



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Gestión de créditos otorgados y su incidencia en la rentabilidad CMAC – Paita S.A.
Agencia Juanjui, 2018”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Contador Público

AUTORES:

Panduro Ruiz, Bryan (ORCID: 0000-0003-0869-9891)

Aguirre Vela, Janet (ORCID: 0000-0002-5339-7916)

ASESOR:

Mg. Rosales Bardalez, Carlos Daniel (ORCID: 0000-0002-2311-1577)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

TARAPOTO - PERÚ

2020

Dedicatoria

A Dios, quien nos ha cuidado y guiado cada paso que se ha dado, quien es nuestra fortaleza para seguir adelante con nuestros planes.

A nuestros padres que con tanta paciencia, sacrificio e infinito amor nos han brindado educación, valores y principios que nos han ayudado a formarnos y ser personas integras, que con sus sabios consejos nos han sabido encaminar durante nuestra trayectoria de vida.

A nuestros hermanos que siempre nos han apoyado en todo momento y nos enseñaron que con humildad, esfuerzo y paciencia todo se puede lograr.

Agradecimiento

A Dios, por ser nuestro Guardián y brindarles la Salud además de la fe inquebrantable.

A todos aquellos de una y otra manera colaboraron para que este trabajo de investigación fuese posible.

A la Universidad César Vallejo, por ser nuestra casa de estudios, por abrirnos las puertas y formarnos como unos buenos y exitosos alumnos y convertirnos en profesionales competitivos.

A la Caja Paita SA-Agencia Juanjui, por el apoyo necesario y la información brindada durante el proceso de investigación de nuestra tesis.

Página del jurado

Página del jurado.

Declaratoria de autenticidad

Declaratoria de autenticidad

Bryan Panduro Ruiz y Janet Aguirre Vela, estudiantes de Pregrado de la Escuela de Contabilidad, de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI 71464835 y 42881087 con la tesis titulada "Gestión de créditos otorgados y su incidencia en la rentabilidad CMAC – Paita S.A. Agencia Juanjui, 2018"

Declaro bajo juramento que:

- 1) La tesis es de mi autonomía.
- 2) He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada, ni total ni parcialmente.
- 3) La tesis no ha sido autoplagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falsa de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores) autoplagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Tarapoto, 12 de Enero de 2020



Bryan, Panduro Ruiz
DNI 71464835



Janet, Aguirre Vela
DNI 42881087

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	vi
Índice	vii
Índice de tablas	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	17
2.1. Tipo y diseño de investigación	17
2.2. Operacionalización de variables	17
2.3. Población, muestra y muestreo	19
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, valides y confiabilidad	19
2.5. Procedimiento	21
2.6. Métodos de análisis de datos	21
2.7. Aspectos éticos	23
III. RESULTADOS	24
IV. DISCUSIÓN	36
V. CONCLUSIONES	39
VI. RECOMENDACIONES	40
REFERENCIAS	41
ANEXOS	45
Matriz de consistencia	46
Instrumentos de recolección de datos	48
Validación de instrumentos	56
Constancia de autorización	59
Acta de aprobación de originalidad de tesis	60
Turnitin	61
Autorización de publicación de tesis	62

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de las variables	18
Tabla 2 Actividades – Cumplimiento en Términos de créditos.	26
Tabla 3 Deficiencias – Términos de créditos	27
Tabla 4 Evidencia – Términos de créditos	27
Tabla 5 Actividades – Cumplimiento en condiciones de créditos	28
Tabla 6 Deficiencias – Condiciones de créditos	28
Tabla 7 Evidencia – Condiciones de créditos	29
Tabla 8 Actividades – Cumplimiento en rotación de cartera y cuentas por cobrar.	29
Tabla 9 Deficiencia – Rotación de cartera y cuentas por cobrar.	30
Tabla 10 Evidencia – Rotación de cartera y cuentas por cobrar.	31
Tabla 11 Segunda evidencia – Rotación de cartera y cuentas por cobrar.	31
Tabla 12 Rentabilidad – Caja Paita – Agencia Juanjui.	32

Resumen

La investigación tiene como título “Gestión de créditos otorgados y su incidencia en la rentabilidad CMAC – Paita S.A. Agencia Juanjui, 2018”. Ha tenido como objetivo general evaluar la gestión del crédito otorgado y determinar su incidencia con la rentabilidad de CMAC-Paita SA- Agencia Juanjui, 2018. El estudio de la investigación fue de tipo aplicada. Ha tenido como muestra 1 trabajador administrador, 06 analistas de créditos y los informes de los estados financieros generados por el área de administración y contabilidad de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018. Utilizando como instrumentos a la guía de entrevista, observación y análisis documental. Llegando a concluir, las actividades de la gestión de créditos otorgados, no se cumplen en un 56.55%. Las deficiencias generaron una pérdida de **S/ 139,237.00**. La rentabilidad de la caja presenta índices bajos. Existe incidencia significativa entre la gestión de créditos otorgados y la rentabilidad en la CMAC Paita, Agencia Juanjui, Periodo 2018, debido al aumento de las cuentas por cobrar por los créditos otorgados, el cual ha provocado que la utilidad no sea la esperada y por ende los índices estén bajos, clientes con mora e inadecuada cobranza, de no haber sido por ello, se habría tenido mejor rentabilidad e incluso mejor que el periodo anterior.

Palabra Claves: Gestión de créditos otorgados, rentabilidad, créditos, ratios.

Abstract

The research is entitled “Management of loans granted and their impact on profitability CMAC - Paita S.A. Juanjui Agency, 2018”. Its general objective was to evaluate the management of the credit granted and determine its impact with the profitability of Cmac-Paita SA Agencia Juanjui, 2018. The research study was applied. It has had as sample 1 administrator worker, 06 credit analysts and the reports of the financial statements generated by the administration and accounting area of the Cmac-Paita SA Juanjui Agency, year 2018. Using as instruments the interview, observation and guidance guide documentary analysis Upon completion, the credit management activities granted are not fulfilled by 56.55%. The deficiencies generated a loss of S / 139,237.00. The profitability of the box has low rates. There is a significant impact between the management of loans granted and profitability in the CMAC Paita, Agencia Juanjui, Period 2018, due to the increase in accounts receivable for loans granted, inadequate sales control has caused that the profit is not expected and therefore the indexes are low, customers with default and inadequate collection, had it not been for that reason, would have had better profitability and even better than the previous period.

Keywords: Management of loans granted, profitability, credits, ratios.

I. INTRODUCCIÓN

Realidad problemática

Hace ya desde años anteriores, la revolución de las micro finanzas ha transformado el acceso de los servicios financieros para las poblaciones emergentes en todo el mundo. Los micros financieros en el país han adquirido mayor protagonismo en el sistema de intermediación financiera. Este rol se explica el hecho de que brindan apoyo económico enfocado hacia los micros y pequeñas empresas que les permita desarrollar sus operaciones, esto ha originado un crecimiento sostenible en instituciones financieras como las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC). De acuerdo con Cáceres, F. F. (2014) en su redacción de la economía en el diario Perú 21, menciona que Expedían en su informe anual de Riesgo Nacional, que los ciudadanos peruanos tienen un riesgo alto de deudas en un 30%, el gerente de la empresa, el señor Ricardo Martínez, señaló que el año anterior ha crecido el número de clientes, llegando a 250 mil, dicho reporte se genera debido a que las diversas entidades financieras brindan créditos a una misma persona, por factores como la competencia , la evaluación inadecuada al momento de brindar los préstamos.

A nivel nacional algunas organizaciones presentan problemas internos debido a la morosidad que son muy altas, por lo cual los vendedores tienen clientes que no son buenos en los pagos, es por ese motivo que los asesores crediticios por tener mayor cantidad de ventas, ya no se interesan por realizar las cobranzas, el encargado del área de finanzas debe dedicarle, entre el 40% y 50% de su tiempo en la gestión de créditos y cobranzas, mientras en el Perú el indicador está cerca de 25%.

Caja Municipal de ahorro y Crédito de Paita S.A constituida el 09 de noviembre de 1989, con domicilio fiscal en Jr. Plaza de Armas 176 Int.178 Res. Centro de la Ciudad (Centro de la Ciudad) Piura – Paita – Paita, perteneciente al sistema de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito del Perú, creada con el fin de fomentar el desarrollo, la bancarización y la inclusión financiera de peruanos, brinda servicios de intermediación monetaria con una vasta gama de productos de créditos, ahorros y servicios no financieros.

Con respecto a la gestión de créditos otorgados tenemos:

En la CMAC-Paita SA tienen optimizados su departamento de créditos y cobranzas, puesto que es primordial en una organización, cuyo trabajo es uno de los más difíciles de ejecutar, esto a causa de la baja rentabilidad que hay en el mercado con respecto a la cartera de los clientes, ya que el principal objetivo es determinar si las políticas de créditos y cobranzas inciden en la rentabilidad, basados en los indicadores, cosa que:

- En el **término de crédito** La Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Paita SA de la Agencia Juanjui está pasando por alto y habiendo una deficiente supervisión de créditos. El problema principal, inicia al momento de otorgar el crédito, ya que no cuentan con políticas de créditos y cobranzas estructuradas y que permitan realizar la evaluación y control del historial de los clientes desde la comunicación de los plazos de crédito otorgado, límite de créditos desembolsados. Descuentos por anticipar el pago, valorización de condiciones del crédito brindado. Cantidad de cuentas por cobrar, perdida de las cuentas que pasan a ser incobrables, intereses de morosidad cobrados que se tiene como prospecto hasta el cumplimiento de las obligaciones como deudor, dificultan la recuperación de la misma.

- Con respecto a las **condiciones de crédito**, las promociones que efectúa la CMAC Paita, Agencia Juanjui. No son acogedoras, ni se encuentran vigentes algunas, en plataforma existen afiches que no está actualizados, lo cual hace que los clientes se desanimen y opten por ir a otra caja, asimismo no se otorgan descuentos considerables a los clientes con pronto pago, lo cual ha provocado que ya no vuelvan a solicitar créditos.

-Con respecto a la **rotación de cartera y cuentas por cobrar** existen indicadores de rotación de colocaciones anuales del crédito, asimismo indicador periodo promedio de cobro La Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Paita SA de la Agencia Juanjui, se enfocó en créditos hasta medianas empresas, sin analizar que cuando estos incurren en mora será un gran golpe a la gestión de los créditos otorgados, esto se enfoca en los créditos agrícolas que fueron otorgados para siembra y cosecha de arroz, debido al constante desbalance en los precios, los clientes se vieron afectados, arrastrando una cadena que incluye el poder hacerse cargo de sus obligaciones financieras. Esto es un problema latente debido a la falta de recuperación asociada al índice considerable de carteras vencidas y la inclusión de la cartera refinanciada que presenta la CMAC Paita de la Agencia Juanjui y que, de acuerdo a los lineamientos de cuentas impagas, se provisiona.

Por otro lado, otras instituciones financieras en el Perú cuentan con una razonable rentabilidad que ayuda a cumplir con las inversiones, obligaciones administrativas etc., debido a la buena planificación y gestión que permite una buena rentabilidad financiera.

Por último, la Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Paita S.A al nivel corporativo viene sobresaliendo referente a la rentabilidad; pero en una baja proporción, debido a que sucursales como en el caso de la Agencia Juanjui la rentabilidad presenta una deficiencia con respecto a la gestión de créditos y cobranzas, créditos mal otorgados que viene siendo arrasado por periodos, esto asociado a la caída de los agricultores como los cacaoteros y arroceros, problemas que hoy en día se siente por las provisiones.

Trabajos previos

A nivel Internacional

Avelino, M. (2017). En su investigación: *Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Adecar CÍA. LTDA*. Tesis para obtener el título de Contador Público. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. Como objetivo general: Evaluar el impacto de las cuentas por cobrar en la liquidez. Tipo de investigación fue descriptiva. La población y muestra fue de 20 colaboradores. Concluye en lo siguiente: Las ratios financieras muestran que la empresa posee para el 2015 una razón corriente de 1.86 veces, demostrando una liquidez suficiente para hacer frente a sus obligaciones, el nivel de endeudamiento es de 29% de los activos totales. Con la evaluación de las cuentas por cobrar en la empresa Adecar, va a permitir que se mejore la gestión de cobranzas y la liquidez, como también poder implantar una cultura de calidad, desarrollando la actualización de las políticas y procesos para poder optimizar los recursos y cómo estos pueden incidir en los resultados financieros. Del mismo modo se pudo evidenciar que no hay una adecuada comunicación entre las áreas de ventas y cobranzas.

Carrera, S. (2017). En su investigación: *Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015*. (Tesis de pregrado en contabilidad). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Determina como objetivo general analizar la gestión de cobro de la empresa industrial en el periodo 2015 mediante el método

coso I. Tipo de investigación descriptiva. Población y muestra de 07 trabajadores. Concluye lo siguiente: El 100% de los encuestados mencionan que no están familiarizados con las políticas de crédito, existe inconformidad con los procesos ya que no están de acuerdo a que los plazos de crédito sean de 120 días, señalan que dicha política es inadecuada, el 85% indican que son indiferentes a la estructura del área en lo que concierne a cobranza, el 100% señalan que los controles de aprobación de crédito son inadecuados, el 70% consideran que el aplicar los controles garantizan que se pueden recuperar las cuentas por cobrar. Los procedimientos para la aprobación de créditos no son los correctos ya que se basan sol en la confianza que en los criterios. Asimismo los procesos para hacer efectivo los cobros no se basan en un manual, políticas o estudios de liquidez. Induplasma debe corregir estas deficiencias en lo que respecta a las cobranzas, mejorando la gestión de cobro.

Chiguano, A. (2016). En su investigación: *Diseño de un sistema de control interno a las cuentas por cobrar de la empresa industrial Isecom S.A.* (Tesis de grado en contabilidad). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. El objetivo general fue fabricar productos de alambre, metálicos y otros relacionados, comercializar productos de calidad que satisfagan al cliente en el mercado nacional e internacional manteniendo un equilibrio de intereses entre la sociedad y la empresa. La población y la muestra está conformada por 28 personas de la empresa. Concluyendo: El otorgar créditos brinda beneficios como: el aumento de producción de bienes y servicios, incremento de ventas, para ello, se plantean políticas y procedimientos para su respectivo desembolso y para su recuperación con el fin de minimizar el riesgo de pérdida. Cabe resaltar que las políticas internas son importantes para poder lograr un mejor control de los créditos. En el estudio realizado a las cuentas por cobrar, se determinó falencias, se propone implementar cambios con el objetivo de implementar un sistema de cobro y como se relaciona con el cliente.

Duran, J. (2015). En su investigación: *El control interno de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa el mundo Berrezueta Carmona y cía., en el cantón Camilo Ponce Enríquez.* (Tesis de grado contable). Universidad Técnica De Machala, Ecuador. El objetivo general fue establecer un control interno de las cuentas por cobrar que permita aplicarse en el proceso económico contable de la empresa. El

tipo de investigación fue cualitativo–cuantitativo–exploratorio y descriptivo. La población y muestra fueron de 52 trabajadores. Concluyendo: El sistema de gestión administrativo que vienen utilizando la empresa no ofrece las garantías necesarias para los resultados que se deben obtener en cada operación ejecutada, ya que se usa programas auxiliares.

A nivel Nacional

Becerra, L. Biamonte, C. y Palacios, E. (2017). En su investigación: *Cuentas por Cobrar y su incidencia en la Liquidez de la empresa Ademinsa S.A.C.* Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad Peruana de las Américas, Lima – Perú. El objetivo general fue determinar la incidencia entre ambas variables. Tipo de investigación, descriptiva. La población y muestra fue de 06 áreas de la empresa. Concluye en lo siguiente: De acuerdo al análisis comparativo, se evidenció que las cuentas por cobrar si inciden en la liquidez con un incremento de 0,57% en el periodo 2014 – 2015 con un importe de s/ 160,090.00. Asimismo las letras en descuento si inciden en la liquidez, así lo demuestra el análisis comparativo que muestra el aumento de los gastos financieros en 0.46% en los periodos 2014 – 2015 con un importe de S/ 79,727.00. Existe una disminución del efectivo en un 3.13% 2014-2015, con un importe de S/73,592.00, evidenciando la existencia de que las políticas de crédito y cobranza si inciden en la liquidez.

Flores, M. y Naval, Y. (2017). En su trabajo de investigación: *Relación de la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima periodos 2010 al 2014.* (Tesis de grado en contabilidad). Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. El objetivo principal fue determinar la relación entre ambas variables. Es una investigación de tipo descriptivo – correlacional. La población y muestra serán todas las empresas del sector industrial. Concluyendo: De acuerdo a los resultados, se evidencio que si existe relación entre las variables, de tal modo se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Vásquez, L. y Vega, E (2017). En su investigación: *Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Consermet S.A.C., Distrito de Huanchaco, Año 2016.* Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad

Privada Antenor Orrego, Trujillo – Perú. El objetivo fue determinar la influencia entre ambas variables. La población estuvo constituida por 04 áreas administrativas y la muestra el área de cobranza. Concluye en lo siguiente: La gestión de cuentas por cobrar hacen que exista disminución en la liquidez de la empresa. De acuerdo a los datos obtenidos se estableció que el nivel de ventas al crédito influye en el riesgo de liquidez, conllevando así a que la empresa carezca de liquidez para hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. De acuerdo a los resultados se pudo establecer la influencia de ambas variables de estudio, debido a que no se usan métodos de análisis.

Aguilar, V. (2012). En su investigación: *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista Corporación Petrolera S.A.C. - AÑO 2012*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad de San Martín de Porres, Lima – Perú. El objetivo fue determinar la incidencia de ambas variables. El tipo de investigación es aplicada. La población estuvo constituida por 63 personas de la empresa y como muestra a 50 trabajadores. Concluye en lo siguiente: La empresa no posee una adecuada política de créditos, ya que al momento de evaluar a un cliente solo tienen en cuenta el prestigio y la antigüedad, no realizan un procedimiento adecuado, conllevando a que la empresa contrate personal para que desempeñe esta labor, generando el incremento de gastos y afectando la liquidez de la misma. Asimismo la empresa no posee una política de cobranzas adecuada, ya que el plazo para la cancelación de créditos es de 45 días tal como se estipula en el contrato y no se realiza de acuerdo a ello y la empresa no posee un plan de contingencia para cubrir gastos.

A nivel local

Ríos, K. y Flores, C. (2017). En su investigación: *Análisis de los créditos otorgados por el sub comité de administración del fondo de asistencia y estímulo de los trabajadores del sector educación Iquitos Maynas Loreto, periodo 2012 – 2016*. El objetivo general fue determinar el comportamiento de los créditos otorgados, en el periodo 2012 – 2016. La investigación es de tipo descriptivo y de diseño no experimental. La población y muestra están conformados por todos los registros en libros de: créditos, recuperados, moras, colocaciones, liquidez. La investigación concluye en lo siguiente: Los créditos otorgados, no crecieron sostenidamente. En el

año 2013 creció 83.38% respecto al año 2012. Pero, los siguientes años mostraron crecimientos negativos. Los créditos recuperados, no se han incrementado año a año. Únicamente el año 2013 mostró un crecimiento de 1.19% respecto al año anterior, pero los años posteriores decrecieron de manera sostenida. Esta situación debe llamar la atención porque, al no recuperar el crédito otorgado, significa que la morosidad aumenta. No existe significancia estadística entre la morosidad y la liquidez, ya que el coeficiente de correlación (r) es igual a 0.66887267; valor muy lejano de 1 y de -1, lo que indica que la morosidad no influye en el comportamiento de la Liquidez. En ese mismo sentido, el Coeficiente de Correlación (R^2) reporta un valor de 0.447390649; muy lejano de 1; por lo que se puede afirmar que la Morosidad no determina el comportamiento de la Liquidez.

Teorías relacionadas al tema

Gestión de créditos otorgados

De acuerdo con el autor HIRT, G. (2013), menciona que el manejo de la gestión de créditos otorgados será una de las herramientas indispensables para el administrador financiero, para lograr la optimización del capital de trabajo y lograr la maximización del valor de la empresa.

Las instituciones que brindan créditos, su principal objetivo es satisfacer la demanda, por tal razón el desembolso de créditos y cobranzas debe estar en equilibrio con la oferta y demanda estableciendo el nivel correcto para obtener utilidades sin tener la necesidad de acudir en gastos adicionales para su mantenimiento. Es así que se debe tener en claro cuál es la demanda para brindar créditos, cuanto y cuando otorgar para que pueda haber una rotación a dicha demanda para no caer en créditos que no se puedan cobrar en los tiempos pactados.

Límite de créditos

Según el autor HIRT, G. (2013), el monto máximo de crédito que se puede otorgar, es el que se pueda cancelar puntualmente el crédito, a su vez basándose en la necesidad que pueda tener el cliente con lo que respecta a su capacidad de pago.

Debe asegurarse que la línea de crédito asignada proporcionada al cliente no interfiera con la recaudación y el beneficio del cliente específico; se debe prestar atención y atención a la cuenta de crédito. El método para determinar el límite varía entre clientes (personas físicas) y comerciantes (personas jurídicas).

Tipos de clientes

HIRT, G. (2013), menciona que existen dos tipos de clientes:

Clientes Actuales: (Persona, empresa u organización) realiza compras periódicas a la empresa. Son la causa de las ventas, por tanto, son la fuente de ingresos que percibe la empresa, que es lo que le permite ocupar una determinada cuota de mercado.

Clientes Potenciales: (Persona, empresa u organización) actualmente no compra bienes de la empresa, pero debido a que tiene la configuración, el poder adquisitivo y la autoridad de compra necesarios, se le considera como un cliente potencial en el futuro. Son productos que pueden generar una determinada cantidad de ventas en el futuro (a corto, medio o largo plazo), por lo que pueden ser considerados como una fuente de ingresos futuros.

Ubicación geográfica

Como menciona HIRT, G. (2013) en la práctica, el mercado se divide en mercados internacionales: mercados ubicados en uno o más países extranjeros de la misma forma. Mercado nacional: abarca todo el territorio nacional utilizado para el intercambio de bienes y servicios Mercado regional: área geográfica libremente determinada, que no necesariamente coincide con restricciones políticas Mercado de transacciones comerciales mayoristas: se desarrolla en áreas donde las empresas mayoristas operan en las ciudades. Finalmente, el mercado local: el desarrollo de áreas metropolitanas dentro de las tiendas existentes o modernos centros comerciales.

Evaluación de la gestión de créditos

Términos de crédito

Según el autor HIRT, G. (2013), El gerente financiero debe analizar el impacto de los cambios en la política de crédito y cobranza sobre la rentabilidad, liquidez y riesgo de

la empresa. Las políticas crediticias relajantes pueden estimular la demanda, pero incurrirán en costos adicionales de cuentas por cobrar y sufrirán un mayor riesgo de pérdida debido a deudas incobrables.

El crédito está conformado por lo siguiente: Plazo de crédito otorgado. Límite de créditos otorgados, descuentos por pronto pago, valorización de condiciones del crédito otorgado, volumen de cuentas por cobrar, pérdidas de cuentas incobrables, intereses moratorios cobrados.

Como menciona el autor HIRT, G. (2013), El estado económico y la política crediticia de la organización son las principales influencias en el nivel de cuentas por cobrar en la organización. Sin embargo, al igual que otros activos corrientes, el nivel de cuentas por cobrar puede variar en función del equilibrio entre rendimiento y riesgo. Es necesario insistir en que las políticas de crédito y cobranza de una organización no son independientes de otras organizaciones. Si el producto y el mercado de capitales son bastante competitivos, el método de cobro de crédito de la organización se verá afectado por otras instituciones.

Según Montaña, A. (2013). Las políticas vienen a ser las normas de conducta dictadas por la dirección que deben de poner en práctica los trabajadores de la empresa. Estas políticas deben ser proporcionadas por escrito.

En la organización se establece una estrategia para cada función específica, tales como: ventas, compras, producción, personal, crédito, estrategia de cobranza, etc. La política se basa en las metas de la empresa y departamentales y los lineamientos marcados por la junta directiva, por lo que no se puede generalizar, pero, por ejemplo, podemos señalar algunas de ellas: tiempo, pago puntual de intereses vencidos, bonificaciones, etc. (p.15)

Documentos para revisión:

- Plazo de crédito otorgado.

Es cuando la entidad, acuerda con su cliente financiar su factura y su tasa mensual con todos sus componentes a seis meses. (Fierro, A; Fierro, F. p.199).

- Límite de créditos otorgados.

Las instituciones financieras brindan a los clientes diferentes formas de financiamiento o crédito, y el monto máximo que pueden utilizar constituye la línea de crédito. (Diccionario económico).

- Descuentos por pronto pago.

Le piden al cliente que se lo quite o lo deje como parte del costo de inventario. (Fierro, A; Fierro, F. p.193)

- Valorización de condiciones del Crédito otorgado.

Identifique claramente los objetos de colección para registrarlos fácilmente y deposítelos en el banco de manera completa y oportuna. (Chong, E; Chávez, M; Quevedo M; Bravo, M. p.184)

- Volumen de cuentas por cobrar.

Los beneficios de aumentar las ventas deben compararse con el costo de establecer un departamento responsable de investigar a los clientes. (Chong, E; Chávez, M; Quevedo M; Bravo, M. p.184)

- Pérdidas de cuentas incobrables.

Después de la autorización de la junta directiva o los socios, la cuenta se clasifica como una deuda de difícil recuperación. (Fierro, A; Fierro, F. p.217)

- Intereses moratorios cobrados.

- Un interés debe ser imputado para propósitos contables. (Chong, E; Chávez, M; Quevedo M; Bravo, M. p.204).

Condiciones del crédito

HIRT, G (2013) menciona que estos permiten a las organizaciones obtener mayor número de clientes, sin embargo, es necesario tener sumo cuidado debido a que sin la supervisión o seguimiento pueden otorgar descuentos de carácter nocivo para la organización.

- **Promociones:** Son formas o estrategias para atraer más clientes, brindando las facilidades correspondientes, dependiendo el caso, así como campañas en épocas de fiestas o escolar.
- **Descuentos por pronto pago:** Cuando la empresa aumenta el descuento por pago oportuno, dado que las ventas deben aumentar, si la empresa está dispuesta a pagar diariamente, el precio unitario bajará, por lo que se puede esperar que cambie y afecte las ganancias.

Rotación de cartera y cuentas por cobrar

Según el autor HIRT, G. (2013), Para determinar el cálculo, divida el valor de las ventas a crédito en un período determinado por el valor promedio de las cuentas por cobrar durante el mismo período.

$$\text{Rotación de Cartera} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por cobrar}}$$

Documentos para revisión:

- Ventas anuales al crédito.

Pago a mediano y largo plazo luego de obtener bienes o servicios. (Definición ABC)

- Periodo promedio de cobro

Según el autor HIRT, G. (2013), Se obtiene dividiendo el saldo de la cuenta del cliente y el saldo de la cuenta de letras de cambio por las ventas netas y luego multiplicándolo por 365 días. La facturación se calculará dividiendo la cifra de ventas entre el saldo y la factura del cliente. A veces, solo se utiliza el saldo del cliente. Las cuentas por cobrar son activos corrientes solo en la medida en que puedan recuperarse en un plazo razonable.

Razones básicas:

$$\text{“Periodo promedio de cobranza”} = \frac{\text{cuentas por cobrar} \times \text{días en el año}}{\text{Ventas anuales a crédito}} = \text{días}$$

Rotación de ventas

Según Montaña, A. (2013). Da a conocer la cantidad que el solicitante puede vender con cada sol dado de crédito a sus clientes:

Como se ha visto, algunos indicadores pueden dar posición favorable y otro desfavorable para el cliente, para lo cual el ejecutivo de crédito deberá ponderarlos para tomar su decisión de aceptación o rechazo de la solicitud. (p.33)

Según Fierro, A. y Fierro, F. (2015). La rotación de cuentas por cobrar cumple un rol significativo, porque mide la gestión y permite estimar cambio en las políticas contables sobre recaudado, solo se cualquier cambio debe reconocerse de forma retrospectiva como se fuere aplicado toda la vida. Asimismo, permite que la liquidez de la empresa logre una mayor rotación y facilita el pago de la deuda que debe rotarse por debajo de la cartera, de lo contrario habrá un gap financiero porque el proveedor cobra antes de que se recupere el crédito. (p.219)

- Cuentas incobrables

La reducción del tiempo medio de cobro y el número estimado de cuentas incobrables deberían generar mayores beneficios. La desventaja del aumento de los descuentos por pronto pago es la disminución de los márgenes de beneficio unitario, porque más clientes eligen descuentos y pagan precios más bajos. Reducir o cancelar los descuentos por pago instantáneo tendrá el efecto contrario.

Rentabilidad

Bautista (2014) menciona que es el resultado de la evaluación de una organización, es decir cuenta con capacidad para generar ingresos o déficit dentro de un periodo, además de que guardan relación con la base medible en primera instancia.

Ratio

Definición

Los ratios o indicadores financieros son coeficientes o ratios de unidades contables y financieras que proporcionan medición y comparación, y se pueden utilizar para analizar el estado actual o pasado de una empresa.

Mera (2013) menciona que son indicadores que resultan luego de una medición, naturalmente son considerados los de rentabilidad, liquidez, solvencia, rotación de mercaderías, y otros.

Evaluación de la rentabilidad

Rentabilidad económica

Para el desarrollo y crecimiento de una empresa, se determina la utilización de recursos. El rendimiento que se obtiene de dichos recursos es denominado rentabilidad económica y relaciona los resultados obtenidos con los recursos utilizados.

Razón de Rentabilidad de Utilidad Neta sobre Activo Total ROA (o Utilidad sobre inversión)

Muestra el comportamiento de la empresa para generar ganancias.

$$\text{Ratio de utilidad inversión} = \text{Utilidad neta} / \text{Activo total}$$

Rentabilidad Financiera

Por lo general, se expresa como un porcentaje, vinculando el resultado neto a la contribución del propietario al patrimonio. Esta medida se puede obtener antes o después de impuestos.

Si medimos el impuesto sobre la renta después de gravarlo, el rendimiento de los activos netos será: Retorno sobre el capital (ROE) Es un índice de eficiencia que se utiliza para evaluar la capacidad de la empresa para generar ganancias a partir de las inversiones de los accionistas.

$$\text{ROE después de impuestos} = \text{Utilidad neta} / \text{Patrimonio Neto}$$

Rentabilidad sobre las ventas

Es una medida más precisa, debido a que toman en cuenta los gastos de las operaciones y los financieros que posee la empresa.

Mientras sea más elevado llega a representar una máxima rentabilidad; sin embargo, va a depender del modelo de empresa.

$$RV = \text{Utilidad neta del ejercicio} / \text{Ventas}$$

Formulación del problema

Formulación general

¿Cómo es la gestión del crédito otorgado y cuál es la incidencia en la rentabilidad de CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, 2018?

Específicos

- ¿Cuáles son las actividades del término de crédito, condiciones de crédito y la rotación cartera y cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018?
- ¿Cuáles son las deficiencias en las actividades del término de crédito, condiciones de crédito y la rotación de la cartera y cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018?
- ¿Cuáles son los índices de rentabilidad en la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018?
- ¿Cuál es la incidencia de la rentabilidad con las actividades del término de crédito, condiciones de crédito y la rotación de la cartera y cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018?

Justificación del problema

Justificación teórica.

Para la investigación se utilizó como autor principal de la primera variable Gestión de créditos otorgados a HIRT, G. (2013), Principios de Administración Financiera, que nos permitirán conocer el manejo de los recursos y las cuentas por cobrar que realiza la empresa. Para la segunda variable Rentabilidad se consideró autor principal autor a Bautista (2014), menciona a la rentabilidad como uno de los instrumentos más usados y de gran utilidad para realizar el análisis financiero.

Justificación metodológica.

En este estudio se han utilizado directamente métodos de investigación descriptiva simple en las actividades de gestión financiera de cuentas por cobrar y gestión de recursos, y se han utilizado técnicas de observación directa en el trabajo diario para realizar análisis de documentos sobre informes. Los datos financieros, así como la

recogida de datos auxiliares y las entrevistas para tabular los datos que contienen los resultados de la herramienta, estas técnicas permitirán dar respuesta a la gestión de los préstamos concedidos y su impacto en la rentabilidad.

Justificación práctica.

El desarrollo de esta investigación será de utilidad para la institución CMAC-Paita SA Juanjui, ya que será de gran ayuda para que la gerencia entienda las actividades de crédito y cobranza y cómo esto afecta directamente la rentabilidad, por lo que se debe mejorar en el futuro en la gestión de recursos. Créditos otorgados en decisiones de gestión.

Justificación social

El principio de negocio en marcha debe indicar que la organización está obligada a preparar información financiera según las dinámicas del estándar internacional, y a evaluar constantemente si la cuenta con la capacidad económica y operativa suficiente para continuar en funcionamiento favoreciendo a los usuarios interesados como los clientes para obtener la inversión deseada.

Justificación por conveniencia

La gerencia y trabajadores deben realizar evaluación pertinente, ya que pueden suceder situaciones adversas que generen incertidumbre sobre la continuidad normal de la empresa, le corresponde informar sobre esos datos debidamente en los Estados Financieros.

Hipótesis

La gestión del crédito otorgado incide significativamente en la rentabilidad de Cmac-Paita SA Agencia Juanjui, 2018.

Objetivos

Objetivo general

Evaluar la gestión del crédito otorgado y determinar su incidencia con la rentabilidad de CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, 2018.

Objetivos específicos

- Describir las actividades del término de crédito, condiciones de crédito y la rotación de la cartera y cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.
- Identificar las deficiencias de las actividades del término de crédito, condiciones de crédito y la rotación de cartera y cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.
- Determinar la rentabilidad de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.
- Establecer la incidencia de la gestión del crédito otorgado con la rentabilidad en la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

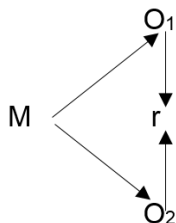
Tipo de estudio

La investigación es de tipo aplicada, debido a que se utilizará una teoría ya establecida para aplicarla y poder evaluar la gestión de las cuentas por cobrar y así determinar su influencia en la rentabilidad de CMAC-Paita S.A Agencia Juanjui, 2018. De esta forma, “Lleva a la práctica a los resultados de la investigación básica” (Maya, 2014, p. 17).

Diseño de investigación

El estudio ha presentado un diseño no experimental de corte transversal, debido a que de tal forma se medirá la rentabilidad para poder compararlos. Asimismo, “Se trabajan con base a eventos que ya sucedieron o se dieron en la realidad sin manipulación o intervención del investigador” (Maya, 2014, p. 129).

Su esquema puede representarse de la siguiente manera:



En dónde:

M = La CMAC – Paita S.A. Agencia Juanjui, año 2018.

O₁ = Gestión del Crédito otorgado.

O₂ = Rentabilidad

r = Incidencia.

2.2. Operacionalización de variables

Variable independiente: Gestión del Crédito otorgado.

Variable dependiente: Rentabilidad.

Tabla 1*Operacionalización de las variables*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Independiente: Gestión del crédito otorgado	Herramienta importante para optimizar el capital de trabajo y maximizar las utilidades.	Es un activo que permite convertirse en el corto plazo en efectivo	Términos de crédito Condiciones del crédito Rotación de cartera y cuentas por cobrar	Plazo de crédito otorgado Límite de créditos otorgados. Descuentos por pronto pago. Valorización de condiciones del Crédito otorgado. Volumen de cuentas por cobrar Pérdidas de cuentas incobrables Intereses moratorios cobrados Promociones Descuentos por pronto pago Ventas anuales al crédito Periodo promedio de cobro Rotación de ventas Cuentas incobrables	Nominal
Dependiente: Rentabilidad	Según Bautista (2014) señala que la rentabilidad: “Es la medida del rendimiento que, en un determinado periodo de tiempo, producen las magnitudes utilizadas y la comparación entre el beneficio generado y los recursos empleados invertidos para obtener las ventas, recursos propios y activos” (p.1).	Los ratios, de rentabilidad son coeficientes o razones que proporcionan unidades contables y financieras de medida y comparación entre dos periodos	Rentabilidad sobre los activos Rentabilidad sobre el patrimonio Rentabilidad sobre las ventas	Utilidad neta / Activo total Utilidad neta / Patrimonio Neto Utilidad neta del ejercicio/Ventas	Razón

Fuente: Elaboración propia.

2.3. Población, muestra y muestreo

Población y muestra

Población

Estuvo compuesta por: La empresa, las áreas que la integran, los 20 trabajadores y los informes de los estados financieros de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018. Asimismo, “Es un conjunto de personas, seres u objetos a los que se refieren los resultados de la investigación” (Maya, 2014, p. 34).

Muestra

Es no probabilística y estuvo conformada por: El área administración, 01 trabajador administrador, 06 analistas de créditos y los informes de los estados financieros generados por el área de administración y contabilidad de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018. Del mismo modo es un, “sub conjunto o parte de la población seleccionada para describir las propiedades o características” (Maya, 2014, p. 34).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, valides y confiabilidad

Este estudio ha presentado técnicas que ayudaron al investigador a recolectar más información sobre el estudio que está llevando a cabo.

Técnica

Comprendieron un conjunto de procedimientos sistemáticamente organizados que orientarán la profundización del conocimiento y la aplicación de nuevos métodos de investigación. (Maya, 2014, p. 5).

El fichaje

Traspasar la información contenida en el documento a un papel o cartón con el formato de una ficha textual. (Dusaillant, 2006, p. 37).

La observación

Consistirá en la contemplación sistemática y detenida de un grupo social que se pretende investigar. (Guirao, Bañuls, 2006, p. 2).

La Entrevista

Comunicación verbal (y no verbal) entre el entrevistador y el entrevistado. Existen entrevistas semiestructuradas o no estandarizadas, por lo que no pueden ser exhaustivas. (Guirao, Bañuls, 2006, p. 6).

El Análisis Documental

Se puede utilizar como fuente o referencia en cualquier momento y en cualquier lugar sin cambiar su naturaleza o significado para proporcionar información o explicar la realidad o los eventos. (Paramo, 2011, p. 197).

Instrumentos

Son los medios materiales que se utilizarán en la investigación y a través de ellos podremos obtener información requerida para el dicho estudio.

Fichas Textuales

Se pueden incluir anotaciones personales que nos ayuden a “reconocer” documentos (lo que es muy útil cuando al pasar el tiempo ya hemos acumulado decenas de ellos, si es que no cientos). (Dusaillant, 2006, p. 38).

Guía de Observación

Es la tecnología de producción de datos más versátil. Se basa en la capacidad de los investigadores para generar datos mediante la observación. (Gómez, 2014, p. 13).

Guía de Entrevista

Se diferencia de la encuesta por el grado de estructuración, las respuestas son imprevisibles. (Gómez, 2014, p. 13).

Guía de Análisis Documental

En ese sentido se tiene diferentes tipos de documentos que pueden ser libros y monografías, publicaciones periódicas académicas o no académicas, publicaciones de referencia, publicaciones técnicas y legales, material de referencia (Paramo, 2011, p. 197).

Validez

Para validar la información adquirida, ha sido sometida por la valoración de 3 maestros especialistas que examinarán si existe relación entre las variables de estudio. Es por ello que la presente investigación es válida porque tendrá el: “Grado en que un instrumento mide realmente lo que dice medir.” Es por ello que la investigación va estar acogido al juicio de los especialistas en la materia. (Gómez, 2014, p. 46).

Confiabilidad

La validación de los instrumentos se realizó a través de la firma de dos expertos en el ámbito contable, proporcionando de esta forma confiabilidad y credibilidad. La presente investigación es confiable porque: “Existe la probabilidad de que un componente o sistema pueda cumplir su función en las condiciones operativas especificadas durante un intervalo de tiempo dado” (Zapata, 2011, p. 3).

2.5. Procedimiento

Primero empieza con pre entrevista

Segundo se solicitan el acervo documentario de los créditos otorgados

Tercero se revisan los expedientes

Cuarto se elaboran las tablas de impacto

Quinto se consolida la información

Sexto se encuentran los hallazgos para valorizarlos

Séptimo se calcula la rentabilidad

Octavo se determina la incidencia del otorgamiento con la rentabilidad

2.6. Métodos de análisis de datos

El plan de análisis de datos debe realizarse antes del trabajo de campo.

Forma de tratamiento de datos

Primero se realizó la pre entrevista al gerente de la empresa para conocer el rubro y las deficiencias en el quehacer diario de las actividades conllevando a elaborar la problemática para plantear el título de la investigación. La búsqueda de la teoría, dimensiones e indicadores será mediante las fichas textuales como base de la

investigación, asimismo se utilizará el instrumento de la guía de observación para verificar el cumplimiento de las actividades que generan las cuentas por cobrar, posteriormente se utilizará la guía de análisis documental que servirá para obtener los reportes de las cuentas pendientes por cobrar como las cuentas incobrables.

Tabulación

Los datos recopilados fueron registrados en cuadros comparativos de acuerdo a las variables, que posteriormente serán ingresados a la base de datos del Microsoft Excel. “Es un mecanismo para clasificar datos a través de una tabla, que ayuda a explicar o tomar decisiones sobre temas específicos. (Gómez, 2014, p. 17).

Forma de análisis de información

Para realizar el análisis se ha empleado la estructura de tablas en el mismo Microsoft Excel para identificar las causas que generan el incumplimiento. Esta etapa tiene como objetivo mostrar qué tan bien los datos apoyan nuestra hipótesis. La etapa de análisis de datos cuantitativos se puede subdividir en: descripción y preparación (relevante o no) datos básicos para comparar (verificar) hipótesis.

Analizar la relación entre variables para verificar o refutar hipótesis válidas. El análisis de la relación entre variables asume que los datos o supuestos relacionados con los supuestos correspondientes a los supuestos o sus indicadores o índices están relacionados.

Cada hipótesis desarrollada a partir de la fase de estructuración expresa la relación que se considera correcta, según nuestra hipótesis, estas relaciones deben ser confirmadas mediante observación y análisis. Si al final la hipótesis es refutada por los datos, debes escribir una nueva hipótesis e intentar compararla con los datos disponibles, o en futuras investigaciones.

Una vez interpretados los datos, es necesario elaborar las conclusiones y elaborar el informe de investigación. (Gómez, 2014. p. 18).

2.7. Aspectos éticos

La entrevista como técnica de investigación:

- Nos identificamos claramente como investigadores. Esta identificación afecta, para bien o para mal, a la información que podamos recoger durante la entrevista, pero es importante ser honestos.
- Resulta fundamental explicitar el propósito de nuestra investigación y qué esperamos de la persona entrevistada para desarrollar la investigación.
- Asimismo, este formulario de consentimiento debe explicar cómo manejar la información y, en su caso, velar por su confidencialidad, anonimato, seguridad, difusión y cualquier otro uso especial que se pueda realizar. Los entrevistados podrán verificar la transcripción de la entrevista que hicimos y confirmar que realmente estamos diciendo lo que quieren expresar. En el diseño y desarrollo de las entrevistas se deben considerar aspectos relacionados con el género, raza, religión o clase social para asegurar que respetamos absolutamente al entrevistado. (Fábregas, 2016, p. 153-154).

III. RESULTADOS

Actividades del término de crédito, condiciones de crédito y rotación de la cartera y cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.

Luego de haber aplicado la entrevista a los analistas de crédito y administrador de la CMAC Paita SA, Agencia Juanjui, se procede con dar a conocer las respuestas de las preguntas efectuadas:

Empresa

- El rubro principal de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, es el otorgamiento de créditos a diferentes tipos de clientes, como microempresas, pequeñas empresas y personas naturales que deseen dinero para solventar sus necesidades.
- El segmento al que se encuentra dirigido es a las microempresas, pequeñas empresas y personas naturales.
- Los procedimientos de la gestión de créditos otorgados son: **Términos de créditos** que involucra el Plazo de crédito otorgado, límite de créditos otorgados, descuentos por pronto pago, valorización de condiciones del crédito otorgado, volumen de cuentas por cobrar, pérdidas de cuentas incobrables e intereses moratorios cobrados. Seguidamente, las **condiciones de crédito**, que involucra las Promociones y descuentos por pronto pago. Por último, está la **rotación de cartera y cuentas por cobrar**, que involucra las ventas anuales al crédito, periodo promedio de cobro, rotación de ventas y cuentas incobrables.

Términos de créditos

- 1- La CMAC Paita, Agencia Juanjui, otorga un plazo máximo para los créditos que ha otorgado, con la finalidad de que este pueda ser pagado con el tiempo necesario y se eviten los posibles atrasos por cada crédito en el pago de su cuota.
- 2- Existe un límite de crédito para cada tipo de cliente, los desembolsos se realizan de acorde a capacidad de cada uno de ellos, tipo de empresa o dedicación.
- 3- La CMAC Paita, Agencia Juanjui, no realiza los descuentos en todos los casos presentados de créditos puntuales en pago.
- 4- La CMAC Paita, Agencia Juanjui, realiza la valorización correcta en cuanto a las condiciones por realizar de los créditos otorgados.

- 5- No, existe un considerable volumen de cuentas por cobrar, las cuales aumentaron por los problemas presentados en la gestión de créditos otorgados.
- 6- La CMAC Paita, tiene cuentas por cobrar de sumas altas, las cuales repercuten en su rentabilidad, clientes que aún no han sido ubicados y no cancelaron el monto de su deuda.
- 7- La CMAC Paita, no implanta medidas y formas de solución para a aquellas cuentas que no pudieron ser saldadas y cobradas, provocando una deficiencia en este caso.
- 8- La CMAC Paita, agencia Juanjui, tiene un interés moratorio alto a comparación de otras cajas municipales.

Condiciones de crédito

- 9- La CMAC Paita, Agencia Juanjui, como toda caja municipal, cuenta con las promociones correspondientes, dependiendo de las temporadas durante el año, con la finalidad de atraer más clientes.
- 10- Las promociones implantadas en la CMAC Paita, no son aplicadas a todos los clientes, pues existe una determinada selección, lo cual provoca que no todos los créditos sean aprobados o se vayan a la competencia.
- 11- La CMAC Paita, otorga descuentos mínimos a sus clientes con pago puntual en las cuotas de los créditos que fueron otorgados, para de esa manera, recompensar la puntualidad de los mismos.
- 12- Los descuentos no son aplicables en todos los casos y en todos los clientes, pues cuenta con condiciones para poder darle el beneficio.

Rotación de cartera y cuentas por cobrar

- 13- La CMAC Paita, agencia Juanjui, otorga créditos desde corto a largo plazo independientemente de las cuotas en las que se pacta con el cliente.
- 14- La CMAC Paita, agencia Juanjui, no posee un adecuado control sobre las ventas de créditos efectuadas a sus clientes.
- 15- No existe un seguimiento adecuado para el pronto pago de sus clientes, no cuentan a veces con la información correspondiente.
- 16- En la CMAC Paita, agencia Juanjui, existe un analista encargado de la rotación de ventas efectuadas, que realiza las actividades en cuanto a créditos.

- 17- Las ventas efectuadas no han sido las favorables en este periodo, motivo por el cual la caja está presentando problemas que generan pérdidas.
- 18- La CMAC Paita, agencia Juanjui, no está realizando un control adecuado en las cuentas pendientes que tienen los clientes con la empresa financiera.
- 19- Dentro de la CMAC Paita, no existe un área permanente y especializado en cobranzas que garanticen los pronto pagos
- 20- En la CMAC Paita, agencia Juanjui, se realiza la visita respectiva a clientes con atraso, pero este no es permanente y en ocasiones las visitas no son realizadas de forma adecuada.

Deficiencias de las actividades del término de crédito y la rotación de las cuentas por cobrar que realiza la Cmac-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.

A continuación, se presentan las deficiencias encontradas en la CMAC Paita SA Agencia Juanjui:

Tabla 2

Actividades – Cumplimiento en Términos de créditos.

Dimensión	Lista de actividades	Si	No	Porcentaje %
Términos de créditos	¿Se otorga un plazo máximo de crédito otorgado?	X		4.76
	¿Tienen un límite de créditos por cada tipo de cliente?	X		4.76
	¿Realizan descuentos por pronto pago a los diferentes créditos?		X	4.76
	¿Realizan una valorización de condiciones de crédito otorgado?	X		4.76
	¿El volumen de cuentas por cobrar es mínimo?		X	4.76
	¿Las cuentas incobrables son bajas?		X	4.76
	¿En la CMAC Paita, Agencia Juanjui, implantan medidas de solución para las cuentas incobrables?		X	4.76
Total:		3	4	14.29 19.05

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Las actividades de términos de los clientes, el 14.29% se cumple adecuadamente, debido a que la CMAC Paita, Agencia Juanjui, otorga créditos con plazos considerables, así mismo posee un límite de crédito por cada cliente y realiza la valorización correspondiente de las condiciones de crédito otorgado. Por otro lado, el 19.05% no se cumple adecuadamente, esto se debe a que la caja no realiza descuentos a todos sus clientes por los créditos, además existen cuentas incobrables de montos elevados y no se está realizando medidas de solución para estos inconvenientes.

Tabla 3

Deficiencias – Términos de créditos

Preguntas contestadas con "NO"	Deficiencia	Consecuencia
¿Realizan descuentos por pronto pago a los diferentes clientes?	- No se realizan descuentos a clientes con pago puntual.	- Clientes insatisfechos.
¿El volumen de cuentas por cobrar es mínimo?	- El volumen de cuentas por cobrar es alto, de la misma forma sucede con las cuentas incobrables.	- Baja rentabilidad.
¿Las cuentas incobrables son bajas?		
¿En la CMAC Paita, Agencia Juanjui, implantan medidas de solución para las cuentas incobrables?	- No existen medidas de solución favorables para las cuentas incobrables.	- Cuentas incobrables, pérdida de dinero por los créditos otorgados.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4

Evidencia – Términos de créditos

Fecha	Cliente	Tipo de crédito	Monto
12/01/2018	01 – 1123	Crédito campaña	S/.4,765.00
22/02/2018	01 – 1189	Crédito rapidito	S/.2,345.00
04/04/2018	01 – 1224	Crédito agrícola	S/.1,248.00
24/05/2018	01 – 1259	Crédito Pymes Negocios	S/.6,789.00
10/06/2018	01 – 1312	Crédito Crece Mujer	S/.5,432.00
03/07/2018	01 – 1345	Crédito Consumo	S/.2,100.00
12/08/2018	01 – 1423	Crédito descuento por planilla	S/.2,450.00
09/09/2018	01 -1487	Crédito Pymes Negocios	S/.4,312.00
12/10/2018	01 – 1512	Crediplazo	S/.1,870.00
18/11/2018	01 – 1628	Crédito pignoraticio	S/.1,765.00
21/12/2018	01 – 1687	Crédito campaña	S/.3,678.00
Total:			S/.36,754.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 4 se puede apreciar las deudas incobrables de los créditos otorgados a los diferentes clientes, entre ellos destaca el crédito campaña, rapidito, agrícola, pymes negocio, crece mujer, consumo, descuento por planilla, crediplazo y pignoraticio, estos, provocándola pérdida de **S/ 36, 754.00.**

Tabla 5

Actividades – Cumplimiento en condiciones de créditos

Dimensión	Lista de actividades	Si	No	Porcentaje %
Condiciones de crédito	¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, cuenta con promociones constantes para atraer clientes?	X		8.33
	¿Las promociones vigentes se aplican a todos los clientes cliente?		X	8.33
	¿Se otorgan descuentos a los clientes con el pago oportuno de su deuda?	X		8.33
	¿Los descuentos son aplicables en todos los casos?		X	8.33
Total:		2	2	16.67 16.67

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La tabla indica que el 16.67% de las actividades se cumplen, donde la caja municipal cuenta con promociones para atraer clientes, no otorga descuentos a los clientes puntuales, sin embargo, el 16.67% no se cumplen adecuadamente, esto debido a las promociones son limitadas para los clientes, no aplica a todos, ni los descuentos se aplican en todos los casos.

Tabla 6

Deficiencias – Condiciones de créditos

Preguntas contestadas con "NO"	Deficiencia	Consecuencia
¿Las promociones vigentes se aplican a un solo tipo de cliente?	- Las promociones no aplican a todos los clientes.	- Clientes que acurren a otras entidades financieras, poca acogida de clientes nuevos.
¿Los descuentos son aplicables en todos los casos?	- Los descuentos no se aplican a todos los clientes.	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7*Evidencia – Condiciones de créditos*

Fecha	Tipo de crédito	Total
23/01/2018	Crediplazo	S/.2,786.00
25/02/2018	Crédito rapidito	S/.2,231.00
02/04/2018	Crédito agrícola	S/.2,341.00
14/05/2018	Crédito Pymes Negocios	S/.5,897.00
13/06/2018	Crédito Crece Mujer	S/.4,432.00
08/07/2018	Crédito agrícola	S/.4,322.00
11/08/2018	Crédito descuento por planilla	S/.2,766.00
01/09/2018	Crédito rapidito	S/.4,312.00
17/10/2018	Crediplazo	S/.3,456.00
12/11/2018	Crédito pignoraticio	S/.4,567.00
17/12/2018	Crédito rapidito	S/.3,678.00
Total:		S/.40,788.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La tabla 7, indica que, la lista de créditos otorgados en las fechas descritas, dejaron de ser canceladas, debido a las condiciones que la caja municipal puso a los clientes, estos siendo insatisfechos no han realizado el pago hasta la fecha, el monto es por **S/ 40,788.00**.

Tabla 8*Actividades – Cumplimiento en rotación de cartera y cuentas por cobrar.*

Dimensión	Lista de actividades	Si	No	Porcentaje %
Rotación de cartera y cuentas por cobrar	¿Existen créditos otorgados a corto plazo?	X		4.17
	¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, posee control de las ventas de crédito?		X	4.17
	¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, realiza el seguimiento correspondiente para el pronto pago de sus clientes?		X	4.17
	¿Existe un encargado que verifique la rotación de ventas?	X		4.17
	¿Las ventas realizadas favorecen a la empresa de acuerdo a los créditos otorgados a la fecha?		X	4.17
	¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, posee un control de las cuentas por cobrar?		X	4.17
	¿Existe un área de cobranza especializado en la Caja Paita, agencia Juanjui?		X	4.17
	¿La CMAC Paita – Agencia Juanjui, realiza la visita correspondiente a los clientes para que paguen sus deudas atrasadas?	X		4.17
Total:		3	5	12.50 20.83

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla 8, se puede apreciar que solo 3 actividades (12.50%), se cumplen parcialmente, esto, porque existen créditos otorgados por corto plazo, asimismo existe un encargado de verificación de rotación de ventas, así como las visitas correspondientes para el cobro de créditos. El 20.83% (5) de las actividades no se cumplen, debido a que en la CMAC Paita, no hay un control de ventas de crédito, no realiza el seguimiento de manera constante a sus clientes, las ventas no han sido favorables, no tiene un control eficiente en cuanto a cuentas por cobrar y carece de un área especializada en cobranzas.

Tabla 9

Deficiencia – Rotación de cartera y cuentas por cobrar.

Preguntas contestadas con "NO"	Deficiencia	Consecuencia
¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, <small>explorar sentimientos, puntos de vista de los involucrados, ideas y otros temas útiles para hallar la solución al conflicto</small> posee control de las ventas de crédito?	- No existe personal específicamente encargado de las ventas realizadas.	- Ventas a crédito no registradas de forma correcta, faltantes en el efectivo.
¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, realiza el seguimiento correspondiente para el pronto pago de sus clientes?	- No existe un seguimiento adecuado a los clientes que reciben los créditos.	- Deudas sin pago oportuno, sobrecarga de cuentas por cobrar.
¿Las ventas realizadas favorecen a la empresa de acuerdo a los créditos otorgados a la fecha?	- Las ventas realizadas no favorecen a la CMAC Paita debido a que estas no son canceladas conformemente.	- Ventas bajas, con poca rentabilidad.
¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, posee un control de las cuentas por cobrar? ¿Existe un área de cobranza especializado en la Caja Paita, agencia Juanjui?	- No existe un área especializada con trabajadores eficientes en el área de cobranza	- Pérdidas de capital por no ser pagadas correspondientemente.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10*Evidencia – Rotación de cartera y cuentas por cobrar.*

Mes	Tipo de crédito	S/
Enero	Crédito crece mujer	S/.1,456.00
	Crediplazo	S/.2,453.00
Febrero	Crédito vehicular	S/.4,321.00
	Crédito pignoraticio	S/.2,314.00
Marzo	Crédito descuento por planilla	S/.2,231.00
Abril	Crédito consumo	S/.1,854.00
Mayo	Crédito rapidito	S/.1,231.00
	Crédito vehicular	S/.1,154.00
Junio	Crediplazo	S/.1,786.00
Julio	Crédito Pyme negocios	S/.2,317.00
Agosto	Crediplazo	S/.1,800.00
Septiembre	Crédito pignoraticio	S/.2,314.00
	Crédito campaña	S/.987.00
Octubre	Crédito crece mujer	S/.1,234.00
Noviembre	Crédito consumo	S/.3,421.00
	Crédito descuento por planilla	S/.2,136.00
Diciembre	Crédito crece mujer	S/.4,321.00
Total:		S/.37,330.00

Fuente: Elaboración propia.**Interpretación:**

Como se puede observar en la tabla 10, no hubo un registro adecuados de los créditos, asimismo no hubo el seguimiento constante, provocando que estas cuentas no sean canceladas, todo ello por un total de **S/ 37,330.00**.

Tabla 11*Segunda evidencia – Rotación de cartera y cuentas por cobrar.*

Fecha	Cliente	Visita realizada	Crédito otorgado
18/01/2018	1189	1 visita	S/.2,100.00
28/02/2018	1236	Ninguna visita	S/.2,800.00
10/03/2018	1256	1 visita	S/.3,450.00
15/06/2018	1312	Ninguna visita	S/.3,245.00
23/07/2018	1345	Ninguna visita	S/.2,200.00
17/08/2018	1428	Ninguna visita	S/.2,600.00
12/11/2018	1456	1 visita	S/.3,670.00
25/11/2018	1501	1 visita	S/.2,000.00
18/12/2018	1534	Ninguna visita	S/.2,300.00
Total:			S/.24,365.00

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La tabla 11, da a conocer que la falta de un área de cobranza especializada ha provocado que los clientes no tengan las visitas y cobros correspondientes, todo esto siendo por un monto de **S/ 24,365.00**.

En general, las deficiencias presentadas hacen una pérdida de **S/ 139,237.00**.

Rentabilidad y las cuentas por cobrar de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.

Tabla 12

Rentabilidad – Caja Paita – Agencia Juanjui.

Rentabilidad	2018	2017
Rentabilidad sobre el activo	2%	4%
Rentabilidad sobre el patrimonio	11.90%	14.17%
Rentabilidad sobre las ventas	1.60%	2.77%

Fuente: Elaboración propia.

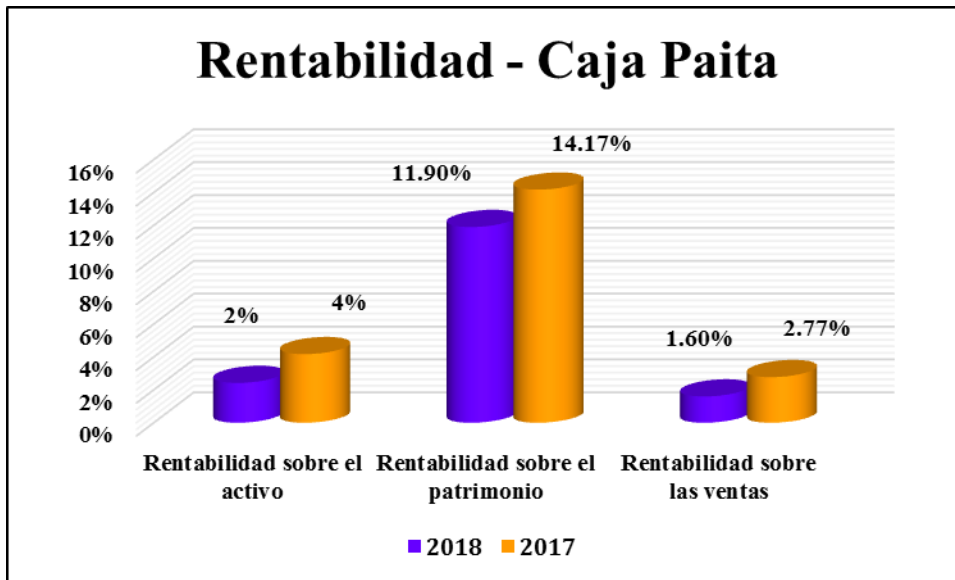


Figura 1: *Rentabilidad – Caja Paita, Agencia Juanjui.*

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

La tabla 12 y figura 1, señala que, la rentabilidad de la Caja Paita – Agencia Juanjui, Periodo 2018, es:

- **Rentabilidad sobre activo:** Por cada unidad monetaria invertida en los activos, la Caja Paita, Agencia Juanjui obtuvo, un 4 % en el año 2017, sin embargo, en el periodo, este bajó a un 2%, debido a que la utilidad en ese año fue de **S/ 45,655.80**, asimismo, las cuentas por cobrar aumentaron.
- **Rentabilidad sobre el patrimonio:** Por cada sol invertido por los accionistas, se obtuvo una ganancia del 14.17% en el año 2017, este para el 2018 bajo a un 11.90%, debido a que el patrimonio bajo en consideración del año anterior.
- **Rentabilidad sobre las ventas:** La ganancia obtenida por los intereses de los créditos otorgados a los clientes en la sede de Juanjui, para el 2017, fue un 2.77%, es decir por lo invertido en las ventas, por otra parte, en el año 2018, lo invertido en las ventas fue de 1.60%, bajando a diferencia del año anterior.

Gestión del crédito otorgado y su incidencia con la rentabilidad de Cmac-Paita SA Agencia Juanjui, 2018.

Problema: ¿Cómo es la gestión del crédito otorgado y cuál es la incidencia en la rentabilidad de CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, 2018?

Gestión de créditos otorgados						Rentabilidad																																															
Resumen del cumplimiento de actividades en la gestión de créditos otorgados en la Caja Paita – Agencia Juanjui.						Rentabilidad en la Caja Paita – Agencia Juanjui, periodo 2018:																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Gestión de créditos otorgados</th> <th>N° Act.</th> <th>Si</th> <th>%</th> <th>No</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Términos de créditos</td> <td>7</td> <td>3</td> <td>14.29</td> <td>4</td> <td>19.05</td> </tr> <tr> <td>Condiciones de crédito</td> <td>4</td> <td>2</td> <td>16.67</td> <td>2</td> <td>16.67</td> </tr> <tr> <td>Rotación de cartera y cuentas por cobrar</td> <td>8</td> <td>3</td> <td>12.50</td> <td>5</td> <td>20.83</td> </tr> <tr> <td>Total:</td> <td>19</td> <td>8</td> <td>43.45</td> <td>11</td> <td>56.55</td> </tr> </tbody> </table>						Gestión de créditos otorgados	N° Act.	Si	%	No	%	Términos de créditos	7	3	14.29	4	19.05	Condiciones de crédito	4	2	16.67	2	16.67	Rotación de cartera y cuentas por cobrar	8	3	12.50	5	20.83	Total:	19	8	43.45	11	56.55	Rentabilidad sobre activo: <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Obtenido</th> <th colspan="2">Esperado</th> </tr> <tr> <th>Montos</th> <th>%</th> <th>Montos</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>S/45,655.80</td> <td rowspan="2">2.42%</td> <td>S/143,817.89</td> <td rowspan="2">7.80%</td> </tr> <tr> <td>S/1,885,709.80</td> <td>S/1,844,634.89</td> </tr> </tbody> </table>				Obtenido		Esperado		Montos	%	Montos	%	S/45,655.80	2.42%	S/143,817.89	7.80%	S/1,885,709.80	S/1,844,634.89
Gestión de créditos otorgados	N° Act.	Si	%	No	%																																																
Términos de créditos	7	3	14.29	4	19.05																																																
Condiciones de crédito	4	2	16.67	2	16.67																																																
Rotación de cartera y cuentas por cobrar	8	3	12.50	5	20.83																																																
Total:	19	8	43.45	11	56.55																																																
Obtenido		Esperado																																																			
Montos	%	Montos	%																																																		
S/45,655.80	2.42%	S/143,817.89	7.80%																																																		
S/1,885,709.80		S/1,844,634.89																																																			
Se cumplen el 43.45% de las actividades, sin embargo, el 56.55% no se están cumpliendo conformemente.						<ul style="list-style-type: none"> - De no haberse generado el aumento de las cuentas por cobrar por los créditos otorgados, la rentabilidad habría sido un 7.80%, es decir, un 5.38% más de lo obtenido. - El inadecuado 																																															
Términos de crédito: En la caja Paita, no realiza descuentos a todos sus clientes por los créditos, además existen cuentas incobrables de montos elevados y no se está realizando medidas de solución para estos inconvenientes. Pérdida: S/ 36, 754.00.						Rentabilidad sobre el patrimonio: <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Obtenido</th> <th colspan="2">Esperado</th> </tr> <tr> <th>Montos</th> <th>%</th> <th>Montos</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>S/45,655.80</td> <td rowspan="2">11.90%</td> <td>S/143,817.89</td> <td rowspan="2">29.85%</td> </tr> <tr> <td>S/383,681.80</td> <td>S/481,843.89</td> </tr> </tbody> </table>				Obtenido		Esperado		Montos	%	Montos	%	S/45,655.80	11.90%	S/143,817.89	29.85%	S/383,681.80	S/481,843.89																														
Obtenido		Esperado																																																			
Montos	%	Montos	%																																																		
S/45,655.80	11.90%	S/143,817.89	29.85%																																																		
S/383,681.80		S/481,843.89																																																			
Condiciones de crédito: Las promociones son limitadas para los clientes, no aplica a todos, ni los descuentos se aplican en todos los casos. Pérdida: S/ 40, 788.00.						<ul style="list-style-type: none"> - La falta del control de los créditos, así como las promociones no aplicadas en todos los casos a los clientes, provocaron que lo invertido por los socios obtenga como rentabilidad, un 11.90%, de no haberse producido lo anterior, este sería del 29.85%. 																																															
Rotación de cartera y cuentas por cobrar: En la CMAC Paita, no hay un control de ventas de crédito, no realiza el seguimiento de manera constante a sus clientes, las ventas no han sido favorables, no tiene un control eficiente en cuanto a cuentas por cobrar y carece de un área especializada en cobranzas. Pérdida: S/ 61, 695.00.						Rentabilidad sobre las ventas <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Obtenido</th> <th colspan="2">Esperado</th> </tr> <tr> <th>Montos</th> <th>%</th> <th>Montos</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>S/45,655.80</td> <td rowspan="2">1.60%</td> <td>S/143,817.89</td> <td rowspan="2">4.80%</td> </tr> <tr> <td>S/2,854,321.00</td> <td>S/2,993,558.00</td> </tr> </tbody> </table>				Obtenido		Esperado		Montos	%	Montos	%	S/45,655.80	1.60%	S/143,817.89	4.80%	S/2,854,321.00	S/2,993,558.00																														
Obtenido		Esperado																																																			
Montos	%	Montos	%																																																		
S/45,655.80	1.60%	S/143,817.89	4.80%																																																		
S/2,854,321.00		S/2,993,558.00																																																			
Las deficiencias presentadas hacen una pérdida de S/ 139,237.00.						<ul style="list-style-type: none"> - La utilidad durante el periodo fue de S/ 45,655.80, es decir, por cada sol invertido en las ventas, se obtuvo el 																																															

beneficio de 1.60%, las deficiencias generadas por el aumento de las cuentas, clientes con mora e inadecuada cobranza provocaron que este sea bajo, de no haber sido de esa forma, este habría sido del 4.80%.
--

Incidencia: Existe incidencia significativa entre la gestión de créditos otorgados y la rentabilidad en la CMAC Paita, Agencia Juanjui, Periodo 2018.

IV. DISCUSIÓN

Para la elaboración de la presente investigación se tuvo en cuenta lo descrito por Hirt (2013), quien describe las actividades de la gestión de otorgamiento de créditos, donde están los términos de crédito, condiciones de crédito y rotación de cartera y cuentas por cobrar. Como primer resultado se tiene: Las actividades de la gestión del crédito otorgado de la CMAC – Paita SA, Agencia Juanjui, 2018, son términos de crédito, condiciones de crédito, rotación de la cartera y cuentas por cobrar, de tal forma, solo el 43.45% se cumplen oportunamente y el 56.55% no se cumplen conformemente. Los resultados descritos guardan relación con Carrera (2017), quien concluye, En la encuesta realizada, se puede comprobar que la informalidad de la gestión de cobranza, el 100% de los encuestados no conocía la política crediticia, y había diferencias con el proceso existente: no estaban de acuerdo con el plazo de crédito de 120 días, y creían que esta política era La empresa no es suficiente e insatisfecha con la gestión; 85% de la gente es indiferente a la estructura del área de cobranza; 100% cree que el control de aprobación de crédito es insuficiente, pero 70% cree que la aplicación de medidas de control garantiza la recuperación de cuentas por cobrar y sigue invirtiendo Análisis de cartera para clasificar y crear provisiones para deudas dudosas y creer que las provisiones para deudas dudosas son importantes. En la entrevista admitimos que existe una estructura para el cobro de cuentas por cobrar, pero no se ha realizado una evaluación crediticia, la única política clara es que el plazo de pago de la factura establecida es de 120 días. En resumen, el proceso de solicitud de aprobación de crédito es vacío, se basa en la confianza, no en criterios de clasificación de riesgo. La gestión de cobranza no sigue manual, políticas o estudios formales de liquidez, sino que sigue las decisiones del mercado, un plazo dado puede poner en riesgo el negocio de la empresa en el corto o mediano plazo. La empresa debe mejorar su organización en la gestión de cobranza con base en la clasificación de los clientes; segmentar los clientes por monto y capacidad de pago; modificar el proceso de crédito distinguiendo la fecha de vencimiento de las facturas; automatizar la información y el crédito de los clientes; identificar los motivos de los atrasos, y Publicar informes sobre las características del cliente e información relacionada sobre sus pagos de manera oportuna.

Como segundo resultado: Las deficiencias encontradas son: En los términos de crédito, no realiza descuentos a todos sus clientes, además existen cuentas incobrables de montos elevados y no se está realizando medidas de solución para estos inconvenientes. En las condiciones de crédito, Las promociones son limitadas para los clientes, no aplica a todos. En la rotación de cartera y cuentas por cobrar, la no hay un control de ventas de crédito, no realiza el seguimiento constante a sus clientes, las ventas no han sido favorables, no tiene un control eficiente en cuanto a cuentas por cobrar y carece de un área especializada en cobranzas. La pérdida hace un total de **S/ 139,237.00**. El resultado tiene relación con Chiguano (2016), quien concluye, En la actualidad el crédito es de importancia para la economía de los países y de las empresas, ya que su utilización produce beneficios como: Aumento en las ventas. Aumento de la producción de bienes y servicios. Se propone Políticas y procedimientos para la otorgación Créditos, Recuperación de Créditos, con el objetivo de ayudar a minimizar el riesgo de cuentas incobrables, y como se debería actuar para la recuperación por vía legal en el caso de existir clientes morosos, promoviendo desde luego el diálogo y entendimiento con el cliente ya que es nuestra fundamental fuente de ingreso. Las políticas y procedimientos internos son esenciales para lograr un control efectivo sobre el sector crediticio. El sistema debe utilizarse como una herramienta que pueda realizar eficazmente el cobro de cuentas por cobrar. La investigación sobre las cuentas por cobrar de la empresa industrial Isecom S.A permitió identificar sus deficiencias, por lo que se propusieron algunos cambios para implementar el sistema de cobranza y su relación con los clientes.

Como tercer resultado: La rentabilidad de la CMAC – Paita, Agencia Juanjui, es baja a comparación del periodo anterior, debido a; en la rentabilidad sobre activos; Por cada unidad monetaria invertida en los activos, obtuvo un 2%. En la rentabilidad sobre el patrimonio; por cada sol invertido por los accionistas, se obtuvo un 11.90%. En la rentabilidad sobre las ventas, la ganancia obtenida por los intereses de los créditos otorgados a los clientes, fue del 1.60%. El resultado tiene relación con Avelino (2017), quien concluye, El coeficiente circulante de la empresa en 2015 fue de 1,86 veces y se obtuvo suficiente liquidez para respaldar las deudas internas y externas. El nivel de deuda de la empresa fue del 29% de sus activos totales, financiados por acreedores. Si estos activos totales se liquidaran a precios contables, serían reembolsados El 71% de

su valor quedará después de la deuda actual, este problema debe ser corregido mediante estrategias internas y externas de gestión de cobranza. Defender la idea "La evaluación de las cuentas por cobrar de Adecar Cía. Ltda., Permitirá mejorar los resultados de la gestión de cobranza y liquidez, e implementar una cultura de calidad, actualizar políticas y procedimientos para optimizar los recursos y su impacto en los resultados financieros".

Como resultado general se tiene: Existe incidencia significativa entre la gestión de créditos otorgados y la rentabilidad en la CMAC Paita, Agencia Juanjui, Periodo 2018, debido al aumento de las cuentas por cobrar por los créditos otorgados, inadecuado control de ventas ha provocado que la utilidad no sea la esperada y por ende los índices estén bajos, clientes con mora e inadecuada cobranza, de no haber sido por ello, se habría tenido mejor rentabilidad e incluso mejor que el periodo anterior. El resultado tiene relación con Becerra, Biamonte & Palacios (2017), quien concluye; de acuerdo al análisis comparativo, las cuentas por cobrar sí afectaron la liquidez de la empresa, el análisis comparativo mostró que en comparación con el 2014 al 2015, las cuentas por cobrar aumentaron en S / 160,090.00, un incremento de 0.77%. El incumplimiento del pago oportuno acordado en el documento ocasionará perjuicios a la organización y existe el riesgo de no proceder en la fecha prevista de vencimiento, todo lo cual afectará el cumplimiento de las obligaciones vigentes. De acuerdo al análisis comparativo, si la factura de descuento afecta la liquidez de la empresa, indica que los gastos financieros se han incrementado en 0.46% de 2014 a 2015, que es S / 79,727. De acuerdo al análisis comparativo, las políticas de crédito y cobranza sí afectan la liquidez, la comparación muestra que el efectivo ha disminuido (3.13%) de 2014 a 2015, que es de S / 73,592.

V. CONCLUSIONES

Se concluye lo siguiente:

- 5.1 Las actividades de la gestión del crédito otorgado de la CMAC – Paita SA, Agencia Juanjui, 2018, son términos de crédito, condiciones de crédito, rotación de la cartera y cuentas por cobrar, de tal forma, solo el 43.45% se cumplen oportunamente y el 56.55% no se cumplen conformemente.
- 5.2 Las deficiencias encontradas son: En los **términos de crédito**, no realiza descuentos a todos sus clientes, además existen cuentas incobrables de montos elevados y no se está realizando medidas de solución para estos inconvenientes. En las **condiciones de crédito**, Las promociones son limitadas para los clientes, no aplica a todos. En la **rotación de cartera y cuentas por cobrar**, la no hay un control de ventas de crédito, no realiza el seguimiento constante a sus clientes, las ventas no han sido favorables, no tiene un control eficiente en cuanto a cuentas por cobrar y carece de un área especializada en cobranzas. La pérdida hace un total de **S/ 139,237.00**.
- 5.3 La rentabilidad de la CMAC – Paita, Agencia Juanjui, es baja a comparación del periodo anterior, debido a; en la **rentabilidad sobre activos**; Por cada unidad monetaria invertida en los activos, obtuvo un 2%. En la **rentabilidad sobre el patrimonio**; por cada sol invertido por los accionistas, se obtuvo un 11.90%. En la **rentabilidad sobre las ventas**, la ganancia obtenida por los intereses de los créditos otorgados a los clientes, fue del 1.60%.
- 5.4 Existe incidencia significativa entre la gestión de créditos otorgados y la rentabilidad en la CMAC Paita, Agencia Juanjui, Periodo 2018, debido al aumento de las cuentas por cobrar por los créditos otorgados, inadecuado control de ventas ha provocado que la utilidad no sea la esperada y por ende los índices estén bajos, clientes con mora e inadecuada cobranza, de no haber sido por ello, se habría tenido mejor rentabilidad e incluso mejor que el periodo anterior.

VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda lo siguiente:

- 6.1 Se recomienda a la Caja Paita – Agencia Juanjui, implementar un programa de actividades que contribuyan con el cumplimiento de las mismas, asimismo, brindar información oportuna a los clientes para que estos puedan realizar el pago efectivo de sus cuotas del crédito otorgado.

- 6.2 A la Caja Paita – Agencia Juanjui, se le recomienda controlar los créditos otorgados con el debido tiempo, ofrecer promociones que atraiga más clientes y estos puedan acceder a ello, implementar el área de cobranza con personal debidamente capacitado que realice las visitas de manera constante.

- 6.3 Se recomienda a la Caja Paita – Agencia Juanjui, realizar un control trimestral de los estados financieros y tenerlos en cuenta para mejorar como empresa, asimismo recuperar los créditos que aún no han sido cancelados, brindar la atención necesaria para fidelizar a los clientes y por ende no se vea afectado en la rentabilidad.

- 6.4 Se recomienda a la Caja Paita – Agencia Juanjui, tener en cuenta las políticas para la gestión de créditos otorgados, con la finalidad de que se respeten y den a conocer las condiciones de crédito, así como la mejora en el control de las ventas, realizar reuniones constantes que ayuden a mejorar la rentabilidad de la Caja Paita.

REFERENCIAS

- Aguilar, V. (2012). *Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa contratista Corporación Petrolera S.A.C. - AÑO 2012*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad de San Martín de Porres, Lima – Perú. Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/653/3/aguilan_vh.pdf
- Avelino, M. (2017). *Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa adecar CÍA. LTDA*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1299/1/T-ULVR-1390.pdf>
- Becerra, L. Biamonte, C. y Palacios, E. (2017). *Cuentas por Cobrar y Su Incidencia en la Liquidez de la Empresa Ademinsa S.A.C*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad Peruana de las Américas, Lima – Perú. Recuperado de: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/103/ADEMINSAS.20S.A.20201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrera, S. (2017). *Análisis de la Gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015*. (Tesis de pregrado en contabilidad). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador. Recuperada de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14504/1/UPS-GT001932.pdf>
- Chiguano, A. (2016). *Diseño de un sistema de control interno a las cuentas por cobrar de la empresa industrial Isecom S.A.* (Tesis de grado en contabilidad). Universidad Central del Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperada de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/9870/1/T-UCE-0003-CA074-2016.pdf>
- Chimbo, G. (2018). *Periodo promedio de cobranza*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/GisselaChimbo/perodo-promedio-de-cobranza>
- Chong, E., Chávez, M., Quevedo, M., Bravo, M. (2011). *Contabilidad financiera intermedia: Estados Financieros y análisis de las cuentas del activo*. Miembro de la Asociación Peruana de Editoriales Universitarias y Escuelas Superiores (Apesu) y miembro de Asociación de editorial Universitarias de América Latina y Caribe (Eulac). Ciudad de lima, Perú.

- DefinicionABC. (2018). *Definición de ventas al crédito*. Recuperado de:
<https://www.definicionabc.com/economia/venta-a-credito.php>
- Duran, J. (2015). *El control interno de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa el Mundo Berrezueta Carmona y Cía., en el Cantón Camilo Ponce Enríquez*. (Tesis de grado contable). Universidad Técnica De Machala, Ecuador. Recuperado de:
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4621/1/TUACE-2015-CA-CD00006.pdf>
- Dusaillant, J. (2006). *Consejos al investigador: Guía práctica para hacer una tesis*. (1ª edición). Editorial: Ril. Ciudad: Santiago de Chile.
- Economipedia. (2018). Al Contado. Recuperado de:
<https://economipedia.com/definiciones/al-contado.html>
- Expansión. (2018). *Diccionario Económico*. Recuperado de:
<http://www.expansion.com/diccionario-economico/limite-de-credito.html>
- Fábregas, S., Meneses, J., Rodríguez, D., Paré, M., (2016). *Técnicas de investigación social y educativa*. Recuperada de:
http://femrecerca.cat/meneses/files/tecnicas_de_investigacion_social_y_educativa_2016.pdf
- Fierro, A. y Fierro, F. (2015). *Contabilidad de activos con enfoque NIIF para las pymes*: ECOE ediciones. Ciudad de Bogotá, Colombia.
- Flores, M. y Naval, Y. (2017). *Relación de la gestión de cuentas por cobrar y la rentabilidad de las empresas del sector industrial que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima periodos 2010 al 2014*. (Tesis de grado en contabilidad). Universidad Peruana Unión, Lima, Perú. Recuperada de:
http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1173/Mitzy_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gómez, C. (2014). *Investigación sociológica*. Recuperada de:
<http://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/30449/TEMARIO2014.pdf;jsessionid=6A3B26C38EA8A0163F4CA82EFBBCF876?sequence=1>
- Guirao, C; Bañuls, F; (2006). *Sociología: Métodos de Investigación*. Recuperado de:
<https://antropokrisis.files.wordpress.com/2011/02/sociologc3ada-metodos-de-investigacic3b3n.pdf>

- Hirt, G. (2013). *Administración Financiera*. Mc. Graw. Hill Editorial / Interamericana editores SA. De CV. 14avª. Edición. México.
- Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación*. Recuperada de: file:///D:/metodologia%20de%20investigacion/metodos_y_tecnicas.pdf
- Montaño, A. (2013). *Administración de la cobranza programación y control Primera Edición*. Editorial Trillas. Ciudad México D.F
- Paramo, P. (2011). *La investigación en ciencias sociales*. (1ª edición). Editorial: Universidad Piloto de Colombia. Ciudad: Bogotá – Colombia.
- Prezi. (2018). *Indicadores de Rotación*: Recuperado de: <https://prezi.com/lyraghtsmpn3/indicadores-de-rotacion/>
- Redacción BBC, (2017). *Países con la gasolina más cara y más barata del mundo*. Disponible en: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-38586505>
- Redacción EC, (2014). *Fondo para estabilizar precios de combustibles debe más de S/800 mlls*. Disponible en: <https://elcomercio.pe/economia/peru/fondo-estabilizar-precios-combustibles-debe-s-800-mlls-noticia-553194>.
- Redacción EC, (2014). *Puntos debe considerar para dar crédito a tus clientes*. Disponible en: <https://elcomercio.pe/economia/personal/puntos-debe-considerar-dar-credito-tus-clientes-369742>
- Ricra, M. (2013) *Métodos de análisis financiero para su empresa I: Índices de liquidez*. Fuente: *Actualidad Empresarial* N° 273. Disponible en: http://aempresarial.com/servicios/revista/273_2
- Ríos, K. y Flores C. (2017). *Análisis de los créditos otorgados por el sub comité de administración del fondo de asistencia y estímulo de los trabajadores del sector educación Iquitos Maynas Loreto, periodo 2012 – 2016*. Tesis para obtener el título profesional de Magister en Gestión empresarial. Universidad Nacional de la Amazonia Peruana. Recuperado de: http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5394/Karina_Tesis_Maestria_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Vásquez, L. y Vega, E (2017). *Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Consermet S.A.C., Distrito de Huanchaco, Año 2016*. Tesis para obtener el título profesional de Contador Público. Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo – Perú. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaoep/2353/1/RE_CONT_LUIS.VASQU

EZ_ENITH.VEGA_GESTION.DE.CUENTAS.POR.COBRAR.Y.SU.INFLUENCI
A.EN.LA.LIQUIDEZ_DATOS.PDF

Zapata, C. (2011). *Confiabilidad en Ingeniería*. Recuperada de:
http://www.feis.unesp.br/Home/departamentos/engenhariaeletrica/lapsee/curso_2011_zapata_1.pdf

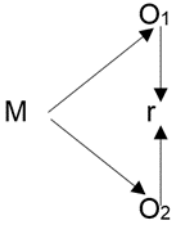
ANEXOS

Matriz de consistencia

Título: “Gestión de créditos otorgados y su incidencia en la rentabilidad CMAC-Paita S.A. - Agencia Juanjui, 2018”

Autor: Bryan, Panduro Ruiz y Janet, Aguirre Vela

Formulación del problema general	Hipótesis	Objetivo general	Aspectos teóricos
<p>¿Cómo es la gestión de créditos otorgados y cuál es la incidencia en la rentabilidad de CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, 2018?</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las actividades del término de crédito, condiciones de crédito y la rotación de la cartera y cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018? • ¿Cuáles son las deficiencias en las actividades del término de crédito, condiciones de crédito y la rotación de cartera y cuentas por cobrar que realiza la 	<p>La gestión del crédito otorgado incide significativamente en la rentabilidad de CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, 2018.</p>	<p>Evaluar la gestión de créditos otorgados y determinar su incidencia con la rentabilidad de CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, 2018.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las actividades del término de crédito y la rotación de las cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018. • Identificar las deficiencias de las actividades del término de crédito, condiciones de crédito y la rotación de cartera y cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018. • Determinar la rentabilidad y las cuentas por cobrar de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018. • Medir la incidencia de las actividades del término de crédito y la rotación de las cuentas por cobrar con la rentabilidad en la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018. 	<p>Variable: Gestión de créditos otorgados</p> <p>Herramienta importante para optimizar el capital de trabajo y maximizar la utilidad.</p> <p>Variable: Rentabilidad</p> <p>Según Bautista (2014) señala que la rentabilidad: “Es la medida del rendimiento que, en un determinado periodo de tiempo, producen las magnitudes utilizadas y la comparación entre el beneficio generado y los recursos empleados invertidos para obtener las ventas, recursos propios y activos” (p.1).</p>

<p>CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los índices de rentabilidad y las cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018? • ¿Cuál es la incidencia de la rentabilidad con las actividades del término de crédito y la rotación de las cuentas por cobrar que realiza la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018? 														
Diseño de investigación	Variables de estudio		Población y muestra	Técnicas Instrumentos										
 <p>Diseño no experimental.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Variables</th> <th>Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">Gestión del crédito otorgado.</td> <td>Términos de crédito</td> </tr> <tr> <td>Condiciones del crédito</td> </tr> <tr> <td>Rotación de cartera y cuentas por cobrar</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">Rentabilidad</td> <td>Utilidad neta / Activo total</td> </tr> <tr> <td>Utilidad neta / Patrimonio Neto</td> </tr> <tr> <td>Utilidad neta del ejercicio/Ventas</td> </tr> </tbody> </table>	Variables	Dimensiones	Gestión del crédito otorgado.	Términos de crédito	Condiciones del crédito	Rotación de cartera y cuentas por cobrar	Rentabilidad	Utilidad neta / Activo total	Utilidad neta / Patrimonio Neto	Utilidad neta del ejercicio/Ventas		<p>Población La empresa, las áreas que los integran, los 20 trabajadores y los informes contables generados por diferentes actividades.</p> <p>Muestra El área de Administración, 01 trabajador administrador, 06 analistas de créditos y los informes y reportes de créditos otorgados por el área de administración y contabilidad.</p>	<p>Técnica Entrevista Observación Análisis documental</p> <p>Instrumento Guía de entrevista Guía de observación Guía de análisis documental.</p>
Variables	Dimensiones													
Gestión del crédito otorgado.	Términos de crédito													
	Condiciones del crédito													
	Rotación de cartera y cuentas por cobrar													
Rentabilidad	Utilidad neta / Activo total													
	Utilidad neta / Patrimonio Neto													
	Utilidad neta del ejercicio/Ventas													

Instrumentos de recolección de datos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Guía de entrevista

Entrevista al Gerente de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.

En esta entrevista, te presentamos una serie de preguntas abiertas relacionadas con la gestión de créditos otorgados y rentabilidad de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui

Por favor se le pide responder las preguntas con seriedad, sinceridad y honestidad, ya que sus resultados servirán para detectar las deficiencias por las que a traviesa la empresa en el manejo de las cuentas por cobrar y poder mejorar con el desarrollo del presente trabajo de investigación:

Nombre del entrevistado:.....

Cargo:

Ciudad: **Fecha:**.....

Espacio Presencial: **Presencial**.....**Vía telefónica**.....

Empresa

¿Cuál es el rubro principal de la CMAC-Paita SA Agencia Juanjui?

¿A qué segmento está dirigida la comercialización del negocio?

¿Cómo son las actividades de la gestión de créditos otorgados?

Términos de créditos

1. ¿Se otorga un plazo máximo de crédito otorgado?
2. ¿Tienen un límite de créditos por cada tipo de cliente?
3. ¿Realizan descuentos por pronto pago a los diferentes créditos?
4. ¿Realizan una valorización de condiciones de crédito otorgado?
5. ¿El volumen de cuentas por cobrar es mínimo?
6. ¿Las cuentas incobrables de montos bajos?
7. ¿En la CMAC Paita, Agencia Juanjui, implantan medidas de solución para las cuentas incobrables?

8. ¿El porcentaje de interés moratorio que tiene la CMAC Paita, Agencia Juanjui, es bajo?

Condiciones de crédito

9. ¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, cuenta con promociones constantes para atraer clientes?
10. ¿Las promociones vigentes se aplican a un solo tipo de cliente?
11. ¿Se otorgan descuentos a los clientes con el pago oportuno de su deuda?
12. ¿Los descuentos son aplicables en todos los casos?

Rotación de cartera y cuentas por cobrar

13. ¿Existen créditos otorgados a corto plazo?
14. ¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, posee control de las ventas de crédito?
15. ¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, realiza el seguimiento correspondiente para el pronto pago de sus clientes?
16. ¿Existe un encargado que verifique la rotación de ventas?
17. ¿Las ventas realizadas favorecen a la empresa de acuerdo a los créditos otorgados a la fecha?
18. ¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, posee un control de las cuentas por cobrar?
19. ¿Existe un área de cobranza especializado en la Caja Paita, agencia Juanjui?
20. ¿La CMAC Paita – Agencia Juanjui, realiza la visita a los clientes para que paguen sus deudas atrasadas?

Guía de observación

CMAC-Paita SA Agencia Juanjui, año 2018.

Fecha:.....

Empresa:.....

Ubicación:.....

Tiempo de observación:.....

Observador(a):.....

Dimensiones	Maneja reportes de:	SI	NO
Términos de crédito	¿Se otorga un plazo máximo de crédito otorgado?		
	¿Tienen un límite de créditos por cada tipo de cliente?		
	¿Realizan descuentos por pronto pago a los diferentes clientes?		
	¿Realizan una valorización de condiciones de crédito otorgado?		
	¿El volumen de cuentas por cobrar es mínimo?		
	¿Las cuentas incobrables son bajas?		
	¿En la CMAC Paita, Agencia Juanjui, implantan medidas de solución para las cuentas incobrables?		
Condiciones de crédito	¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, cuenta con promociones constantes para atraer clientes?		
	¿Las promociones vigentes se aplican a un solo tipo de cliente?		
	¿Se otorgan descuentos a los clientes con el pago oportuno de su deuda?		
	¿Los descuentos son aplicables en todos los casos?		
Rotación de cartera y cuentas por cobrar	¿Existen créditos otorgados a corto plazo?		
	¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, posee control de las ventas de crédito?		
	¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, realiza el seguimiento correspondiente para el pronto pago de sus clientes?		
	¿Existe un encargado que verifique la rotación de ventas?		
	¿Las ventas realizadas favorecen a la empresa de acuerdo a los créditos otorgados a la fecha?		
	¿La CMAC Paita, Agencia Juanjui, posee un control de las cuentas por cobrar?		
	¿Existe un área de cobranza especializado en la Caja Paita, agencia Juanjui?		
	¿La CMAC Paita – Agencia Juanjui, realiza la visita correspondiente a los clientes para que paguen sus deudas atrasadas?		

Fuente: Elaboración propia

Guía de análisis documental

Dimensión	Ratios	Formula	2017	2018
Rentabilidad	Rentabilidad sobre La inversión	Utilidad neta / Activo total		
	Rentabilidad sobre el patrimonio	Utilidad neta / Patrimonio		
	Rentabilidad sobre las ventas	Utilidad neta del ejercicio / Ventas		

Estados financieros

CAJA PAITA - AGENCIA JUANJUI					
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
Al 31 de diciembre del 2018 y 2017					
(expresado en soles)					
ACTIVO	2017	2018	PASIVO	2017	2018
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
Caja	230,530.00	174,543.00	Obligaciones con el público	254,550.00	314,567.00
Cartera de créditos	187,310.00	314,231.00	Depósitos a empresas del sist. Financiero	0.00	0.00
Cuentas por cobrar	226,955.00	302,345.00	Cuentas por pagar	686,568.00	727,654.00
Otras cuentas por cobrar	11,456.00	37,654.00	Otras cuentas por pagar	234,567.00	234,789.00
Bienes realizables	356,789.00	122,654.00			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,013,040.00	951,427.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,175,685.00	1,277,010.00
ACTIVO NO CORRIENTE					
Inmueble, Maquinaria y Equipo	1,136,772.20	934,282.80	Otros pasivos	341,456.00	225,018.00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1,136,772.20	934,282.80	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	341,456.00	225,018.00
			PATRIMONIO		
			Capital	350,912.00	254,415.00
			Resultados acumulados	192,098.00	83,611.00
			Resultado del ejercicio	89,661.20	45,655.80
			TOTAL PATRIMONIO	632,671.20	383,681.80
TOTAL ACTIVOS	2,149,812.20	1,885,709.80	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	2,149,812.20	1,885,709.80

Estados financieros Esperados

CAJA PAITA - AGENCIA JUANJUI – ESPERADO					
ESTADO DE SITUACION FINANCIERA					
Al 31 de diciembre del 2018 y 2017					
(expresado en soles)					
ACTIVO	2017	2018	PASIVO	2017	2018
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO CORRIENTE		
Caja	230,530.00	174,543.00	Obligaciones con el publico	254,550.00	314,567.00
Cartera de créditos	187,310.00	411,663.00	Depósitos a empresas del sist. Financiero	0.00	0.00
Cuentas por cobrar	226,955.00	163,608.00	Cuentas por pagar	686,568.00	588,417.00
Otras cuentas por cobrar	11,456.00	37,854.00	Otras cuentas por pagar	234,567.00	234,789.00
Bienes realizables	356,789.00	122,684.00			
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	1,013,040.00	910,352.00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	1,175,685.00	1,137,773.00
ACTIVO NO CORRIENTE					
Inmueble, Maquinaria y Equipo	1,136,772.20	934,282.89	Otros pasivos	341,456.00	225,018.00
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	1,136,772.20	934,282.89	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	341,456.00	225,018.00
			PATRIMONIO		
			Capital	350,912.00	254,415.00
			Resultados acumulados	192,098.00	83,611.00
			Resultado del ejercicio	89,661.20	143,817.89
			TOTAL PATRIMONIO	632,671.20	481,843.89
TOTAL ACTIVOS	2,149,812.20	1,844,634.89	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	2,149,812.20	1,844,634.89

Estado de resultados

Caja Paita - Agencia Juanjui		
ESTADO DE RESULTADOS		
Al 31 de diciembre de 2018 y 2017		
(expresado en soles)		
	2017	2018
INGRESOS POR INTERESES	3,234,567.00	2,854,321.00
GASTOS POR INTERESES	2,295,678.00	2,034,567.00
UTILIDAD BRUTA	938,889.00	819,754.00
GASTOS DE ADMINISTRATIVOS	297,143.00	327,430.00
GASTOS DE VENTAS	284,567.00	282,564.00
UTILIDAD OPERATIVA	357,179.00	209,760.00
OTROS INGRESOS	23,600.00	127,800.00
GASTOS SERVICIOS FINANCIEROS	253,600.00	272,800.00
UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTO	127,179.00	64,760.00
IMPUESTO A LA RENTA	37,517.81	19,104.20
RESULTADO DEL EJERCICIO	89,661.20	45,655.80

Estado de resultados – Esperado.

	2017	2018
Caja Paita - Agencia Juanjui		
ESTADO DE RESULTADOS - ESPERADO		
Al 31 de diciembre de 2018 y 2017		
(expresado en soles)		
INGRESOS POR INTERESES	3,234,567.00	2,993,558.00
GASTOS POR INTERESES	2,295,678.00	2,034,567.00
UTILIDAD BRUTA	938,889.00	958,991.00
GASTOS DE ADMINISTRATIVOS	297,143.00	327,430.00
GASTOS DE VENTAS	284,567.00	282,564.00
UTILIDAD OPERATIVA	357,179.00	348,997.00
OTROS INGRESOS	23,600.00	127,800.00
GASTOS SERVICIOS FINANCIEROS	253,600.00	272,800.00
UTILIDAD ANTES DE PART. E IMPUESTO	127,179.00	203,997.00
IMPUESTO A LA RENTA	37,517.81	60,179.12
RESULTADO DEL EJERCICIO	89,661.20	143,817.89

Validación de instrumentos

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg. Ana María Torrejón Pezo
 Institución donde labora :
 Especialidad : Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Guía de entrevista
 Autor (s) del instrumento (s) : Bryan, Panduro Ruiz y Janet, Aguirre Vela

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de créditos otorgados y rentabilidad en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de créditos otorgados y rentabilidad .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Gestión de créditos otorgados y rentabilidad de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de créditos otorgados y rentabilidad .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

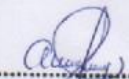
OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

Tarapoto, 19 de Julio de 2019

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

46



Mg. Ana María Torrejón Pezo
 CPC. Mat. N° 19-629

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Abigail E. Escobedo Bustamante
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo
 Especialidad : Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Guía de Observación
 Autor (s) del instrumento (s) : Bryan Panduro Ruiz y Janet Aguirre Vela

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de créditos otorgados en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de créditos otorgados .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Gestión de créditos otorgados de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de créditos otorgados .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

Tarapoto, 19 de Julio de 2019

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

45



Mg. CPC. Abigail E. Escobedo Bustamante

N° 19 - 833

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Luis Alberto Veliz Solari
 Institución donde labora :
 Especialidad : Docente de investigación
 Instrumento de evaluación : Guía de análisis documental
 Autor (s) del instrumento (s) : Bryan, Panduro Ruiz y Janet, Aguirre Vela

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de créditos otorgados y rentabilidad en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de créditos otorgados y rentabilidad .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable: Gestión de créditos otorgados y rentabilidad de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: Gestión de créditos otorgados y rentabilidad .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
PUNTAJE TOTAL						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

OPINIÓN DE APLICABILIDAD

EL INSTRUMENTO ES VÁLIDO, PUEDE SER APLICADO.

Tarapoto, 19 de Julio de 2019

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

45

Luis Alberto Veliz Solari
Mg. Docencia y Gestión Educativa

Constancia de autorización



"Año de la Lucha Contra la Corrupción e Impunidad"

Paita, 17 de julio del 2019

Carta Nro. 00821 -2019 - GER-CMAC-P


SR.
BRYAN PANDURO RUIZ
JANET AGUIRRE VELA
Presente.-


REF. CARTA S/N DE FECHA 16.07.2019

Es grato dirigimos a Usted, para saludarlo cordialmente y asimismo en atención al documento de la referencia, hacemos de su conocimiento que ésta Gerencia acordó aprobar realizar el proyecto de investigación — tesis titulada, denominado "GESTION DE CREDITOS OTORGADOS Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD CMAC-PAITA S.A. - AGENCIA JUANJUI - 2018".

Sin otro particular.

Atentamente.


D^o Oscar Hernán Martínez Benites
GERENTE DE AHORROS Y FINANZAS (E)
CAJA MUNICIPAL DE PAITA S.A.


Lic. Nicolás S. La Torre Ramírez
GERENTE DE ADMINISTRACIÓN
CAJA MUNICIPAL DE PAITA S.A.

Oficina Principal
Plaza de Armas N° 176-178 PAITA
Telef: (073)213080, 211633, 213459
www.cajapaita.pe