



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

Políticas de Créditos y la Rentabilidad en la Empresa Housemart Perú  
S.A.C. Comas, 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Contador Público

**AUTORA:**

Br. Mori Córdova, Maryore Alexandra (ORCID: 0000-0002-5619-4612)

**ASESOR:**

Mg. Álvarez López, Alberto (ORCID: 0000-0003-0806-0123)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

LIMA- PERÚ

2019

## **DEDICATORIA**

A Dios por cuidarme y darme las fuerzas para seguir adelante, de la misma forma, a mis padres y familiares, quienes con su apoyo incondicional y palabras de aliento me dieron la fortaleza para no darme por vencida durante los diversos ciclos de la carrera de Contabilidad.

### **AGRADECIMIENTO**

A mis asesores de tesis al Mag. Alberto Álvarez y al Dr. Hilario Chipana y a quienes me brindaron su apoyo y guía en las diferentes etapas de la elaboración de la tesis.

Asimismo, a todas las personas que estuvieron conmigo ayudándome y dando ánimos para culminar de manera exitosa la tesis y así lograr la obtención del título profesional, quisiera agradecer por su tiempo, dedicación y paciencia.

## **PÁGINA DEL JURADO**

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Maryore Alexandra Mori Córdova, identificado con N° de D.N.I. 74810346, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación adjuntada es veraz y auténtica.

Además, expreso también que los datos e información en la cuales yo me fundamento para el desarrollo de la presente tesis son legítimos y veraces.

Es por ello, que asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier ocultamiento, falsificación u omisión de los documentos, sometiéndome según lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 10 de diciembre del 2019



Maryore Alexandra Mori Córdova

DNI 74810346

## ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PÁGINA DEL JURADO .....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD .....	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO.....	13
2.1 Diseño de Investigación .....	13
2.2 Variables, Operacionalización .....	13
2.3 Población y muestra.....	15
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	16
2.5 Métodos de análisis de datos .....	19
2.6 Aspectos éticos.....	19
III. RESULTADOS .....	20
IV. DISCUSIÓN .....	26
V. CONCLUSIONES .....	28
VI. RECOMENDACIONES.....	29
REFERENCIAS .....	30
ANEXOS .....	34

## RESUMEN

Este trabajo de investigación posee como objetivo principal Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019. La importancia del estudio está enfocada en la implementación de un manual de políticas de créditos, para determinar los procesos de evaluación de créditos, cuáles son los procedimientos a seguir para el otorgamiento de créditos y la manera de realizar el seguimiento del crédito otorgado. Este trabajo de investigación tiene respuesta a la problemática general ¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?

Este trabajo de investigación tiene un tipo de estudio básica, con un nivel correlacional y con diseño no experimental, la población a estudiar es de 54 personas de distintas áreas de la empresa Housemart Perú S.A.C. La técnica que se aplicó en esta investigación para la recolección de datos es la encuesta, y el instrumento a aplicar, el cuestionario. Para dar la confiabilidad de los instrumentos se utilizó el Alfa de Cronbach y la validación y la comprobación de la hipótesis se utilizó la prueba de normalidad y la correlacional de Rho de Spearman.

En el presente trabajo de investigación se ha llegado a la conclusión, con que la aplicación del Rho Spearman se ha comprobado se obtuvo como conclusión que existe relación entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas,2019.

**Palabras claves:** políticas, créditos, rentabilidad.

## **ABSTRACT**

The main objective of this research work is to determine the relationship between credit policies and profitability in the company Housemart Peru SAC, Comas, 2019. The importance of the study is focused on the implementation of a credit policy manual, to determine the credit evaluation processes, what are the procedures to follow for the granting of credits and how to track the credit granted. This research work has an answer to the general problem. What is the relationship between credit policies and profitability in the company Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?

This research work has a basic type of study, with a correctional level and non-experimental design, the population to study is 54 people from different areas of the company Housemart Perú S.A.C. The technique that was applied in this research for data collection is the survey, and the instrument to apply, the questionnaire. To give the reliability of the instruments, Cronbach's Alpha was used and the validation and testing of the hypothesis used the test of normality and the correlational of Rho de Spearman.

In the present research work, the conclusion has been reached, with which the application of the Rho Spearman has been verified, it was concluded that there is a relationship between credit policies and profitability in the company Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

Keywords: policies, credits, profitability.

# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1 Realidad problemática**

En el ámbito Internacional las empresas tienen un fin, seguir permaneciendo en el mercado empresarial, y por ello que estas implementan nuevas estrategias, con el fin de mejorar cada uno de los procesos fundamentales de las distintas áreas que conforman la empresa, cuyo objetivo principal es incrementar la rentabilidad. Hoy en día las empresas les otorgan a sus clientes una línea de crédito, con la finalidad de que el cliente pueda tener más facilidades de cancelar sus deudas, y esto les beneficiaría a la empresa, porque con este medio de pago, las empresas tienen más oportunidades de aumentar su cartera de clientes, y así podrán incrementar sus ingresos. Pero al establecer línea de créditos, las empresas también corren riesgos uno de ellos es el incumplimiento de pago por parte de los solicitantes.

En el ámbito Nacional las empresas en el Perú tienen una visión distinta, buscan la manera más rápida y apropiada para generar ingresos, una de estas maneras es dando facilidades a las personas que solicitan una compra a crédito, pero para que esto tenga un buen resultado se necesita que la persona encargada de las cobranzas, verifique constantemente, a cada cliente le haga un seguimiento continuo, para que así estos puedan cancelar a la fecha acordada, y al exigir las cobranzas, esto beneficiaría a la empresa e incluso incrementaría su rentabilidad.

En el ámbito Local la empresa Housemart Perú S.A.C se dedica a la comercialización de porcelanatos, esta empresa no presenta un manual de políticas de créditos, donde la persona encargada del área, pueda basarse al momento de realizar el otorgamiento del crédito, esta también carece de procesos de evaluación de crédito, donde se requiere cierta información por parte de la persona que solicita el crédito, todo ello es necesario para tener la seguridad que el cliente está en condiciones de cancelar su deuda, al momento de otorgarle el crédito al solicitado, la persona encarga no realiza un seguimiento, y no exige la cancelación de las deudas. Esto perjudica a la empresa en sus cuentas por cobrar excediendo del plazo planificado y esto conlleva a una disminución en su rentabilidad, e incluso dicha empresa no puede realizar inversiones por no contar con el dinero suficiente, es por ello que se emplea un análisis, mediante las razones financieras de rentabilidad, estas ayuda a la empresa a poder tener un enfoque más claro de cómo está el desarrollo de la empresa, y si se está generando utilidades, con la finalidad de poder cubrir con los gastos de la empresa.

## **1.2 Trabajos previos**

### **1.2.1 Variable 1: Políticas de Créditos**

Janampa, J., Asparrin, A. y Sihui, B. (2017), en su tesis titulada “Política De Ventas Al Crédito y Su Influencia en el Capital de Trabajo de La Empresa Importaciones Real Automotriz s.a., San Juan De Lurigancho - 2015” presentada en la universidad de las Américas- Perú.

Este trabajo tiene como finalidad precisar como las políticas de créditos alteran en el capital de trabajo de la empresa Importaciones Real Automotriz s.a.

Se infiere que las políticas de crédito alteran en el capital de trabajo. Por lo que se ha visto que la empresa tiene retrasos en las cobranzas en los créditos otorgados, esto ocasiona una desventaja en el capital de trabajo.

Contreras, P. (2017). Titulada “Política de Crédito y la condición de Cartera en la institución financiera Mibanco de Ventanilla.”, desarrollada en la Universidad Cesar Vallejo.

El objetivo es perfeccionar los procedimientos para disminuir la tasa de morosidad, de tal manera, que se emplee un apropiado manejo de los recursos financieros, que permitan realizar una mejor gestión en las cobranzas, y así mejorar el capital y la rentabilidad de la empresa.

Se deduce que las políticas de créditos afectan en la calidad de cartera, por lo que no hay una buena gestión en los procedimientos al momento de otorgar un crédito, esto conlleva a un alto nivel de morosidad, por lo que no realizan bien las cobranzas.

Zeballos, D. (2017), Titulada “Políticas de Crédito y su incidencia en la liquidez de las empresas comercializadoras de productos químicos - Lima-Cercado 2014”, presentada en la Universidad Cesar Vallejo.

En este trabajo se busca precisar cómo las políticas de crédito inciden en la liquidez de las empresas comercializadoras de productos químicos.

Se concluye que las empresas, no realizan o no tienen bien constituidos los procesos con relación a las políticas de créditos, esto perjudica en sus cuentas por cobrar y teniendo una baja liquidez .

Tirado, M. (2015), titulado “Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la fábrica de calzado Fadicalza presentada en la Universidad Técnica de Ambato – Ecuador.

En este trabajo su objetivo principal es determinar la incidencia de las políticas en la liquidez de la fábrica de calzado Fadicalza.

Se concluye que emplear un manual de créditos - cobranza es de mucha utilidad para la empresa, a realizar una mejor gestión en el otorgamiento de crédito y en sus cobranzas, y así obtener un menor índice de morosidad por parte de los clientes que no efectúan sus pagos en la fecha acordada.

Correa, L. (2015), titulado “La morosidad y su impacto en la rentabilidad de las cajas municipales - La Libertad”, presentada en la universidad nacional de Trujillo.

En este trabajo se busca fijar el retraso y el impacto que origina en el rendimiento de las cajas municipales de ahorro y crédito.

Se concluye que al tener un alto nivel de morosidad perjudica a la empresa, por lo que los clientes no cancelan los créditos otorgados en la fecha que se le estableció.

Flores, J. (2016). Titulado “Cartera vencida y la rentabilidad de la empresa Ambato – 2015”, presentada en la universidad de Ecuador

Este trabajo tiene como objetivo fundamental desarrollar políticas de reducción de cartera vencida estableciendo estrategias de evaluación financiera para medir la rentabilidad.

Se concluye que la empresa no realiza los procesos adecuados que permitan la recuperación de los créditos otorgados , esto conlleva a que se refleje un alto nivel de morosidad de cartera.

Muñoz, J. (2015). Titulado “Control interno de cuentas por cobrar para restablecer la rentabilidad del comercial Rocio de la ciudad de BABAHOYO - 2015.”, presentada en la universidad de Ecuador.

Tiene como objetivo fundamental plantear controles de cuentas por cobrar que mejore la rentabilidad .

Se concluye que al realizar el otorgamiento de crédito, no se basan en el procedimiento que establece la forma de asignar el crédito, incluso no se hace un seguimiento a la situación económica del cliente.

### **1.3 Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Marco teórico**

##### **Variable 1: Políticas de créditos**

Brachfield lo define:

Establecen los lineamientos o reglas de una empresa con la finalidad de poder establecer los procedimientos, después de haberle proporcionado el crédito al cliente, se procede al seguimiento de crédito al beneficiario. Es por ello que deben de ejecutar todos los procedimientos según las políticas establecidas para evitar inconvenientes con los clientes y así no perjudicar a la empresa. (2014, p.69).

De acuerdo a lo mencionado, las políticas de créditos nos facilita a realizar mejor los procedimientos o pasos que el trabajador del área de créditos debe seguir para el otorgamiento de los créditos solicitados.

##### **Procesos de evaluación de crédito**

Es un proceso fundamental para otorgar créditos a los clientes, mediante esta evaluación se realizará un análisis en función de los ingresos de los clientes, si están en condiciones de poder cubrir su deuda y poder cancelarlo en el plazo establecido, esta evaluación se realiza con la intención de no correr ningún riesgo al momento de otorgarle la línea de crédito al cliente. (Martínez,2009, p.52)

##### **Información del cliente**

Se recopila la documentación de la información del cliente, donde indica sus datos personales, todos sus pagos realizados, si tiene una deuda con otra empresa, etc. (Morales, A. y Morales, J. 2014, p.105)

##### **Solicitud de crédito**

Villaseñor sostiene que:

Las solicitudes de créditos cumplen un importante rol, estos documentos nos mostraran datos esenciales permitiendo conocer a la empresa solicitante, estos documentos nos proporcionaran las medidas necesarias para negar o autorizar el crédito. (2010, p.107).

Para solicitar un crédito se deberá llenar un formulario, en donde se debe detallar los datos importantes de la persona que solicita el crédito, también se debe adjuntar los documentos que la empresa le exija, por lo que estos serán revisados por el personal encargado y serán aprobadas por el gerente general y el área de créditos, también la persona encargada de otorgar créditos tendrá que revisar el historial del cliente, verificar si tiene pagos pendientes o es un cliente moroso.

### **Criterios de aprobación de crédito**

Para que se le pueda otorgar la línea de crédito a un cliente es de mucha utilidad ser aprobada y firmada por el gerente general de la empresa, para que tenga conocimiento de esta solicitud de créditos, pero para que se pueda aprobar la solicitud de crédito, la empresa exige algunos requisitos tales como: No haber estado en quiebra o en deuda en los 2 últimos años, tener conocimiento del lugar de negocio del cliente, Revisar el historial del cliente, ya sea cuentas de bancos y pagos.

Estos requisitos tienen como finalidad tener la confianza y la seguridad que el cliente va a cancelar los créditos otorgados en el tiempo que se le establezca, y así la empresa no corre ningún riesgo. (Torres, 2015, p.55)

### **Negociación del crédito**

Este hecho se enfoca en elevar las condiciones, estas son propuestas por la compañía al cliente, donde indica cuántos días, semanas o meses tiene para cancelar la deuda, en este caso la mercancía se entrega primero, y luego el cliente cancela el pago. Factura en el plazo establecido. (Lozano, 2013, p.131)

### **Riesgo de crédito**

Es la inseguridad en relación a los pagos que debe realizar el cliente, por la línea de crédito que solicito, en si la empresa puede correr riesgos, uno de ellos es no poder recuperar el importe del crédito otorgado, o incluso puede haber retrasos en los pagos por parte del cliente que viene a hacer los créditos morosos y otro riesgo que si afectaría a la empresa son los cobros de un menor importe al monto que se facturo. (Morales, A. y Morales, J. 2014, p.125)

### **Otorgamiento de crédito**

Es la acción, para tomar la decisión de ver si el que solicita el crédito, cumple con los requisitos solicitados, en ese caso se le llega a otorgar el crédito, para ellos para otorgarle el crédito al cliente se necesita evaluar y verificar la información del cliente. (Brachfield, 2014, p.69)

### **Condiciones de crédito**

Son acuerdos que hace la empresa con el cliente con la finalidad que las condiciones establecidas se cumplan en un determinado tiempo y en un futuro no ocurra inconvenientes y esto satisface a la empresa porque aumentaría sus ventas, y a los clientes también le satisface porque la empresa puede otorgarle más línea de crédito. (Morales, A. y Morales, J. 2014, p.130)

### **Plazos de cobro**

Los plazos de cobro es el tiempo que la empresa le establece al cliente para que pueda cancelar el crédito otorgado. El plazo que se le establece debe de cumplirse de manera responsable para que no pueda perjudicar ni a la empresa ni al cliente. (Bañuelos, 2014, p.101)

### **Pronto Pago**

Una de las políticas que establece la empresa, es un anticipado pago por ello se le aplica un porcentaje de descuento donde pueda incentivar al cliente y a la vez pueda beneficiarle a la empresa.

### **Disminución de línea de crédito**

La empresa disminuye líneas de créditos a clientes que no han cancelado sus deudas en la fecha acordada, incluso ya no se le otorga el crédito a clientes que no hayan cumplido con los requerimientos previos que se exige, pero si el cliente exige su permanencia de crédito, la empresa le pone la condición de entregar garantías, pero esta opción debe ser aprobada por el gerente general. (Morales, A. y Morales, J. 2014, p.137)

### **Procedimiento de bloqueo de servicios**

Existen distintos motivos que originan la realización del bloqueo de servicios, Como son:  
El área de ventas procederá a bloquear los servicios de un cliente si lo creo conveniente,  
Otro motivo es porque el cliente se encuentra moroso, señales que indiquen un grave riesgo para la empresa.

### **Seguimiento de crédito**

El seguimiento del crédito es la responsabilidad del personal del área de créditos de poder emplear sistemas o formatos donde le permitan tener una información clara y precisa, con la finalidad de realizar una buena labor al momento de exigir del pago del crédito otorgado. (Ettinger, R. 2009, p.120)

## **Monitorización de clientes**

Se lleva a cabo un control continuo de la situación del cliente, lo que permite que la empresa tenga conocimiento de cualquier cambio por parte del cliente, lo que puede perjudicar a la empresa. (López, 2016 ,p.141)

## **Gestión de pre vencimiento**

Después de la fecha acordada con el cliente, esto no se cancela, se procederá a hacer llamadas telefónicas, correos electrónicos, cualquier medio de comunicación para obtener una respuesta del cliente, y se sabrá por qué no pudo cancelar la deuda a tiempo convenido (Zamora, 2013, p.110)

## **Reclamación de impagados**

La empresa establece condiciones y un plazo justo para que el cliente cancele la deuda, como se acordó al momento de otorgarle el crédito, pero si no cancela en el plazo determinado, la empresa le da un plazo más de 5 días, pasando esos días, el personal de dicha área va a proceder a notificar al cliente, con la finalidad de hacerle recordar del vencimiento de la factura, exigir y reclamar el pago, si en caso el clientes tenga una buena justificación porque no ha podido cancelar la deuda, si es necesario la empresa planteara un tipo o modo de pago, para así evitar que el cliente no cancele la deuda. Pasado el tiempo extra que se le dio al cliente, no llegara a abonar la deuda, se le calificara como cliente moroso y ya no se le otorgara otra línea de crédito. (Morales, A. y Morales, J. 2014, p.147)

## **Variable 2: Rentabilidad**

Según Durán

La rentabilidad es el rendimiento que se obtiene al realizar inversiones, para ello se necesita aplicar herramientas, para medir el desarrollo de la empresa, una de ella son las razones financieras de rentabilidad, ya que estas toman en cuenta las utilidades que son generadas por las ventas. (2014, p.30).

## **Inversiones**

“Una inversión consiste en dar un destino al dinero, para el uso o para la compra de bienes necesarios para el crecimiento de la empresa y también con el propósito de obtener ganancias con las inversiones realizadas” (Gitman, 2011, p.3).

### **Rentabilidad neta de las inversiones**

Este ratio nos indica el alcance de las inversiones realizadas por la empresa, por lo cual se interpreta que, si se ha realizado una buena inversión, al momento de aplicar este ratio el resultado será positivo, sin embargo, si la empresa realizo una mala inversión, el resultado de este ratio va a reflejar un resultado negativo por lo que esto no va a beneficiar a la empresa. (Díaz,2012,p.25).

### **ROCE (Retorno sobre capital empleado)**

Es un ratio que contribuye a idealizar como está la rentabilidad mediante a la capital que se ha manejado

### **Periodo de la recuperación de la inversión**

Es la planificación que realiza la empresa, para saber en cuanto tiempo va a recuperar la inversión, sin afectar el capital de la empresa. (Coello,2015,p.45).

### **Razones financieras de rentabilidad**

Son razones que nos permiten medir y poder estimar como esta las utilidades que son generadas por las ventas que realiza la empresa. (García, y Ruiz, 2016, p.20).

### **Rentabilidad de las ventas netas**

Es una relación de rentabilidad cuyo objetivo es obtener ganancias basadas en las ventas que la empresa realiza en sus actividades comerciales. Los resultados obtenidos al aplicar esta relación se representan como un porcentaje. (Rubio, 2010, p.42)

### **Rentabilidad del patrimonio**

Córdova sostiene que:

Este ratio ayuda a medir el rendimiento de los aportes que han realizado los socios de la empresa, esto indica si el resultado es positivo significa que hay utilidades por cada inversión, en caso contrario si el resultado fuera negativo es porque la rentabilidad es muy baja. (2012, p.22).

## **Ratio de rotación de cartera (cuentas por cobrar)**

Vargas sostiene que:

Cumplen un papel fundamental ya que dependerá mucho de que las cuentas pendientes por cobrar aumenten o disminuyan, y que podría ser un factor para la toma de una decisión. Es por lo que este indicador financiero podría ser útil para evaluar la situación financiera. (2014, p.151).

La rotación de cartera, este es un ratio donde ayuda a la empresa a poder delimitar el tiempo que tarda está en recaudar los créditos otorgados a los clientes. Este ratio también nos ayuda a ver el nivel de eficiencia al momento de realizar los cobros de los créditos, al momento de realizar este análisis si el resultado sale alto, esto quiere decir que la empresa es eficiente en las cobranzas de los créditos, pero si lo contrario el resultado es bajo ,quiere decir que la empresa no es eficiente al momento de cancelar los créditos otorgados y esto va a generar que la empresa no pueda cubrir los gastos y obligaciones mensuales.

## **Ratio de capital de trabajo**

Este es un ratio donde se relaciona los activos y pasivos corrientes, mediante este ratio se puede verificar si el aumento de capital es proporcional con las ventas (Caballero, 2009, p.25).

## **Utilidades**

Las utilidades son los resultados obtenidos por las ventas que se realizaron y los gastos que ya se cancelaron.

## **Margen de utilidad bruta**

Este ratio nos permite determinar la rentabilidad sobre las ventas realizadas, para ello se considera a los costos de producción (Lund, 2015, p.30).

$$\frac{\text{Ventas} - \text{Costos de ventas}}{\text{Ventas}}$$

## **Margen de utilidad neta**

Nos permite determinar la rentabilidad sobre las ventas realizadas, además se tiene en cuenta los gastos operacionales y financieros de la empresa. (Diaz, 2012, p.25).

$$\frac{\text{Utilidad Neta antes de Impuesto}}{\text{Ventas}}$$

## **Análisis Dupont**

El análisis Dupont es una herramienta donde nos ayuda a poder identificar si la empresa está utilizando correctamente sus recursos (Apaya, 2004, p54).

### **1.3.2 Marco conceptual**

#### **Política**

“Son principios que el área de gerencia otorga a la empresa para que se cumplan, mediante reglas y obligaciones que los trabajadores deben de acceder para que puedan realizar sus actividades de una mejor manera para el bienestar de la empresa y del personal que forma parte”. (Brachfield, 2014, p.94).

#### **Políticas restrictivas**

“Esta política hace referencia que la empresa, realiza otorgamientos de créditos a los clientes con el fin de conseguir más clientes, sin importar si os clientes están en condiciones de cancelar las deudas”. (Álvarez, 2010, p.87).

#### **Políticas racionales**

“Esta política señala que la empresa realiza las evaluaciones correspondientes acerca de los clientes, si los clientes cumplen con las características y las condiciones para que se le pueda otorgar el crédito. Todo ello se realiza con la finalidad de que la empresa no corra ningún riesgo en las cuentas por cobrar”. (Brachfield, 2014, p.94).

#### **Cartera de cliente**

“Es un conjunto de personas y/o empresas que están clasificados por su récord crediticio (pagos puntuales) también por su volumen de compra. Por lo que a estos clientes se le otorga más beneficios por ser clientes continuos y esto ayuda a la empresa a poder tener una mejor estabilidad en el mercado empresarial.”

#### **Clientes Actuales**

“Estos tipos de clientes se caracterizan por realizar compras continuamente, y son ellos los que generan los ingresos en la empresa”.

#### **Clientes Activos**

“Son aquellos que realizan sus compras no continuamente, dejando un intervalo de tiempo muy corto”. (Morales, A. y Morales, J. 2014, p.136)

## **Clientes Inactivos**

“Estos clientes son aquellos que han realizado sus compras hace mucho tiempo, realizan sus compras no continuamente, dejando un intervalo de tiempo muy corto”.

### **1.4 Formulación del Problema**

#### **Problema general**

¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?

#### **Problemas específicos**

¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?

¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?

¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?

### **1.5 Justificación del estudio**

Justificación Teórica.

Esta investigación se basó de las teorías de Brachfield (2014) para estudiar la primera variable Políticas de crédito. En tanto, para la segunda variable de Rentabilidad se está basando en el autor Durán (2014).

Justificación Práctica.

Esta investigación aporta a la empresa Housemart Perú S.A.C para que le permita controlar de manera eficiente y eficaz los créditos, y a la vez mejorar e incrementar su rentabilidad.

### **1.6 Hipótesis**

#### **Hipótesis general**

Existe relación entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

## **Hipótesis específicas**

Existe relación entre las políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

Existe relación entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

Existe relación entre las políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

## **1.7 Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

### **Objetivos específicos**

Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Diseño de Investigación**

#### **2.1.1 Tipo de estudio**

De acuerdo a Hernández, R y Bautista, P (2010) “la investigación básica tiene como fin adquirir nueva información en base a teorías que ya existen y así poder aumentar los conocimientos.” (p.25).

#### **2.1.2 Nivel de estudio**

De acuerdo a Carrasco (2010) indica que un nivel de estudio correlacional “se basa fundamentalmente en la relación y la manera cómo interactúan las variables entre sí.” (p.80).

#### **2.1.3 Diseño de estudio**

La presente investigación posee un diseño no experimental, ya que no manipula la variable Políticas de créditos y Rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C.

### **2.2 Variables, Operacionalización**

#### **Variable 1: Políticas de créditos**

##### **Dimensiones**

- Proceso de evaluación de crédito
- Otorgamiento de crédito
- Solicitud de crédito

#### **Variable 2: Rentabilidad**

##### **Dimensiones**

- Inversiones
- Razones financieras de rentabilidad
- Utilidades

## OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE

HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVEL
Existe relación entre las Políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.	Variable 1: Políticas de créditos	Las políticas de crédito establecen los lineamientos o reglas de una empresa con la finalidad de poder establecer los procedimientos de evaluación de crédito, y tomar la decisión de realizar el otorgamiento al solicitante, después de haberle proporcionado el crédito al cliente, se procede al seguimiento de crédito al beneficiario. Es por ello que las empresas que se dedican a las ventas al crédito, deben de cumplir con todos los procedimientos según las políticas establecidas para evitar inconvenientes con los clientes y así no perjudicar a la empresa. (Brachfield, 2014, p.69).	PROCESO DE EVALUACIÓN DE CRÉDITO	Información del cliente	1	Escala de Likert: 5. Totalmente de acuerdo 4. De acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2. En desacuerdo 1. Totalmente en desacuerdo
				Solicitud de crédito	2	
				Criterios de aprobación de crédito	3	
				Negociación del crédito	4	
				Riesgo de Crédito	5	
			OTORGAMIENTO DE CRÉDITO	Condiciones de crédito	6	
				Plazos de cobro	7	
				Pronto pago	8	
				Disminución de línea de crédito	9	
				Procedimiento de bloqueo de servicios	10	
			SEGUIMIENTO DE CRÉDITO	Monitorización de clientes	11	
				Gestión de pre vencimiento	12	
				Reclamación de impagados	13	
	Variable 2: Rentabilidad	Según Durán define: La rentabilidad es el rendimiento que se obtiene al realizar inversiones, para ello se necesita aplicar herramientas, para medir el desarrollo de la empresa, una de ella son las razones financieras de rentabilidad, ya que estas toman en cuenta las utilidades que son generadas por las ventas. (2014, p.30).	INVERSIONES	Rentabilidad Neta De Las Inversiones	14	
				ROCE (Retorno sobre capital empleado)	15	
				Periodo de la recuperación de la inversión	16	
				Rentabilidad de las ventas netas	17	
				Rentabilidad Del Patrimonio	18	
			RAZONES FINANCIERAS DE RENTABILIDAD	Ratio de rotación de cartera (cuentas por cobrar)	19	
				Ratio de capital de trabajo	20	
				Margen de utilidad Bruta	21	
			UTILIDADES	Margen utilidad neta	22	
				Análisis Dupont	23	

## 2.3 Población y muestra

### Población

Para la investigación lo conforma 54 trabajadores de las distintas áreas de la empresa Housemart Perú S.A.C

Para Hernández y Mendoza (2018).” La población es una cierta cantidad de personas, que poseen características similares en un mismo lugar.

### Muestra

Según Paz, G. (2014) “son las personas a quien se les realizara las preguntas necesarias para la investigación. Para obtener la cantidad de los componentes de la muestra se necesita procedimientos como fórmulas. Esta es una parte representativa de la población”

Fórmula para hallar la muestra de la presente investigación:

$$n = \frac{(p.q) Z^2 \cdot N}{E^2 (N-1) + (p.q) Z^2}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Valor de la distribución normal estandarizada correspondiente al nivel de confianza; para el 95%,  $z=1.96$

E: Máximo error permisible, es decir un 5%

p: Proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

q: Proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir, es igual a 0.50.

$$n = 47$$

**Tabla N° 1. Cuadro de Estratificación de la muestra**

ÁREA	CARGO	N° TRABAJADOR
<b>GERENCIA</b>	Gerente general	1
<b>CONTABILIDAD</b>	Asistente contable	6
	Auxiliar contable	5
	Contador	1
	Gerente de contabilidad	2
<b>TESORERIA</b>	Encargada de tesorería	2
<b>VENTAS</b>	Asistente de ventas	7
	Ejecutivo de ventas	5
	Vendedores	15
	Gerente comercial	2
<b>ADMINISTRACION</b>	Asistente administrativo	6
	Gerente de administración	2
<b>Total</b>		54

*Fuente: Elaboración propia*

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnica**

Para Luna (2014).” La encuesta es una técnica confiable y valido con el fin de generar una información de estadística clara y precisa.”.

### **2.4.2 Instrumento**

El cuestionario aplicado de acuerdo a la escala Likert

Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Indeciso	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Según Niño (2014) “la escala de Likert es un tipo de escala que mide la conformidad del encuestado utilizada en un cuestionario, dicha escala se establece de acuerdo a los ítems puede comprender las alternativas de totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo”.

### 2.4.3 Validez

Para la validez se va a considerar la opinión de profesores de la escuela de Contabilidad. En este caso, se obtuvo la validación por 3 expertos de la línea de investigación de dicho proyecto.

Tabla N° 2. Validación de expertos

Expertos	Opinión de Aplicabilidad
Dra. Patricia Padilla Vento	Aplicable
Dr. Walter Ibarra Fretell	Aplicable
Mg. Donato Díaz Díaz	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

### 2.4.4 Confiabilidad

La escala que se utiliza para la confiabilidad presenta los siguientes niveles.

Tabla N° 3. Niveles de confiabilidad

Valores	Nivel
0,81 a 1,00	Alto
0,61 a 0,80	Bueno
0,41 a 0,60	Promedio
0,21 a 0,40	Pobre
0,01 a 0,20	Insatisfactorio

Fuente: Elaboración propia

El alfa de Cronbach es un coeficiente utilizado para estimar la fiabilidad cuestionario. Este coeficiente sirve para calcular la confiabilidad y validez de dicho instrumento. (Valderrama,2013,p.52)

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

**K :** El número de ítems

**Si<sup>2</sup>:** Sumatoria de Varianzas de los Items

**ST<sup>2</sup> :** Varianza de la suma de los Items

**α :** Coeficiente de Alfa de Cronbach

## 2.4.5 Análisis de confiabilidad del instrumento

### Políticas de créditos

El instrumento a validar consta de 13 ítems, y de 47 personas. Para la determinación del nivel de confiabilidad con el alfa de Cronbach se usó el software estadístico SPSS versión 24.

**Tabla N° 4.** Alfa de Cronbach variable Políticas de créditos

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,875	13

*Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.*

### Discusión:

En la variable de políticas de créditos, el grado de confiabilidad es alto, porque al aplicar el alfa de Cronbach nos dio como resultado 0.875, que está entre los rangos del dicho coeficiente siendo un resultado superior a 0,7.

### Rentabilidad

**Tabla N° 5.** Alfa de Cronbach variable Rentabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,794	10

*Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.*

### Discusión:

En la variable de rentabilidad nos dio como resultado una confiabilidad buena, ya que al aplicar el alfa de Cronbach alcanza un valor de 0,794, siendo superior a la escala establecida de 0,7, con ello nos garantiza la fiabilidad de nuestro instrumento.

## Políticas de Créditos y rentabilidad

Tabla N° 6. Alfa de Cronbach de las 2 variables Políticas de créditos y Rentabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,921	23

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.

### 2.5 Métodos de análisis de datos

En este trabajo se efectuará un estudio cuantitativo.

Para la recolección, proceso y análisis de datos, se aplicará:

- Confiabilidad
- Distribución de frecuencias (tablas y gráficos)

Para la muestra de resultados, se aplica:

- Prueba de normalidad
- Correlacional de Spearman

### 2.6 Aspectos éticos

En esta investigación se desarrolló la objetividad, la aplicación de la ética profesional y los principios morales tales como la honestidad, la veracidad, originalidad y confiabilidad para tener un manejo correcto en el desarrollo de la investigación.

### III. RESULTADOS

#### 3.1 Validación de hipótesis

Al utilizar la prueba de normalidad, se divide en dos tipos: Kolmogorov – Smimov y Shapiro – Wilk, la primera corresponde a muestras mayores de 50 y la segunda a menores de 50. Considerando que la muestra es de 47 encuestados, se empleará la prueba de normalidad de Shapiro – Wilk.

Tabla N° 7. Prueba de normalidad Políticas de créditos

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Políticas de créditos	,225	47	,000	,834	47	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24

Para la variable Políticas de créditos, el <p valor> es menor a 0.05; por lo tanto, se deduce que la población no es normal, y por ende se deberá emplear la prueba no paramétrica.

Tabla N° 8. Prueba de normalidad Proceso de evaluación de crédito

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Proceso de evaluación de crédito	,208	47	,000	,843	47	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24

**Tabla N° 9. Prueba de normalidad Otorgamiento de crédito**

	<b>Pruebas de normalidad</b>					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Otorgamiento de crédito	,194	47	,000	,885	47	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.

**Tabla N° 10. Prueba de normalidad Seguimiento de crédito**

	<b>Pruebas de normalidad</b>					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Seguimiento de crédito	,214	47	,000	,861	47	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.

**Tabla N° 11. Prueba de normalidad Rentabilidad**

	<b>Pruebas de normalidad</b>					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
rentabilidad	,236	47	,000	,836	47	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24

**Tabla N° 12. Prueba de normalidad Inversiones**

	<b>Pruebas de normalidad</b>					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Inversiones	,216	47	,000	,889	47	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.

**Tabla N° 13. Prueba de normalidad Razones financieras de rentabilidad**

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Razones financieras de rentabilidad	,258	47	,000	,858	47	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.

**Tabla N° 14. Prueba de normalidad Utilidades**

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Utilidades	,191	47	,000	,919	47	,003

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.

## Correlación de Rho Spearman

Para esta investigación se utilizó la Correlación de Rho Spearman, es una prueba no paramétrica. Dicha prueba va a facilitar la determinación de la correlación de las variables. Se debe tomar en cuenta que para la aceptación de la hipótesis alterna debe presentar un monto menor al 0.05, ya que de esta manera se descarta de manera inmediata la hipótesis nula.

**Tabla N° 15. Interpretación del coeficiente de Correlación Rho de Spearman**

Se detallan los siguientes niveles resultantes del coeficiente de correlación:

Rango	Interpretación
De -0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
De -0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
De -0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
De -0.11 a -0.50	Correlación negativa media
De -0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	Correlación nula
De +0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
De +0.11 a +0.50	Correlación positiva media
De +0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
De +0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
De +0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Elaboración propia

## PRUEBA DE HIPÓTESIS GENERAL

**Hipótesis Nula (Ho):** No existe relación entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

**Hipótesis Alterna (Ha):** Existe relación entre políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

**Tabla N° 16.** *Correlación de Spearman Políticas de créditos – Rentabilidad*

Correlaciones			Políticas de créditos	Rentabilidad
Rho de Spearman	Políticas de créditos	Coefficiente de correlación	1,000	,814**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Rentabilidad	Coefficiente de correlación	,814**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).  
Fuente: *Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.*

## Interpretación

Al obtener como resultado un valor de (Sig.= 0,000 < 0.05), rechazamos la hipótesis nula.; además se obtuvo un valor de (Rho = 0.814), lo que indica que existe una correlación positiva muy fuerte.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna:

Hipótesis Alterna (Ha): Existe relación entre políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019

## PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS N° 1:

**Hipótesis Nula (Ho):** No existe relación entre las Políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

**Hipótesis Alterna (Ha):** Existe relación entre las Políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

**Tabla N° 17. Correlación de Spearman Políticas de créditos – Inversiones**

			<b>Correlaciones</b>	
			Políticas de créditos	Inversiones
Rho de Spearman	Políticas de créditos	Coeficiente de correlación	1,000	,709**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Inversiones	Coeficiente de correlación	,709**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

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

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.

### Interpretación

Hipótesis Alternativa (Ha): Existe relación entre las políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

### PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS N° 2:

**Hipótesis Nula (Ho):** No existe relación entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

**Hipótesis Alternativa (Ha):** Existe relación entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

**Tabla N° 18. Correlación de Spearman Políticas de créditos– Razones financieras de rentabilidad**

			<b>Correlaciones</b>	
			Políticas de créditos	Razones financieras de rentabilidad
Rho de Spearman	Políticas de créditos	Coeficiente de correlación	1,000	,817**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Razones financieras de rentabilidad	Coeficiente de correlación	,817**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

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

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24

## Interpretación

Hipótesis Alterna (Ha): Existe relación entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

### PRUEBA DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS N° 3:

**Hipótesis Nula (Ho):** No existe relación entre las políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

**Hipótesis Alterna (Ha):** Existe relación entre políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

**Tabla N° 19.** Correlación de Spearman Políticas de créditos – Utilidades

		Correlaciones		
			Políticas de créditos	Utilidades
Rho de Spearman	Utilidades		1,000	,614**
	Políticas de créditos	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	47	47
	Utilidades	Coefficiente de correlación	,614**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	47	47

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

Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.

Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna:

Hipótesis Alterna (Ha): Existe relación entre políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

#### **IV. DISCUSIÓN**

Después de haber obtenido los resultados de dicha investigación, es importante recalcar el objetivo general que es el determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.

Para la prueba de validez se efectuó a través del Alfa de Cronbach, obteniendo como resultados un 0,875 y 0,794 para las variable Políticas de créditos y Rentabilidad.

El coeficiente del Alpha de Cronbach por las dos variables; refleja un nivel de confiabilidad de 0,921, siendo un valor excelente según la escala de valoración de Paz (2014) y por ende es considerado confiable.

Se infiere que existe relación entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019. Para llegar a la validación de esta hipótesis general, se aplicó el instrumento a 47 personas.

Asimismo, para la validación de la hipótesis general, se obtuvo como resultado; un valor de (Rho = 0.814), asimismo con respecto al nivel de significancia se obtuvo como resultado un valor de (Sig.= 0,000 < 0.05), por consiguiente, rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

#### **HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 1**

En la tabla 27, nos muestra que un 42.55% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo al considerar que el riesgo de crédito determina el incumplimiento de pago por parte del cliente, y en la tabla 28, se puede observar que un 38.30% afirma estar de acuerdo al considerar que las condiciones de crédito se establecen a los clientes para que se le pueda otorgar el crédito, estas condiciones se les brinda al solicitante con la finalidad de no tener ningún inconveniente.

Estos resultados corroboran el estudio realizado por Janampa, Asparin y Sihui, (2017), concluyendo que las políticas de ventas al crédito sí influyen en el capital de trabajo. Por lo que se ha visto que la empresa tiene retrasos en las cobranzas en los créditos otorgados, esto ocasiona una desventaja en el capital de trabajo.

## **HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 2**

En la tabla 29, nos muestra que un 42.55% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo al considerar que en los plazos de cobro se determina la fecha y la cantidad de cuotas según el importe de venta, donde se le detallara la fecha de vencimiento y el importe que debe de pagar; y en la tabla 30, los resultados evidencian que un 34.04% de los encuestados están de acuerdo al considerar que el pronto pago determina si el cliente a cancelado su deuda en una fecha anticipada.

Estos resultados reafirman el estudio realizado por Zeballos, (2017); la cual concluye, que las empresas no realizan o no tienen bien establecidos los procesos o lineamientos con relación a las políticas de créditos, esto perjudica a la empresa en sus cuentas por cobrar y teniendo una baja liquidez .

## **HIPÓTESIS ESPECÍFICA N° 3**

En la tabla 31, nos muestra que un 48.94% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo al considerar que la disminución de línea de crédito permite verificar que clientes no han cancelado su deuda en la fecha establecida y otorgarles una línea de crédito más baja; esto se debe a la irresponsabilidad por parte del cliente, por no cumplir con lo que se acordó, y en la tabla 32, se logró identificar que un 38.30% de encuestados afirman estar totalmente de acuerdo al considerar que el procedimiento de bloqueo de crédito se le establece a clientes que se encuentren morosos, esto perjudica a la empresa en sus cuentas por cobrar.

Estos resultados confirman el estudio realizado por Tirado, (2015), quienes llegaron a la conclusión, que tener un manual de políticas de crédito y cobranza es de mucha utilidad ya que ayuda a la empresa a tener una mejor gestión en el otorgamiento de crédito y en sus cobranzas.

## V. CONCLUSIONES

Después de adquirir información, gracias a la encuesta aplicada al personal de la empresa Housemart Perú sac, con respecto a nuestro tema de investigación, se determinó que las Políticas de Créditos se relaciona con la rentabilidad en la empresa Housemart Perú sac del Distrito de Comas, ya que las políticas va a permitir que el personal del área de créditos, se pueda basar mediante estos lineamientos al momento de otorgarle un crédito al cliente, y ayudara a la empresa a tener la seguridad de que el cliente está en condiciones de poder cancelar la venta al crédito y así poder incrementar su rentabilidad de la empresa.

1. A manera de conclusión, se determinó que las Políticas de Créditos influye en las inversiones en la empresa Housemart Perú sac del Distrito de Comas, puesto que para poder invertir en esta empresa, se necesita tener la seguridad que el dinero que se va a invertir va a generar utilidades en un corto tiempo, es por ello que se deben de cumplir con las políticas establecidas de manera eficiente, ya que esto ayudaría a la empresa como a la persona que está invirtiendo con la única intención de poder incrementar sus ingresos.
2. Se determinó que las políticas de créditos influye en las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú sac del Distrito de Comas, puesto que para que se vea reflejado un resultado positivo en las razones financieras de rentabilidad se debe de utilizar de manera correcta las políticas de créditos que han sido planteadas por la empresa, donde el personal encargado debería de realizar los procesos siguiendo los lineamientos con la finalidad de mejorar la situación de la empresa y así estos cambios se vean reflejados en las razones financieras.
3. Para finalizar, se determinó que las políticas de créditos influye en las utilidades en la empresa Housemart Perú sac del Distrito de Comas, por ende establecer políticas de créditos es de suma importancia porque le va a permitir a la empresa mejorar en los procesos de créditos, al momento de realizar la evaluaciones a los clientes, los procesos a seguir para el otorgamiento del crédito, incluso después de haberle otorgado lo solicitado, se debe realizar los seguimientos necesarios a los clientes, y todo estos procesos se realiza en base a las políticas de créditos, por ello si se realiza de manera eficiente ayudara a incrementar sus utilidades y al crecimiento de la empresa.

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Se recomienda que la empresa Housemart Perú sac del Distrito de Comas, implementen políticas de créditos donde el personal encargado pueda orientarse al momento de realizar los procesos de créditos, incluso la empresa debería ser más exigente en lo que son las evaluaciones del crédito, deberían de solicitar la información del cliente actualizada, para que así la empresa tenga la seguridad de que el cliente pueda cancelar la deuda en la fecha establecida, y así esto no perjudique a la empresa en sus cuentas por cobrar e incluso en su rentabilidad.
2. La empresa Housemart Perú sac debería de manejar mejor los procesos al momento de realizar el seguimiento a los clientes, exigiendo el pago de los créditos otorgados, realizando las llamadas telefónicas, los correos electrónicos o cualquier medio de comunicación con el fin de tener una respuesta por parte del cliente y así poder saber las condiciones del porque no ha cancelado la deuda en la fecha establecida, al mejorar estos procesos va a ayudar a la empresa a poder crecer e incluso realizar inversiones, ya que la empresa va a tener la seguridad que si va a poder cubrir con los gastos que tiene la empresa y así ir creciendo poco a poco.
3. La empresa Housemart Perú sac debería de realizar de manera continua las razones financieras de rentabilidad, incluso le va a permitir saber en cuanto tiempo la empresa recupera la inversión que realizo, incluso saber en cuanto tiempo se demoran en realizar los cobros de los créditos otorgados, y tener el conocimiento de las utilidades de manera mensual y anual.
4. Se recomienda a las empresa Housemart Perú sac implementar estrategias para un mejor manejo de los créditos que se les brinda a los clientes, con la finalidad de que la empresa incremente sus utilidades en un corto tiempo con el fin de alcanzar un mejor desarrollo en la empresa.

## REFERENCIAS

- Álvarez, M. (2010). Manual para elaborar manuales de políticas y procedimientos. (4ª ed.) México.
- Apaya, M. (2004). Elaboración, análisis e interpretación de estados financieros. Ed. Única
- Bañuelos, S. (2014). Política de crédito y cobranza - Guía práctica. México: AFS International, LLC.
- Brachfield, P. (2014). Guía práctica para el recobro de deudas. Madrid, España: FC EDITORIAL – Fundación Confemetal
- Bujan, A. (2017). Enciclopedia financiera. Recuperado de: <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-recursos-financieros.html>
- Caballero, T. (2009). Definición y Aplicación de los Ratios Financieros en las Empresas. Recuperado de: <http://www.uap.edu.pe/intranet/fac/material/25/20102C3250125311250106011/20102C325012531125010601120023.pdf>
- Carrasco, S. (2010). Metodología de la investigación científica. Perú, Lima: Editorial San Marcos.
- Cisneros, P. (2016). La emisión de créditos y su relación con la cartera vencida en la cooperativa de ahorro y crédito surangay Ltda. (tesis de pregrado). Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/8297/1/201%20o.e..pdf>
- Coello, A. (2015). Ratios Financieros. Perú. Actualidad Empresarial.
- Córdova, M. (2012). Gestión Financiera, Rentabilidad. Colombia: Ecoe.
- Correa, L. (2015). La Morosidad y su impacto en la rentabilidad de las cajas municipales de la región la libertad. (Tesis pregrado). Recuperado de: [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5328/correa\\_liliana.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5328/correa_liliana.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Díaz, M. (2012). Análisis Contable con un enfoque empresarial.
- Durán, J.(2014).Diccionario de Finanzas. España: Madrid

- Ettinger, R (2009). Créditos y cobranzas, compañía editorial continental. México: Ciudad de México
- Flores. J. (2016). Cartera vencida y la rentabilidad de la empresa Ambatol Cia. Ltda. De la ciudad de Ambato. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/23392/1/T3671i.pdf>
- Flores, O. (2016). La gestión financiera y la rentabilidad de las cajas de ahorro y crédito en el distrito de la Victoria 2010 - 2015. (Tesis de pregrado). Recuperado de: [http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2447/1/flores\\_go.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/2447/1/flores_go.pdf)
- Gamarra, J., & Pantoja, D. (2018). Los créditos financieros y su incidencia en la rentabilidad de la Mype Muebletec EIRL. (Tesis de pregrado) .Recuperado de: [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1248/Jose\\_Tesis\\_Licenciatura\\_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1248/Jose_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- García, A. Y Paredes, L. (2014). Estrategias financieras. (1.<sup>era</sup> ed.). México.
- Gitman, L. (2011). Principios de Administración Financiera. (12ava ed.). México: Pearson Education.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. (6.<sup>a</sup> ed.). México: Ciudad de México.
- Hernández Sampieri, R. & Bautista Lucio P. (2010). Metodología de la investigación. México. Obtenido de [http://www.academia.edu/6399195/Metodologia\\_de\\_investigacion\\_5ta\\_Edicion\\_Sampieri](http://www.academia.edu/6399195/Metodologia_de_investigacion_5ta_Edicion_Sampieri).
- Janampa, J., Asparin, A. y Sihui, B. (2017). Política De Ventas Al Crédito y Su Influencia en el Capital de Trabajo de La Empresa. Recuperado de: <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/119/Pol%c3%adtica%20de%20ventas%20al%20cr%c3%a9dito%2031.08.2017%20final%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Kellstedt, P. y Whitten, G. (2013). The basics of political science research. (2. a ed.). Estados Unidos.

- López, B. (2016). ABC Finanzas. recuperado de:  
<https://www.abcfinanzas.com/administracion-financiera/que-son-lasfinanzas/decisiones-financieras-basicas>
- Lozano, F. (2013). Guía de evaluación de créditos Pequeña Empresa. Recuperado de  
<http://www.gestiopolis.com/metodologia-creditiapara-la-evaluacion-de-creditos-a-pymes/>
- Lund, A. (2015). Accelerating Profitability. Estados Unidos.
- Luna, A. (2014). Metodología de la tesis. (1.<sup>a</sup> ed.). México.
- Martínez, E. (2009). Manual para la Gestión del Crédito a clientes. Barcelona: Ediciones Deusto.
- Morales, J., & Morales, A. (2014). Crédito y cobranza. México: Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Muñoz, J. (2016). Control interno de cuentas por cobrar para mejorar la rentabilidad del comercial rocio de la ciudad de Babahoyo en el año 2015 (Tesis Pregrado). Recuperado de:  
<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/5107/1/TUBCYA005-2016.pdf>
- Niño, V. (2011). Metodología de la investigación, diseño y ejecución. (1.<sup>a</sup> ed.). Colombia: Bogotá.
- Paz, G. (2014). Metodología de la investigación. (1.<sup>era</sup> ed.). México: Ciudad de México.
- Rubio, P. (2010). Manual de Análisis Financiero. España: Instituto Europeo de Gestión Empresarial.
- Tirado, M. (2015). Las políticas de crédito y cobranzas y su incidencia en la liquidez de la fábrica de calzado Fadicalza. (Tesis pregrado). Recuperado de  
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/18293>
- Torres, M. (2015). Manual para elaborar manual de políticas y procedimientos. Panorama editorial. México: Ciudad de México.

- Zamora, C. (2013). Administración de Crédito y Cobranza. Recuperado de:  
<https://creditoycobranza.wordpress.com/2013/10/10/outsourcingde-la-administracion-del-credito-y-cobranz>
- Zeballos, D. (2017). Políticas de Crédito y su incidencia en la liquidez de las empresas comercializadoras de productos químicos en el distrito de Lima-Cercado 2014. (Tesis pregrado). Recuperado de:  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2139/Zeballos\\_PDM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/2139/Zeballos_PDM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Valderrama, S. (2013). Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación Científica cuantitativa, cualitativa y mixta (2ª ed.). Lima: San Marcos.
- Vargas, S. (2014). El proceso de otorgación de crédito y su incidencia en la morosidad de la empresa textiles Torres en el año 2012. Ambato, Ecuador: Recuperado de  
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/20501>
- Villaseñor Fuente, Emilio (2010) Elemento de la administración de crédito y cobranza. Trillas de México: editorial trillas.
- Warren, S, Reeve, J y Duchac, J. (2010). Contabilidad financiera. (14.ª ed.). México: Ciudad de México.

## ANEXOS

### ANEXO N° 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

#### POLÍTICAS DE CRÉDITOS Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA HOUSEMART PERÚ S.A.C, COMAS- 2019

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<u>GENERAL</u> ¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?	<u>GENERAL</u> Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?	<u>GENERAL</u> Existe relación entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019	POLÍTICAS DE CRÉDITOS	-Información del cliente -Solicitud de crédito -Criterios de aprobación de crédito -Negociación del crédito -Riesgo de Crédito -Plazos de cobro -Pronto pago -Disminución de línea de crédito -Procedimiento de bloqueo de servicios	1. TIPO DE ESTUDIO El tipo de estudio a desarrollar es básica, porque tiene como objetivo recopilar información para dar fundamentación a la investigación. 2.NIVEL DE ESTUDIO Correlacional porque se estudia y mide el grado de relación entre las variables. 3.DISEÑO DE INVESTIGACION Diseño no experimental, ya que no se estará manipulando la variable. POBLACION 1.TIPO DE MUESTRA Se utilizará el muestro probabilístico debido a que se aplicará la fórmula de muestreo para saber a cuantas personas se deberá realizar las encuestas 2.TAMAÑO DE MUESTRA La unidad de análisis de estudio se extraerá de la población utilizando la fórmula de muestreo probabilístico. 3.TÉCNICAS E INSTRUMENTOS Variable 1: POLÍTICAS DE CRÉDITOS Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta Instrumento: El instrumento será un cuestionario de 13 ítems que es de elaboración propia por el investigador. Variable 2: RENTABILIDAD Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta Instrumento: El instrumento será un cuestionario de 10 ítems que es de elaboración propia por el investigador.
<u>ESPECÍFICO</u> ¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?	<u>ESPECÍFICO</u> Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?	<u>ESPECÍFICO</u> Existe relación entre las políticas de créditos y las inversiones en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019			
<u>ESPECÍFICO</u> ¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?	<u>ESPECÍFICO</u> Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?	<u>ESPECÍFICO</u> Existe relación entre las políticas de créditos y las razones financieras de rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019	RENTABILIDAD	-Rentabilidad neta de las Inversiones -ROCE (Retorno sobre capital empleado) -Periodo de la Recuperación de la Inversión -Rentabilidad de las ventas netas -Rentabilidad Del Patrimonio -Ratio de rotación de cartera (cuentas por cobrar) -Ratio de capital de trabajo -Capital de inversión -Margen de utilidad Bruta -Margen utilidad neta -Análisis Dupont	
<u>ESPECÍFICO</u> ¿Qué relación existe entre las políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?	<u>ESPECÍFICO</u> Determinar la relación que existe entre las políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019?	<u>ESPECÍFICO</u> Existe relación entre las políticas de créditos y las utilidades en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas, 2019.			

## ANEXO N° 2: VALIDEZ DE LOS INSTRUMENTOS



### CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita):

Presente

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

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo alumno de posgrado de la UCV, en la sede Lima norte requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: "POLÍTICAS DE CREDITOS Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA HOUSEMART PERU S.A.C, COMAS- 2019" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

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

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

  
\_\_\_\_\_  
Firma  
Mari Córdova Maryore Alexandra

D.N.I: 74810348

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable []   Aplicable después de corregir [ ]   No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. PADILLA UENO PADILLA OSYDZ+44  
DNI:.....

Especialidad del validador:.....DAS EN CONTABILIDAD.....

25 de 09 de del 20 19

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

  
-----  
Firma del Experto Informante.

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable []    No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Ibars Fretell, Walter    DNI: 06098355

Especialidad del validador: Doc. T.º de Contabilidad

21.09.19  
.....de.....del 2º.....



Firma del Experto Informante.

- \*Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- \*Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- \*Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

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

Opinión de aplicabilidad:    Aplicable  |    No aplicable  |

Apellidos y nombres del juez validador. *Díaz Díaz Jona S*    DNI: *08467350* .....

Especialidad del validador: *Tributación* .....

.....de.....del 20.....

- <sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.
- <sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

  
.....  
**Firma del Experto Informante.**

### ANEXO N° 3: CUESTIONARIO

<b>“POLÍTICAS DE CRÉDITOS Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA HOUSEMART PERÚ S.A.C, COMAS- 2019”</b>					
<b>OBJETIVO:</b> Obtener información veraz y concisa para poder determinar la relación entre las políticas de créditos y la rentabilidad en la empresa Housemart Perú S.A.C, Comas-2019					
<b>Alternativas</b>	<b>Totalmente en desacuerdo (1)</b>	<b>En desacuerdo (2)</b>	<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo (3)</b>	<b>De acuerdo (4)</b>	<b>Totalmente de acuerdo (5)</b>

<b>N°</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
1	La información del cliente es primordial para realizar el proceso de evaluación del crédito					
2	La solicitud de crédito determina el monto y la tasa de interés incluyendo la información del solicitante.					
3	Los criterios de aprobación determinan los procesos de verificación de la información que el cliente otorga para la previa solicitud de crédito.					
4	La negociación del crédito permite realizar propuestas al cliente, donde se le indica cuántos días, semanas o meses tiene para cancelar la deuda.					
5	El riesgo de crédito determina el incumplimiento de pago por parte del cliente					
6	Las condiciones de crédito se establecen al cliente para que se le pueda otorgar el crédito					
7	En los plazos de cobro se determina la fecha y la cantidad de cuotas según el importe de la venta.					
8	El pronto pago determina si el cliente a cancelado su deuda en una fecha anticipada.					
9	La disminución de línea de crédito permite verificar que clientes no han cancelado su deuda en la fecha establecida, y otorgarles una línea de crédito más baja.					
10	El procedimiento de bloqueo de crédito se le establece a clientes que se encuentren morosos					
11	La monitorización de clientes permite el seguimiento continuo para tener conocimiento de la situación o el cambio que haga el cliente.					
12	La gestión de Pre Vencimiento permite obtener una respuesta del cliente del porque no ha realizado el pago en la fecha establecidos.					
13	La reclamación de Impagados permite otorgarle al cliente un plazo adicional de días hábiles para la cancelación de dicha deuda.					
14	La rentabilidad neta de las inversiones mide las inversiones realizadas por los accionistas.					

15	El retorno sobre capital empleado permite evaluar si la inversión realizada ha generado un beneficio.					
16	El periodo de la recuperación de la inversión determina el número de Años que tarda la empresa en recuperar la inversión que se realizó					
17	La rentabilidad de las ventas netas determina las utilidades en función a las ventas que la empresa realiza					
18	La rentabilidad del Patrimonio determina el porcentaje de utilidad que los dueños ganan sobre su inversión.					
19	El ratio de rotación de cartera determina el tiempo que tarda la empresa en recaudar los créditos otorgados a los clientes					
20	El ratio de capital de trabajo determina si la empresa se encuentra en condiciones de cubrir con sus obligaciones a un corto plazo.					
21	El margen de utilidad de bruta se determina por la diferencia entre el costo de compra de un producto y su precio de venta sin impuestos.					
22	El margen de utilidad neta determina el porcentaje de las ventas después de haber deducido todos los costos y gastos.					
23	El Análisis Dupont permite identificar la forma como la empresa está obteniendo su rentabilidad.					

## ANEXO N° 4: CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA



Comas, 01 de Octubre del 2019

**Señores**  
**UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO**

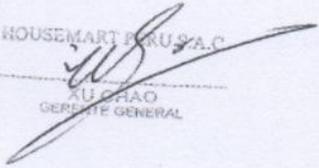
**ESTIMADOS SEÑORES**

*Por medio de la presente, se autoriza a la srta Maryore Alexandra Mori Cordova Identificado con DNI N° 74810346 quien labora en nuestra empresa bajo el cargo de Practicante Contable desde Enero del 2019 a la fecha, para que tome como referencia a la empresa **HOUSEMART PERU SAC**, para la elaboracion de su proyecto de tesis.*

*Sirva la presente para los fines que se estimen convenientes*

*Agradeciendo de antemano la atención a la presente, me despido.*

*Atentamente,*

HOUSEMART PERU S.A.C.  
  
RU CHAO  
GERENTE GENERAL

Av. Trapiche Lote 127 Int. A  
Fnd. Parcela Rustica Chacra Cerro  
(Alt. Cdra. 16 Av. Trapiche Cruce con Av. Los Incas)  
Comas - Lima - Telf.: 652-7007

## ANEXO N°5 TABLAS Y FRECUENCIAS

### Validez de ítems, variable Políticas de créditos

Tabla N° 20. Validez Ítems por Ítems

	Estadísticas de total de elemento				Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	
La información del cliente es primordial para realizar el proceso de evaluación del crédito	48,21	76,041	,591	,821	,864
La solicitud de crédito determina el monto y la tasa de interés incluyendo la información del solicitante.	48,17	78,449	,532	,735	,867
Los criterios de aprobación determinan los procesos de verificación de la información que el cliente otorga para la previa solicitud de crédito.	48,26	79,238	,438	,780	,872
La negociación del crédito permite realizar propuestas al cliente, donde se le indica cuántos días, semanas o meses tiene para cancelar la deuda.	48,21	76,215	,582	,725	,864
El riesgo de crédito determina el incumplimiento de pago por parte del cliente.	48,21	74,606	,679	,712	,859
Las condiciones de crédito se establecen al cliente para que se le pueda otorgar el crédito.	48,21	79,128	,494	,777	,869
En los plazos de cobro se determina la fecha y la cantidad de cuotas según el importe de la venta.	48,13	78,549	,540	,631	,867

El pronto pago determina si el cliente a cancelado su deuda en una fecha anticipada.	48,19	79,506	,438	,810	,872
La disminución de línea de crédito permite verificar que clientes no han cancelado su deuda en la fecha establecida, y otorgarles una línea de crédito más baja.	48,17	74,318	,670	,892	,859
El procedimiento de bloqueo de crédito se le establece a clientes que se encuentren morosos.	48,28	78,465	,483	,685	,870
La monitorización de clientes permite el seguimiento continuo para tener conocimiento de la situación o el cambio que haga el cliente.	48,15	77,173	,572	,784	,865
La gestión de Pre Vencimiento permite obtener una respuesta del cliente del porque no ha realizado el pago en la fecha establecidos.	48,21	79,084	,475	,817	,870
La reclamación de Impagados permite otorgarle al cliente un plazo adicional de días hábiles para la cancelación de dicha deuda.	48,15	74,564	,663	,810	,859

*Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.*

## Validez de ítems, variable Rentabilidad

Tabla N° 21. Validez Ítems por Ítems

	Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La rentabilidad neta de las inversiones mide las inversiones realizadas por los accionistas.	36,40	37,724	,509	,742	,771
El retorno sobre capital empleado permite evaluar si la inversión realizada ha generado un beneficio.	36,43	34,989	,661	,742	,751
El periodo de la recuperación de la inversión determina el número de Años que tarda la empresa en recuperar la inversión que se realizó.	36,34	37,534	,494	,731	,772
La rentabilidad de las ventas netas determina las utilidades en función a las ventas que la empresa realiza.	36,30	37,562	,506	,766	,771
La rentabilidad del Patrimonio determina el porcentaje de utilidad que los dueños ganan sobre su inversión	36,40	38,029	,429	,593	,780
El ratio de rotación de cartera determina el tiempo que tarda la empresa en recaudar los créditos otorgados a los clientes	36,21	35,997	,628	,779	,756

El ratio de capital de trabajo determina si la empresa se encuentra en condiciones de cubrir con sus obligaciones a un corto plazo.	36,32	36,309	,528	,610	,768
El margen de utilidad de bruta se determina por la diferencia entre el costo de compra de un producto y su precio de venta sin impuestos.	36,47	39,124	,363	,710	,788
El margen de utilidad neta determina el porcentaje de las ventas después de haber deducido todos los costos y gastos.	36,40	36,333	,547	,790	,765
El Análisis Dupont permite identificar la forma como la empresa está obteniendo su rentabilidad.	36,17	44,144	,016	,314	,824

*Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.*

### **Validez de ítems, variables Políticas de créditos y rentabilidad**

**Tabla N° 22.** Validez Ítems por Ítems

	<b>Estadísticas de total de elemento</b>				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
La información del cliente es primordial para realizar el proceso de evaluación del crédito	88,60	230,072	,629	,921	,916
La solicitud de crédito determina el monto y la tasa de interés incluyendo la información del solicitante.	88,55	233,513	,595	,910	,917

Los criterios de aprobación determinan los procesos de verificación de la información que el cliente otorga para la previa solicitud de crédito.	88,64	236,540	,454	,870	,920
La negociación del crédito permite realizar propuestas al cliente, donde se le indica cuántos días, semanas o meses tiene para cancelar la deuda.	88,60	230,290	,623	,831	,916
El riesgo de crédito determina el incumplimiento de pago por parte del cliente.	88,60	228,333	,692	,883	,915
Las condiciones de crédito se establecen al cliente para que se le pueda otorgar el crédito.	88,60	236,463	,502	,889	,919
En los plazos de cobro se determina la fecha y la cantidad de cuotas según el importe de la venta.	88,51	235,212	,555	,716	,918
El pronto pago determina si el cliente a cancelado su deuda en una fecha anticipada.	88,57	235,902	,485	,899	,919
La disminución de línea de crédito permite verificar que clientes no han cancelado su deuda en la fecha establecida, y otorgarles una línea de crédito más baja.	88,55	227,340	,698	,932	,915
El procedimiento de bloqueo de crédito se le establece a clientes que se encuentren morosos.	88,66	234,969	,504	,870	,919
La monitorización de clientes permite el seguimiento continuo para tener conocimiento de la situación o el cambio que haga el cliente.	88,53	232,515	,597	,880	,917

La gestión de Pre Vencimiento permite obtener una respuesta del cliente del porque no ha realizado el pago en la fecha establecidos.	88,60	235,333	,516	,900	,918
La reclamación de Impagados permite otorgarle al cliente un plazo adicional de días hábiles para la cancelación de dicha deuda.	88,53	229,080	,654	,925	,916
La rentabilidad neta de las inversiones mide las inversiones realizadas por los accionistas.	88,62	235,372	,542	,937	,918
El retorno sobre capital empleado permite evaluar si la inversión realizada ha generado un beneficio.	88,64	228,149	,698	,905	,915
El periodo de la recuperación de la inversión determina el número de Años que tarda la empresa en recuperar la inversión que se realizó.	88,55	235,253	,519	,860	,918
La rentabilidad de las ventas netas determina las utilidades en función a las ventas que la empresa realiza.	88,51	233,038	,599	,926	,917
La rentabilidad del Patrimonio determina el porcentaje de utilidad que los dueños ganan sobre su inversión	88,62	234,981	,503	,887	,919
El ratio de rotación de cartera determina el tiempo que tarda la empresa en recaudar los créditos otorgados a los clientes	88,43	230,467	,673	,879	,915
El ratio de capital de trabajo determina si la empresa se encuentra en condiciones de cubrir con sus obligaciones a un corto plazo.	88,53	228,820	,650	,906	,916

El margen de utilidad de bruta se determina por la diferencia entre el costo de compra de un producto y su precio de venta sin impuestos.	88,68	236,874	,462	,937	,919
El margen de utilidad neta determina el porcentaje de las ventas después de haber deducido todos los costos y gastos.	88,62	230,807	,614	,910	,916
El Análisis Dupont permite identificar la forma como la empresa está obteniendo su rentabilidad.	88,38	252,894	,008	,444	,927

*Fuente: Elaboración propia por medio del programa SPSS versión 24.*

## ANEXO N°6 TABLAS Y FRECUENCIAS

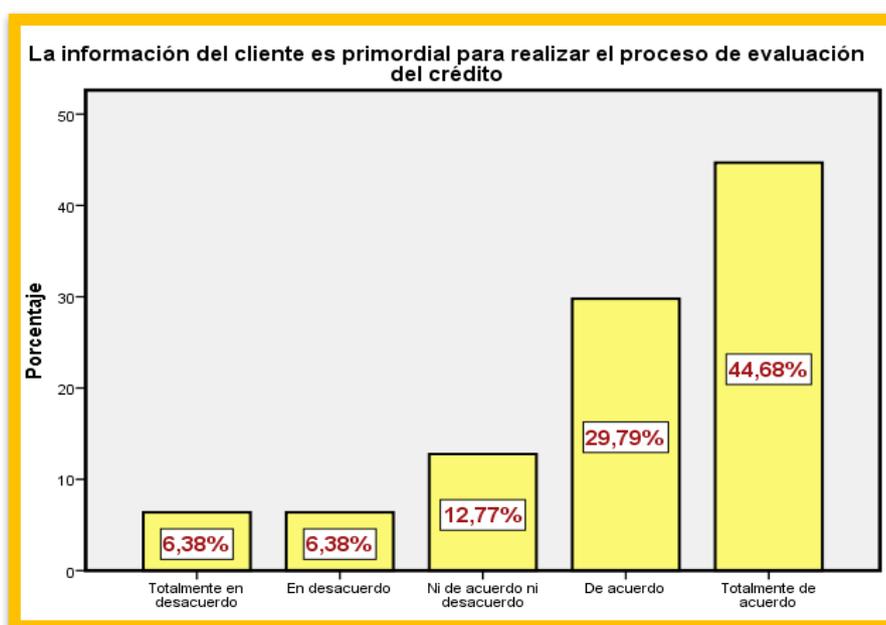
### Ítem 01

Tabla N° 23. Ítem 01

La información del cliente es primordial para realizar el proceso de evaluación del crédito					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	25,5
	De acuerdo	14	29,8	29,8	55,3
	Totalmente de acuerdo	21	44,7	44,7	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1 ítem 01



Fuente: Tabla N°23

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38% se encuentran totalmente desacuerdo al considerar que la información del cliente es primordial para realizar el proceso de evaluación del crédito, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 29.79% se muestra de acuerdo y por último el 44.68% se muestra totalmente de acuerdo en relación a la información del cliente.

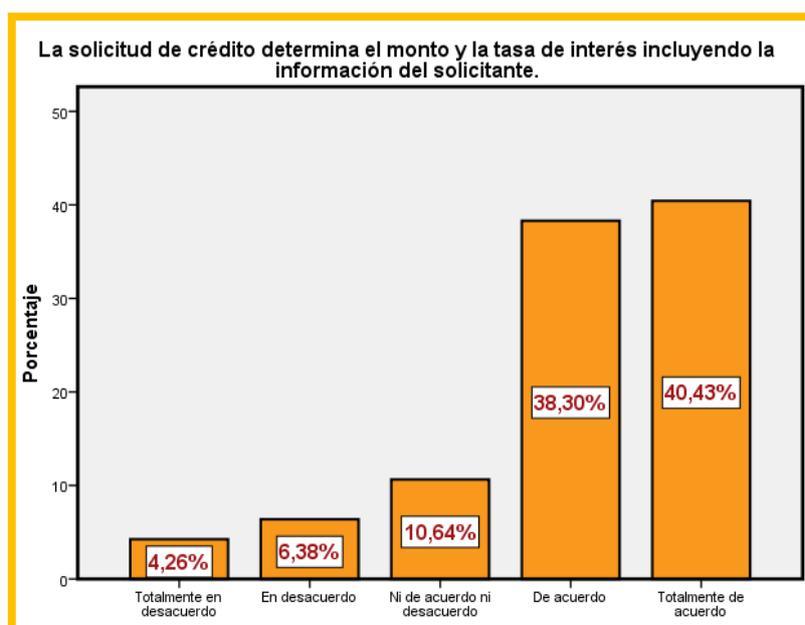
## Ítem 02

Tabla N° 24. Ítem 02

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3	4,3	4,3
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	10,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	10,6	10,6	21,3
	De acuerdo	18	38,3	38,3	59,6
	Totalmente de acuerdo	19	40,4	40,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2 ítem 02



Fuente: Tabla N°24

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 4.26 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que la solicitud de crédito determina el monto y la tasa de interés del cliente en base a la información del cliente, el 10.64 % se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 38.30 % se muestra de acuerdo y por último el 40.43 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la solicitud de crédito.

### Ítem 03

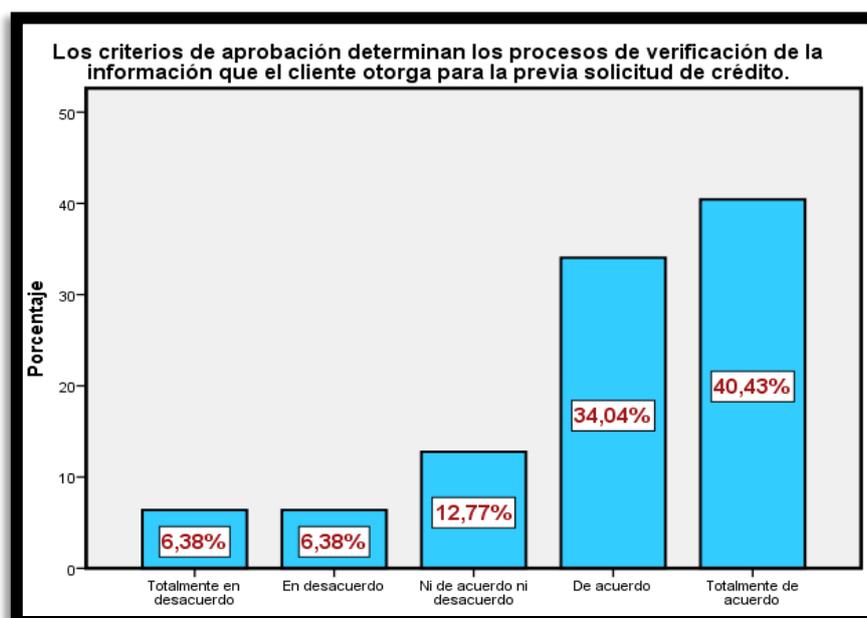
Tabla N° 25. Ítem 03

**Los criterios de aprobación determinan los procesos de verificación de la información que el cliente otorga para la previa solicitud de crédito.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	25,5
	De acuerdo	16	34,0	34,0	59,6
	Totalmente de acuerdo	19	40,4	40,4	100,0
	Total		47	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3 ítem 03



Fuente: Tabla N°25

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que los criterios de aprobación determinan los procesos de verificación de la información que el cliente otorga, el 12.77 % se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 34.04 % se muestra de acuerdo y por último el 40.43 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a los criterios de aprobación.

## Ítem 04

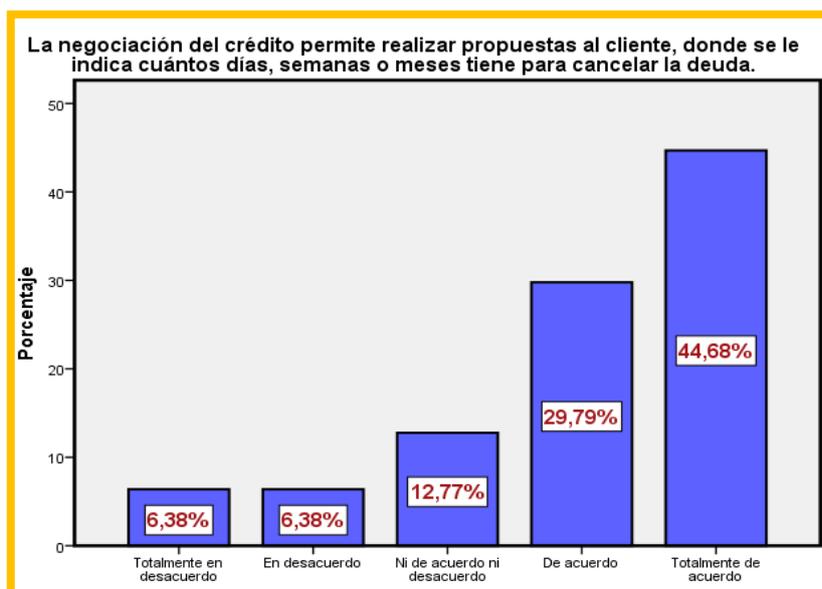
Tabla N° 26. Ítem 04

**La negociación del crédito permite realizar propuestas al cliente, donde se le indica cuántos días, semanas o meses tiene para cancelar la deuda.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	25,5
	De acuerdo	14	29,8	29,8	55,3
	Totalmente de acuerdo	21	44,7	44,7	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4 ítem 04



Fuente: Tabla N°26

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que la negociación del crédito permite realizar propuestas al cliente, donde se le indica cuántos días, semanas o meses tiene para cancelar la deuda, el 12.77 % se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 29.79 % se muestra de acuerdo y por último el 44.68 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la negociación del crédito.

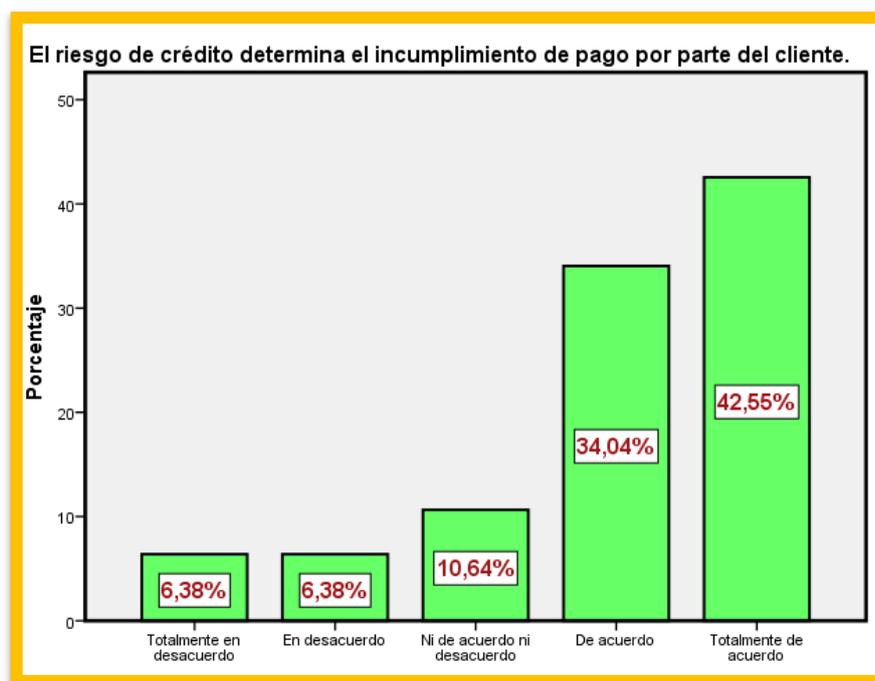
## Ítem 05

Tabla N° 27. Ítem 05

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	10,6	10,6	23,4
	De acuerdo	16	34,0	34,0	57,4
	Totalmente de acuerdo	20	42,6	42,6	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5 ítem 05



Fuente: Tabla N°27

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el riesgo de crédito determina el incumplimiento de pago por parte del cliente, el 10.64% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 34.04 % se muestra de acuerdo y por último el 42.55 % se muestra totalmente de acuerdo en relación al riesgo del crédito.

## Ítem 06

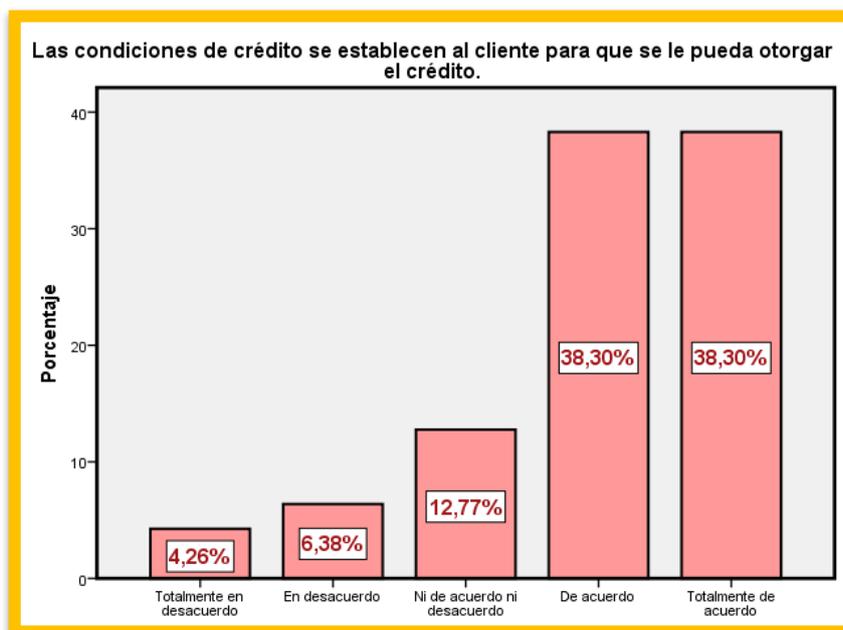
Tabla N° 28. Ítem 06

### Las condiciones de crédito se establecen al cliente para que se le pueda otorgar el crédito.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3	4,3	4,3
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	10,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	23,4
	De acuerdo	18	38,3	38,3	61,7
	Totalmente de acuerdo	18	38,3	38,3	100,0
Total		47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6 ítem 06



Fuente: Tabla N°28

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 4.26 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que las condiciones de crédito se establecen a los clientes para que se le pueda otorgar el crédito, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 38.30 % se muestra de acuerdo y por último el 38.30 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a las condiciones de crédito.

## Ítem 07

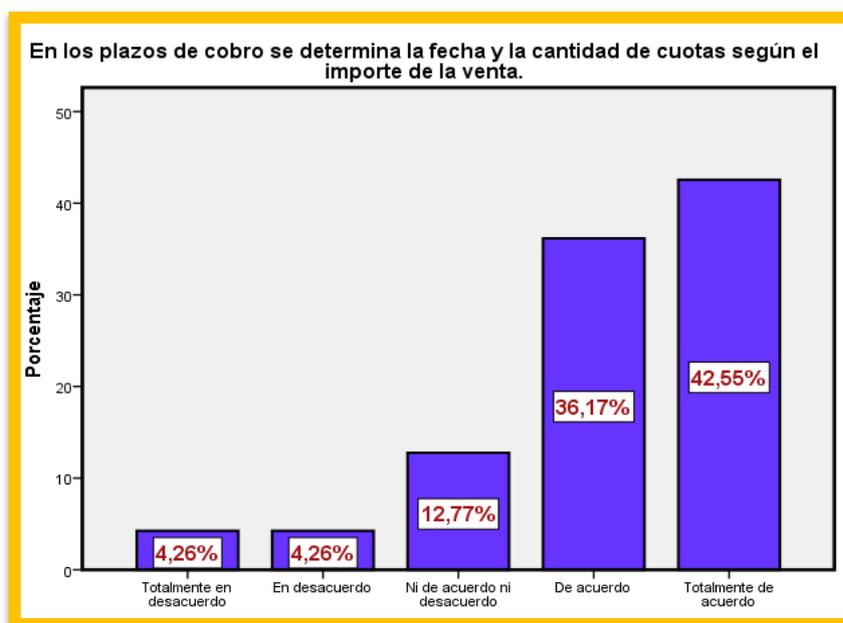
Tabla N° 29. Ítem 07

**En los plazos de cobro se determina la fecha y la cantidad de cuotas según el importe de la venta.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3	4,3	4,3
	En desacuerdo	2	4,3	4,3	8,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	21,3
	De acuerdo	17	36,2	36,2	57,4
	Totalmente de acuerdo	20	42,6	42,6	100,0
Total		47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1 ítem 07



Fuente: Tabla N°29

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 4.26 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que en los plazos de cobro se determina la fecha y la cantidad de cuotas según el importe de venta, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 36.17 % se muestra de acuerdo y por último el 42.55 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a los plazos de cobro.

## Ítem 08

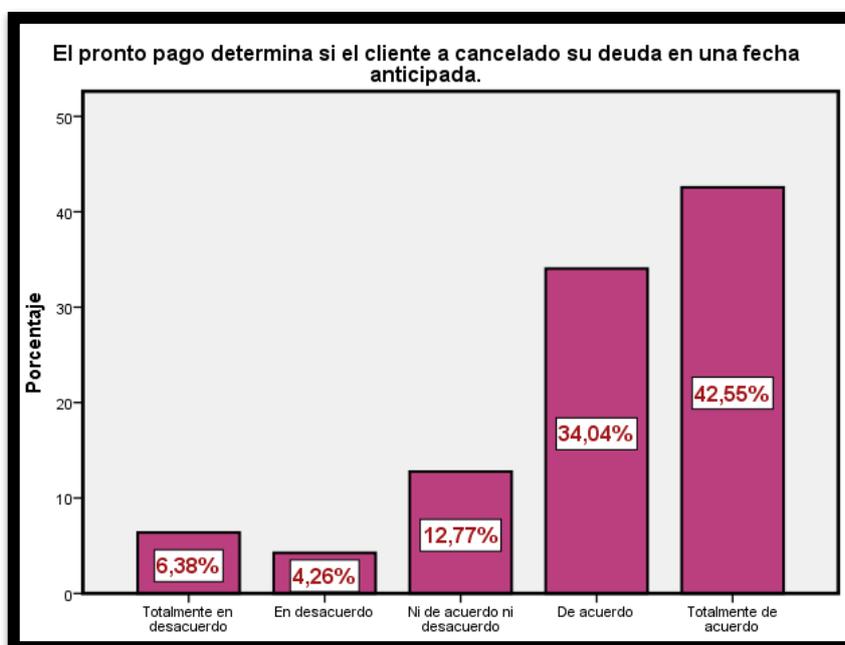
Tabla N° 30. Ítem 08

### El pronto pago determina si el cliente a cancelado su deuda en una fecha anticipada.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	2	4,3	4,3	10,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	23,4
	De acuerdo	16	34,0	34,0	57,4
	Totalmente de acuerdo	20	42,6	42,6	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7 ítem 08



Fuente: Tabla N°30

### **Interpretación:**

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el pronto pago determina si el cliente a cancelado su deuda en una fecha anticipada, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 34.04 % se muestra de acuerdo y por último el 42.55 % se muestra totalmente de acuerdo en relación al pronto pago.

## Ítem 09

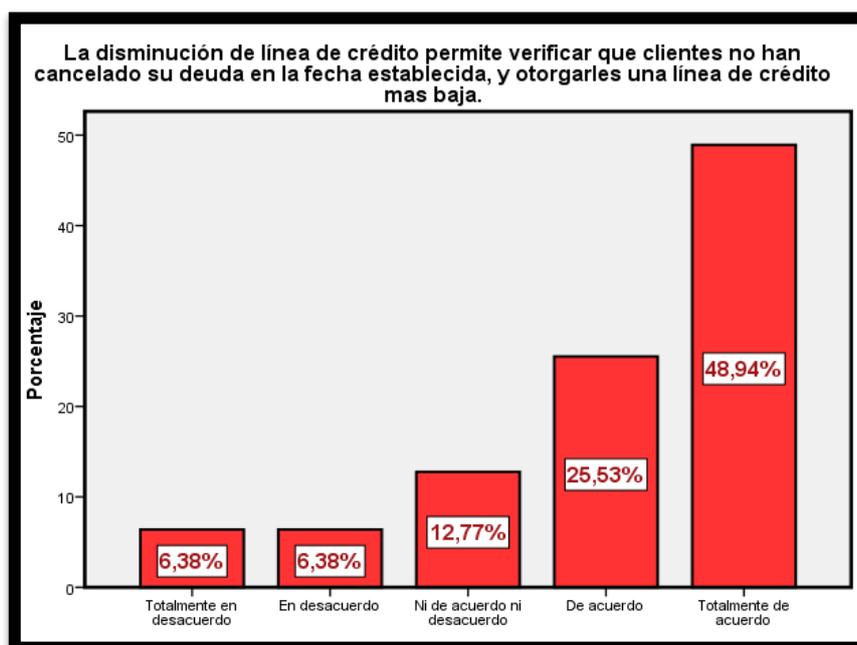
Tabla N° 31. Ítem 09

**La disminución de línea de crédito permite verificar que clientes no han cancelado su deuda en la fecha establecida, y otorgarles una línea de crédito más baja.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	25,5
	De acuerdo	12	25,5	25,5	51,1
	Totalmente de acuerdo	23	48,9	48,9	100,0
	Total		47	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 2 ítem 09



Fuente: Tabla N°31

### **Interpretación:**

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que la disminución de línea de crédito permite verificar que clientes no han cancelado su deuda en la fecha establecida y otorgarles una línea de crédito más baja, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 25.53 % se muestra de acuerdo y por último el 48.94 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la disminución de línea de crédito.

## Ítem 10

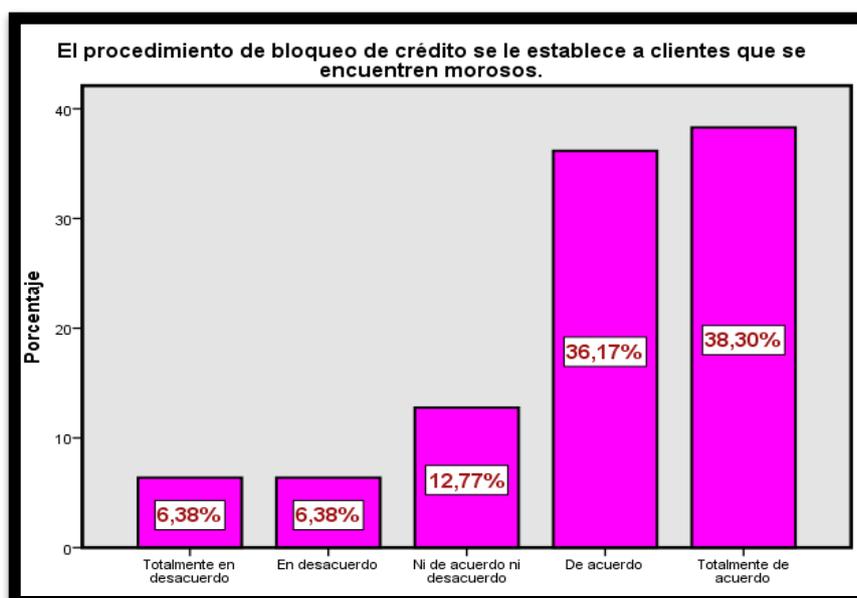
Tabla N° 32. Ítem 10

### El procedimiento de bloqueo de crédito se le establece a clientes que se encuentren morosos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	25,5
	De acuerdo	17	36,2	36,2	61,7
	Totalmente de acuerdo	18	38,3	38,3	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8 ítem 10



Fuente: Tabla N°32

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el procedimiento de bloqueo de crédito se le establece a clientes que se encuentren morosos, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 36.17 % se muestra de acuerdo y por último el 38.30 % se muestra totalmente de acuerdo en relación al procedimiento de bloqueo de crédito.

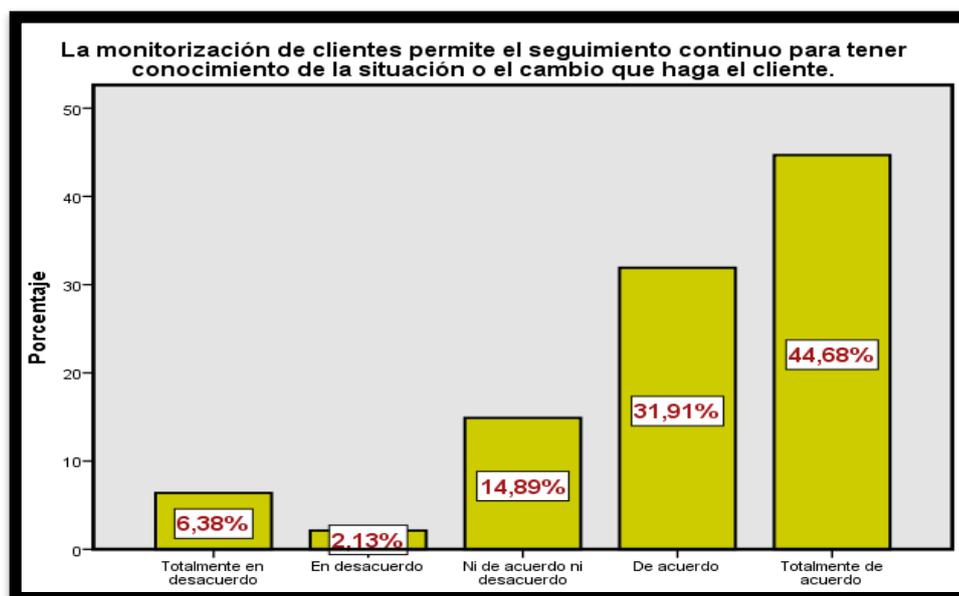
## Ítem 11

Tabla N° 33. Ítem 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	1	2,1	2,1	8,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	14,9	14,9	23,4
	De acuerdo	15	31,9	31,9	55,3
	Totalmente de acuerdo	21	44,7	44,7	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3 ítem 11



Fuente: Tabla N°33

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 2.13 % se encuentran en desacuerdo al considerar que la monitorización de cliente permite el seguimiento continuo para tener conocimiento de la situación o el cambio que haga el cliente, el 14.89% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 31.91 % se muestra de acuerdo y por último el 44.68 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la monitorización de cliente.

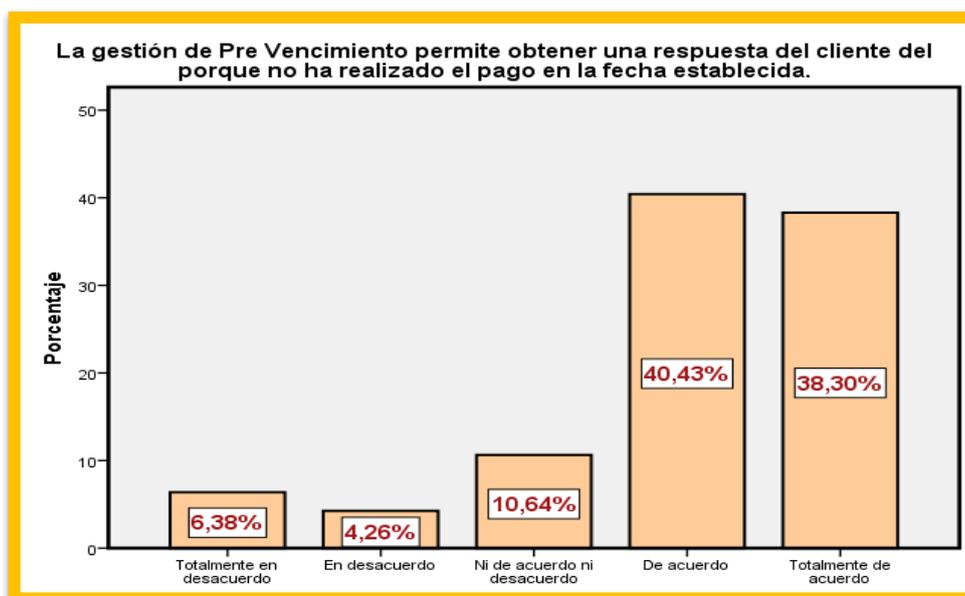
## Ítem 12

Tabla N° 34. Ítem 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	2	4,3	4,3	10,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	10,6	10,6	21,3
	De acuerdo	19	40,4	40,4	61,7
	Totalmente de acuerdo	18	38,3	38,3	100,0
Total		47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9 ítem 12



Fuente: Tabla N°34

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que la gestión de pre vencimiento permite obtener una respuesta del cliente del porque no ha realizado el pago en la fecha establecida , el 10.64% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 40.43 % se muestra de acuerdo y por último el 38.30 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la gestión de pre vencimiento.

## Ítem 13

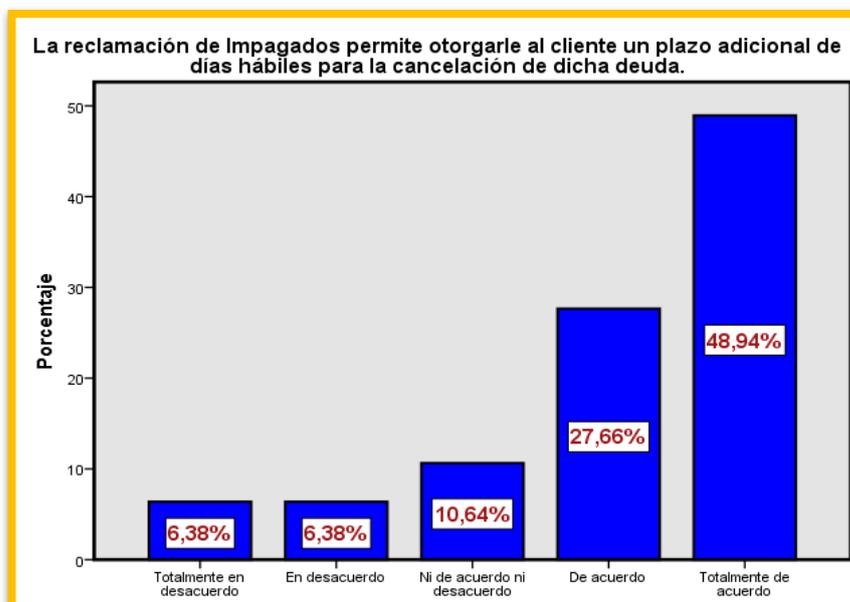
Tabla N° 35. Ítem 13

### La reclamación de Impagados permite otorgarle al cliente un plazo adicional de días hábiles para la cancelación de dicha deuda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	10,6	10,6	23,4
	De acuerdo	13	27,7	27,7	51,1
	Totalmente de acuerdo	23	48,9	48,9	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10 ítem 13



Fuente: Tabla N°35

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que la reclamación de impagados permite otorgarle al cliente un plazo adicional de días hábiles para la cancelación de dicha deuda, el 10.64% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 27.66 % se muestra de acuerdo y por último el 48.94 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la reclamación de impagados

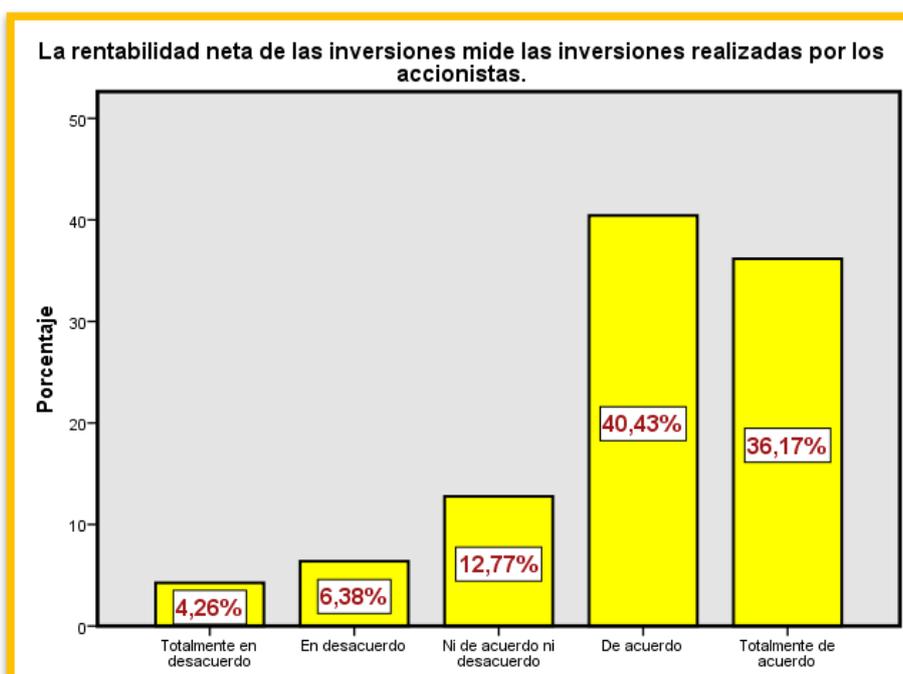
## Ítem 14

Tabla N° 36. Ítem 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3	4,3	4,3
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	10,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	23,4
	De acuerdo	19	40,4	40,4	63,8
	Totalmente de acuerdo	17	36,2	36,2	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11 ítem 14



Fuente: Tabla N°36

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 4.26 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que la rentabilidad neta de las inversiones mide las inversiones realizadas por los accionistas, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 40.43 % se muestra de acuerdo y por último el 36.17 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la rentabilidad neta de las inversiones.

## Ítem 15

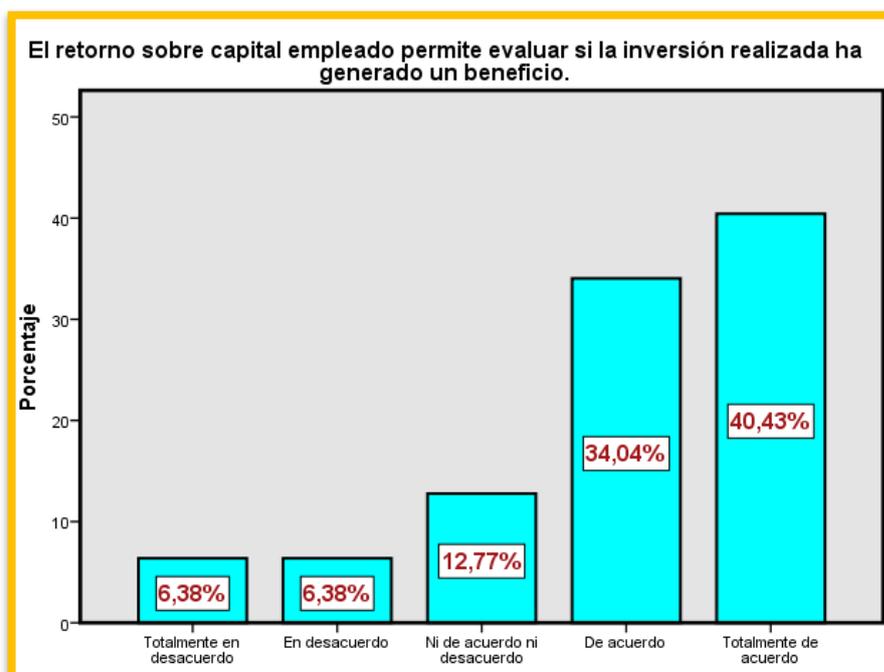
Tabla N° 37. Ítem 15

### El retorno sobre capital empleado permite evaluar si la inversión realizada ha generado un beneficio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	25,5
	De acuerdo	16	34,0	34,0	59,6
	Totalmente de acuerdo	19	40,4	40,4	100,0
	Total		47	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12 ítem 15



Fuente: Tabla N°37

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el retorno sobre capital empleado permite evaluar si la inversión realizada ha generado un beneficio, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 34.04 % se muestra de acuerdo y por último el 40.43 % se muestra totalmente de acuerdo en relación al retorno sobre capital empleado.

Ítem 16

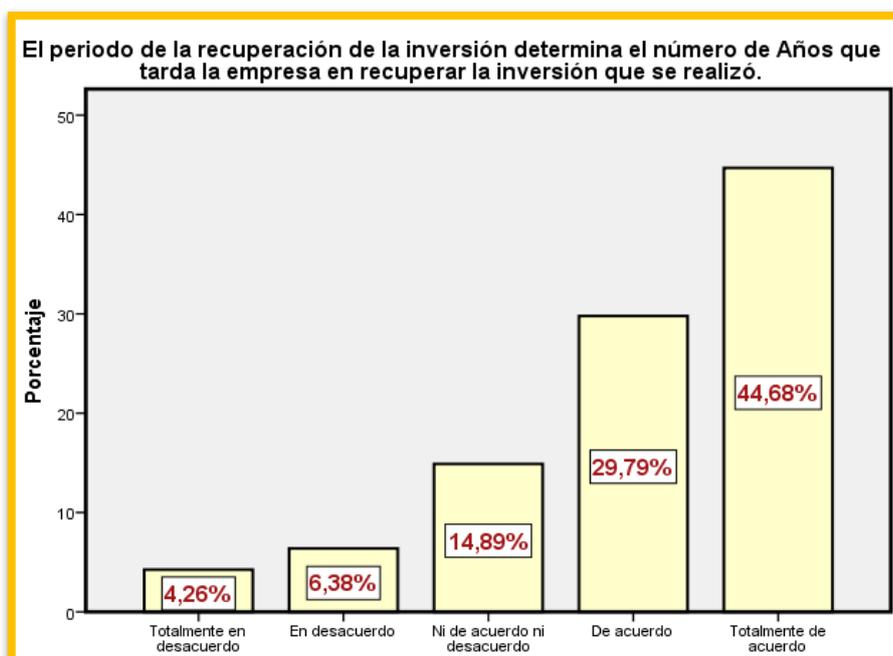
Tabla N° 38. Ítem 16

**El periodo de la recuperación de la inversión determina el número de Años que tarda la empresa en recuperar la inversión que se realizó.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3	4,3	4,3
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	10,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	14,9	14,9	25,5
	De acuerdo	14	29,8	29,8	55,3
	Totalmente de acuerdo	21	44,7	44,7	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 13 ítem 16



Fuente: Tabla N°38

**Interpretación:**

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 4.26 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el periodo de la recuperación de la inversión determina el número de años que tarda la empresa en recuperar la inversión que realizó, el 14.89% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 29.79 % se muestra de acuerdo y por último el 44.68 % se muestra totalmente de acuerdo en relación al periodo de la recuperación de la inversión.

Ítem 17

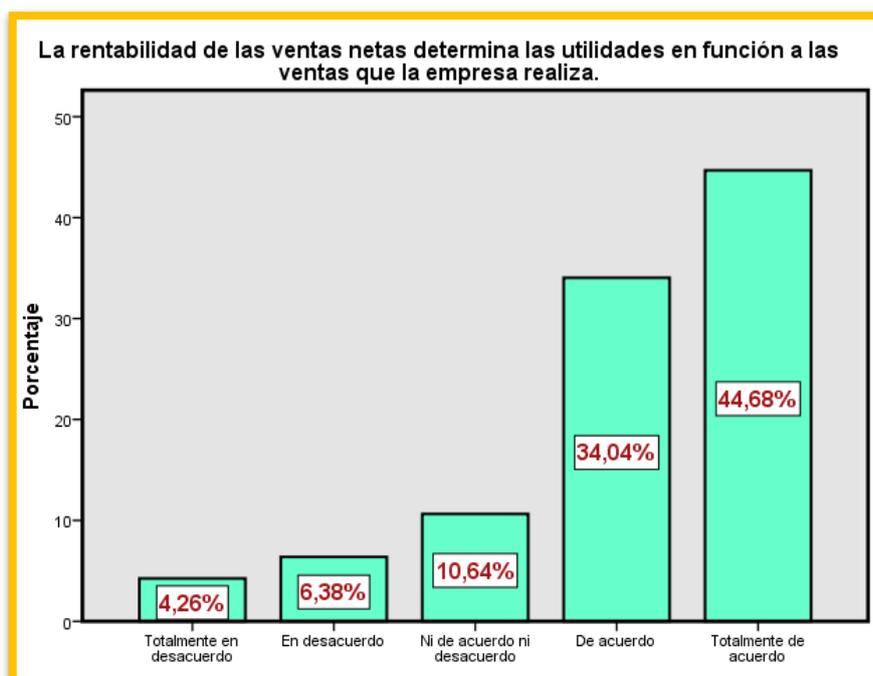
Tabla N° 39. Ítem 17

**La rentabilidad de las ventas netas determina las utilidades en función a las ventas que la empresa realiza**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3	4,3	4,3
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	10,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	10,6	10,6	21,3
	De acuerdo	16	34,0	34,0	55,3
	Totalmente de acuerdo	21	44,7	44,7	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 14 ítem 17



Fuente: Tabla N°39

**Interpretación:**

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 4.26 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que la rentabilidad de las ventas netas determina las utilidades en función a las ventas que la empresa realiza, el 10.64% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 34.04% se muestra de acuerdo y por último el 44.68 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la rentabilidad de las ventas netas.

## Ítem 18

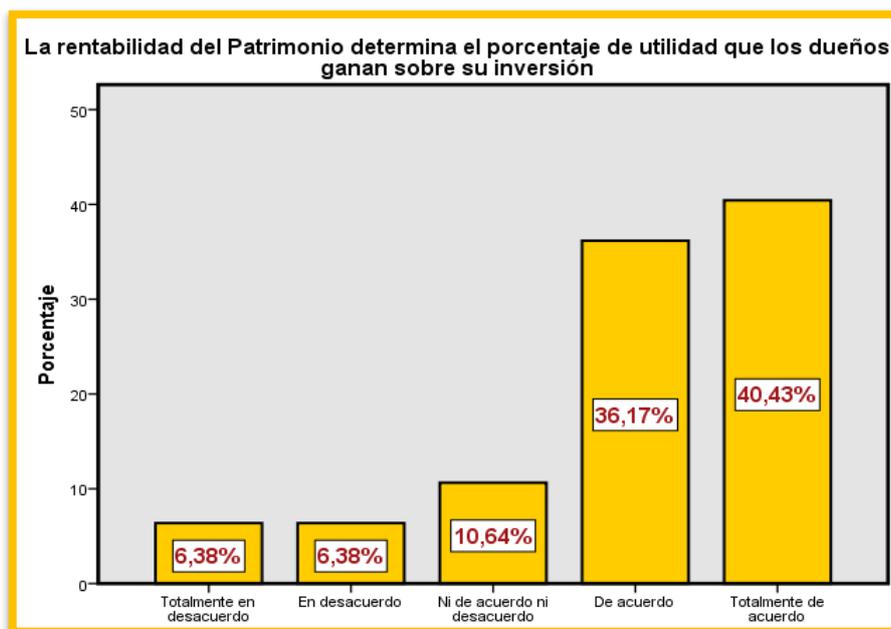
Tabla N°40. Ítem 18

### La rentabilidad del Patrimonio determina el porcentaje de utilidad que los dueños ganan sobre su inversión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	10,6	10,6	23,4
	De acuerdo	17	36,2	36,2	59,6
	Totalmente de acuerdo	19	40,4	40,4	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15 ítem 18



Fuente: Tabla N°40

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que la rentabilidad del patrimonio determina el porcentaje de utilidad que los dueños ganan sobre su inversión, el 10.64% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 36.17% se muestra de acuerdo y por último el 40.43 % se muestra totalmente de acuerdo en relación a la rentabilidad del patrimonio.

## Ítem 19

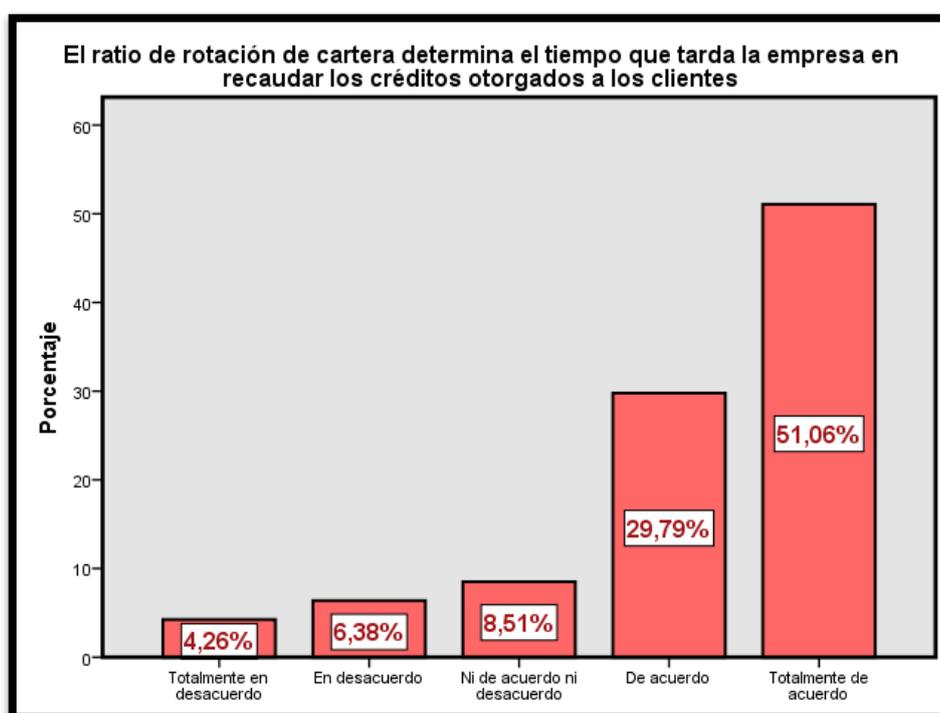
Tabla N° 41. Ítem 19

El ratio de rotación de cartera determina el tiempo que tarda la empresa en recaudar los créditos otorgados a los clientes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3	4,3	4,3
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	10,6
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	4	8,5	8,5	19,1
	De acuerdo	14	29,8	29,8	48,9
	Totalmente de acuerdo	24	51,1	51,1	100,0
	Total		47	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 16 ítem 19



Fuente: Tabla N°41

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 4.26 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el ratio de rotación de cartera, el 8.51% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 29.79% se muestra de acuerdo y por último el 51.06 % se muestra totalmente de acuerdo en relación al ratio de rotación de cartera.

Ítem 20

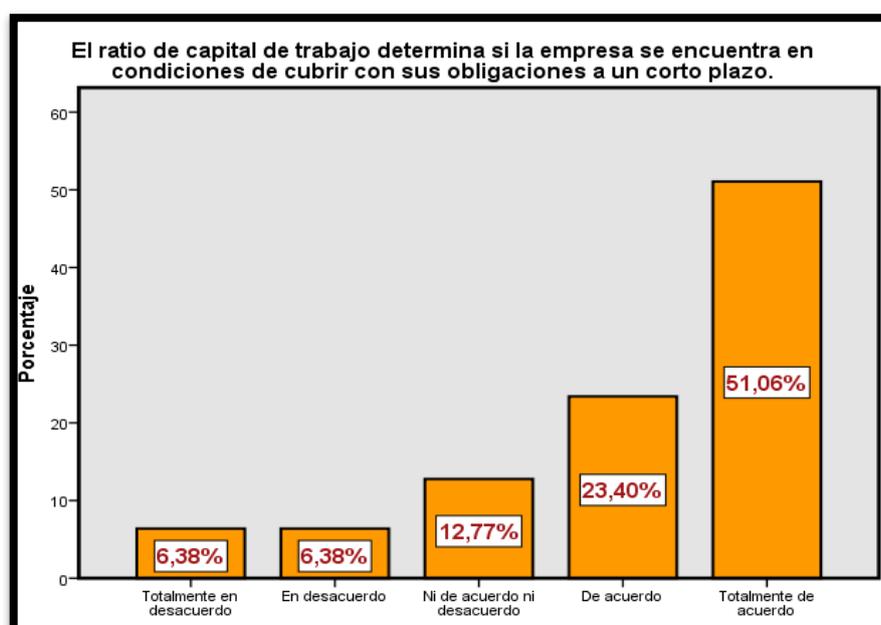
Tabla N° 42. Ítem 20

**El ratio de capital de trabajo determina si la empresa se encuentra en condiciones de cubrir con sus obligaciones a un corto plazo.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	25,5
	De acuerdo	11	23,4	23,4	48,9
	Totalmente de acuerdo	24	51,1	51,1	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 17 ítem 20



Fuente: Tabla N°42

**Interpretación:**

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el ratio de capital de trabajo determina si la empresa se encuentra en condiciones de cubrir con sus obligaciones a un corto plazo, el 12.77 % se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 23.40% se muestra de acuerdo y por último el 51.06 % se muestra totalmente de acuerdo en relación al ratio de capital de trabajo.

## Ítem 21

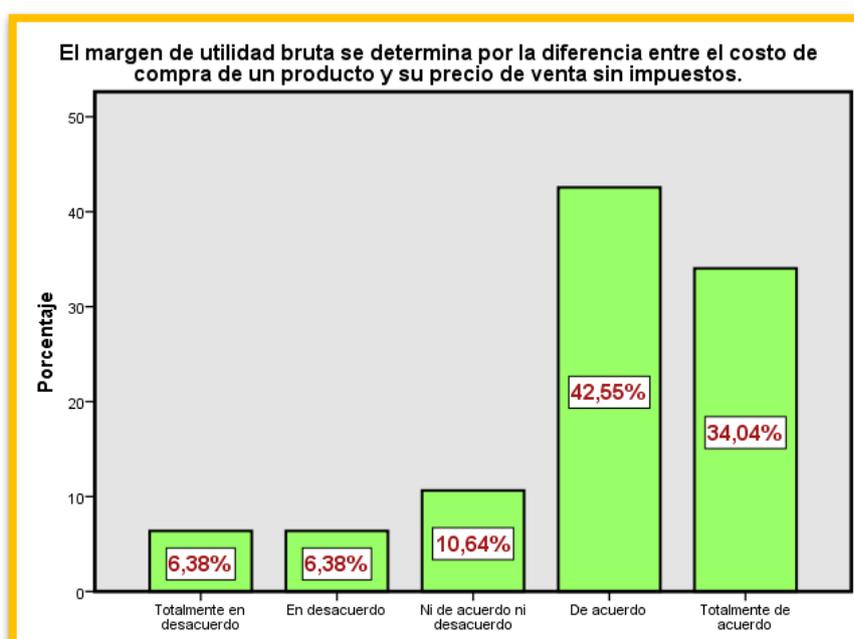
Tabla N° 43. Ítem 21

El margen de utilidad de bruta se determina por la diferencia entre el costo de compra de un producto y su precio de venta sin impuestos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	10,6	10,6	23,4
	De acuerdo	20	42,6	42,6	66,0
	Totalmente de acuerdo	16	34,0	34,0	100,0
	Total		47	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 18 ítem 21



Fuente: Tabla N°43

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el margen de utilidad bruta se determina por la diferencia entre el costo de compra de un producto y su precio de venta sin impuestos, el 10.64% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 42.55% se muestra de acuerdo y por último el 34.04% se muestra totalmente de acuerdo en relación al margen de utilidad bruta.

## Ítem 22

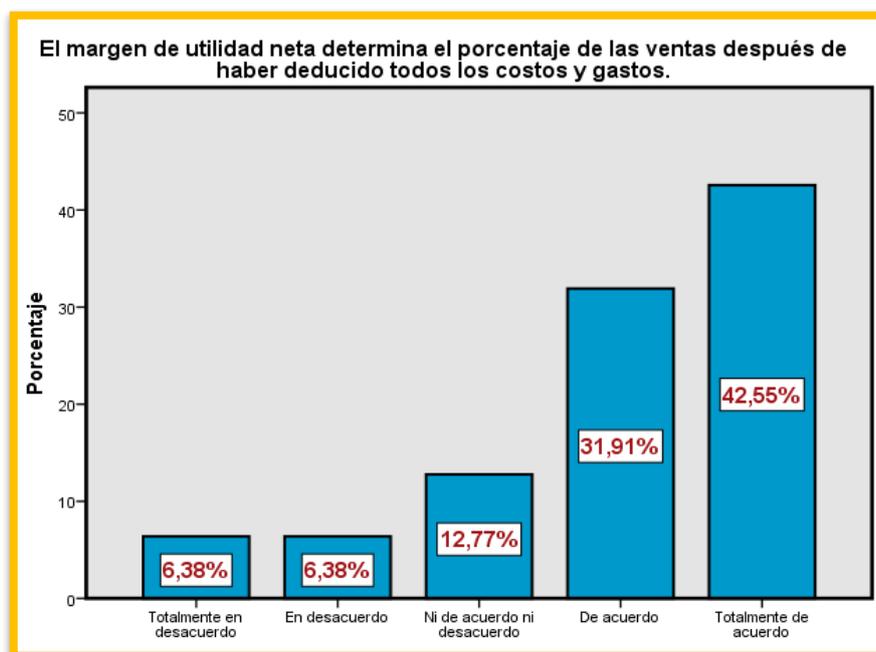
Tabla N° 44. Ítem 22

**El margen de utilidad neta determina el porcentaje de las ventas después de haber deducido todos los costos y gastos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	3	6,4	6,4	6,4
	En desacuerdo	3	6,4	6,4	12,8
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	25,5
	De acuerdo	15	31,9	31,9	57,4
	Totalmente de acuerdo	20	42,6	42,6	100,0
	Total	47	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 19 ítem 22



Fuente: Tabla N°44

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 6.38 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el margen de utilidad neta determina el porcentaje de las ventas después de haber deducido todos los costos y gastos, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 31.91% se muestra de acuerdo y por último el 42.55% se muestra totalmente de acuerdo en relación al margen de utilidad neta.

## Ítem 23

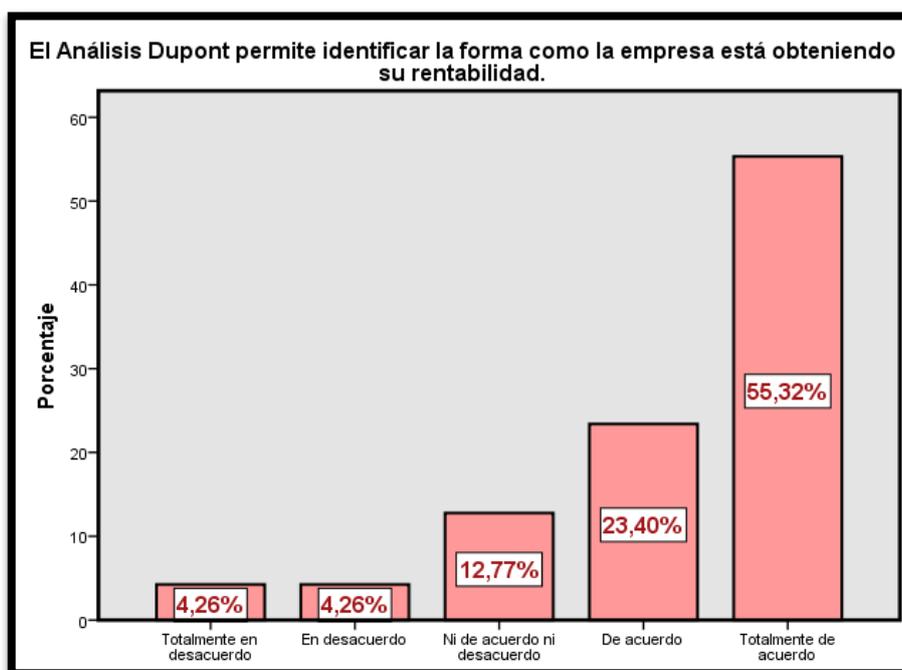
Tabla N° 45. Ítem 23

**El Análisis Dupont permite identificar la forma como la empresa está obteniendo su rentabilidad.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	2	4,3	4,3	4,3
	En desacuerdo	2	4,3	4,3	8,5
	Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	12,8	12,8	21,3
	De acuerdo	11	23,4	23,4	44,7
	Totalmente de acuerdo	26	55,3	55,3	100,0
	Total		47	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 20 ítem 23



Fuente: Tabla N°45

### Interpretación:

De acuerdo a las preguntas realizadas a los trabajadores que forman parte de la empresa HOUSEMART PERU SAC, año 2019 se obtuvo como resultado que un 4.26 % se encuentran totalmente en desacuerdo al considerar que el Análisis Dupont permite identificar la forma como la empresa está obteniendo su rentabilidad, el 12.77% se muestra ni de acuerdo ni desacuerdo, el 23.40% se muestra de acuerdo y por último el 55.32% se muestra totalmente de acuerdo en relación al Análisis Dupont.