987.60	15,788.66	132,223.56
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	50,995.51	17,353.39	15,234.56	53,114.34
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	168,919.64	0	0	168,919.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12314</u>	Letras En Protesto M.E	29,794.09	0	0	29,794.09
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	88,209.62	88,565.12	52,392.00	124,382.74
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		2,849,763.90	2,513,752.30	2,709,211.22	2,654,304.98

MAYO 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
12121	Facturas Por Cobrar M.N.	1,937,134.26	2,112,294.09	2,289,361.04	1,760,067.31
12123	Facturas Por Cobrar M.E.	22,281.33	0	0	22,281.33
12201	Anticipo De Clientes Mn	-116,407.65	133,221.98	135,224.10	-118,409.77
12202	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
12301	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	249,358.85	205,796.09	303,224.42	151,930.52
12302	Letras En Descuento Bbva M.N.	22,429.10	0	0	22,429.10
12303	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
12304	Letras En Descuento Bcp M.N.	132,223.56	186,018.10	156,977.93	161,263.73
12306	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	53,114.34	10,917.11	20,897.34	43,134.11
12311	Letras En Protesto M.N.	168,919.64	0	0	168,919.64
12312	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
12314	Letras En Protesto M.E	29,794.09	0	0	29,794.09
12321	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	124,382.74	92,841.55	72,536.12	144,688.17
12411	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		2,654,304.98	2,741,088.92	2,978,220.95	2,417,172.95

JUNIO 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
12121	Facturas Por Cobrar M.N.	1,760,067.31	2,097,649.99	1,804,087.34	2,053,629.96
12123	Facturas Por Cobrar M.E.	22,281.33	0	2,108.89	20,172.44
12201	Anticipo De Clientes Mn	-118,409.77	229,703.32	173,614.52	-62,320.97
12202	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
12301	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	151,930.52	102,798.48	92,760.35	161,968.65
12302	Letras En Descuento Bbva M.N.	22,429.10	0	0	22,429.10
12303	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
12304	Letras En Descuento Bcp M.N.	161,263.73	2,702.60	87,209.56	76,756.77
12306	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	43,134.11	8,004.88	12,268.11	38,870.88
12311	Letras En Protesto M.N.	168,919.64	4,351.00	31,040.00	142,230.64
12312	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
12314	Letras En Protesto M.E	29,794.09	0	0	29,794.09
12315	Factura Negociable Cobranza Mn	0	208,256.07	208,256.07	0
12319	Factura Negociable Descuento Mn	0	208,256.07	208,256.07	0
12321	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	144,688.17	75,082.06	92,841.55	126,928.68
12411	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		2,417,172.95	2,936,804.47	2,712,442.46	2,641,534.96

JULIO 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	2,053,629.96	2,421,056.26	2,531,602.63	1,943,083.59
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	20,172.44	2,082.42	149.5	22,105.36
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-62,320.97	128,827.86	136,847.86	-70,340.97
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	161,968.65	171,857.03	214,262.27	119,563.41
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	22,429.10	105,959.76	92,981.20	35,407.66
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	76,756.77	107,017.24	33,191.42	150,582.59
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	38,870.88	4,917.11	44,034.21	-246.22
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	142,230.64	0	0	142,230.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12314</u>	Letras En Protesto M.E	29,794.09	0	29,794.09	0
<u>12315</u>	Factura Negociable Cobranza Mn	0	157,983.12	319,978.60	-161,995.48
<u>12319</u>	Factura Negociable Descuento Mn	0	319,978.60	156,114.00	163,864.60
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	126,928.68	153,523.90	156,377.90	124,074.68
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		2,641,534.96	3,573,203.30	3,715,333.68	2,499,404.58

AGOSTO 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	1,943,083.59	2,168,135.87	1,597,742.18	2,513,477.28
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	22,105.36	561.3	1.36	22,665.30
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-70,340.97	157,388.22	192,679.03	-105,631.78
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	119,563.41	138,505.08	165,719.51	92,348.98
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	35,407.66	54,432.62	0	89,840.28
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	150,582.59	12,332.19	90,274.14	72,640.64
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	-246.22	16,441.40	2,458.56	13,736.62
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	142,230.64	0	0	142,230.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12315</u>	Factura Negociable Cobranza Mn	-161,995.48	0	311,597.67	-473,593.15
<u>12319</u>	Factura Negociable Descuento Mn	163,864.60	311,597.67	90,633.72	384,828.55
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	124,074.68	52,252.20	0	176,326.88
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		2,499,404.58	2,911,646.55	2,451,106.17	2,959,944.96

SETIEMBRE 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	2,513,477.28	2,798,060.25	1,805,989.83	3,505,547.70
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	22,665.30	118,371.36	116,651.84	24,384.82
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-105,631.78	177,274.26	186,093.48	-114,451.00
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	92,348.98	291,269.08	227,140.04	156,478.02
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	89,840.28	0	0	89,840.28
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	72,640.64	208,749.92	147,113.55	134,277.01
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	13,736.62	2,458.55	7,917.10	8,278.07
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	142,230.64	0	2,000.00	140,230.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12315</u>	Factura Negociable Cobranza Mn	-473,593.15	0	248,123.53	-721,716.68
<u>12319</u>	Factura Negociable Descuento Mn	384,828.55	248,123.53	0	632,952.08
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	176,326.88	0	0	176,326.88
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		2,959,944.96	3,844,306.95	2,741,029.37	4,063,222.54

OCTUBRE 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial Saldo	Movimientos		Saldo
			Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	3,505,547.70	3,592,768.26	2,348,113.40	4,750,202.56
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	24,384.82	0	0	24,384.82
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-114,451.00	215,497.90	280,130.56	-179,083.66
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	156,478.02	557,343.20	620,564.74	93,256.48
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	89,840.28	60,571.73	4,673.81	145,738.20
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	134,277.01	489,174.35	81,903.33	541,548.03
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	8,278.07	0	0	8,278.07
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	140,230.64	0	0	140,230.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12315</u>	Factura Negociable Cobranza Mn	-721,716.68	161,995.48	357,227.35	-916,948.55
<u>12319</u>	Factura Negociable Descuento Mn	632,952.08	357,227.35	161,995.48	828,183.95
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	176,326.88	75,492.47	11,109.60	240,709.75
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		4,063,222.54	5,510,070.74	3,865,718.27	5,707,575.01

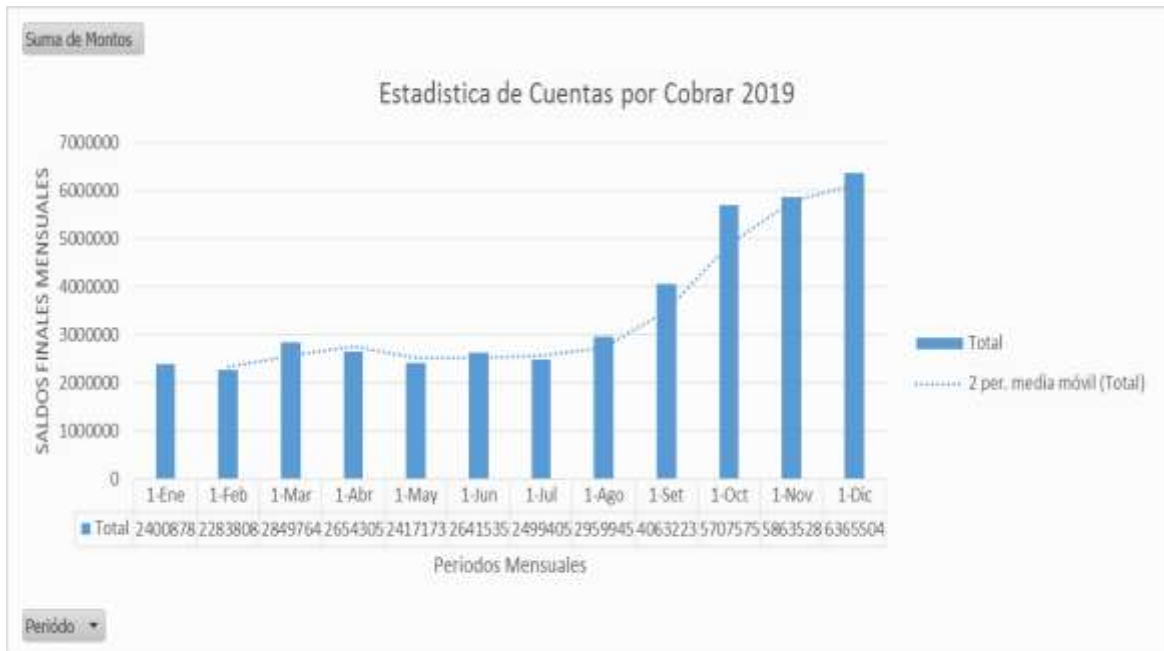
NOVIEMBRE 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial	Movimientos		Saldo
		Saldo	Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	4,750,202.56	1,693,735.37	1,894,059.54	4,549,878.39
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	24,384.82	0	0	24,384.82
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-179,083.66	263,648.86	160,963.68	-76,398.48
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	93,256.48	443,624.02	360,691.91	176,188.59
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	145,738.20	229,423.86	0	375,162.06
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	541,548.03	123,567.47	182,331.64	482,783.86
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	8,278.07	5,190.30	5,190.30	8,278.07
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	140,230.64	0	0	140,230.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12315</u>	Factura Negociable Cobranza Mn	-916,948.55	0	804,225.19	-1,721,173.74
<u>12319</u>	Factura Negociable Descuento Mn	828,183.95	804,225.19	0	1,632,409.14
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	240,709.75	0	0	240,709.75
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		5,707,575.01	3,563,415.07	3,407,462.26	5,863,527.82

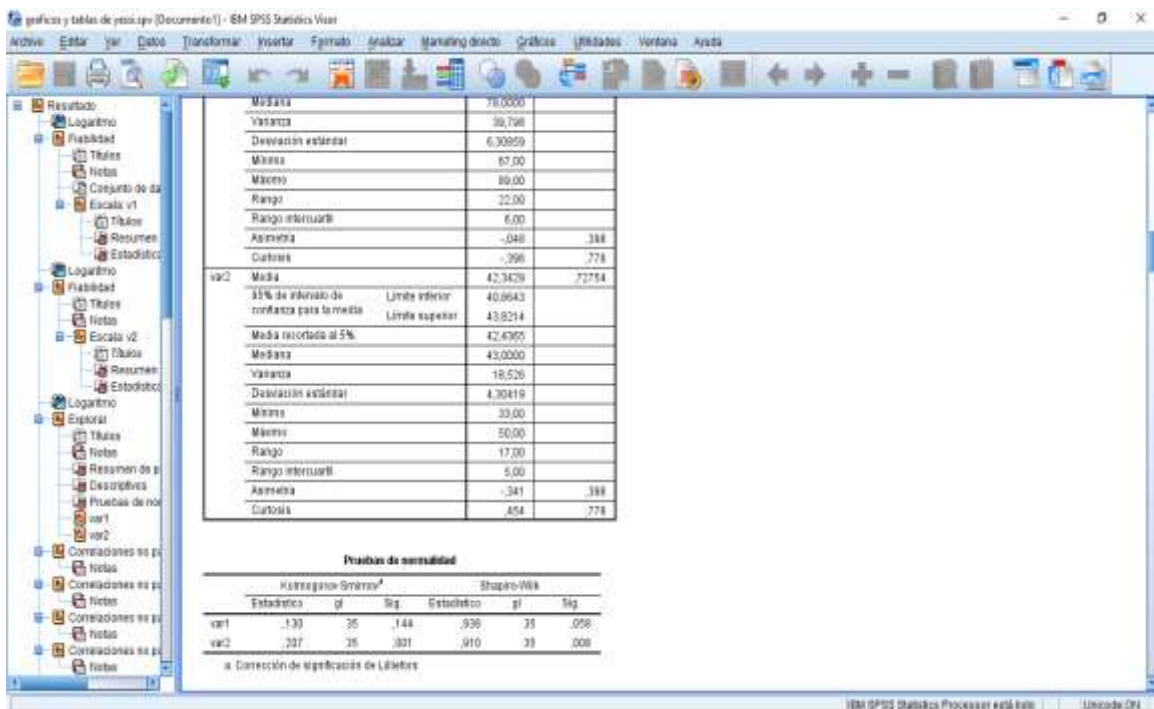
DICIEMBRE 2019

Cuenta	Descripción	Saldo Inicial	Movimientos		Saldo
		Saldo	Debe	Haber	
<u>12121</u>	Facturas Por Cobrar M.N.	4,549,878.39	1,675,422.18	1,570,238.92	4,655,061.65
<u>12123</u>	Facturas Por Cobrar M.E.	24,384.82	0	0	24,384.82
<u>12201</u>	Anticipo De Clientes Mn	-76,398.48	198,751.59	179,460.63	-57,107.52
<u>12202</u>	Anticipo De Clientes Me	-2,132.62	0	0	-2,132.62
<u>12301</u>	Letras Por Cobrar M.N. (Cartera)	176,188.59	397,193.68	407,241.43	166,140.84
<u>12302</u>	Letras En Descuento Bbva M.N.	375,162.06	49,670.78	0	424,832.84
<u>12303</u>	Letras Por Cobrar Cartera Me	29,925.76	0	0	29,925.76
<u>12304</u>	Letras En Descuento Bcp M.N.	482,783.86	337,879.12	0	820,662.98
<u>12306</u>	Letras En Cobranza Libre Bcp M.N.	8,278.07	0	0	8,278.07
<u>12311</u>	Letras En Protesto M.N.	140,230.64	0	0	140,230.64
<u>12312</u>	Letras Por Cobrar Cobranza M.N Scotiabank	-43,992.57	0	0	-43,992.57
<u>12315</u>	Factura Negociable Cobranza Mn	-1,721,173.74	0	17,466.48	-1,738,640.22
<u>12319</u>	Factura Negociable Descuento Mn	1,632,409.14	17,466.48	0	1,649,875.62
<u>12321</u>	Letras En Descuento Scotiabank M.N.	240,709.75	0	0	240,709.75
<u>12411</u>	Pendiente De Cobro	47,274.15	0	0	47,274.15
Total		5,863,527.82	2,676,383.83	2,174,407.46	6,365,504.19

ESTADÍSTICA DE CUENTAS POR COBRAR 2019



Pantallazos de procesamiento de datos



Informe anti plagio

procesamiento de datos.sav (Conjunto de datos) - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Manejo de datos Gráficos Estadísticas Ventanas Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Puntidos	Columnas	Asociación	Medida	Rol
18	X18	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
20	X20	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
21	Y1	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
22	Y2	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
23	Y3	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
24	Y4	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
25	Y5	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
26	Y6	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
27	Y7	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
28	Y8	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
29	Y9	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
30	Y10	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
31	Y11	Numérico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
32	var1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
33	var2	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
34	dim1v1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
35	dim2v1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
36	dim3v1	Numérico	8	2		Ninguna	Ninguna	10	Derecha	Escala	Entrada
37	Gastos_de_cuentas	Numérico	5	0	Gestión de cuentas por cobrar	{1, Bajo}	Ninguna	20	Derecha	Ordinal	Entrada
38	Rentabilidad	Numérico	5	0	Rentabilidad	{1, Bajo}	Ninguna	15	Derecha	Ordinal	Entrada
39	Término_de_venta	Numérico	5	0	Término de venta	{1, Bajo}	Ninguna	18	Derecha	Ordinal	Entrada
40	Política_de_crédito	Numérico	5	0	Política de crédito	{1, Bajo}	Ninguna	22	Derecha	Ordinal	Entrada
41	Política_de_esbancia	Numérico	5	0	Política de esbancia	{1, Bajo}	Ninguna	22	Derecha	Ordinal	Entrada
42											
43											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Windows 10