

**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**



**Ventas al crédito y liquidez y rentabilidad de la empresa  
Marlyons Operador Logístico SAC. Chimbote. 2024**

Tesis para obtener el título profesional de Contadora Pública

**Autora:**

Ascon Hernández, María Rosa Lizeth

**Asesor:**

Dr. Venegas Gordillo, Luis

Código ORCID: 0000-0001-8779-7320

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2025**

## Índice general

Índice general .....	ii
Índice de tablas .....	iii
Palabras clave .....	vii
Constancia de Originalidad .....	viii
Título .....	ix
Resumen .....	x
Abstract.....	xi
Introducción.....	11
Metodología.....	33
Resultados.....	35
Análisis y discusión.....	59
Conclusiones.....	67
Recomendaciones .....	69
Referencias bibliográficas.....	70
Anexos .....	75

## Índice de tablas

Tabla 1: Las condiciones de crédito otorgadas por la empresa Marlyons son claras y bien definidas.....	35
Tabla 2: Las condiciones de crédito establecidas por la empresa Marlyons son competitivas en el mercado .....	35
Tabla 3: Las condiciones de crédito ofrecidas por Marlyons facilitan el aumento de las ventas .....	36
Tabla 4: Los procedimientos de cobranza en la empresa Marlyons son eficientes y efectivos.....	36
Tabla 5: El proceso de cobranza en la empresa Marlyons está bien estructurado para reducir el riesgo de impago .....	37
Tabla 6: La empresa Marlyons realiza seguimientos constantes a los pagos pendientes para asegurar el flujo de efectivo.....	37
Tabla 7: La empresa Marlyons proporciona capacitación periódica al personal encargado de gestionar las ventas al crédito.....	38
Tabla 8: El personal de la empresa Marlyons está suficientemente capacitado para manejar situaciones de cobranza y pagos .....	38
Tabla 9: La capacitación continua del personal contribuye al buen desempeño de la empresa Marlyons en la gestión de ventas a crédito .....	39
Tabla 10: La empresa Marlyons mantiene una comunicación constante con los clientes sobre sus saldos de crédito y pagos .....	39
Tabla 11: La comunicación fluida entre Marlyons y los clientes mejora la relación comercial y facilita las ventas a crédito.....	40
Tabla 12: La empresa Marlyons establece canales eficaces para resolver dudas y problemas relacionados con los créditos de los clientes .....	40
Tabla 13: La empresa Marlyons evalúa adecuadamente la capacidad de pago de sus clientes antes de otorgar crédito .....	41

Tabla 14: Los clientes de la empresa Marlyons tienen una capacidad de pago adecuada según los montos de crédito que se les otorgan.....	41
Tabla 15: La capacidad de pago de los clientes es monitoreada regularmente para reducir el riesgo de impago.....	42
Tabla 16: La empresa Marlyons verifica los antecedentes de crédito de sus clientes con otros proveedores antes de otorgar crédito.....	42
Tabla 17: Los antecedentes comerciales de los clientes con otros proveedores son un factor importante para la empresa Marlyons al otorgar crédito.....	43
Tabla 18: La empresa Marlyons tiene acceso a información confiable sobre los antecedentes comerciales de sus clientes con otros proveedores.....	43
Tabla 19: La empresa Marlyons mantiene una liquidez corriente adecuada para cubrir sus obligaciones a corto plazo.....	44
Tabla 20: Las ventas a crédito afectan negativamente la liquidez corriente de la empresa Marlyons.....	44
Tabla 21: La empresa Marlyons tiene políticas para mejorar su liquidez corriente mediante una adecuada gestión de los créditos.....	45
Tabla 22: La empresa Marlyons realiza análisis de prueba ácida para medir su capacidad de pago inmediato.....	45
Tabla 23: La prueba ácida es una herramienta clave para evaluar la situación financiera de la empresa Marlyons.....	46
Tabla 24: La empresa Marlyons mantiene una prueba ácida favorable para asegurar su solvencia a corto plazo.....	46
Tabla 25: La razón corriente de la empresa Marlyons es adecuada para enfrentar sus pasivos a corto plazo.....	47
Tabla 26: La empresa Marlyons monitorea constantemente su razón corriente para mantener una buena solvencia a corto plazo.....	47
Tabla 27: Una razón corriente saludable es parte de la estrategia financiera de la empresa Marlyons.....	48

Tabla 28: La empresa Marlyons tiene suficiente capital de trabajo para financiar sus operaciones diarias .....	48
Tabla 29: El capital de trabajo es gestionado adecuadamente para asegurar el flujo de efectivo en la empresa Marlyons.....	49
Tabla 30: El nivel de capital de trabajo en la empresa Marlyons es suficiente para enfrentar sus compromisos financieros .....	49
Tabla 31: La empresa Marlyons tiene una rentabilidad económica adecuada en relación con sus activos.....	50
Tabla 32: La rentabilidad económica de la empresa Marlyons ha mejorado gracias a las ventas al crédito.....	50
Tabla 33: La empresa Marlyons monitorea constantemente su rentabilidad económica para tomar decisiones estratégicas.....	51
Tabla 34: La rentabilidad financiera de la empresa Marlyons es favorable en relación con el capital invertido por los accionistas.....	51
Tabla 35: La empresa Marlyons tiene una rentabilidad financiera consistente, incluso con el aumento de las ventas a crédito .....	52
Tabla 36: Las decisiones financieras tomadas por la empresa Marlyons favorecen la rentabilidad para los accionistas.....	52
Tabla 37: La rentabilidad sobre ventas de la empresa Marlyons ha sido positiva debido a la gestión de ventas al crédito.....	53
Tabla 38: La rentabilidad sobre ventas de la empresa Marlyons ha mejorado gracias a la eficiencia en la gestión del crédito .....	53
Tabla 39: La empresa Marlyons mantiene una rentabilidad sobre ventas estable, incluso con el aumento en las ventas a crédito .....	54
Tabla 40: Confiabilidad del instrumento - Alfa de Cronbach.....	54
Tabla 41: Relación entre las ventas al crédito y la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024 .....	55
Tabla 42: Correlación entre políticas de crédito y liquidez .....	55
Tabla 43: Correlación entre políticas de crédito y rentabilidad .....	56

Tabla 44: Correlación entre gestión de cobranzas y liquidez.....	56
Tabla 45: Correlación entre gestión de cobranzas y rentabilidad .....	57
Tabla 46: Correlación entre evaluación del cliente y liquidez.....	57
Tabla 47: Correlación entre evaluación del cliente y rentabilidad.....	58

**PALABRAS CLAVE:**

Ventas al crédito, liquidez, rentabilidad, Finanzas.

**KEYWORDS:**

Credit sales, liquidity, profitability, Finance.

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

Área	Ciencias Sociales
Sub área	Economía y Negocios
Disciplina	Economía
Línea de investigación	Contabilidad

# CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, Vicerrector de Investigación de la Universidad San Pedro:

## HACE CONSTAR

Que, de la revisión del trabajo titulado "**VENTAS AL CRÉDITO Y LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MARLYONS OPERADOR LOGISTICO SAC. CHIMBOTE. 2024**" del (a) estudiante: **ASCON HERNANDEZ MARIA ROSA LIZETH**, identificado(a) con Código N° **2216100072**, se ha verificado un porcentaje de similitud del **30%**, el cual se encuentra dentro del parámetro establecido por la Universidad San Pedro mediante resolución de Consejo Universitario N° **5037-2019-USP/CU** para la obtención de grados y títulos académicos de pre y posgrado, así como proyectos de investigación anual Docente.

Se expide la presente constancia para los fines pertinentes.

Chimbote, 02 de julio de 2025

UNIVERSIDAD SAN PEDRO  
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN



---

**Dr. JAVIER MARTÍNEZ CARRIÓN**  
VICERRECTOR



**NOTA:** Este documento carece de valor si no tiene adjunta el reporte del Software TURNITIN.

**Título**

**VENTAS AL CRÉDITO Y LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD  
DE LA EMPRESA MARLYONS OPERADOR LOGISTICO  
SAC. CHIMBOTE. 2024**

## **Resumen**

La investigación tuvo como propósito establecer la relación entre las ventas al crédito y la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, ubicada en Chimbote, durante el año 2024; el tipo de investigación fue descriptivo-correlacional, con un diseño no experimental de corte transversal. La población objetivo fue el personal administrativo de la empresa, en número de 10 personas. La técnica empleada fue la encuesta y como instrumento se utilizó el cuestionario.

Como resultados de la investigación se obtuvo que, la empresa Marlyons Operador Logístico SAC en el período 2024 presentó correlación significativa entre ventas al crédito, liquidez y rentabilidad de la empresa estudiada; teniendo mayor coeficiente de correlación entre ventas al crédito y liquidez siendo de 0.770; asimismo, el 72.5% de los encuestados manifestaron que la empresa cuenta con adecuados niveles de liquidez al aplicarse la prueba ácida y la razón corriente, por su parte, en cuanto a la rentabilidad, el 75% de los encuestados manifestaron que la empresa cuenta con buenos niveles de rentabilidad, cuyos activos, capital invertido y las ventas realizadas presentaron buenos rendimientos.

## **Abstract**

The research aimed to establish the relationship between credit sales and the liquidity and profitability of the company Marlyons Operador Logístico SAC, located in Chimbote, during the year 2024; the type of research was descriptive-correlational, with a non-experimental cross-sectional design. The target population was the administrative staff of the company, numbering 10 people. The technique used was the survey and the instrument used was the questionnaire.

As a result of the research, it was found that the company Marlyons Operador Logístico SAC in the period 2024 presented a significant correlation between credit sales, liquidity, and profitability of the studied company; having a higher correlation coefficient between credit sales and liquidity of 0.770; likewise, 72.5% of the respondents stated that the company has adequate levels of liquidity when applying the acid test and the current ratio. On the other hand, regarding profitability, 75% of the respondents stated that the company has good levels of profitability, with its assets, invested capital, and sales showing good returns.

## **Introducción**

### ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA

Burga y Vargas (2022) realizaron un estudio, sobre la relación entre la solvencia y la liquidez de una empresa pesquera durante los años 2018 al 2021, llegando al resultado de que la variable solvencia no presenta relación significativa, ya que el coeficiente de correlación Pearson fue 0.529, llegando a la conclusión que tienen una correlación fuerte ya que el p-valor se elevó al 0.471. queriendo decir que durante los años estudiados estas variables tuvieron comportamientos erráticos, ya que la primera variable su tendencia fue ascendente, la segunda variable su tendencia fue decreciente.

Herrera (2022), presento un trabajo donde se planteó estudiar la relación entre la gestión financiera y la liquidez de una universidad privada del distrito de Lima, durante el año 2020. Llegando al resultado de que hay una correlación perfecta entre gestión financiera y la liquidez de la universidad, ya que el Rho de Spearman lanzo un resultado de +0.989, a la conclusión que se llegó, es que hay una correlación positiva perfecta entre la dimensión de inversión con la variable de la liquidez, ya que su coeficiente Rho de Spearman fue de +0.959, y hay una correlación positiva muy fuerte entre la dimensión de control financiero con la variable de la liquidez ya que su coeficiente Rho de Spearman fue de +0.880.

Rodriguez (2024) realizo una investigación donde se planteó determinar las fuentes de financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de una empresa inmobiliaria entre los años 2021 y 2022. Llegando a la conclusión de que el financiamiento incide en la rentabilidad, no necesariamente de manera positiva, ya que si los prestamos son adquiridos de personas naturales, los interese son altos, por lo que en algunos casos no habría rentabilidad.

Garrido y Saavedra (2022) realizaron una investigación donde estudiaron la influencia del financiamiento sobre la rentabilidad en una empresa de comercia en los años 2021 y 2022, las conclusiones que obtuvieron fue que no hubo influencia significativa del financiamiento sobre la rentabilidad económica, también de que sobre la rentabilidad financiera tampoco hubo influencia significativa y tampoco hubo influencia significativa sobre la rentabilidad de ventas.

Silvera y Ventocilla (2023) estudiaron en su investigación la gestión financiera en la rentabilidad en una empresa de transportes de la ciudad de Trujillo, ya que observaron una baja rentabilidad durante el año 2020. La conclusión a la que llegaron fue de que la gestión financiera si influyo d

manera positiva en la rentabilidad de la empresa de transportes durante el año 2020, ya que el p-valor fue de 0.036, durante la pandemia la variable rentabilidad se vio afectada de manera negativa por la gestión financiera, ya que se vio cambios económicos imprevistos.

Carbonel y Becerra (2024) estudiaron el impacto de la gestión estratégica de costos en la rentabilidad en las empresas productoras de desinfectantes en Lima Metropolitana durante el año 2022. Las conclusiones obtenidas, mostraron que hay un impacto significativo en la rentabilidad de dichas empresas durante el año 2022, esto por una idónea organización y control de las actividades y los recursos.

Coronel (2022) en su estudio, investigo sobre la rentabilidad durante los años 2019 y 2020 en el Consorcio Acciona San Martín en la ciudad de Lima. Los resultados a los que llegaron fueron que durante los años 2019 y 2020 la utilidad ruta disminuyó en un 0.02%, la utilidad neta en esos años incremento en un 0.03%, en relación al ROA en esos años aumento un 5.99% y en relación al ROE en esos años se aumentó en un 16.21%, lo que muestra que los recursos que son usados por la empresa causan rentabilidad. La conclusión a la que llegó, fue que el consorcio, demostró un porcentaje positivo en su rentabilidad ya que este supero el 5%

Millones (2020) realizó un estudio donde analizó la rentabilidad de una empresa que ofrece soluciones para carga semi granel, durante los años 2017 y 2018. La conclusión a la que se llegó fue que el análisis de la rentabilidad de esta empresa, aunque tuvo un mejor beneficio durante el 2018, se observó que había deficiencias en su rentabilidad ya que se tiene una elevada inversión en los costos de ventas, lo cual se debió comprobar detalladamente para que se pueda disminuir ese costo y tener mejores respuestas.

Mendoza (2020) realizó una investigación donde determinó el nivel de la liquidez financiera en una empresa de supermercados en la ciudad de Chiclayo y se enfocó más en arreglar las dificultades de la liquidez para cubrir sus obligaciones en corto plazo, por medio de un análisis financiero con los indicadores de la liquidez. La conclusión del autor fue que encontró baja liquidez general, indicando que la empresa tiene problemas de solvencia, produciendo que la empresa no cumpla con sus obligaciones en el término de cada ejercicio.

Argomedo y Nureña (2023) realizó una investigación a una empresa de transportes de Lima Metropolitana durante los años 2018-2019, donde observó que, por su mala gestión de cobros, no podría acreditar liquidez, por lo cual decidió estudiar la relación entre la gestión financiera y la liquidez de dicha empresa. Su conclusión fue que, si la gestión financiera de la empresa era

efectiva, sus niveles serían mayores, por lo que presenta una relación significativa positiva, pero como la empresa no presentaba políticas de cobranza, tenía problemas al momento de adquirir financiación y al momento de administrar sus recursos, contando con un nivel alto de cuentas por cobrar.

Altamirano (2020) realizó un estudio donde analizó la liquidez de una empresa de Chiclayo en el año 2018. Para obtener información financiera de la empresa, el contador dio una entrevista, donde señaló que no tiene un plan financiero que le facilite la implementación de estrategias empresariales para mejorar la liquidez de la empresa, además señaló que como se tiene experiencia en el rubro, las decisiones que se toman son de manera empírica. A lo que el autor concluyó que la empresa tenía capacidad para cubrir sus requerimientos en tiempo mínimo con el capital que ellos tenían en la caja.

Macias

y Rivera (2023) en su estudio se orienta en la gestión financiera y la liquidez, su objetivo fue ver la forma en que la gestión financiera incide en la liquidez de una empresa en Guayaquil. Según los resultados que obtuvieron fue de que la gestión financiera incidió significativamente en la liquidez de la empresa, este resultado que aprueba la hipótesis planteada, ya que emplear herramientas correctas permitirá a los gerentes realizar buenas elecciones y hacer buen uso de los recursos, esto evidencia la buena liquidez y el cumplimiento con las obligaciones en los plazos que se da.

Huaman (2022) realizó un estudio sobre la incidencia de la gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de una empresa de embutidos en la ciudad de Trujillo en el año 2020 al 2021. El autor llegó a la conclusión de que la incidencia es de manera negativa, mostrando que no se recuperaban las cuentas por cobrar del 2021 a comparación de las del 2020, esto fue gracias a que las cuentas por cobrar tuvieron poca rotación, también hubo falta de trabajadores calificados y que no usaron mecanismos legales que garanticen las deudas a créditos de la empresa.

Choquehuanca y Puican (2023) realizó un estudio donde tenía como fin el relacionar las cuentas por cobrar con la liquidez de una empresa inmobiliaria en Lima, durante el año 2023. La conclusión a la que llegó el autor fue de que entre las variables ya mencionadas, existe una relación significativa, esto nos hace ver que las cuentas por cobrar de la inmobiliaria tienen un vínculo fuerte con la liquidez, también señaló que si aumenta el riesgo de que las cuentas por cobrar no se paguen, la liquidez de la empresa se vería afectado directamente, por lo que menciono que es

necesario que la empresa esté al tanto de sus cuentas por cobrar, evitando así problemas futuros en la liquidez.

Hilario y Santillan (2020), escogieron una empresa de inversiones para estudiar su gestión de cobranzas de ventas al crédito con su influencia en la rentabilidad económica de esta. Llegaron al resultado de que la gestión de cobranzas de ventas al crédito si incide en el flujo de efectivo de la empresa; analizaron y observaron las ratios y se dieron cuenta que la ratio de periodo promedio de cobranza no fue el más óptimo, también concluyeron que no tienen una política de ventas que cumplir, a pesar de que la mayoría de sus ventas son al crédito, lo que ocasiona que el retraso de pago repercuta en las cuentas por cobrar.

Carrera y Lescano (2020) realizaron un estudio, que el fin fue averiguar el impacto de las ventas al crédito en la liquidez de una empresa que fabrica carrocerías y remolques para vehículos motorizados, lo que señalan los autores es que buscaron la forma de resolver su objetivo, para que las ventas al crédito no se vuelvan incobrables en un futuro. A lo que concluyeron que las ventas al crédito si impactan de manera directa a la liquidez de la empresa, también observaron que este tipo de ventas disminuye el ingreso de dinero en corto plazo, por lo que quita capital de trabajo inmediato.

García y Sandoval (2024) realizaron un estudio donde el objetivo fue ver que si sus ventas al crédito incidieron en la morosidad de las cuentas por cobrar de las empresas comerciales de materiales eléctricos. Llegaron a la conclusión que las empresas de materiales eléctricos otorgan créditos comerciales para atraer clientes, mejorar la rentabilidad y rotar inventarios rápidamente, ya que los productos pueden volverse obsoletos. Sin embargo, las ventas a crédito inciden significativamente en la morosidad de las cuentas por cobrar cuando en la empresa no se establecen políticas claras de crédito, como plazos y límites, y si no se evalúa adecuadamente la situación económica del cliente.

Caraguay (2021) realizo un estudio donde tuvo como intención verificar las ventas al crédito y su incidencia en la liquidez de una empresa de materiales eléctrico en Ecuador en el año 2019. El autor llego a la conclusión de que las ventas a crédito impactan considerablemente la liquidez de la empresa, lo cual se hace evidente cuando no se cumplen puntualmente las obligaciones con proveedores y empleados.

Unocc (2021) realizo un estudio donde administrativa las cuentas por cobrar en la liquidez de empresas de Huancayo que se dediquen a la comercialización de combustibles. Donde concluyo

que el modelo de gestión de cuentas por cobrar facilita el aumento de liquidez y mejora la eficiencia en las empresas comercializadoras de combustible de dicha provincia, a lo que se observa que la estructura organizativa tiene oportunidad de generar y obtener mejores resultados en un entorno competitivo.

Flores, Huaman & Huaman (2022), realizaron un estudio que tuvo como objetivo el establecer una relación entre las cuentas por cobrar y la liquidez en las empresas de sector industrial en el distrito de Ate. La conclusión a la que llegaron los autores fue de que existe una relación significativa entre las cuentas por cobrar con la liquidez, ya que el valor de rho de Spearman fue de 0.974 y el valor de significancia fue de 0.000, indicando así que, si la gestión de cuentas por cobrar mejoraba, aumentaba la liquidez de la empresa.

La investigación tiene como bases teóricas, las siguientes:

En relación con la primera variable de estudio, ventas al crédito, se abordará a continuación su aspecto teórico: Las ventas al crédito son una estrategia comercial mediante la cual una empresa permite a sus clientes adquirir bienes o servicios con un pago diferido en el tiempo. Esta práctica es común en diversas industrias y juega un papel fundamental en la economía, ya que facilita el acceso a productos y servicios, fomenta la demanda y puede aumentar la rentabilidad de los negocios. Las ventas al crédito pueden definirse como aquellas transacciones en las que el comprador adquiere un bien o servicio y se compromete a pagarlo en el futuro, generalmente bajo ciertas condiciones establecidas por el vendedor (Gitman & Zutter, 2012). Este tipo de ventas implica la concesión de un crédito comercial, lo que conlleva riesgos y beneficios tanto para el vendedor como para el comprador.

Según Weston y Brigham (2010), las ventas al crédito permiten a las empresas aumentar su volumen de ventas al eliminar la barrera del pago inmediato, pero también requieren una adecuada gestión de riesgos para evitar problemas de liquidez y morosidad.

En cuanto a la segunda variable, abarca los conceptos teóricos relacionados con la rentabilidad. La rentabilidad es la capacidad de una empresa, inversión o actividad económica para generar beneficios en relación con los recursos empleados. Es un indicador clave en la toma de decisiones financieras y estratégicas.

Según Gitman y Zutter (2012), la rentabilidad mide el éxito financiero de una empresa y su capacidad para generar ganancias en comparación con sus costos e inversiones.

Finalmente, se abarcará la parte teórica de la tercera variable de estudio siendo la liquidez: La liquidez es la capacidad de una empresa o individuo para cumplir con sus obligaciones financieras de corto plazo sin incurrir en problemas operativos. En términos financieros, mide qué tan rápido y fácilmente los activos pueden convertirse en efectivo para pagar deudas inmediatas.

Según Gitman y Zutter (2012), la liquidez es fundamental para la estabilidad financiera, ya que permite a las empresas enfrentar sus compromisos sin recurrir a financiamiento externo costoso.

Por otro lado, Van Horne y Wachowicz (2010) afirman que la liquidez no solo implica tener efectivo disponible, sino también la capacidad de convertir activos en efectivo sin afectar significativamente su valor.

En cuanto a la justificación de la investigación, y desde el punto de vista teórico, en la presente investigación se justifica debido que, se abordó uno de los problemas que generan las ventas al crédito de acuerdo con lo mencionado por Weston y Brigham (2010), siendo su afectación en la liquidez de la empresa de estudio; asimismo, se pudo hacer un contraste con lo dicho por Gitman & Zutter (2012), para dar a conocer si la práctica de vender al crédito fomenta o no la rentabilidad de la entidad sujeta a estudio.

Desde el punto de vista práctica, el presente estudio se justifica en la parte práctica ya que nos resolvió un problema que existe en la empresa materia de estudio el mismo que no había sido resuelto y que consideramos al término de la investigación aplicar nuestros resultados y contribuir a la solución del problema, así mismo dar a conocer este trabajo como un aporte para las empresas.

Desde el punto de vista social, se justifica ya que sus resultados sirven como aporte a la sociedad empresarial interesados en la solución de esta clase de problemas.

Desde el punto de vista metodológico, se justifica, ya que hemos seguido el método científico, el mismo que fue planeado en los protocolos de la investigación de la USP.

Desde el punto de vista científico, justificamos nuestro estudio ya que en la presente investigación se aporta e incrementa nuevos resultados al mundo de la ciencia y puesto a disposición de la sociedad, que contribuye para futuras investigaciones sobre el tema a estudiar.

En cuanto al problema de la investigación, en el ámbito empresarial, ofrecer ventas a crédito es una práctica habitual que posibilita a las empresas incrementar su volumen de ventas, pero a su vez, conlleva ciertos riesgos financieros que pueden impactar su liquidez y rentabilidad. En el caso de Marlyons Operador Logístico SAC, las ventas a crédito pueden influir directamente en los flujos de efectivo disponibles para sus operaciones y en la capacidad de la empresa para generar beneficios.

La liquidez hace referencia a la habilidad de la empresa para cumplir con sus compromisos financieros de corto plazo, mientras que la rentabilidad es un indicador crucial del rendimiento económico que refleja la eficacia de la empresa para generar ganancias en relación con sus ingresos y costos. A medida que Marlyons Operador Logístico SAC amplía sus actividades mediante la concesión de créditos a sus clientes, enfrenta un desafío doble: por un lado, debe garantizar que las ventas a crédito no perjudiquen su flujo de efectivo, lo que podría poner en riesgo su liquidez; por otro lado, debe analizar si estas ventas son rentables a largo plazo, considerando los gastos relacionados y el riesgo de que no realicen los pagos.

Ante la premisa propuesta, surge el siguiente planteamiento de problema para la realización del proyecto de investigación:

¿Cómo se relacionan las ventas al crédito, con la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC de Chimbote, el año 2024?

Respecto a la conceptualización y operacionalización de las variables de estudio tenemos:

Variable 1: Ventas al crédito

Definición conceptual:

Gitman & Zutter (2012) señalan que las ventas al crédito pueden definirse como aquellas transacciones en las que el comprador adquiere un bien o servicio y se compromete a pagarlo en el futuro, generalmente bajo ciertas condiciones establecidas por el vendedor. Este tipo de ventas implica la concesión de un crédito comercial, lo que conlleva riesgos y beneficios tanto para el vendedor como para el comprador.

Según Weston y Brigham (2010), señalan que las ventas al crédito permiten a las empresas aumentar su volumen de ventas al eliminar la barrera del pago inmediato, pero también requieren una adecuada gestión de riesgos para evitar problemas de liquidez y morosidad.

Definición operacional:

Las ventas a crédito son una modalidad de transacción comercial en la que una empresa entrega bienes o servicios a un cliente, quien se compromete a pagar en un plazo futuro. Este tipo de ventas genera una cuenta por cobrar en el balance de la empresa. Es fundamental que la empresa establezca políticas claras para gestionar los plazos de pago, los intereses, y evaluar la solvencia del cliente para minimizar riesgos de incobrabilidad.

Definición conceptual de dimensiones: Políticas de crédito

Gitman y Zutter (2012) define a las políticas de crédito como una estrategia financiera que establece los términos y condiciones en los que una empresa otorga crédito, buscando equilibrar el aumento de las ventas con el control del riesgo financiero.

Van Horne y Wachowicz (2002) señalan las condiciones de crédito como las condiciones en las que se otorgan las ventas a crédito, incluyendo el plazo de pago, los descuentos por pago anticipado y las sanciones por retraso en el pago.

Atoche (2016) menciona que los procedimientos de cobranza son las capacidades que una empresa debe poseer para recuperar los créditos concedidos a los clientes, siguiendo procesos de recuperación basados en un análisis crediticio, el volumen de ventas y el promedio de pagos.

Definición conceptual de dimensiones: Gestión de cobranza

Gitman y Zutter (2012) señala que la gestión de cobranza consiste en supervisar y recuperar los pagos atrasados de los clientes, garantizando que los ingresos se reciban dentro de los plazos fijados.

Werther y Davis (2014) mencionan que la capacitación al personal es un plan estructurado de la organización para promover el aprendizaje de habilidades laborales clave, apoyando a los empleados en la mejora de su desempeño y productividad.

Stanton, Etzel y Walker (2007) comentan que la comunicación constante con los clientes son una herramienta fundamental en el marketing relacional que ayuda a comprender las expectativas del cliente y a adaptar los productos o servicios a sus necesidades.

Definición conceptual de dimensiones: Evaluación al cliente

Kotler y Keller (2016) señalan que la evaluación del cliente es el proceso en el que las empresas analizan el comportamiento, las necesidades y las expectativas de los consumidores con el fin de mejorar la relación y la oferta de productos o servicios.

Gitman y Zutter (2012) mencionan que la capacidad de pago es el análisis de los flujos de efectivo y la estabilidad financiera de un prestatario para evaluar su solvencia y el riesgo crediticio.

Van Horne y Wachowicz (2002) menciona que el análisis de los antecedentes comerciales con otros proveedores facilita la evaluación de la confiabilidad y la capacidad de pago de un cliente, lo que ayuda a disminuir el riesgo de impago.

- Tipos de Ventas al Crédito

Las ventas al crédito pueden clasificarse en diferentes tipos según las condiciones de pago y los acuerdos establecidos:

- Crédito a corto plazo: Se otorga con plazos menores a un año, generalmente con pagos fraccionados o en una sola cuota al vencimiento (Ross, Westerfield, & Jordan, 2013).

- Crédito a largo plazo: Se extiende por periodos mayores a un año y suele incluir tasas de interés y garantías (Brigham & Ehrhardt, 2017).
- Venta con documentos negociables: Se emplean títulos de crédito como letras de cambio o pagarés que garantizan el pago en una fecha futura (Van Horne & Wachowicz, 2010).
- Cuenta abierta: Es el tipo más común de crédito comercial, en el que el vendedor entrega los bienes sin recibir pago inmediato y registra la deuda en sus cuentas por cobrar (Moyer, McGuigan, & Kretlow, 2008).

#### - Políticas de Ventas al Crédito

Las políticas de crédito establecen los criterios para conceder financiamiento a los clientes y los procedimientos para la administración de cuentas por cobrar. Según Gitman y Zutter (2012), estas políticas son fundamentales para garantizar la rentabilidad y sostenibilidad financiera de una empresa, ya que definen los plazos de pago, tasas de interés, límites de crédito y medidas para la recuperación de deudas.

Elementos de las Políticas de Ventas al Crédito: Las políticas de ventas al crédito suelen estar compuestas por los siguientes elementos clave:

- Evaluación del Cliente: Antes de conceder crédito, las empresas deben analizar la capacidad de pago del cliente a través de:
  - Historial crediticio: Situación financiera y capacidad de endeudamiento.
  - Referencias comerciales y bancarias: Brigham y Ehrhardt (2017) sugieren que un análisis riguroso del crédito reduce el riesgo de impagos y mejora la eficiencia en la cobranza.

Condiciones de Crédito. Las condiciones de crédito incluyen los términos en los que se otorga el financiamiento, tales como:

- Plazo de pago: Tiempo concedido para liquidar la deuda.
- Tasa de interés: Costo del financiamiento, si aplica.
- Descuentos por pronto pago: Incentivos para el pago anticipado (Ross, Westerfield, & Jordan, 2013).
- Gitman et al. (2018) afirman que definir condiciones adecuadas permite atraer clientes sin comprometer la liquidez de la empresa.

Límite de Crédito. El límite de crédito es el monto máximo que un cliente puede adeudar a la empresa en un período determinado. Este se establece con base en la evaluación del cliente y la política de riesgo de la empresa (Weston & Brigham, 2010).

Procedimientos de Cobranza. Un plan de cobranza efectivo permite minimizar los retrasos en los pagos e incluye:

- Recordatorios de pago previos al vencimiento.
- Aplicación de intereses por mora.
- Procedimientos legales en casos de incumplimiento.
- Van Horne y Wachowicz (2010) recomiendan que las empresas implementen estrategias proactivas de cobranza para reducir el riesgo de cuentas incobrables.

#### - Gestión de Cobranzas

La gestión de cobranzas es el conjunto de estrategias, procedimientos y herramientas utilizadas por las empresas para recuperar los pagos pendientes de sus clientes. Una administración eficiente de la cobranza es clave para mantener un flujo de efectivo estable, reducir la morosidad y garantizar la sostenibilidad financiera de la empresa (Brigham & Houston, 2019).

Según Gitman y Zutter (2012), la gestión de cobranzas es el proceso mediante el cual una empresa supervisa y controla el cobro de sus cuentas por cobrar para asegurar que los clientes cumplan con sus obligaciones de pago. Un sistema de cobranza eficiente minimiza el riesgo de impago y mejora la liquidez de la empresa.

Brigham y Ehrhardt (2017) destacan que una gestión de cobranza efectiva no solo implica la recuperación de pagos vencidos, sino también la implementación de estrategias preventivas para evitar la acumulación de deudas incobrables.

#### - Tipos de Cobranza

La cobranza se puede clasificar en tres tipos principales:

- Cobranza Preventiva: Se enfoca en evitar el retraso en los pagos mediante estrategias como: Evaluación crediticia de clientes antes de conceder crédito.

Recordatorios de pago antes del vencimiento.

Ofrecimiento de descuentos por pronto pago (Van Horne & Wachowicz, 2010).

- Cobranza Persuasiva. Se aplica cuando el pago ya ha vencido, pero el cliente aún no es considerado moroso. Incluye:

Contacto telefónico o por correo electrónico para recordar el pago.

Renegociación de plazos en casos justificados.

Aplicación de intereses por mora como incentivo para el pago oportuno (Moyer, McGuigan, & Kretlow, 2008).

- Cobranza Judicial. Se utiliza cuando los métodos anteriores no han sido efectivos. Implica: Envío de notificaciones legales.

Inicio de procesos judiciales para la recuperación de la deuda.

Uso de agencias de cobranza externas o venta de la deuda a terceros (Brigham & Houston, 2019).

- Estrategias para una Gestión de Cobranzas Efectiva

Para optimizar el proceso de cobranza, las empresas pueden aplicar diversas estrategias, como:

- Implementación de Políticas de Crédito Claras: Definir criterios de evaluación crediticia y establecer términos de pago bien estructurados ayuda a reducir el riesgo de impagos (Gitman et al., 2018).

- Uso de Tecnología y Automatización. El uso de software de gestión de cobranzas permite: Enviar recordatorios automáticos de pago.

Realizar seguimiento a clientes morosos.

Generar reportes de cuentas por cobrar (Ross et al., 2013).

- Capacitación del Personal de Cobranza. Los equipos de cobranza deben recibir formación en negociación, comunicación efectiva y resolución de conflictos para mejorar la recuperación de pagos (Van Horne & Wachowicz, 2010).

- Segmentación de Clientes por Nivel de Riesgo. Clasificar a los clientes en función de su historial de pagos permite aplicar estrategias diferenciadas, como ofrecer incentivos para buenos pagadores o medidas más estrictas para clientes con alta morosidad (Brigham & Ehrhardt, 2017).

- Indicadores de Gestión de Cobranzas

- Para evaluar la efectividad de la gestión de cobranzas, se pueden utilizar los siguientes indicadores financieros:

- Índice de rotación de cuentas por cobrar =  $\text{Ventas a crédito} / \text{Promedio de cuentas por cobrar}$ .

- Período medio de cobro =  $(\text{Cuentas por cobrar} / \text{Ventas a crédito}) \times 365$ .

- Tasa de morosidad =  $(\text{Cuentas vencidas} / \text{Total de cuentas por cobrar}) \times 100$  (Gitman & Zutter, 2012)

- Importancia de las Ventas al Crédito

Las ventas al crédito son esenciales en la economía moderna, ya que permiten:

- Facilitar la adquisición de bienes y servicios por parte de los consumidores.

- Incrementar el volumen de ventas y la competitividad de las empresas.

- Mejorar la fidelización de clientes al brindarles opciones de pago flexibles (Gitman et al., 2018).

Sin embargo, también presentan desafíos, como el riesgo de impago y la necesidad de establecer políticas de crédito efectivas para evitar problemas financieros (Brigham & Houston, 2019).

#### - Riesgos de las Ventas al Crédito

Entre los principales riesgos se encuentran:

- Riesgo de morosidad: Posibilidad de que el cliente no cumpla con el pago en el plazo acordado.
- Impacto en el flujo de caja: La falta de pagos puntuales puede afectar la liquidez de la empresa.
- Pérdida de valor de cuentas por cobrar: En caso de impagos prolongados, las cuentas por cobrar pueden deteriorarse y convertirse en incobrables (Brigham & Houston, 2019).

#### Variable 2: Liquidez

Definición conceptual:

Gitman y Zutter (2012), señala que la liquidez es fundamental para la estabilidad financiera, ya que permite a las empresas enfrentar sus compromisos sin recurrir a financiamiento externo costoso.

Van Horne y Wachowicz (2010) afirman que la liquidez no solo implica tener efectivo disponible, sino también la capacidad de convertir activos en efectivo sin afectar significativamente su valor.

Definición operacional:

La liquidez es la capacidad de una empresa para convertir rápidamente sus activos en efectivo y cubrir sus pasivos a corto plazo. Se refiere a cuán fácilmente una empresa puede cumplir con sus obligaciones financieras inmediatas sin enfrentar dificultades. La liquidez es esencial para mantener la operatividad diaria y evitar problemas financieros.

Definición conceptual de dimensiones: Ratios de liquidez

Ross, Westerfield y Jaffe (2010) mencionan que los ratios de liquidez muestran la habilidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo utilizando sus activos a corto plazo, ofreciendo una medida de solvencia financiera inmediata.

Ross, Westerfield y Jaffe (2010) señalan que la liquidez corriente es un indicador fundamental en el análisis financiero, que evalúa si una empresa dispone de suficientes activos líquidos para cumplir con sus obligaciones a corto plazo.

Van Horne y Wachowicz (2002) mencionan que la prueba ácida es un indicador de liquidez que omite los inventarios de los activos corrientes, dado que estos pueden no ser fácilmente transformados en efectivo en el corto plazo.

Horngrén, Sundem y Elliott (2006) señalan que la razón corriente es un indicador financiero que evalúa la capacidad de una empresa para hacer pagos inmediatos, comparando sus activos líquidos con sus pasivos a corto plazo.

Horngrén, Sundem y Elliott (2006) mencionan que el capital de trabajo es la cantidad de recursos financieros a corto plazo que una empresa tiene disponible para financiar sus actividades diarias.

#### **a. Indicadores de Liquidez**

Para medir la liquidez, se utilizan diversas ratios financieras:

##### - Razón de Liquidez Corriente (Current Ratio)

La liquidez corriente es un indicador financiero que mide la capacidad de una empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo con sus activos corrientes.

Formula de la liquidez corriente:

Liquidez Corriente = Activo Corriente/pasivo corriente

Donde:

- Un valor mayor a 1 indica que la empresa tiene suficientes activos líquidos para cubrir sus deudas de corto plazo.

- Un valor menor a 1 sugiere posibles problemas de liquidez.

- Prueba Ácida o Liquidez Rápida (Quick Ratio): La prueba ácida, también conocida como ratio rápido, es un indicador financiero que mide la capacidad de una empresa para cubrir sus obligaciones a corto plazo sin depender de la venta de inventarios. Se considera una medida más estricta de liquidez en comparación con la liquidez corriente.

Formula de la prueba ácida:

Prueba ácida = (Activo Corriente – Inventarios) /Pasivo Corriente

Donde:

- Un resultado alto indica que la empresa puede afrontar obligaciones sin depender de la venta de inventarios.

#### Importancia del Ratio de Prueba Ácida

- Evaluación más estricta de liquidez: Excluye los inventarios, que pueden no ser fácilmente convertibles en efectivo.
- Indicador de solvencia inmediata: Mide la capacidad real de la empresa para pagar sus obligaciones sin depender de la venta de inventarios.
- Útil en industrias con inventarios de difícil venta: Es especialmente relevante en sectores donde los productos tienen ciclos de venta largos o valores fluctuantes.

#### - Razón de efectivo

La razón de efectivo es un indicador financiero que mide la capacidad de una empresa para pagar sus pasivos corrientes utilizando únicamente sus activos más líquidos: el efectivo y los equivalentes de efectivo. Es una medida más estricta de liquidez que la liquidez corriente y la prueba ácida, ya que excluye cuentas por cobrar e inventarios.

Formula de la razón efectivo:

Razón de efectivo =  $\frac{\text{Efectivo y Equivalentes de Efectivo}}{\text{pasivo corriente}}$

Donde:

Esta ratio indica qué proporción de las deudas a corto plazo de la empresa pueden ser cubiertas inmediatamente con el efectivo disponible.

#### Importancia de la Razón de Efectivo

- Mide la liquidez inmediata: Evalúa la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones sin necesidad de vender activos o esperar cobros.
- Indicador de estabilidad financiera: Una razón de efectivo alta sugiere una empresa con reservas sólidas, mientras que una baja puede indicar dependencia de financiamiento externo o ventas de activos.
- Relevante en tiempos de crisis: En momentos de incertidumbre económica, contar con un buen nivel de razón de efectivo puede ser crucial para la supervivencia de la empresa.

#### Interpretación del Ratio

- Mayor a 0.5: La empresa tiene una cantidad razonable de efectivo para cubrir al menos la mitad de sus deudas a corto plazo.

- Cercano a 1.0: La empresa puede pagar la totalidad de sus pasivos corrientes solo con su efectivo disponible.
- Menor a 0.3: Puede indicar problemas de liquidez y dependencia de ingresos futuros o financiamiento para cumplir con obligaciones.

- **Capital de Trabajo Neto**

Representa la diferencia entre los activos corrientes y los pasivos corrientes.

Formula del capital de trabajo neto

Capital de Trabajo Neto = Activo Corriente – Pasivo Corriente

Un capital de trabajo positivo indica buena liquidez y estabilidad financiera.

**b. Factores que Afectan la Liquidez**

- **Ciclo de conversión de efectivo:** La velocidad con la que la empresa convierte activos en efectivo.
- **Estructura de financiamiento:** Un alto nivel de deuda de corto plazo puede comprometer la liquidez.
- **Gestión del capital de trabajo:** Una eficiente administración de cuentas por cobrar, inventarios y cuentas por pagar mejora la liquidez.

**c. Importancia de la Liquidez**

- Garantiza la estabilidad financiera y evita problemas de insolvencia.
- Permite a las empresas aprovechar oportunidades de inversión sin depender de préstamos urgentes.
- Es clave para la confianza de inversionistas y acreedores, ya que una empresa con buena liquidez es menos riesgosa.

**d. Relación entre Liquidez y Rentabilidad**

Existe una relación inversa entre liquidez y rentabilidad. Mantener demasiada liquidez puede reducir la rentabilidad, ya que el efectivo no invertido no genera ingresos. Sin embargo, una liquidez insuficiente aumenta el riesgo de insolvencia y puede afectar la operatividad de la empresa.

**Variable 3: Rentabilidad**

Definición conceptual:

Gitman y Zutter (2012), mencionan que la rentabilidad mide el éxito financiero de una empresa y su capacidad para generar ganancias en comparación con sus costos e inversiones.

Definición operacional:

La rentabilidad es la capacidad de una empresa para generar ganancias en relación con sus ingresos, costos o activos. Es un indicador clave que muestra qué tan eficiente es la empresa en utilizar sus recursos para obtener beneficios. Se mide mediante diferentes ratios, y es fundamental para evaluar el desempeño económico y que tan viable es la empresa a largo plazo.

Definición conceptual de dimensiones: Retorno de los activos

Madura (2010) señala que el retorno de los activos es un indicador de rentabilidad que muestra el nivel de ganancia generado por cada unidad monetaria invertida en activos.

Van Horne y Wachowicz (2010) definen la rentabilidad económica como un indicador que evalúa la capacidad de los activos de una empresa para generar ganancias, independientemente de la manera en que hayan sido financiados.

Definición conceptual de dimensiones: Retorno del patrimonio

Ross, Westerfield y Jaffe (2008) indican que el ROE es una de las métricas más relevantes de rentabilidad y que puede desglosarse en sus componentes mediante el análisis DuPont.

Rodríguez (2021) define la rentabilidad financiera como la habilidad de una empresa para generar ingresos que superen sus costos totales.

Definición conceptual de dimensiones: Margen de utilidad

Guajardo (2002) cita el margen de utilidad como un indicador de rentabilidad que refleja el porcentaje de las ventas que se transforman en beneficios disponibles para los accionistas.

Horngrén, Sundem y Stratton (2007) mencionan que el ROS es crucial para evaluar el rendimiento operativo, ya que indica qué porcentaje de cada dólar vendido se convierte en ganancias.

- Tipos de Rentabilidad

Se pueden identificar varios tipos de rentabilidad, entre los que destacan:

**a.** Rentabilidad Económica (ROA – Return on Assets): La rentabilidad económica, también conocida como Return on Assets (ROA), mide la eficiencia de una empresa en la generación de beneficios utilizando sus activos totales. Indica cuán productivos son los activos para generar ingresos antes de considerar los costos financieros de la deuda. Según Van Horne y Wachowicz (2010), la rentabilidad económica mide el rendimiento de los activos independientemente de la estructura financiera de la empresa, permitiendo evaluar su eficiencia operativa. Gitman y Zutter

(2012) afirman que el ROA muestra la rentabilidad generada por cada unidad monetaria invertida en activos y es crucial para comparar empresas dentro de una misma industria.

Fórmula de la Rentabilidad Económica:

$$\text{ROA} = (\text{Utilidad Neta} / \text{Activo Total Promedio}) \times 100$$

Donde:

- Utilidad Neta: Ganancia obtenida después de impuestos y otros gastos.
- Activo Total Promedio: Promedio de los activos al inicio y final del período contable.

Interpretación del ROA

- Un ROA alto indica que la empresa utiliza eficientemente sus activos para generar ganancias.
- Un ROA bajo sugiere ineficiencias operativas o una alta inversión en activos con bajo rendimiento.

Factores que Afectan la Rentabilidad Económica:

- Eficiencia en la gestión de activos: Uso óptimo de recursos físicos y financieros.
  - Estructura de costos: Control de gastos operativos.
  - Rotación de activos: Velocidad con la que la empresa convierte activos en ingresos.
- b. Rentabilidad Financiera (ROE – Return on Equity)** Evalúa la capacidad de la empresa para generar beneficios con el capital aportado por los accionistas: La rentabilidad financiera, también conocida como Return on Equity (ROE), mide la capacidad de una empresa para generar beneficios utilizando los recursos aportados por los accionistas. Es un indicador clave para evaluar la eficiencia del capital propio en la generación de valor. Según Van Horne y Wachowicz (2010), la rentabilidad financiera refleja el rendimiento del capital invertido por los propietarios, permitiendo evaluar la capacidad de la empresa para incrementar el valor de la inversión. Por otro lado, Gitman y Zutter (2012) destacan que el ROE es un indicador clave para los inversionistas, ya que muestra la rentabilidad obtenida sobre los fondos propios de la empresa.

Fórmula de la Rentabilidad Financiera:

$$\text{ROE} = (\text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio Neto}) \times 100$$

Donde:

- Utilidad Neta: Ganancia después de impuestos.
- Patrimonio Neto: Capital aportado por los accionistas y reservas acumuladas.

Interpretación del ROE

- Un ROE alto indica que la empresa utiliza eficientemente los fondos propios para generar ganancias.
- Un ROE bajo puede reflejar una baja eficiencia en la gestión de recursos o un exceso de capital sin suficiente rentabilidad.
- Si el ROE es mayor al costo del capital, la empresa está generando valor para los accionistas.

#### Factores que Afectan la Rentabilidad Financiera

- Estructura de capital: Nivel de endeudamiento de la empresa.
- Eficiencia operativa: Capacidad de la empresa para generar ingresos y controlar costos.
- Política de dividendos: Distribución de utilidades entre reinversión y pago a los accionistas.

#### Relación entre Rentabilidad Financiera y Apalancamiento

El apalancamiento financiero influye en la rentabilidad financiera. Si una empresa utiliza deuda para financiarse y genera un rendimiento superior al costo de esa deuda, el ROE aumentará. Sin embargo, un exceso de endeudamiento puede generar riesgos financieros.

c. Rentabilidad sobre Ventas (ROS – Return on Sales): Determina el margen de beneficio respecto a las ventas totales. La rentabilidad sobre ventas (ROS, por sus siglas en inglés: Return on Sales) es un indicador financiero que mide la eficiencia de una empresa en la generación de utilidades a partir de sus ingresos por ventas. Muestra qué porcentaje de las ventas se convierte en ganancia operativa, antes de considerar impuestos e intereses. Según Gitman y Zutter (2012), el ROS refleja la capacidad de una empresa para controlar costos y generar beneficios a partir de sus ventas. Por otro lado, Van Horne y Wachowicz (2010) afirman que la rentabilidad sobre ventas es clave para evaluar la eficiencia operativa de una empresa y su capacidad para mantener márgenes de ganancia saludables.

#### Fórmula de la Rentabilidad sobre Ventas (ROS)

$$\text{ROS} = (\text{Utilidad Operativa} / \text{Ventas netas}) \times 100$$

Donde:

- Utilidad Operativa (EBIT): Ganancia antes de intereses e impuestos.
- Ventas Netas: Ingresos totales después de descuentos y devoluciones.

#### Interpretación del ROS

- Un ROS alto indica que la empresa tiene un buen control de costos y una alta eficiencia operativa.

- Un ROS bajo sugiere que los costos operativos son elevados o que los precios de venta no generan suficiente margen de ganancia.

Permite comparar la rentabilidad de empresas dentro de una misma industria.

Factores que Afectan la Rentabilidad sobre Ventas

- Estructura de costos: Si los costos fijos y variables son elevados, el ROS disminuirá.
- Estrategia de precios: Un precio de venta adecuado puede mejorar el margen de ganancia.
- Eficiencia operativa: La optimización de procesos productivos mejora el ROS.
- Condiciones del mercado: Factores externos como competencia, inflación y demanda afectan la rentabilidad.

Relación con Otros Indicadores Financieros

- ROS vs. ROE (Rentabilidad Financiera): Mientras el ROS mide la rentabilidad de las ventas, el ROE evalúa la rentabilidad del capital propio.
- ROS vs. ROA (Rentabilidad Económica): El ROS se centra en la eficiencia operativa, mientras que el ROA analiza la eficiencia en el uso de los activos totales.

Operacionalización de variables

<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>
<b>Ventas al crédito</b>	Políticas de crédito	Condiciones de crédito	1-3
		Procedimientos de cobranza	4-6
	Gestión de cobranza	Capacitación al personal	7-9
		Comunicación constante con los clientes	10-12
	Evaluación al cliente	Capacidad de pago	13-15
		Antecedentes con otros proveedores	16-18
<b>Liquidez</b>	Ratios de liquidez	Liquidez corriente	19-21
		Prueba ácida	22-24
		Razón corriente	25-27
		Capital de trabajo	28-30
<b>Rentabilidad</b>	Retorno de los activos	Rentabilidad económica	31-33
	Retorno del patrimonio	Rentabilidad financiera	34-36
	Margen de utilidad	Rentabilidad sobre ventas	37-39

La hipótesis fue la siguiente:

H1: Existe relación significativa entre las ventas al crédito, con la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC de Chimbote, en el año 2024

H0: No existe relación significativa entre las ventas al crédito, con la liquidez y rentabilidad de la

empresa Marlyons Operador Logistico SAC de Chimbote, en el año 2024.

En cuanto al objetivo general fue: Establecer la relación entre las ventas al crédito y la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024

Objetivos específicos

- Establecer el nivel de las ventas al crédito de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.
- Establecer el nivel de la liquidez de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.
- Establecer el nivel de la rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.
- Establecer la relación entre políticas de crédito y liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, en el año 2024
- Establecer la relación entre gestión de cobranzas y liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, en el año 2024
- Establecer la relación entre evaluación al cliente y liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, en el año 2024

## **Metodología**

### Tipo de investigación

#### Descriptivo

La investigación fue de tipo descriptivo, ya que describió las ventas al crédito que realiza la empresa en el año 2024, así también como la descripción de la liquidez y rentabilidad, del año mencionado. Para Arias (2021) la investigación descriptiva se encarga de clasificar, definir o dividir un fenómeno o hecho a estudiar, con el objetivo de analizar sus características, pero no aborda las relaciones o comportamientos entre las variables.

#### Correlacional

La investigación fue de tipo correlacional ya que se vio en qué manera se relaciona la variable de ventas al crédito con las variables de liquidez y rentabilidad. Para Arias (2020) la investigación correlacional se enfoca en analizar dos variables para determinar cómo se relacionan entre sí. Su objetivo es observar cómo cambia una variable cuando la otra también cambia, pero solo se estudian la dirección y la fuerza de esta relación. Es importante destacar que la correlación no significa que una variable cause directamente el cambio en la otra.

### Diseño de investigación

#### No experimental

Fue un estudio no experimental, ya que los datos obtenidos no se modificaron y las variables no fueron manipuladas. Además, se analizaron los hechos una vez que ya hayan ocurrido, lo que implica que el enfoque de este diseño de investigación fue observar los fenómenos tal como sucedieron para luego proceder a su análisis. Según lo indicado por Hernández et al. (2014), la investigación no experimental se caracteriza por no alterar las variables durante su ejecución, ya que se basa en la observación de los hechos tal como ocurren en la realidad. (pag.152)

#### Transversal

Fue transversal ya que se recolectó datos de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC de un determinado momento. Según Padilla (2021) el estudio transversal es un diseño de investigación no experimental en el que los datos se recopilan en un único momento temporal. En este tipo de estudios, al igual que en otros diseños observacionales, no se realiza ninguna intervención sobre las variables; estas simplemente se observan sin ser alteradas.

## Población - Muestra

### Población

La población estuvo compuesta por el personal administrativo de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, estando conformados por 10 personas. Según Diaz (s.f.) define a la población se define como el conjunto de elementos que conforman el problema a investigar, los cuales deben ser cuantificables y medibles para su estudio. Su delimitación se establece según características comunes como el lugar, el contenido y el tiempo.

### Muestra

En esta investigación, no se usó la muestra.

## Técnicas e instrumentos

### Técnica

La técnica a emplear fue la encuesta. Para Farias (2024) las encuestas son instrumentos utilizados para recolectar información, que consisten en un conjunto estructurado de preguntas, dirigidas a una muestra representativa de la población, con el objetivo de conocer sus opiniones o perspectivas sobre una problemática.

### Instrumento

El instrumento que se empleó fue el cuestionario. Para Farias (2024) un cuestionario es una herramienta utilizada para recolectar información, que consiste en una secuencia ordenada de preguntas.

## Validez y confiabilidad

La validez se midió a través de juicios de expertos en el tema y la confiabilidad mediante el alfa de Cronbach.

## Procesamiento y análisis de la investigación.

En esta parte se utilizó el paquete estadístico SPSS versión 27.0 formando una base de datos, cuyos resultados permitió mostrarlos mediante tablas y/o figuras para su interpretación.

## Resultados

Variable de estudio: Ventas al crédito

Dimensión 1: Políticas al crédito

*Tabla 1:* Las condiciones de crédito otorgadas por la empresa Marlyons son claras y bien definidas.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados estuvieron de acuerdo que las condiciones de crédito otorgadas por la empresa Marlyons son claras y bien definidas.

*Tabla 2:* Las condiciones de crédito establecidas por la empresa Marlyons son competitivas en el mercado

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	2	25.0%
DE ACUERDO	6	75.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 75% de los encuestados se encontraron de acuerdo que, las condiciones de crédito establecidas por la empresa Marlyons son competitivas en el mercado.

Tabla 3: Las condiciones de crédito ofrecidas por Marlyons facilitan el aumento de las ventas.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	5	62.5%
DE ACUERDO	3	37.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo que las condiciones de crédito ofrecidas por Marlyons facilitan el aumento de las ventas.

Tabla 4: Los procedimientos de cobranza en la empresa Marlyons son eficientes y efectivos.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que los procedimientos de cobranza en la empresa Marlyons son eficientes y efectivos.

*Tabla 5:* El proceso de cobranza en la empresa Marlyons está bien estructurado para reducir el riesgo de impago.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo con el proceso de cobranza en la empresa Marlyons está bien estructurado para reducir el riesgo de impago.

*Tabla 6:* La empresa Marlyons realiza seguimientos constantes a los pagos pendientes para asegurar el flujo de efectivo.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la empresa Marlyons realiza seguimientos constantes a los pagos pendientes para asegurar el flujo de efectivo.

## Dimensión 2: Gestión de cobranza

*Tabla 7:* La empresa Marlyons proporciona capacitación periódica al personal encargado de gestionar las ventas al crédito.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

### Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons proporciona capacitación periódica al personal encargado de gestionar las ventas al crédito.

*Tabla 8:* El personal de la empresa Marlyons está suficientemente capacitado para manejar situaciones de cobranza y pagos.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

### Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons *está* suficientemente capacitado para manejar situaciones de cobranza y pagos.

*Tabla 9:* La capacitación continua del personal contribuye al buen desempeño de la empresa Marlyons en la gestión de ventas a crédito.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la capacitación continua del personal contribuye al buen desempeño de la empresa Marlyons en la gestión de ventas a crédito.

*Tabla 10:* La empresa Marlyons mantiene una comunicación constante con los clientes sobre sus saldos de crédito y pagos.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons mantiene una comunicación constante con los clientes sobre sus saldos de crédito y pagos.

*Tabla 11:* La comunicación fluida entre Marlyons y los clientes mejora la relación comercial y facilita las ventas a crédito.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la comunicación fluida entre Marlyons y los clientes mejora la relación comercial y facilita las ventas a crédito.

*Tabla 12:* La empresa Marlyons establece canales eficaces para resolver dudas y problemas relacionados con los créditos de los clientes.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la empresa Marlyons establece canales eficaces para resolver dudas y problemas relacionados con los créditos de los clientes.

### Dimensión 3: Evaluación al cliente.

*Tabla 13:* La empresa Marlyons evalúa adecuadamente la capacidad de pago de sus clientes antes de otorgar crédito.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la empresa Marlyons evalúa adecuadamente la capacidad de pago de sus clientes antes de otorgar crédito.

*Tabla 14:* Los clientes de la empresa Marlyons tienen una capacidad de pago adecuada según los montos de crédito que se les otorgan.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que los clientes de la empresa Marlyons tienen una capacidad de pago adecuada según los montos de crédito que se les otorgan.

Tabla 15: La capacidad de pago de los clientes es monitoreada regularmente para reducir el riesgo de impago.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la capacidad de pago de los clientes es monitoreada regularmente para reducir el riesgo de impago.

Tabla 16: La empresa Marlyons verifica los antecedentes de crédito de sus clientes con otros proveedores antes de otorgar crédito.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons verifica los antecedentes de crédito de sus clientes con otros proveedores antes de otorgar crédito.

*Tabla 17:* Los antecedentes comerciales de los clientes con otros proveedores son un factor importante para la empresa Marlyons al otorgar crédito.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	3	37.5%
DE ACUERDO	5	62.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:**

El 62.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que los antecedentes comerciales de los clientes con otros proveedores son un factor importante para la empresa Marlyons al otorgar crédito.

*Tabla 18:* La empresa Marlyons tiene acceso a información confiable sobre los antecedentes comerciales de sus clientes con otros proveedores.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:**

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons tiene acceso a información confiable sobre los antecedentes comerciales de sus clientes con otros proveedores.

Variable de estudio: Liquidez

Dimensión 1: Ratios de Liquidez

*Tabla 19:* La empresa Marlyons mantiene una liquidez corriente adecuada para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons mantiene una liquidez corriente adecuada para cubrir sus obligaciones a corto plazo.

*Tabla 20:* Las ventas a crédito afectan negativamente la liquidez corriente de la empresa Marlyons.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que las ventas a crédito afectan negativamente la liquidez corriente de la empresa Marlyons.

*Tabla 21:* La empresa Marlyons tiene políticas para mejorar su liquidez corriente mediante una adecuada gestión de los créditos.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons tiene políticas para mejorar su liquidez corriente mediante una adecuada gestión de los créditos.

*Tabla 22:* La empresa Marlyons realiza análisis de prueba ácida para medir su capacidad de pago inmediato.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	4	50.0%
DE ACUERDO	4	50.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La mitad de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons realiza análisis de prueba ácida para medir su capacidad de pago inmediato.

Tabla 23: La prueba ácida es una herramienta clave para evaluar la situación financiera de la empresa Marlyons.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	6	75.0%
DE ACUERDO	2	25.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 75% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la prueba ácida es una herramienta clave para evaluar la situación financiera de la empresa Marlyons.

Tabla 24: La empresa Marlyons mantiene una prueba ácida favorable para asegurar su solvencia a corto plazo.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	6	75.0%
DE ACUERDO	2	25.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 75% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons mantiene una prueba ácida favorable para asegurar su solvencia a corto plazo.

*Tabla 25:* La razón corriente de la empresa Marlyons es adecuada para enfrentar sus pasivos a corto plazo.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	6	75.0%
DE ACUERDO	2	25.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 75% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la razón corriente de la empresa Marlyons es adecuada para enfrentar sus pasivos a corto plazo.

*Tabla 26:* La empresa Marlyons monitorea constantemente su razón corriente para mantener una buena solvencia a corto plazo.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	5	62.5%
DE ACUERDO	3	37.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons monitorea constantemente su razón corriente para mantener una buena solvencia a corto plazo.

Tabla 27: Una razón corriente saludable es parte de la estrategia financiera de la empresa Marlyons.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	5	62.5%
DE ACUERDO	3	37.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que una razón corriente saludable es parte de la estrategia financiera de la empresa Marlyons.

Tabla 28: La empresa Marlyons tiene suficiente capital de trabajo para financiar sus operaciones diarias.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	5	62.5%
DE ACUERDO	3	37.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons tiene suficiente capital de trabajo para financiar sus operaciones diarias.

Tabla 29: El capital de trabajo es gestionado adecuadamente para asegurar el flujo de efectivo en la empresa Marlyons.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	5	62.5%
DE ACUERDO	3	37.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que el capital de trabajo es gestionado adecuadamente para asegurar el flujo de efectivo en la empresa Marlyons.

Tabla 30: El nivel de capital de trabajo en la empresa Marlyons es suficiente para enfrentar sus compromisos financieros.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	5	62.5%
DE ACUERDO	3	37.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que el nivel de capital de trabajo en la empresa Marlyons es suficiente para enfrentar sus compromisos financieros.

Variable de estudio: Rentabilidad

Dimensión 1: Retorno de activos

Tabla 31: La empresa Marlyons tiene una rentabilidad económica adecuada en relación con sus activos.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	1	12.5%
DE ACUERDO	7	87.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 87.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la empresa Marlyons tiene una rentabilidad económica adecuada en relación con sus activos.

Tabla 32: La rentabilidad económica de la empresa Marlyons ha mejorado gracias a las ventas al crédito.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	1	12.5%
DE ACUERDO	7	87.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 87.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la rentabilidad económica de la empresa Marlyons ha mejorado gracias a las ventas al crédito.

Tabla 33: La empresa Marlyons monitorea constantemente su rentabilidad económica para tomar decisiones estratégicas.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	1	12.5%
DE ACUERDO	7	87.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 87.5% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la empresa Marlyons monitorea constantemente su rentabilidad económica para tomar decisiones estratégicas.

Dimensión 2: Retorno del patrimonio

Tabla 34: La rentabilidad financiera de la empresa Marlyons es favorable en relación con el capital invertido por los accionistas.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	2	33.3%
DE ACUERDO	4	66.7%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 66.7% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que la rentabilidad financiera de la empresa Marlyons es favorable en relación con el capital invertido por los accionistas.

*Tabla 35:* La empresa Marlyons tiene una rentabilidad financiera consistente, incluso con el aumento de las ventas a crédito.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	2	25.0%
DE ACUERDO	6	75.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 75.0% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que La empresa Marlyons tiene una rentabilidad financiera consistente, incluso con el aumento de las ventas a crédito.

*Tabla 36:* Las decisiones financieras tomadas por la empresa Marlyons favorecen la rentabilidad para los accionistas.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	2	25.0%
DE ACUERDO	6	75.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 75.0% de los encuestados opinaron que están de acuerdo que las decisiones financieras tomadas por la empresa Marlyons favorecen la rentabilidad para los accionistas.

### Dimensión 3:

*Tabla 37:* La rentabilidad sobre ventas de la empresa Marlyons ha sido positiva debido a la gestión de ventas al crédito.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	6	75.0%
DE ACUERDO	2	25.0%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### Interpretación:

El 75.0% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la rentabilidad sobre ventas de la empresa Marlyons ha sido positiva debido a la gestión de ventas al crédito.

*Tabla 38:* La rentabilidad sobre ventas de la empresa Marlyons ha mejorado gracias a la eficiencia en la gestión del crédito.

<b>ESCALA DE VALORIZACION</b>	<b>TOTAL DE RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY DE ACUERDO	5	62.5%
DE ACUERDO	3	37.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

#### Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la rentabilidad sobre ventas de la empresa Marlyons ha mejorado gracias a la eficiencia en la gestión del crédito.

Tabla 39: La empresa Marlyons mantiene una rentabilidad sobre ventas estable, incluso con el aumento en las ventas a crédito.

ESCALA DE VALORIZACION	TOTAL DE RESPUESTAS	%
MUY DE ACUERDO	5	62.5%
DE ACUERDO	3	37.5%
INDIFERENTE	0	0.0%
EN DESACUERDO	0	0.0%
MUY DESACUERDO	0	0.0%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

El 62.5% de los encuestados opinaron que están muy de acuerdo que la empresa Marlyons mantiene una rentabilidad sobre ventas estable, incluso con el aumento en las ventas a crédito.

## Resultados estadísticos

Tabla 40: Confiabilidad del instrumento - Alfa de Cronbach

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Ventas al crédito	,914	18
Liquidez	,910	12
Rentabilidad	,643	9
Todo el instrumento	,926	39

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La aplicación del estadístico arroja buena consistencia interna y confiabilidad con respecto a las variables de ventas al crédito y liquidez, a diferencia de la variable rentabilidad que arrojó fiabilidad interna moderada.

En términos generales el instrumento tiene confiabilidad alta.

Tabla 41: Relación entre las ventas al crédito y la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024

			VENTAS AL CREDITO	LIQUIDEZ	RENTABILIDAD
	VENTAS_CREDITO	Coefficiente de correlación	1,000	,770*	-,025
		Sig. (bilateral)	.	,025	,953
		N	8	8	8
Rho de	LIQUIDEZ	Coefficiente de correlación	,770*	1,000	-,057
Spearman		Sig. (bilateral)	,025	.	,893
		N	8	8	8
	RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	-,025	-,057	1,000
		Sig. (bilateral)	,953	,893	.
		N	8	8	8

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Existe relación significativa entre las ventas al crédito, con la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC.

Tabla 42: Correlación entre políticas de crédito y liquidez.

			POLITICAS AL CREDITO	LIQUIDEZ
		Coefficiente de correlación	1,000	,338
	POLITICAS_CREDITO	Sig. (bilateral)	.	,413
		N	8	8
Rho de Spearman		Coefficiente de correlación	,338	1,000
	LIQUIDEZ	Sig. (bilateral)	,413	.
		N	8	8

Fuente: Elaboración propia

**Interpretación:**

La correlación entre POLITICA DE CRÉDITO Y LIQUIDEZ es positiva débil ya que muestra un coeficiente de correlación de 0.338. Además, se observa que la relación es no significativa ya que se muestra un P de 0.413 lo que es mayor al 0.05 sugerido.

Tabla 43: Correlación entre políticas de crédito y rentabilidad

		POLITICAS AL CREDITO	RENTABILIDAD	
		Coefficiente de correlación	1,000	,064
	POLITICAS_CREDITO	Sig. (bilateral)	.	,880
Rho de		N	8	8
		Coefficiente de correlación	,064	1,000
Spearman	RENTABILIDAD	Sig. (bilateral)	,880	.
		N	8	8

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La correlación entre POLITICA DE CRÉDITO Y RENTABILIDAD es muy baja casi nula ya que muestra un coeficiente de correlación de 0.064. Además, se observa que la relación es no significativa ya que se muestra un P de 0.880 lo que es mayor al 0.05 sugerido

Tabla 44: Correlación entre gestión de cobranzas y liquidez

		GESTION DE COBRANZA	LIQUIDEZ	
		Coefficiente de correlación	1,000	,696
	GESTION_COBRANZA	Sig. (bilateral)	.	,055
Rho de Spearman		N	8	8
		Coefficiente de correlación	,696	1,000
	LIQUIDEZ	Sig. (bilateral)	,055	.
		N	8	8

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La correlación entre gestión de cobranzas y liquidez es correlación positiva ya que muestra un

coeficiente de correlación de 0.696. Además, se observa que la relación es no significativa ya que se muestra un P de 0.055 lo que es mayor al 0.05 sugerido.

Tabla 45: Correlación entre gestión de cobranzas y rentabilidad.

			GESTION DE COBRANZA	RENTABILIDAD
Rho de Spearman	GESTION_	Coefficiente de correlación	1,000	-,159
	COBRANZA	Sig. (bilateral)	.	,706
		N	8	8
	RENTABILIDAD	Coefficiente de correlación	-,159	1,000
		Sig. (bilateral)	,706	.
	N	8	8	8

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

No hay correlación significativa entre gestión de cobranzas y rentabilidad. Además, se observa que la relación es no significativa ya que se muestra un P de 0.706 lo que es mayor al 0.05 sugerido.

Tabla 46: Correlación entre evaluación del cliente y liquidez

			EVAL. AL CLIENTE	LIQUIDEZ
Rho de Spearman	EVAL_	Coefficiente de correlación	1,000	,503
	AL CLIENTE	Sig. (bilateral)	.	,204
		N	8	8
	LIQUIDEZ	Coefficiente de correlación	,503	1,000
		Sig. (bilateral)	,204	.
	N	8	8	8

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La correlación entre evaluación del cliente y liquidez es correlación positiva moderada ya que muestra un coeficiente de correlación de 0.503. Además se observa que la relación es no significativa ya que se muestra un P de 0.204 lo que es mayor al 0.05 sugerido.

Tabla 47: Correlación entre evaluación del cliente y rentabilidad

		EVAL_CLIENTE	RENTABILIDAD
	Coefficiente de correlación	1,000	,331
EVAL_CLIENTE	Sig. (bilateral)	.	,423
	N	8	8
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	,331	1,000
	Sig. (bilateral)	,423	.
	N	8	8

Fuente: Elaboración propia

### Interpretación

La correlación entre evaluación del cliente y rentabilidad es correlación positiva pero baja ya que muestra un coeficiente de correlación de 0.331. Además, se observa que la relación es no significativa ya que se muestra un P de 0.423 lo que es mayor al 0.05 sugerido.

## **Análisis y discusión**

Objetivo general: Establecer la relación entre las ventas al crédito y la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.

De acuerdo con la **tabla 41**, existe correlación significativa entre ventas al crédito, liquidez y rentabilidad de la empresa estudiada; teniendo mayor coeficiente de correlación entre ventas al crédito y liquidez siendo de 0.770, esto se debe a que la empresa emplea políticas y gestión de cobranzas que garantizan el cumplimiento del pago de las ventas al crédito, incidiendo en la liquidez de la misma, permitiendo el cumplimiento de sus obligaciones corrientes; siendo complementado con las evaluaciones previas al crédito que aplican a sus clientes para garantizar el cumplimiento de los créditos dentro de los plazos otorgados. Dichas medidas confirman lo mencionado por Choquehuanca y Puican (2023) donde resaltó la importancia de tener control de las cuentas por cobrar; cuya adecuada implementación de políticas de cobranza, evita que el período promedio de cobranzas se vea afectado (Hilario y Santillan, 2020); donde una evaluación adecuada de la situación económica del cliente incide reduce el riesgo de morosidad de las cuentas por cobrar. (Garcia y Sandoval, 2024).

Objetivo específico 1: Establecer el nivel de las ventas al crédito de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024

De acuerdo con la **tabla 1** el 62.5% de los encuestados se encontraron de acuerdo que las condiciones de crédito otorgadas por la empresa Marlyons son claras y bien definidas, viéndose reflejado en **la tabla 3**, donde el 62.5% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo que las condiciones de crédito ofrecidas por la empresa facilitaron el aumento de las ventas. Asimismo, la buena percepción en el nivel de las ventas al crédito se vio respaldado por la capacitación continua del personal que contribuyó al buen desempeño de la empresa (**tabla 9**) y por la capacidad de pago que tuvieron los clientes en relación a los créditos que se le otorgaron (**tabla 14**); esto explica que, de acuerdo con **la tabla 40**, al aplicar el alfa de Cronbach, arroja una confiabilidad de 0.914 en cuanto la fiabilidad de su medición interna, siendo niveles altos de confiabilidad.

De acuerdo con Argomedo y Nureña (2023); las políticas de cobranza, dificultades en adquirir financiación y las problemáticas en administrar los recursos inciden en elevar las cuentas por

cobrar cuando se trata de ventas al crédito. Por su parte, **Choquehuanca y Puican (2023) resaltó la importancia que las empresas estén al pendiente de sus cuentas por cobrar para que no se vean afectados las ventas al crédito, misma afirmación fue mencionado por Hilario y Santillan (2020), en el cual, resaltaron que el retraso de pago repercute en las cuentas por cobrar.**

Por lo tanto, la empresa Marlyons Operador Logístico SAC presentó buenos niveles de ventas al crédito, donde el 62.5% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo que sus condiciones de crédito ofrecidas facilitaron el aumento de ventas, con un alto nivel de confiabilidad interna en su medición siendo de 0.914, esto se debió principalmente por las buenas políticas de cobranzas y la capacidad de pago de los clientes en cumplir con los créditos otorgados.

Objetivo específico 2: Establecer el nivel de la liquidez de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.

De acuerdo con la **tabla 19**, los encuestados se encontraron de acuerdo y muy de acuerdo que la empresa mantuvo su liquidez corriente de manera adecuada para cubrir sus obligaciones a corto plazo, misma situación ocurrieron en la prueba ácida y razón corriente de la empresa, donde el 72.5% de los encuestados se encontraron muy de acuerdo que dichos indicadores se encuentran en buenos niveles, tal como se ven reflejadas en las **tablas 24 y 25** respectivamente. Dichos resultados, se vieron materializados en el capital de trabajo, donde el 62.5% de los encuestados manifestaron estar muy de acuerdo que, la empresa cuenta con suficiente capital de trabajo para financiar sus operaciones diarias y a su vez, el mismo, es gestionado adecuadamente asegurando el flujo de efectivo de la entidad permitiendo enfrentar sus compromisos financieros, de acuerdo con lo señalado en las **tablas 28, 29 y 30** respectivamente; esto explica que, de acuerdo con **la tabla 40**, al aplicar el alfa de Cronbach, arroje una confiabilidad de 0.910 en cuanto la fiabilidad de su medición interna, siendo niveles altos de confiabilidad.

De acuerdo con lo señalado por Burga y Vargas (2022) entre los años 2018 al 2021 la empresa pesquera sometido a su estudio de investigación presentó liquidez con tendencia decreciente. Asimismo; Herrera (2022) señaló que, para que exista buen índice de liquidez, es necesario de una buena gestión financiera, puesto que, tienen una correlación positiva entre ambas variables con un

coeficiente de +0.989; por su parte, Altamirano (2020) resaltó que, un buen plan financiero que facilite la implementación de estrategias empresariales también contribuye en la buena liquidez de una entidad. Por otro lado, Mendoza (2020) mencionó que, la baja liquidez de una empresa la vuelve más propensa que tenga problemas de solvencia impidiendo que cumpla con sus obligaciones a corto y largo plazo.

Por consiguiente, el 72.5% de los encuestados manifestaron estar muy de acuerdo que la empresa cuenta con adecuados índices de liquidez al aplicarse la prueba ácida y razón corriente, con un alto nivel de confiabilidad interna en su medición siendo de 0.910, viéndose reflejado en el capital de trabajo, siendo dichos resultados producto de una buena gestión financiera que aplica la empresa en el flujo de efectivo.

Objetivo específico 3: Establecer el nivel de la rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.

En cuanto la rentabilidad de la empresa, conforme a la [tabla 31](#), el 87.5% de los encuestados se encontraron de acuerdo que los activos de la empresa generaron rentabilidad económica, similar situación ocurrió con respecto a la rentabilidad financiera del capital invertido y de las ventas realizadas, cuyos encuestados estuvieron de acuerdo en un 66% y muy de acuerdo en 75% respectivamente, tal como se refleja en las [tablas 34 y 39](#). Asimismo, cabe resaltar que, uno de los factores incentivaron la rentabilidad de la empresa fueron las decisiones financieras, cuyo 75% de los encuestados se mostraron de acuerdo que dichas decisiones favorecieron la rentabilidad de los accionistas, tal como señala la [tabla 36](#); esto explica que, de acuerdo con [la tabla 40](#), al aplicar el alfa de Cronbach, arroje una confiabilidad de 0.643 en cuanto la fiabilidad de su medición interna, siendo niveles moderados de confiabilidad.

En base a la rentabilidad, Coronel (2020) destacó que, el uso correcto de los recursos de una empresa genera rentabilidad en la misma, viéndose reflejado principalmente en el incremento de rentabilidad de sus activos; asimismo, Millones (2020) mencionó que, la elevada inversión en los costos de ventas ocasiona deficiencias en la rentabilidad de una empresa.

Por consiguiente, la empresa cuenta con buenos niveles de rentabilidad siendo que, la rentabilidad de sus activos, del capital invertido y de las ventas realizadas presentaron buenos rendimientos, siendo el de mayor aceptación las ventas realizadas, donde el 75% de los encuestados consideraron estar muy de acuerdo que las ventas de la empresa mantienen rentabilidad estable incluyendo en las mismas las ventas al crédito, con niveles moderados de confiabilidad interna en su medición siendo de 0.0.643, reflejando el uso correcto de sus recursos.

Objetivo específico 4: Establecer la relación entre políticas de crédito y liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, en el año 2024.

En cuanto la relación entre las políticas de crédito y liquidez, **las tablas 20, 21 y 22**, nos ilustran a grande rasgo la relación entre las mismas; siendo que, hubo una opinión dividida del 50% en los encuestados entre estar muy de acuerdo y de acuerdo en que las ventas a crédito afectan negativamente la liquidez corriente de la empresa, no obstante, los encuestados se encontraron de acuerdo que la empresa para contrarrestar esa afectación negativa, tiene políticas para mejorar su liquidez mediante una adecuada gestión de créditos y realización de prueba ácida para la medición de pago inmediato; lo explicado se ve reflejado que, al aplicar el Rho de Spearman, arrojó nivel de correlación positiva débil de 0.338 con un nivel de relación no significativa de 0.413 entre las políticas de crédito y liquidez tal como se detalla en la **tabla 42**. Mientras tanto, la relación entre políticas de crédito y rentabilidad se puede apreciar en **las tablas 32, 35 y 39**; por el cual, el 87.5% de los encuestados se mostraron de acuerdo que la rentabilidad económica de la empresa mejoró gracias a las ventas al crédito, situación similar ocurrió con la rentabilidad financiera pese al aumento de ventas al crédito, estando de acuerdo el 75% de los encuestados; dichos escenarios explican el porqué el 62.5% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo que la empresa mantiene rentabilidad sobre ventas estable pese al aumento de ventas al crédito; en consecuencia, al aplicar el Rho de Spearman, arroja correlación baja casi nula entre las mismas, al tener correlación de 0.06, siendo no significativa al tener un índice de 0.880 (**tabla 43**). La explicación de la relación no significativa de las políticas de crédito con liquidez y rentabilidad se debe que, el

75% de los encuestados se mostraron de acuerdo que la empresa ofrece condiciones de créditos competitivas en el mercado (tabla 2), asimismo, el de contar con procedimientos de cobranza eficientes y efectivos (tabla 4), debido al proceso de cobranza bien estructurado y seguimiento constante de los pagos pendientes para reducir el riesgo de impago y asegurar el flujo de efectivo (tablas 5 y 6).

Conforme lo mencionado por Argomedo y Nureña (2023), la ausencia de políticas de cobranza genera problemas al momento de financiamiento y ocasiona deficiencias en la administración de recursos al contar con nivel alto de cuentas por cobrar, trayendo como consecuencia problemas de liquidez. Asimismo, Choquehuanca y Puican (2023) resalta la importancia de tener control de las cuentas por cobrar, puesto que, sin políticas de cobranza que eviten niveles altos de morosidad, la liquidez de la empresa se vería afectado; teniendo como consecuencia no cumplir puntualmente las obligaciones con proveedores y empleados (Caraguay, 2021). Carrera y Lescano (2020) por su parte, revelaron que un nivel alto de ventas al crédito disminuye el ingreso de efectivo a corto plazo perjudicando al capital de trabajo.

Por lo tanto, la relación entre las políticas de crédito con liquidez y rentabilidad es no significativa siendo de 0.413 y 0.880 respectivamente, esto debido que la empresa cuenta con procedimientos de cobranza eficientes y efectivos con seguimiento de pagos pendientes para reducir el riesgo de impago tal como lo señaló Choquehuanca y Puican (2023), generando que el 62,5% de los encuestados se mostraran muy de acuerdo que la empresa mantuviera rentabilidad estable pese al aumento de las ventas al crédito.

Objetivo específico 5: Establecer la relación entre gestión de cobranzas y liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, en el año 2024.

En cuanto la relación entre gestión de cobranzas y liquidez, las tablas 21, 27 y 29 nos ilustran la manera en que se relacionan, siendo así que, hubo una opinión dividida del 50% en los encuestados entre estar muy de acuerdo y de acuerdo que la empresa tiene políticas para mejorar su liquidez mediante adecuada gestión de créditos; la misma se vio reflejado al arrojar que el 62.5% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo en que, parte de esa gestión es tener como estrategia

financiera una razón corriente saludable y un capital de trabajo gestionado adecuadamente que asegure el flujo de efectivo; dichos factores se vieron reflejados al aplicar el Rho de Spearman, que arrojó correlación positiva con un coeficiente de 0.696, cuya relación fue no significativa de 0.055 (tabla 44). Por otra parte, la relación entre gestión de cobranzas y rentabilidad se vio reflejado en las tablas 33, 35 y 37, por el cual, el 87.5% de los encuestados se mostraron de acuerdo que la rentabilidad económica de la empresa mejoró gracias a las ventas al crédito, situación similar ocurrió con la rentabilidad financiera pese al aumento de ventas al crédito, estando de acuerdo el 75% de los encuestados, estando ambos escenarios relacionados a que, el 75% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo que la rentabilidad sobre ventas de la empresa fue positiva por la gestión de ventas al crédito; dichos factores se vieron reflejados al aplicar el Rho de Spearman, teniendo como resultado que, la correlación entre gestión de cobranzas y rentabilidad es inexistente cuya relación es no significativa con índice de 0.706 (tabla 45). Dicha relación no significativa se debe que, los encuestados estuvieron de acuerdo que, la empresa como parte de su gestión de cobranza, brinda capacitación periódica y continua al personal para gestionar adecuadamente y contribuir al buen desempeño de las ventas al crédito (tablas 7 y 9); asimismo, el 62.5% consideraron estar de acuerdo que la comunicación constante y fluida de la empresa con los clientes, mantiene control de sus saldos de crédito y pagos y facilita las ventas al crédito. (tablas 10 y 11).

Silvera y Ventocilla (2023) señalan que, la gestión financiera de una empresa influye de manera positiva en la rentabilidad con un índice de 0.036, donde Hilario y Santillan (2020) mencionan que, sin una adecuada implementación de políticas de cobranza, el período promedio de cobranzas se ve afectado, repercutiendo en las cuentas por cobrar; es por ello que la existencia de un modelo de gestión de cuentas por cobrar facilita el aumento de liquidez y mejora la eficiencia financiera de una empresa (Unocc, 2021).

Por consiguiente, la empresa contó con una relación no significativa entre la gestión de cobranzas con liquidez y rentabilidad, siendo de 0.055 y 0.706 respectivamente, no obstante, presentó correlación positiva entre su gestión de cobranzas y liquidez teniendo un coeficiente de 0.696. Esto se debió a que, parte de esa gestión fue tener como estrategia financiera una razón corriente saludable y un capital de trabajo gestionado adecuadamente que asegure el flujo de efectivo, tal como expresaron el 62.5% de los encuestados al estar muy de acuerdo con ello; significando que,

se cuenta con un modelo de gestión de cuentas por cobrar que facilita el aumento de liquidez tal lo señalado por Unocc (2021).

Objetivo específico 6: Establecer la relación entre evaluación al cliente y liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, en el año 2024.

La relación entre la evaluación al cliente y liquidez se ve reflejado en las tablas 20, 22 y 26, por los cuales, hubo una opinión dividida del 50% en los encuestados entre estar muy de acuerdo y de acuerdo en que las ventas a crédito afectan negativamente la liquidez corriente de la empresa; no obstante, los encuestados se encontraron de acuerdo que la empresa para contrarrestar esa afectación negativa, tiene políticas para mejorar su liquidez mediante la realización de prueba ácida para la medición de pago inmediato acompañado del monitoreo constante de su razón corriente para cumplir con sus obligaciones a corto plazo; dichos factores se vieron reflejados al aplicar el Rho de Spearman, que tuvo como resultado correlación positiva moderada de 0.503 con un nivel de relación no significativa de 0.204, tal como se detalla en la tabla 46. Por otra parte, la relación entre evaluación al cliente y rentabilidad se ilustra en las tablas 33, 36 y 38; por el cual, el 87.5% de los encuestados se mostraron de acuerdo que la empresa monitorea constantemente su rentabilidad económica para tomar decisiones estratégicas; conllevando que, el 75% de los encuestados estuvieron de acuerdo que las decisiones estratégicas tomadas por la empresa favorecieron la rentabilidad de los accionistas, estando ambos escenarios relacionados a que, el 67.5% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo que la rentabilidad de las ventas de la empresa ha mejorado por la eficiencia en la gestión del crédito; dichos factores se vieron reflejados al aplicar el Rho de Spearman, teniendo como resultado que, la correlación entre evaluación del cliente y rentabilidad fuera positiva pero baja con coeficiente de 0.331, cuya relación fue no significativa de 0.423 (tabla 47). Dichos resultados se debieron producto de que, la empresa evalúa adecuadamente la capacidad de pago de sus clientes antes de otorgar créditos, tales como los antecedentes comerciales con otros proveedores, asimismo mide la capacidad de pago de acuerdo a los montos de créditos que se les otorga estando sometidos a monitoreos regulares para reducir el riesgo de impago; cuyo 62.5% de los encuestados se mostraron de acuerdo con lo mencionado (tablas 13, 14, 15 y 17).

De acuerdo con lo señalado por Macias y Rivera (2023), el empleo de herramientas de gestión financiera permite a los gerentes realizar buenas elecciones y hacer buen uso de recursos de la

empresa, repercutiendo en la liquidez, asimismo, Garcia y Sandoval (2024) indican que, si no se evalúa adecuadamente la situación económica del cliente incide significativamente en la morosidad de las cuentas por cobrar.

Por consiguiente, la empresa contó con relación no significativa entre la evaluación al cliente con la liquidez y cobranza, siendo de 0.204 y 0.331 respectivamente, teniendo correlación positiva moderada entre evaluación al cliente y liquidez, con un coeficiente de 0.331. Dichos resultados fueron producto de que el 62.5% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo que la empresa emplea diversas evaluaciones a sus clientes antes de otorgarles el crédito tales como su historial con otros proveedores y medir su capacidad de pago, coincidiendo de esta manera con lo señalado por Garcia y Sandoval (2024).

## Conclusiones

Existe correlación significativa entre ventas al crédito, liquidez y rentabilidad; teniendo mayor coeficiente de correlación entre ventas al crédito y liquidez siendo de 0.770, (tabla 41) esto se debe a que la empresa emplea políticas y gestión de cobranzas que garantizan el cumplimiento del pago de las ventas al crédito, incidiendo en la liquidez, permitiendo el cumplimiento de sus obligaciones corrientes; siendo complementado con las evaluaciones previas al crédito que aplican a sus clientes para garantizar el cumplimiento de los créditos dentro de los plazos otorgados.

El nivel de las ventas al crédito es buena, ya que en el periodo 2024, el 62.5% de los encuestados estuvieron muy de acuerdo que sus condiciones de crédito ofrecidas facilitaron el aumento de ventas, esto se debió principalmente por las buenas políticas de cobranzas y la capacidad de pago de los clientes en cumplir con los créditos otorgados.

El nivel de la liquidez es adecuado, puesto que, el 72.5% de los encuestados manifestaron estar muy de acuerdo que la empresa cuenta con adecuados índices de liquidez al aplicarse la prueba ácida y razón corriente, viéndose reflejado en el capital de trabajo, siendo dichos resultados producto de una buena gestión financiera que aplica la empresa en el flujo de efectivo.

El nivel de rentabilidad es bueno ya que, la rentabilidad de sus activos, del capital invertido y de las ventas realizadas presentaron buenos rendimientos, siendo el de mayor aceptación las ventas realizadas, donde el 75% de los encuestados consideraron estar muy de acuerdo que las ventas de la empresa mantienen rentabilidad estable incluyendo en las mismas las ventas al crédito, reflejando el uso correcto de sus recursos.

La relación entre las políticas de crédito con liquidez y rentabilidad en el período 2024 fue no significativa siendo de 0.413 y 0.880 respectivamente (tabla 42 y 43), esto debido que la empresa cuenta con procedimientos de cobranza eficientes y efectivos con seguimiento de pagos pendientes para reducir el riesgo de impago, generando que el 62,5% de los encuestados se mostraran muy de acuerdo que la empresa mantuviera rentabilidad estable pese al aumento de las ventas al crédito.

La relacion entre gestión de cobranzas con liquidez y rentabilidad en el periodo 2024 fue no significativa, siendo de 0.055 y 0.706 respectivamente (tabla 44 y 45), no obstante, presentó correlación positiva entre su gestión de cobranzas y liquidez teniendo un coeficiente de 0.696 (tabla 44). Esto se debió a que, parte de esa gestión fue tener como estrategia financiera una razón

corriente saludable y un capital de trabajo gestionado adecuadamente que asegure el flujo de efectivo, tal como expresaron el 62.5% de los encuestados al estar muy de acuerdo con lo mencionado; significando que, se cuenta con un modelo de gestión de cuentas por cobrar que facilita el aumento de liquidez.

La relacion entre la evaluación al cliente con la liquidez y cobranza em el periodo 2024 fue no significativa, siendo de 0.204 y 0.331 respectivamente (tabla 46 y 47), teniendo correlación positiva moderada entre evaluación al cliente y liquidez, con un coeficiente de 0.331 (tabla 46). Dichos resultados fueron producto de que el 62.5% de los encuestados mencionaron estar de acuerdo que la empresa emplea diversas evaluaciones a sus clientes antes de otorgarles el crédito tales como su historial con otros proveedores y medir su capacidad de pago.

## **Recomendaciones**

El área de gerencia debe contar con estrategias de contingencias y más alternativas para liquidar las facturas, de tal manera que las ventas al crédito puedan reflejar la rentabilidad de la empresa de manera líquida, siendo una propuesta alterna a las políticas de cobro, las operaciones mediante Factoring.

El área de cobranzas debe llevar un control riguroso de los plazos y vencimientos de los créditos otorgados.

El área de finanzas o de gerencia estratégica, debe desarrollar planes financieros y de control para la implementación estratégica de políticas futuras, que permitan la adecuada gestión del uso de efectivo en caso la empresa tenga que afrontar contingencias financieras.

En el área de ventas y gerencia, se debe monitorear y establecer un control riguroso sobre el porcentaje máximo de participación de las ventas al crédito en la rentabilidad de la misma, de esta manera se previene alguna contingencia futura que afecte el rendimiento financiero de la misma.

El área de cobranzas y ventas debe implementar como parte de sus políticas de ventas, garantías y/o documentos financieros que respalden dichas operaciones cuando se traten de ventas al crédito con importes significativos que considere gerencia.

El área de cobranzas debe monitorear el período promedio de cobranzas de las ventas al crédito, con la finalidad de mejorar la eficacia de cobro a través de la disminución del tiempo promedio de cobro.

El área de contrataciones debe priorizar las ventas al contado con aquellos clientes que cuentan con suficiente capacidad de pago, para evitar el incremento de ventas al crédito con clientes con buenos índices de liquidez y solvencia.

## Referencias bibliográficas

- Altamirano, L. (2020). *La liquidez en la empresa Tecocha SA Chiclayo*. (Tesis de bachiller, Universidad Señor de Sipán). <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7168>
- Argomedo, L. y Nureña, E. (2023). *La gestión financiera y la liquidez en una empresa de transporte*. (Tesis de grado, Universidad de Ciencias y Humanidades). <http://hdl.handle.net/20.500.12872/787>
- Arias, E. R. (2024, marzo 19). *Investigación descriptiva: Qué es, tipos y ejemplos*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-descriptiva.html>
- Arias, E. R. (2024, octubre 15). *Investigación correlacional: Qué es, definición y concepto*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-correlacional.html>
- Atoche, V. (2016). *Cobranzas: Generalidades*. [https://camaradecomercioempresarial.org/wp-content/uploads/wpcfot\\_files/5b3f3c5e37618b99f6e1ca8c956bc67e14-%20COBRANZAS,%20GENERALIDADES%20-%20Talentum%20Solutions%20Consultas.pdf](https://camaradecomercioempresarial.org/wp-content/uploads/wpcfot_files/5b3f3c5e37618b99f6e1ca8c956bc67e14-%20COBRANZAS,%20GENERALIDADES%20-%20Talentum%20Solutions%20Consultas.pdf)
- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2016, diciembre 5). *Finanzas corporativas*. Recuperado de [https://issuu.com/cengelatam/docs/brigham\\_issuu](https://issuu.com/cengelatam/docs/brigham_issuu)
- Burga, A. y Vargas, I. (2022). *Solvencia y liquidez en una empresa pesquera, 2018-2021*. (Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo). <https://hdl.handle.net/20.500.12692/108987>
- Carbonel, L. y Becerra, S. (2024). *Gestión estratégica de costos y su impacto en la rentabilidad de las empresas productoras de desinfectantes en Lima Metropolitana, año 2022*. (Tesis de grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). <http://hdl.handle.net/10757/673318>
- Caraguay, L. (2022). *Ventas a crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa "Ferrolight", de la ciudad de nueva Loja, provincia de Sucumbios, en el periodo 2019*. (Tesis de Maestría, Universidad Politécnica Salesiana). <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21648>
- Carrera, A. y Lescano, M. (2020). *Impacto de las ventas al crédito en la liquidez de la empresa Corporación CAR LID E.I.R.L.* (Tesis de grado, Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI). <http://repositorio.uct.edu.pe/handle/123456789/813>

- Choquehuanca, M. y Puican, B. (2023). Cuentas por cobrar y liquidez en una empresa inmobiliaria, Lima 2023. (Tesis de grado, Universidad Norbert Wiener). <https://hdl.handle.net/20.500.13053/9991>
- Coronel, I. (2022). Análisis de la rentabilidad en el Consorcio Acciona San Martín, Lima 2019-2020. (Tesis de grado, Universidad María Auxiliadora). <https://hdl.handle.net/20.500.12970/999>
- Díaz, L., & Enríquez, D. Y. F. (2019, julio 1). *Gestión de cobranza: un abordaje teórico desde el ámbito financiero Maya - Revista de Administración y Turismo*. Recuperado de <https://doi.org/10.33996/maya.v1i1.6>
- Elizabeth, C. H. A., & Lucía, L. C. M. (2020). *Impacto de las ventas al crédito en la liquidez de la empresa Corporación CAR LID E.I.R.L.* Recuperado de <https://repositorio.uct.edu.pe/items/a9e1f56a-c5a7-4348-b739-46248e5ab330>
- Farías, G. (2024, enero 18). *Encuesta: Concepto, tipos, función, características y ejemplos*. Recuperado de <https://concepto.de/encuesta/>
- Farías, G. (2024, enero 17). *Cuestionario: Concepto, tipos, para qué sirven y ejemplos*. Recuperado de <https://concepto.de/cuestionario/>
- Flores, R.; Huaman, P. y Huaman, G. (2022). Las cuentas por cobrar y la liquidez en el sector industrial del distrito Ate – 2021. (Tesis de grado, Universidad Continental). <https://hdl.handle.net/20.500.12394/12420>
- García, A. y Sandoval, S. (2024). Ventas a crédito y su incidencia en la morosidad de las cuentas por cobrar en las empresas comerciales de materiales eléctricos en el distrito de San Luis, año 2022. (Tesis de grado, Universidad San Martín de Porres). <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/13856?show=full>
- Garrido, N. y Saavedra, H. (2022). Financiamiento y su influencia sobre la rentabilidad de la empresa Jiménez & Rueda S.A. Periodo 2021-2022. (Tesis de grado, Universidad César Vallejo). <https://hdl.handle.net/20.500.12692/126051>
- Gitman, L, y Zutter, J. (2012). *Principios de administración financiera*. Recuperado de [https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion\\_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf](https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/pcipios-adm-finan-12edi-gitman.pdf)

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2020). *Metodología de la investigación científica*. Recuperado de <https://www.esup.edu.pe/wpcontent/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20BaptistaMetodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Herrera, B. (2022). La gestión financiera y la liquidez en una universidad privada, Lima, 2020. (Tesis de grado, Universidad San Ignacio De Loyola). <https://hdl.handle.net/20.500.14005/12979>
- Hilario, W y Santillan, I. (2020). La gestión de cobranzas de ventas al crédito y su influencia en la rentabilidad económica en la empresa inversiones PRO3 S.A.C. período 2017-2018 (Tesis de grado, Universidad Nacional del Callao). <https://hdl.handle.net/20.500.12952/6347>
- Horngrén, C. T., Sundem, G. L., & Stratton, W. O. (s.f.). *Contabilidad administrativa*. Recuperado <https://books.institutoidema.org/sites/default/files/Contabilidad%20administrativa%20%20Charles%20T.%20Horngr%C3%A9n%20Gary%20L.%20Sundem%20%26%20William%20O.%20Stratton%20-%202013ed.pdf>
- Huaman, E. (2022). Incidencia de la gestión de cuentas por cobrar en la liquidez de la empresa Embutidos San Antonio E.I.R.L. Trujillo, 2020-2021. (Tesis de grado, Universidad Cesar Vallejo). <https://hdl.handle.net/20.500.12692/109031>
- Kotler, P. (s.f.). *Dirección de marketing*. Recuperado de <https://www.montartuempresa.com/wp-content/uploads/2016/01/direccion-de-marketing-14edi-kotler1.pdf>
- La Hoz Suárez, B. D., Ferrer, M. A., & La Hoz Suárez, A. D. (2008, abril). *Indicadores de rentabilidad: herramientas para la toma de decisiones financieras en hoteles de categoría media ubicados en Maracaibo*. Recuperado de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182008000100008](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182008000100008)
- León, N. d. (s.f.). *Población y muestra*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/80531608.pdf>

- Lupe, C. C. (2022). *Ventas a crédito y su incidencia en la liquidez de la empresa "Ferrolight", de la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, en el periodo 2019*. Recuperado de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/21648>
- Macias, N. y Rivera, A. (2023). Gestión financiera y su incidencia en la liquidez de la empresa Action Grown en la ciudad de Guayaquil, año 2022. *Polo del Conocimiento*. 8(8) 96-117. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9152353>
- Madura, J. (s.f.). *Administración financiera internacional*. Recuperado de [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25558w/D1FZ110\\_S6\\_MADURA.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25558w/D1FZ110_S6_MADURA.pdf)
- Milagros, V. M. B. (2020). *La gestión de cobranzas de ventas al crédito y su influencia en la rentabilidad económica en la empresa Inversiones PRO3 S.A.C. período 2017-2018*. Recuperado de <https://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/6347>
- Mendoza, M. (2020). *Liquidez financiera en la empresa supermercados El Super SAC, Chiclayo*. (Tesis de bachiller, Universidad Señor de Sipán). <https://hdl.handle.net/20.500.12802/7131>
- Millones, M. (2020). *Rentabilidad de la empresa BIG BAG Perú SAC, La Victoria*. (Tesis de bachiller, Universidad Señor de Sipán). <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6762>
- Padilla, J. (2021, noviembre 4). ¿Qué es un estudio transversal? *La Mente es Maravillosa*. Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com>
- Rodriguez, J. (2024). *Fuentes de financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de una empresa inmobiliaria 2021-2022*. (Tesis de grado, Universidad Privada del Norte). <https://hdl.handle.net/11537/36981>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jaffe, J. (s.f.). *Finanzas corporativas*. Recuperado de [https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion\\_general/book/libro-finanzasross.pdf](https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/libro-finanzasross.pdf)
- Silvera, J. y Ventocilla, J. (2023). *La gestión financiera y su influencia en la rentabilidad de la Empresa de Transportes Zárate 2020*. (Tesis de grado, Universidad Continental). <https://hdl.handle.net/20.500.12394/12815>

- Stanton, W. J. (s.f.). *Fundamentos de marketing*. Recuperado de <https://mercadeo1marthasandino.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Unocc, E. (2021). Administración de cuentas por cobrar en la liquidez de las empresas comercializadoras de combustible de la provincia de Huancayo. (Tesis de bachiller, Universidad Nacional del Centro del Perú). <http://hdl.handle.net/20.500.12894/7294>
- Van Horne, J. C. (s.f.). *Fundamentos de administración financiera*. Recuperado de <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wpcontent/uploads/sites/4/2019/03/fundamentos-de-administracion-financiera-13-van-horne.pdf>
- Werther, W. B. (s.f.). *Administración de recursos humanos*. Recuperado de <https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24756w/Administracion-de-RH-Werther.pdf>
- Weston J. y Brigham E. (2010). Fundamentos de administración financiera. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/134890613/Weston-y-Brigham-Fundamentos-de-administracion-financiera>

# **ANEXOS**

**ANEXO N° 01: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.**

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Ventas al crédito	Las ventas al crédito pueden definirse como aquellas transacciones en las que el comprador adquiere un bien o servicio y se compromete a pagarlo en el futuro, generalmente bajo ciertas condiciones establecidas por el vendedor (Gitman & Zutter, 2012).	Las ventas a crédito son una modalidad de transacción comercial en la que una empresa entrega bienes o servicios a un cliente, quien se compromete a pagar en un plazo futuro. Este tipo de ventas genera una cuenta por cobrar en el balance de la empresa. Es fundamental que la empresa establezca políticas claras para gestionar los plazos de pago, los intereses, y evaluar la solvencia del cliente para minimizar riesgos de incobrabilidad. Las políticas de crédito deben ser precisas y rigurosas, estableciendo claramente los plazos de pago y los montos a financiar. Para medir esta variable lo haremos a través	Políticas de crédito	Condiciones de crédito	1-3	ordinal
				Procedimientos de cobranza	4-6	
			Gestión de cobranza	Capacitación al personal	7-9	
				Comunicación constante con los clientes	10-12	
			Evaluación al cliente	Capacidad de pago	13-15	

		de las políticas de crédito, gestión de cobranza y evaluación al cliente.		Antecedentes con otro proveedores	16-18	
Liquidez	Según Gitman y Zutter (2012), la liquidez es fundamental para la estabilidad financiera, ya que permite a las empresas enfrentar sus compromisos sin recurrir a financiamiento externo costoso.	La liquidez es la capacidad de una empresa para convertir rápidamente sus activos en efectivo y cubrir sus pasivos a corto plazo. Se refiere a cuán fácilmente una empresa puede cumplir con sus obligaciones financieras inmediatas sin enfrentar dificultades. La liquidez es esencial para mantener la operatividad diaria y evitar problemas financieros. Para evaluar la liquidez de una empresa se utilizan los ratios de liquidez como la liquidez corriente, la prueba ácida. La razón corriente y el capital de trabajo.	Ratios de liquidez	Liquidez corriente	19-21	ordinal
				Prueba ácida	22-24	
				Razón corriente	25-27	
				Capital de trabajo	28-30	

Rentabilidad	Según Gitman y Zutter (2012), la rentabilidad mide el éxito financiero de una empresa y su capacidad para generar ganancias en comparación con sus costos e inversiones.	La rentabilidad es la capacidad de una empresa para generar ganancias en relación con sus ingresos, costos o activos. Es un indicador clave que muestra qué tan eficiente es la empresa en utilizar sus recursos para obtener beneficios. Se mide mediante diferentes ratios, y es fundamental para evaluar el desempeño económico y que tan viable es la empresa a largo plazo. Para evaluar la rentabilidad de una empresa se usa el retorno de activos, el retorno del patrimonio y el margen de utilidad.	Retorno de activos	Rentabilidad económica	31-33	ordinal
			Retorno del patrimonio	Rentabilidad financiera	34-36	
			Margen de utilidad	Rentabilidad sobre ventas	37-39	

**ANEXO N° 02. MATRIZ DE CONSISTENCIA**

<b>Problema</b>	<b>Variables</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Metodología</b>
¿Cómo se relacionan las ventas al crédito, con la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC de Chimbote, en el año 2024?	Ventas al crédito	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Establecer la relación entre las ventas al crédito y la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024</p>	<p><b>H1:</b> Existe relación significativa entre las ventas al crédito, con la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC de Chimbote, en el año 2024</p> <p><b>H0:</b> No existe relación significativa entre las ventas al crédito, con la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC de Chimbote, en el año 2024.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El tipo de investigación fue descriptivo-correlacional</li> <li>2. El diseño de investigación fue no experimental-corte transversal</li> <li>3. La población fue las 10 personas que conformaron el personal administrativo de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC</li> <li>4. Técnicas de investigación: encuesta</li> <li>5. Instrumentos de investigación: cuestionario</li> </ol>
	Liquidez	<p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Establecer el nivel de las ventas al crédito de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.</p>		
	Rentabilidad	<p>Establecer el nivel de la liquidez de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.</p> <p>Establecer el nivel de la rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC., de Chimbote, el año 2024.</p> <p>Establecer la relación entre políticas de crédito y liquidez y rentabilidad de la</p>		

Problema	Variables	Objetivos	Hipótesis	Metodología
		<p>empresa Marlyons Operador Logístico SAC, de Chimbote, en el año 2024.</p> <p>Establecer la relación entre gestión de cobranzas y liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, de Chimbote, en el año 2024.</p> <p>Establecer la relación entre <b>evaluación al cliente</b> y liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, en el año 2024</p>		

**ANEXO 3: INSTRUMENTO PARA LA RECOLECCION DE DATOS**  
**CUESTIONARIO**

NOMBRES Y APELLIDOS \_\_\_\_\_

SEXO: \_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_

**Instrucciones:**

A continuación, se presenta un conjunto de preguntas referidas a la relación de las ventas al crédito y la liquidez y rentabilidad de la empresa Marlyons Operador Logístico SAC, 2024. Marca con una equis (X) la opción que más se ajuste a tu opinión o experiencia. Este cuestionario tiene como finalidad recopilar información específica sobre la empresa materia de estudio.

**Variable de estudio: “Ventas al crédito”**

**Escala de valorización**

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
5	4	3	2	1

ITEMS		5	4	3	2	1
<b>Dimensión 1: Políticas de crédito</b>						
<b>P1</b>	Las condiciones de crédito otorgadas por la empresa Marlyons son claras y bien definidas.					
<b>P2</b>	Las condiciones de crédito establecidas por la empresa Marlyons son competitivas en el mercado.					
<b>P3</b>	Las condiciones de crédito ofrecidas por Marlyons facilitan el aumento de las ventas.					
<b>P4</b>	Los procedimientos de cobranza en la empresa Marlyons son eficientes y efectivos.					
<b>P5</b>	El proceso de cobranza en la empresa Marlyons está bien estructurado para reducir el riesgo de impago.					
<b>P6</b>	La empresa Marlyons realiza seguimientos constantes a los pagos pendientes para asegurar el flujo de efectivo.					
<b>Dimensión 2: Gestión de cobranza</b>						
<b>P7</b>	La empresa Marlyons proporciona capacitación periódica al personal encargado de gestionar las ventas al crédito.					

<b>P8</b>	El personal de la empresa Marlyons está suficientemente capacitado para manejar situaciones de cobranza y pagos.					
<b>P9</b>	La capacitación continua del personal contribuye al buen desempeño de la empresa Marlyons en la gestión de ventas a crédito.					
<b>P10</b>	La empresa Marlyons mantiene una comunicación constante con los clientes sobre sus saldos de crédito y pagos.					
<b>P11</b>	La comunicación fluida entre Marlyons y los clientes mejora la relación comercial y facilita las ventas a crédito.					
<b>P12</b>	La empresa Marlyons establece canales eficaces para resolver dudas y problemas relacionados con los créditos de los clientes.					
<b>Dimensión 3: Evaluación al cliente</b>						
<b>P13</b>	La empresa Marlyons evalúa adecuadamente la capacidad de pago de sus clientes antes de otorgar crédito.					
<b>P14</b>	Los clientes de la empresa Marlyons tienen una capacidad de pago adecuada según los montos de crédito que se les otorgan.					
<b>P15</b>	La capacidad de pago de los clientes es monitoreada regularmente para reducir el riesgo de impago.					
<b>P16</b>	La empresa Marlyons verifica los antecedentes de crédito de sus clientes con otros proveedores antes de otorgar crédito.					
<b>P17</b>	Los antecedentes comerciales de los clientes con otros proveedores son un factor importante para la empresa Marlyons al otorgar crédito.					
<b>P18</b>	La empresa Marlyons tiene acceso a información confiable sobre los antecedentes comerciales de sus clientes con otros proveedores.					

**Variable de estudio: “Liquidez”**

**Escala de valorización**

<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>
5	4	3	2	1

<b>ITEMS</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Dimension 1: Ratios de Liquidez</b>					

<b>P19</b>	La empresa Marlyons mantiene una liquidez corriente adecuada para cubrir sus obligaciones a corto plazo.					
<b>P20</b>	Las ventas a crédito afectan negativamente la liquidez corriente de la empresa Marlyons.					
<b>P21</b>	La empresa Marlyons tiene políticas para mejorar su liquidez corriente mediante una adecuada gestión de los créditos.					
<b>P22</b>	La empresa Marlyons realiza análisis de prueba ácida para medir su capacidad de pago inmediato.					
<b>P23</b>	La prueba ácida es una herramienta clave para evaluar la situación financiera de la empresa Marlyons.					
<b>P24</b>	La empresa Marlyons mantiene una prueba ácida favorable para asegurar su solvencia a corto plazo.					
<b>P25</b>	La razón corriente de la empresa Marlyons es adecuada para enfrentar sus pasivos a corto plazo.					
<b>P26</b>	La empresa Marlyons monitorea constantemente su razón corriente para mantener una buena solvencia a corto plazo.					
<b>P27</b>	Una razón corriente saludable es parte de la estrategia financiera de la empresa Marlyons.					
<b>P28</b>	La empresa Marlyons tiene suficiente capital de trabajo para financiar sus operaciones diarias.					
<b>P29</b>	El capital de trabajo es gestionado adecuadamente para asegurar el flujo de efectivo en la empresa Marlyons.					
<b>P30</b>	El nivel de capital de trabajo en la empresa Marlyons es suficiente para enfrentar sus compromisos financieros.					

**Variable de estudio: “Rentabilidad”**

**Escala de valorización**

<b>Muy de acuerdo</b>	<b>De acuerdo</b>	<b>Indiferente</b>	<b>En desacuerdo</b>	<b>Muy en desacuerdo</b>
5	4	3	2	1

ITEMS		5	4	3	2	1
<b>Dimensión 1: Retorno de activos</b>						
<b>P31</b>	La empresa Marlyons tiene una rentabilidad económica adecuada en relación con sus activos.					
<b>P32</b>	La rentabilidad económica de la empresa Marlyons ha mejorado gracias a las ventas al crédito.					
<b>P33</b>	La empresa Marlyons monitorea constantemente su rentabilidad económica para tomar decisiones estratégicas.					
<b>Dimensión 2: Retorno del patrimonio</b>						
<b>P34</b>	La rentabilidad financiera de la empresa Marlyons es favorable en relación con el capital invertido por los accionistas.					
<b>P35</b>	La empresa Marlyons tiene una rentabilidad financiera consistente, incluso con el aumento de las ventas a crédito.					
<b>P36</b>	Las decisiones financieras tomadas por la empresa Marlyons favorecen la rentabilidad para los accionistas.					
<b>Dimensión 3: Margen de Utilidades</b>						
<b>P37</b>	La rentabilidad sobre ventas de la empresa Marlyons ha sido positiva debido a la gestión de ventas al crédito.					
<b>P38</b>	La rentabilidad sobre ventas de la empresa Marlyons ha mejorado gracias a la eficiencia en la gestión del crédito.					
<b>P39</b>	La empresa Marlyons mantiene una rentabilidad sobre ventas estable, incluso con el aumento en las ventas a crédito.					

Anexo 4: Matriz de resultados de la encuesta aplicada

VARIABLES	DIMENSION	INDICADORES	ENCUESTADOS								PUNTAJE PROM. POR INDICADOR	PUNTAJE TOTAL POR INDICADOR	PUNTAJE TOTAL POR ENCUESTADO POR VARIABLE								PROM. DE PUNTAJE TOTAL POR VARIABLE	
			E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8			E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8		
VENTAS A CRÉDITO	POLITICAS DE CREDITO	P1	4	5	4	4	5	4	5	4	4.375	35	28	30	26	24	30	24	26	24	35.33	
		P2	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4.25										34
		P3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4.625										37
		P4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4.5										36
		P5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4.375										35
		P6	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4.375										35
	GESTION DE COBRANZA	P7	4	5	4	5	5	4	5	4	4.5	36	26	30	24	30	28	24	27	24	35.5	
		P8	4	5	4	5	5	4	5	4	4.5	36										
		P9	4	5	4	5	5	4	5	4	4.5	36										
		P10	4	5	4	5	5	4	4	4	4.375	35										
		P11	5	5	4	5	4	4	4	4	4.375	35										
		P12	5	5	4	5	4	4	4	4	4.375	35										
	EVALUACION DEL CLIENTE	P13	4	5	4	5	4	4	5	4	4.375	35	26	30	24	28	25	24	27	26	35.00	
		P14	4	5	4	5	4	4	5	4	4.375	35										
		P15	4	5	4	5	4	4	5	4	4.375	35										
		P16	4	5	4	5	4	4	4	4	4.25	34										
		P17	5	5	4	4	4	4	4	5	4.375	35										
		P18	5	5	4	4	5	4	4	5	4.5	36										
LIQUIDEZ	RATIOS DE LIQUIDEZ	P19	4	5	4	5	5	4	4	5	4.5	36	53	60	54	60	60	48	53	55	36.67	
		P20	4	5	4	5	5	4	4	5	4.5	36										
		P21	4	5	4	5	5	4	4	5	4.5	36										
		P22	4	5	4	5	5	4	5	4	4.5	36										
		P23	5	5	5	5	5	4	5	4	4.75	38										
		P24	5	5	5	5	5	4	5	4	4.75	38										
		P25	5	5	5	5	5	4	5	4	4.75	38										
		P26	5	5	5	5	5	4	4	4	4.625	37										
		P27	5	5	4	5	5	4	4	5	4.625	37										

		P28	4	5	5	5	5	4	4	5	4.625	37										
		P29	4	5	5	5	5	4	4	5	4.625	37										
		P30	4	5	4	5	5	4	5	5	4.625	37										
<b>RENTABILIDAD</b>	<b>RETORNO DE ACTIVOS</b>	P31	5	4	4	4	4	4	4	4	4.125	33	15	12	12	12	12	12	12	12	33.00	
		P32	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4.125										33
		P33	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4.125										33
	<b>RETORNO DEL PATRIMONIO</b>	P34	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4.25	34	12	12	12	12	12	12	15	15	34.00
		P35	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4.25	34									
		P36	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4.25	34									
	<b>MARGEN DE UTILIDADES</b>	P37	4	5	5	5	5	4	5	5	4.75	38	12	15	15	14	14	12	15	15	37.33	
		P38	4	5	5	5	4	4	5	5	4.625	37										
		P39	4	5	5	4	5	4	5	5	4.625	37										



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD**

**ANEXO 05: VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**

**1. Información General:**

Nombres y apellidos del validador: Mg. Luis Vigo Bardales

Fecha: 01/04/2025 Especialidad: Contabilidad

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Autor del instrumento: Maria Rosa Lizeth Ascon Hernandez

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“VENTAS AL CRÉDITO Y LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA  
MARLYONS OPERADOR LOGISTICO SAC. CHIMBOTE. 2024”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

**II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).**

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos -cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				17	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?				17	
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?				19	
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?				19	
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?				19	
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?					
<b>Sumatoria parcial</b>					162	
<b>Sumatoria Total</b>		<b>162</b>				
<b>Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)</b>		<b>0.81</b>				

### Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

---

---

---

---

---

**III.- Calificación global:** Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
<b>0,80 – 0,89</b>	<b>Validez buena</b>
0,90 – 1,00	Validez muy buena

#### Coefficiente de Validez

$$\boxed{162} \quad \equiv \quad \boxed{0.81}$$

**Nota:** el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



-----  
DR. LUIS VIGO BARDALES



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD**

**ANEXO 05: VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**

**1. Información General:**

Nombres y apellidos del validador: Jorge Lujan Torres

Fecha: 31/03/2025 Especialidad: Administración

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Autor del instrumento: Maria Rosa Lizeth Ascon Hernandez

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“VENTAS AL CRÉDITO Y LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA  
MARLYONS OPERADOR LOGISTICO SAC. CHIMBOTE. 2024”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

**II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).**

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos -cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				17	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?				17	
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?				18	
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?				18	
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?				18	
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?					19
<b>Sumatoria parcial</b>					105	76
<b>Sumatoria Total</b>		<b>181</b>				
<b>Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)</b>		<b>0.905</b>				

### Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

Debe aplicarse los instrumentos por tener coherencia, claridad y pertinencia para responder a los objetivos planteados

**III.- Calificación global:** Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
<b>0,80 – 0,89</b>	<b>Validez buena</b>
<b>0,90 – 1,00</b>	<b>Validez muy buena</b>

#### Coefficiente de Validez

$$\boxed{181} = \boxed{0.905}$$

**Nota:** el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



DR. JORGE LUJAN TORRES



**UNIVERSIDAD SAN PEDRO**  
**VICERECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**PROGRAMA DE ESTUDIOS DE CONTABILIDAD**

**ANEXO 05: VALIDEZ DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**

**1. Información General:**

Nombres y apellidos del validador: Mg. Jessica Fabiola Luis Menacho

Fecha: 01/04/2025 Especialidad: Contabilidad

Nombre del instrumento evaluado: Cuestionario

Autor del instrumento: Maria Rosa Lizeth Ascon Hernandez

Teniendo como base los criterios que a continuación se presenta, requerimos su opinión sobre el instrumento de la investigación titulada:

“VENTAS AL CRÉDITO Y LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA  
MARLYONS OPERADOR LOGISTICO SAC. CHIMBOTE. 2024”

El cual debe calificar con una valoración correspondiente a su opinión respecto a cada criterio formulado.

**II.- Aspectos a evaluar: (Calificación cuantitativa).**

Indicadores de evaluación del instrumento	Criterios cualitativos -cuantitativos	Deficiente	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
		(1-9)	(10-13)	(14-16)	(17-18)	(19-20)
Claridad	¿Está formulado con lenguaje apropiado?				17	
Objetividad	¿Está expresado con conductas observadas?				17	
Actualidad	¿Adecuado al avance de la ciencia y calidad?				17	
Organización	¿Existe una organización lógica del instrumento?					18
Suficiencia	¿Valora los aspectos en cantidad y calidad?					18
Intencionalidad	¿Adecuado para cumplir con los objetivos?					18
Consistencia	¿Basado en el aspecto teórico científico del tema de estudios?					19
Coherencia	¿Entre las hipótesis, dimensiones e indicadores?					19
Propósito	¿Las estrategias responden al propósito del estudio?					19
Conveniencia	¿Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías?					19
<b>Sumatoria parcial</b>					51	130
<b>Sumatoria Total</b>		<b>181</b>				
<b>Valoración cuantitativa (Sumatoria Total x0.005)</b>		<b>0.905</b>				

### Aporte y/o sugerencias para mejorar el instrumento

Debe aplicarse los instrumentos por tener coherencia, claridad y pertinencia para responder a los objetivos planteados

**III.- Calificación global:** Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Intervalos	Resultados
0,00 – 0,49	Validez nula
0,50 – 0,59	Validez muy baja
0,60 – 0,69	Validez baja
0,70 – 0,79	Validez aceptable
<b>0,80 – 0,89</b>	<b>Validez buena</b>
<b>0,90 – 1,00</b>	<b>Validez muy buena</b>

#### Coeficiente de Validez

$$\boxed{181} = \boxed{0.905}$$

**Nota:** el instrumento podrá ser considerado a partir de una calificación aceptable.



---

MG. JESSICA FABIOLA LUIS MENACHO

# VENTAS AL CRÉDITO Y LIQUIDEZ Y RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MARLYONS OPERADOR LOGISTICO SAC. CHIMBOTE. 2024

## INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>%</b>	<b>14%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>hdl.handle.net</b>	4%
Fuente de Internet		
<b>2</b>	<b>repositorio.ug.edu.ec</b>	3%
Fuente de Internet		
<b>3</b>	<b>repositorio.usanpedro.edu.pe</b>	2%
Fuente de Internet		
<b>4</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b>	2%
Fuente de Internet		
<b>5</b>	<b>Submitted to Universidad Privada San Pedro</b>	2%
Trabajo del estudiante		
<b>6</b>	<b>Submitted to Universidad TecMilenio</b>	1%
Trabajo del estudiante		
<b>7</b>	<b>www.coursehero.com</b>	1%
Fuente de Internet		
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b>	1%
Trabajo del estudiante		
<b>9</b>	<b>Submitted to Universidad Tecnológica del Peru</b>	1%
Trabajo del estudiante		
<b>10</b>	<b>repositorio.usmp.edu.pe</b>	1%
Fuente de Internet		

11	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	1 %
12	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1 %
13	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	1 %
14	repositorio.upci.edu.pe Fuente de Internet	1 %
15	repositorio.ulasamericas.edu.pe Fuente de Internet	1 %
16	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	1 %
17	www.slideshare.net Fuente de Internet	< 1 %
18	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	< 1 %
19	Submitted to Universidad Ricardo Palma Trabajo del estudiante	< 1 %
20	Submitted to Universidad Inca Garcilaso de la Vega Trabajo del estudiante	< 1 %
21	dspace.unitru.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
22	repositorio.uct.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
23	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	< 1 %
24	Submitted to Universidad Nacional del Chimborazo Trabajo del estudiante	< 1 %

25

[www.serviciocontablenicaragua.com](http://www.serviciocontablenicaragua.com)

Fuente de Internet

< 1 %

26

Submitted to Colegio Columbia

Trabajo del estudiante

< 1 %

27

[dspace.esPOCH.edu.ec](http://dspace.esPOCH.edu.ec)

Fuente de Internet

< 1 %

28

[virtual.urbe.edu](http://virtual.urbe.edu)

Fuente de Internet

< 1 %

29

Submitted to Universidad EAFIT

Trabajo del estudiante

< 1 %

30

Submitted to Universidad de Ciencias  
Empresariales y Sociales

Trabajo del estudiante

< 1 %

31

[repositorio.autonoma.edu.pe](http://repositorio.autonoma.edu.pe)

Fuente de Internet

< 1 %

32

[repositorio.uss.edu.pe](http://repositorio.uss.edu.pe)

Fuente de Internet

< 1 %

33

Submitted to Universidad Rey Juan Carlos

Trabajo del estudiante

< 1 %

34

Submitted to Universidad de Guayaquil

Trabajo del estudiante

< 1 %

35

[repositorio.ulead.edu.ec](http://repositorio.ulead.edu.ec)

Fuente de Internet

< 1 %

36

[repositorio.une.edu.pe](http://repositorio.une.edu.pe)

Fuente de Internet

< 1 %

37

[wikio.es](http://wikio.es)

Fuente de Internet

< 1 %

38

[1library.co](http://1library.co)

Fuente de Internet

< 1 %

[polodelconocimiento.com](http://polodelconocimiento.com)

Fuente de Internet

39

< 1 %

[dspace.ups.edu.ec](https://dspace.ups.edu.ec)

40

Fuente de Internet

< 1 %

Submitted to Universidad Hispanoamericana

41

Trabajo del estudiante

< 1 %

[repositorio.uigv.edu.pe](https://repositorio.uigv.edu.pe)

42

Fuente de Internet

< 1 %

Submitted to Universidad Manuela Beltrán

43

Trabajo del estudiante

< 1 %

[cybertesis.unmsm.edu.pe](https://cybertesis.unmsm.edu.pe)

44

Fuente de Internet

< 1 %

Submitted to Universidad Nacional del Centro del Peru

45

Trabajo del estudiante

< 1 %

[repositorio.upla.edu.pe](https://repositorio.upla.edu.pe)

46

Fuente de Internet

< 1 %

[www.segurosyfinanzashoy.com](http://www.segurosyfinanzashoy.com)

47

Fuente de Internet

< 1 %

[repository.eafit.edu.co](https://repository.eafit.edu.co)

48

Fuente de Internet

< 1 %

Submitted to Escuela de Posgrado Newman

49

Trabajo del estudiante

< 1 %

Submitted to Universidad Peruana Los Andes

50

Trabajo del estudiante

< 1 %

[publicaciones.usanpedro.edu.pe](https://publicaciones.usanpedro.edu.pe)

51

Fuente de Internet

< 1 %

[repositorio.unach.edu.pe](https://repositorio.unach.edu.pe)

52

Fuente de Internet

< 1 %

53

Submitted to Corporación Universitaria  
Minuto de Dios, UNIMINUTO

Trabajo del estudiante

< 1 %

54

Submitted to Infile

Trabajo del estudiante

< 1 %

55

Submitted to Universidad Tecnológica  
Centroamericana UNITEC

Trabajo del estudiante

< 1 %

56

repositorio.unasam.edu.pe

Fuente de Internet

< 1 %

57

repositorio.undc.edu.pe

Fuente de Internet

< 1 %

58

repositorio.usil.edu.pe

Fuente de Internet

< 1 %

59

Submitted to Corporación Universitaria del  
Sucre – Corposucre

Trabajo del estudiante

< 1 %

60

Submitted to Universidad Privada Antenor  
Orrego

Trabajo del estudiante

< 1 %

61

Submitted to Universidad Mariano Gálvez de  
Guatemala

Trabajo del estudiante

< 1 %

62

Submitted to Universidad Nacional Santiago  
Antunez de Mayolo

Trabajo del estudiante

< 1 %

63

www.aden.org

Fuente de Internet

< 1 %

64

Submitted to Universidad Anahuac México  
Sur

Trabajo del estudiante

< 1 %

65

**Submitted to Universidad Internacional de la Rioja**

Trabajo del estudiante

&lt; 1 %

66

**Submitted to Universidad Privada del Norte**

Trabajo del estudiante

&lt; 1 %

67

**Submitted to Universidad del Atlántico Medio**

Trabajo del estudiante

&lt; 1 %

68

**up-rid.up.ac.pa**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

69

**www.goconqr.com**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

70

**repositorio.unfv.edu.pe**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

71

**ri.ues.edu.sv**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

72

**cibernauta.eldiariomontanes.es**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

73

**fastercapital.com**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

74

**hemerotecadigital.uanl.mx**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

75

**repositorio.uch.edu.pe**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

76

**repositorio.unapiquitos.edu.pe**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

77

**repositorioacademico.upc.edu.pe**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

78

**www.gestion.org**

Fuente de Internet

&lt; 1 %

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 10 words

Excluir bibliografía

Activo



# REPOSITORIO INSTITUCIONAL DIGITAL

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE DOCUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

1. Información del Autor			
Ascón Hernandez Maria Rosa Lizeth		71465961	mariarosa.23012001@gmail.com
Apellidos y Nombres		DNI	Correo Electrónico
2. Tipo de Documento de Investigación			
<input checked="" type="checkbox"/> Tests	<input type="checkbox"/> Trabajo de Suficiencia Profesional	<input type="checkbox"/> Trabajo Académico	<input type="checkbox"/> Trabajo de Investigación
3. Grado Académico o Título Profesional <sup>1</sup>			
<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Título Profesional	<input type="checkbox"/> Título Segunda Especialidad	<input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado
4. Título del Documento de Investigación			
Ventas al crédito y liquidez y rentabilidad de la Empresa Marlyons Operador Logístico SAC. Chimbote. 2024			
5. Programa Académico			
Contabilidad			
6. Tipo de Acceso al Documento			
<input checked="" type="checkbox"/> Abierto o Público <sup>3</sup> (info:eu-repo/semantics/openAccess)	<input type="checkbox"/> Acceso restringido <sup>4</sup> (info:eu-repo/semantics/restrictedAccess) (*)		
(*) En caso de restringido sustentar motivo			

### A. Originalidad del Archivo Digital

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado Evaluador y forma parte del proceso que conduce a obtener el grado académico o título profesional.

### B. Otorgamiento de una licencia CREATIVE COMMONS <sup>5</sup>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional Digital, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento. <sup>6</sup>

Huella Digital



*Ascón Hernandez*  
Firma

Lugar	Día	Mes	Año
Chimbote	10	10	2025

#### Importante

- Según Resolución de Consejo Directivo N° 033-2016-SANEDU-CD, Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar Grados Académicos y Títulos Profesionales, Art. 8, Inciso 8.2.
- Ley N° 30025. Ley que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto y D.S. 006-2015-PCM.
- Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad San Pedro una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundir en el Repositorio Institucional Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.
- En caso de que el autor elija la segunda opción, únicamente se publicará los datos del autor y resumen de la obra, de acuerdo a la directiva N° 004-2016-CONCYTEC-DEGC (Números 5.2 y 6.7) que norma el funcionamiento del Repositorio Nacional Digital.
- Las licencias Creative Commons (CC) es una organización internacional sin fines de lucro que pone a disposición de los autores un conjunto de licencias flexibles y de herramientas tecnológicas que facilitan la difusión de información, recursos educativos, obras artísticas y científicas, entre otros. Estas licencias también garantizan que el autor obtenga el crédito por su obra.
- Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales-RENATI "Las universidades, instituciones y centros de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

Nota: - En caso de falsedad en los datos, se procederá de acuerdo a ley (Ley 27444, art. 32, núm. 32.3).