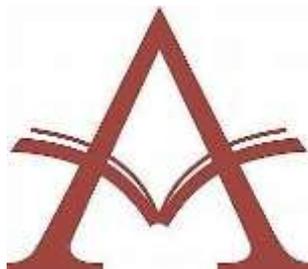


UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS



ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

TESIS

**GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR Y LA
LIQUIDEZ DE LA EMPRESA FULL CONTACT
PUBLICIDAD SAC, SAN ISIDRO, 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO**

AUTOR:

QUEZADA VELASCO JONATHAN ANIBAL
CODIGO ORCID: 0000-0002-6204-184X

ASESOR:

DRA. GARCIA BAYONA JUANA ROSA
CODIGO ORCID: 0000-0003-3780-8911

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: TRIBUTACION Y AUDITORIA

LIMA, PERÚ

JUNIO, 2022

Dedicatoria

Con mucho cariño para mi mamá, Ana Velasco Apolaya, y a mi papá, Aníbal Quezada Zegarra, quienes siempre me han apoyado para culminar mis estudios profesionales, y a mis abuelos, quienes me iluminan desde el cielo para continuar con mis proyectos, que me enseñaron y animaron a lograr mis metas como persona, estudiante y profesional. ¡Esto va por ustedes!

Agradecimiento

Sobre todo a Dios me permitió culminar mis estudios profesionales y lograr mis metas.

Mi familia, quienes han contribuido de diversas maneras a la realización de mi anhelado sueño con un granito de arena.

Finalmente quisiera agradecer a mi amada Jissy Rojas, mi futura esposa, con mucha paciencia me apoyó sentimental y emocionalmente para encontrarme aquí y seguir fortaleciéndome.

Resumen

El trabajo de investigación titulada, “Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021”. Se presenta con el objetivo de determinar la relación entre la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

El método utilizado en este estudio es un enfoque cuantitativo, un tipo de investigación básica, de nivel correlacional. La población del estudio está conformada por 14 personas y una muestra de 8 personas que se enfocan en el campo de la administración y contabilidad, además el estudio fue un diseño no experimental debido a que no se busca la manipulación de variables y los datos están en una parte de tiempo.

La forma de análisis de este estudio requirió documentos de la empresa como informes de ventas, cobranzas, estados financieros, cuestionarios de gestión y contabilidad.

Por último la hipótesis planteado en la investigación fueron alcanzados totalmente, concluyendo que existe relación significativa entre la Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad S.A.C. del año 2021.

Palabras clave: Liquidez, Cuentas por cobrar, Gestión

Abstract

The research paper entitled, "Accounts receivable and liquidity of the company Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021". It was proposed with the aim of determining the relationship between accounts receivable and liquidity of the company Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

The method that was applied to this research is quantitative approach, type of basic research, cross-sectional non-experimental design. The study population is composed of 8 and the sample of 8 people focused on the area of administration, likewise the research was of non-experimental design of cross-sectional, because it seeks manipulation of the variables and the data are collected in a single moment.

The form of analysis for this investigation was necessary the documentation of the company such as sales reports, collections, financial statements, questionnaire applied to the administrative and accounting area.

Finally, the objectives set out in the investigation were fully achieved, concluding that it accounts receivable have a poor impact on the liquidity of the company Full Contact Publicidad S.A.C. of the year 2021.

Keywords: liquidity, Account receivable, Management

TABLA DE CONTENIDOS

| | |
|---|-------------|
| Caratula..... | i |
| Hoja en blanco..... | ii |
| Dedicatoria..... | iii |
| Agradecimiento..... | iv |
| Resumen..... | v |
| Abstract..... | vi |
| Tabla de contenidos..... | viii |
| Lista de Tablas..... | ix |
| Lista de Figuras..... | x |
| Introducción..... | 1 |
| Capítulo I: Problema de Investigación..... | 2 |
| 1.1. Descripción de la Realidad Problemática..... | 2 |
| 1.2. Planteamiento del Problema..... | 3 |
| 1.2.1. Problema general..... | 3 |
| 1.2.2. Problemas específicos..... | 4 |
| 1.3. Objetivo de la Investigación..... | 4 |
| 1.3.1. Objetivo general..... | 4 |
| 1.3.2. Objetivos específicos..... | 4 |
| 1.4. Justificación e Importación de la Investigación..... | 4 |
| Capítulo II: Marco Teórico..... | 5 |
| 2.1. Antecedentes..... | 5 |
| 2.1.1. Internacionales..... | 5 |
| 2.2. Bases | |
| Teóricas..... | 11 |
| 2.3. Definición de Términos Básicos..... | 23 |

| | |
|---|-----------|
| Capítulo III: Metodología de la Investigación..... | 25 |
| 3.1. Enfoque de investigación..... | 25 |
| 3.2. Variables..... | 25 |
| 3.2.1. Operacionalización de las variables..... | 28 |
| 3.3. Hipótesis..... | 29 |
| 3.3.1. Hipótesis General..... | 29 |
| 3.3.2. Hipótesis Específica..... | 29 |
| 3.4. Tipo de investigación..... | 29 |
| 3.5. Diseño de la investigación..... | 30 |
| 3.6. Población y muestra..... | 30 |
| 3.6.1. Población..... | 30 |
| 3.6.2. Muestra..... | 31 |
| 3.7. Técnica e instrumentos de Recolección de datos..... | 31 |
| Capítulo IV: Resultados..... | 36 |
| 4.1. Análisis Descriptivo..... | 36 |
| 4.2. Análisis Inferencial..... | 59 |
| 4.3. Discusiones..... | 64 |
| Conclusiones..... | 66 |
| Recomendaciones..... | 68 |
| Referencias..... | 69 |
| Apéndices..... | 75 |

LISTA DE TABLAS

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabla 1. | Operacionalización de la Variable Independiente: Gestión de las Cuentas por cobrar | 28 |
| Tabla 2. | Operacionalización de la variable dependiente Evasión Tributaria la Liquidez | 28 |
| Tabla 3. | Validacion de juicio de expertos | 32 |
| Tabla 4. | Validez de contenido por juicio de expertos | 32 |
| Tabla 5. | Confiabilidad de las variables 1 y 2 | 33 |
| Tabla 6. | Confiabilidad de la variable 1 Gestion de cuentas por cobrar | 33 |
| Tabla 7. | Validez de ítem por ítem de la variable Gestión de cuentas por cobrar | 34 |
| Tabla 8. | Confiabilidad de la Variable 2 La Liquidez | 34 |
| Tabla 9. | Validez de ítem por ítem de la variable Gestión de cuentas por cobrar | 35 |
| Tabla 10. | Políticas de Crédito – Análisis de riesgo Individual | 36 |
| Tabla 11. | Políticas de Crédito – Estándares de Crédito | 37 |
| Tabla 12. | Políticas de Crédito – Estándares de Crédito | 38 |
| Tabla 13. | Políticas de Cobranza – Medios de Cobranza | 39 |
| Tabla 14. | Políticas de Cobranza – Nivel de morosidad | 40 |
| Tabla 15. | Análisis de las cuentas por cobrar – Periodo de cobranza | 41 |
| Tabla 16. | Análisis de las cuentas por cobrar – Rotación de cuentas por cobrar | 42 |
| Tabla 17. | Riesgo de liquidez – Cobranza dudosa | 44 |
| Tabla 18. | Riesgo de liquidez – Cobranza dudosa | 45 |
| Tabla 19. | Capacidad de pago – Liquidez corriente | 46 |
| Tabla 20. | Capacidad de pago – Prueba acida | 47 |
| Tabla 21. | Cumplimiento de obligaciones – Obligaciones Comerciales | 49 |
| Tabla 22. | Cumplimiento de obligaciones – Obligaciones Comerciales | 51 |
| Tabla 23. | Cumplimiento de obligaciones – Pago de impuestos | 52 |
| Tabla 24. | Cumplimiento de obligaciones – Pago de impuestos | 53 |
| Tabla 25. | Gestión de cuentas por cobrar – Liquidez | 54 |
| Tabla 26. | Políticas de crédito – Liquidez | 55 |
| Tabla 27. | Política de cobranza – Liquidez | 56 |
| Tabla 28. | Análisis de las cuentas por cobrar – Liquidez | 58 |
| Tabla 29. | Prueba de normalidad | 59 |
| Tabla 30. | Correlación Gestión de las cuentas por cobrar – Liquidez | 60 |
| Tabla 31. | Correlación Política de crédito – Liquidez | 61 |
| Tabla 32. | Correlación Política de Cobranza – Liquidez | 62 |
| Tabla 33. | Correlación Análisis de las cuentas por cobrar – Liquidez | 63 |

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|------------|--|----|
| Figura 1. | Políticas de Crédito – Análisis de riesgo Individual | 36 |
| Figura 2. | Políticas de Crédito – Estándares de Crédito | 37 |
| Figura 3. | Políticas de Crédito – Estándares de Crédito | 38 |
| Figura 4. | Políticas de Cobranza – Medios de Cobranza | 39 |
| Figura 5. | Políticas de Cobranza – Nivel de morosidad | 40 |
| Figura 6. | Análisis de las cuentas por cobrar – Periodo de cobranza | 41 |
| Figura 7. | Análisis de las cuentas por cobrar – Rotación de cuentas por cobrar | 42 |
| Figura 8. | Ratios de rotación de cuentas por cobrar, Empresa Full Contact Publicidad SAC, 2020-2021 | 43 |
| Figura 9. | Riesgo de liquidez – Cobranza dudosa | 44 |
| Figura 10. | Riesgo de liquidez – Cobranza dudosa | 45 |
| Figura 11. | Capacidad de pago – Liquidez corriente | 46 |
| Figura 12. | Capacidad de pago – Prueba Acida | 47 |
| Figura 13. | Ratios de liquidez corriente, Empresa Full Contact Publicidad SAC, 2020-2021 | 48 |
| Figura 14. | Cumplimiento de obligaciones – Obligaciones Comerciales | 49 |
| Figura 15. | Ratios de rotación de cuentas por pagar, Empresa Full Contact Publicidad SAC, 2020-2021 | 50 |
| Figura 16. | Cumplimiento de obligaciones – Obligaciones Comerciales | 51 |
| Figura 17. | Cumplimiento de obligaciones – Pago de impuestos | 52 |
| Figura 18. | Cumplimiento de obligaciones – Pago de impuestos | 53 |
| Figura 19. | Gestión de cuentas por cobrar – Liquidez | 54 |
| Figura 20. | Política de crédito – Liquidez | 55 |
| Figura 21. | Política de cobranza – Liquidez | 57 |
| Figura 22. | Análisis de las cuentas por cobrar – Liquidez | 58 |

Introducción

Estimado Jurado, De conformidad con el reglamento de Grados y títulos de la Universidad Peruana de las Américas, les presento mi tesis “Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021”, logrando obtener como objetivo determinar la relación entre ambas variables gestión de las cuentas por cobrar y liquidez, y someter a su consideración con la esperanza de cumplir con los requisitos de admisión para obtener del título profesional de Contador Público.

El estudio consta de cuatro capítulos:

El primer capítulo describe y explica la realidad del problema, presenta el problema, objetivos y la hipótesis, y muestra su fundamento e importancia.

El segundo capítulo nos muestra el marco teórico que incluye los antecedentes internacionales y nacionales que se relacionan con las variables de investigación, incluyendo los fundamentos teóricos y definiciones de cada concepto clave.

El capítulo tres consta de metodología, enfoque de investigación, operacionalización de variables, hipótesis, tipos de estudios descriptivos, poblaciones, muestras, métodos de recolección de datos y validez de confiabilidad.

En el cuarto capítulo analizamos los resultados incluyendo la confiabilidad de ambas variables utilizando el método alfa de Cronbach, la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk, la prueba de correlación de Rho-Spearman, discusión, conclusiones de artículos de investigación, recomendaciones para el tema, referencias, y finalmente tenemos apéndices que incluyen gráficos de matrices de correlación, implementación de variables, herramientas de recopilación de datos, validación de expertos, bases de datos para ambas variables.

1. Capítulo I: Problema de Investigación

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

A nivel Internacional

El sector empresarial está experimentando actualmente una ola de cambios que afectan a una serie de empresas que buscan lograr la estabilidad y mantener la liquidez para un mayor crecimiento económico.

La mayoría de las empresas, la escasez de ingresos motivadas por el impacto de la pandemia coronavirus ha incrementado, se podría opinar que esta situación está afectando no solo a las organizaciones con necesidades urgentes de financiamiento, si no aquellas que lograban tener una buena solvencia y capitalización.

En Ecuador, la importancia de analizar y evaluar las cobranzas es fundamental, y sobre todo de reconocerlo como la principal fuente de ingreso de la empresa. Por lo tanto, se aplicó métodos y técnicas para obtener la información, con el objetivo de analizar el comportamiento que ocasiona las cuentas por cobrar en el ámbito económico. Por lo cual, es de suma importancia que las empresas puedan tener una mayor capacidad de revisar el manejo de cuentas por cobrar y lo más importante aplicando métodos, lineamientos y estrategias para obtener resultados óptimos. (López & Vidal, 2019).

A nivel Nacional

En el Perú, entre el 80% y 90% las transacciones comerciales de empresas a empresas se gestionan entre 30 y 90 días, lo que hace que el cobro de deudas sea una parte fundamental de la economía. La cual mayoría de empresas deben adecuarse a estas condiciones si no perdería su capacidad si generar nuevos clientes. La gestión de las cuentas por cobrar afecta la liquidez de una empresa y son causadas por: Falta de comunicación, falta de gestión de la colaboración, falta

de gestión de cobranza, dado que a inicios de la actividad del negocio no se implementa políticas. Si bien se puede decir que las ventas aumentan las cuentas por cobrar, la mala aplicación de las políticas de cobro afecta directamente la liquidez. Son uno de los activos más importantes que deben administrarse de manera eficiente para que puedan mejorar el capital de trabajo y convertirse en efectivo rápidamente sin causar pérdidas financieras a la empresa.

A nivel Local

Asimismo la empresa Full Contact Publicidad SAC, se dedica hace 7 años al servicio de publicidad ATL y BTL, diseño, creación de marca, branding y pautas digitales, ubicados en el distrito de San Isidro, viene demostrando aumento de ventas después de la pandemia iniciada en el 2020 la cual había generado una disminución de clientes, pero a pesar de esto la gestión de cobranza está logrando afectar financiera y económicamente. Dicha deficiencia está provocando demasiados retrasos con las obligaciones comerciales, con el fisco, laborales y las entidades bancarias.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Problema general

¿De qué manera se relaciona la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021?

1.2.2. Problemas específicos

¿De qué manera se relaciona la política de crédito y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021?

¿De qué manera se relaciona la política de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021?

¿De qué manera se relaciona el análisis de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021?

1.2.3. *Objetivo general*

Determinar la relación entre la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad, San Isidro, 2021.

1.2.4. *Objetivos específicos*

Determinar la relación entre la política de crédito y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

Determinar la relación entre la política de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

Determinar la relación entre el análisis de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

1.3. *Justificación e Importación de la Investigación*

Este trabajo de investigación fue realizado por Full Contact Publicidad S.A.C. Distrito de San Isidro, 2021 para determinar la relación entre el manejo de cuentas por cobrar y la liquidez, por lo que la empresa debe estar en una buena posición para seguir brindando servicios y competir con las empresas del distrito para cumplir con las expectativas.

Los resultados que obtengamos determinarán la buena o mala gestión de siniestros. A medida que se completan los procesos, se reducen las contingencias, atrayendo una mejor liquidez y fomentando la eficiencia de los procesos internos y externos.

El estudio de este trabajo es importante porque nos brinda material de referencia en la búsqueda de alternativas de solución al problema y sirve como una ayuda decisiva para la empresa estudiada y también para otras empresas del mismo sector.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes

2.1.1. Internacionales

Avelino (2017). En su investigación titulada: “Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Adecar de la ciudad de Guayaquil, Periodo 2014-2015”, para optar la obtención del título de Ingeniería en contabilidad y Auditoría -CPA. Tiene como propósito principal es evaluar las cuentas por cobrar en la liquidez de dicha empresa en el año 2015, dado que estas no son recuperadas en las fechas previstas de cobro, exponiendo una alta tasa de morosidad que a largo plazo podría ser un riesgo de cobranza, generando problema como la liquidez y verse obligada la empresa de solventarse con préstamos de entidades bancarias. El método de investigación desarrollado por él es un método descriptivo utilizando un método cualitativo, teniendo en cuenta el instrumento de observación científica y entrevista, su muestra es considerada como un pequeño grupo de empleados de la empresa conformado por gerentes, asistentes y contadores. Para concluir que la imposibilidad de manejar las cuentas que se tienen en cuenta finalmente ha afectado la liquidez de la empresa Adecar Cía. Ltd., donde se toman medidas correctivas inmediatas para evitar mayores problemas económicos.

Carrera (2017) En su investigación titulada “análisis de la gestión de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma en el Año 2015- Ecuador”, para optar el título de Ingeniera en contabilidad y Auditoría. Su objetivo principal es analizar la gestión de la colección mediante el método COSO I, que decodifica los errores en la colección. Se utilizaron métodos de investigación como encuestas y entrevistas, teniendo como base principal al personal administrativo. Llegaron a la conclusión de que la gestión de cobro es ineficaz, debido a que no cuentan con un manual de monitoreo que tenga el objetivo de comprobar las metas de cobranza,

también hace mención que durante los procesos de créditos y cobranza no son aplicados correctamente según control interno. Y se enfocan en que la gestión del año 2015 no garantiza la recuperación de efectivo ante la cobranza a clientes, y solicita que se realice las correcciones en los procesos que empiezan en el crédito del cliente hasta culminar en el pago.

Leyton y Sotomayor (2017), En su investigación titulada: “Diseño de un modelo de gestión aplicado al departamento de crédito y cobranza de la compañía de plásticos Industriales C.A”, para optar el título de ingeniería comercial. El objetivo fue aumentar los niveles de rentabilidad y liquidez de la empresa. La muestra de esta investigación se aplicó al personal de cobranza y ventas, se le brindo cuestionario y entrevistas, la cantidad de personas fue 213. El diseño utilizado fue de nivel teórico, empírico y estadístico matemático. Logrando llegar a la conclusión que el diseño de un modelo de gestión este siendo aplicado al área de crédito y cobranzas, estimaría una reducción de las cartera vencidas y por consiguiente tendría una mejora en la liquidez de la compañía Plásticos Industriales C.A. ubicados en la ciudad de Guayaquil., aplicándose esta propuesta generaría mayor estabilidad al brindar créditos comerciales a los clientes y la regulación de las políticas estará enfocada por la rigidez o flexibilidad según la situación en la empresa se encuentre incurriendo en esos momentos.

Tomalá (2018). En su investigación titulada: “Cuentas por cobrar y la liquidez de la compañía de transportes transcisa S.A., Catón Salinas, Provincia de Santa Elena”, para optar el tipo de Licenciada en contabilidad y auditoría. El objetivo fue demostrar en qué medida los retrasos de pagos por cuotas de los accionista, afectan a la cuenta por cobrar en la liquidez de la empresa. La muestra de esta investigación se aplicó al gerente general y asistente contable siendo parte de finanzas de la compañía de transporte. El diseño utilizado fue de ámbito descriptivos y el estudio cualitativo. Logrando llegar a la conclusión que la empresa al no existir un

procedimiento de recuperación de las cuentas por cobrar vencidas, y una buena gestión de cobranza, este influirá significativamente en la liquidez de la empresa, dentro de los análisis realizados no se cuenta con una política de cobro a los socios, y no se usa los indicadores financieros para evaluar y analizar las cuentas cobrar y liquidez logrando afectar a su estabilidad económica.

Solís (2017). En su investigación titulada: “Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez, guayaquil, 2017”, para optar el título de Ingeniería en contabilidad y auditoría - CPA. Su propósito fue analizar las cuentas por cobrar desde una perspectiva contable y financiera frente al área de cobranza de la empresa Comercializadora el Baraton Baratonsa S.A. La muestra de esta investigación está conformada por el área de crédito, contabilidad, gerencia y cobranza las cuales estas directamente relacionados con el análisis. El diseño utilizado fue de ámbito cualitativo y se aplicó las siguiente técnicas de investigación, documental, observación directa y entrevista. Logrando llegar a la conclusión que la compañía no tiene un manual de políticas y procedimiento para brindar créditos a cliente, no se otorga un reporte de la cartera de créditos por cliente, falta tomar medidas legales para salvaguardar las cobranzas de los clientes morosos, no se analiza los indicadores financieros para una buena la toma de decisión frente a la gestiones de cobranza.

2.1.2. Nacionales

Guevara, Y. (2020), desarrolló su tesis titulada: “Liquidez en la empresa Comercial Martha Isabel, Chiclayo – 2019”, para el título de Contador Público. Su propósito principal es determinar en detalle el nivel de liquidez de Comercial Marta Isabel. Utilizo técnicas de tipo de investigación descriptivo dado que describe la realidad de la empresa, el diseño se sostiene en ser no experimental. Siendo su muestra de tipo documental, los estados financieros del ejercicio del

2017 y 2018. Logrando llegar a la conclusión que el nivel de liquidez en general ha sufrido caídas del 2017 al 2018, siendo que el pasivo es superior al activo y la capacidad de la empresa al utilizar sus existencias y efectivo, para solventar sus deudas de corto a largo plazo no sería lo suficiente, dado que en la prueba acida nos generó el siguiente valor de 0.34 cm para el 2017 y 0.03 cm para el siguiente año, interpretándose que por cada sol de deuda la empresa tiene para afrontar el valor de 0.34 cm en el 2017, dejando una desface para el manejo del efectivo. El autor bajo su análisis da la siguiente recomendación, que las inversiones es parte fundamental para nuevos ingresos a futuros pero a la vez se debe medir el riesgo – beneficios generando reducir perdidas a futuros, y acompañarlo con políticas de cobranza y pagos analizados bajo los servicios brindados.

Ruiz, Y. (2018). Desarrollo su tesis titulada: “Gestión de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Trade Fega S.A., Distrito Miraflores año 2018”, Para optar el grado de Bachiller en contabilidad y finanzas. Su propósito es determinar cómo afecta la gestión de las cuentas por cobrar a la liquidez de una empresa. Con metodología de diseño experimental, nivel aplicado y descriptivo. Se obtuvo una muestra de 12 empleados directamente de los departamentos de administración, finanzas y contabilidad de la empresa. Se concluye que no se controla adecuada y adecuadamente el control de los ingresos otorgados al crédito, por lo que la empresa tiene poca liquidez para el cumplimiento de préstamos u obligaciones con terceros. Bajo ello el autor recomienda utilizar y aplicar las políticas y control de créditos para un mejor recaudación de ingresos ante los clientes, solventar el cumplimiento de deudas y adicionar un capacitación a los trabajadores enfocados a la facturación y otorgamiento de créditos para una buena toma de decisión ante el cliente.

Fiestas, B. (2018). Desarrollo su tesis titulada “Evaluación del proceso de facturación para determinar el impacto en las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa transportes Pakatnamu SAC,2017”, para optar el título de contador público. Tiene como objetivo determinar las deficiencias existentes en el proceso, reconocer los riesgos y plantear medidas correctivas para un buen mejor funcionamiento. Utilizando la metodología es de tipo aplicada, de diseño no experimental transaccional. La población es la empresa de transporte y la muestra está siendo representada por el área de cobranza y facturación. Obteniendo como conclusión que en el proceso de facturación se ha podido encontrar debilidades y esto estaría vinculado al no tener un manual de procedimiento o funciones. Los trabajadores al no recibir capacitaciones constantes no están cumplimiento correctamente sus tareas y funciones directas, generando retrasos, mal manejo de documentación e información. Y respecto el impacto de las cuentas por cobrar y la liquidez, ha afectado negativamente al no contar con políticas de crédito y cobranza, generando que sus cobros se aplacen a mayor tiempo, conllevando a no tener una liquidez para afrontar sus obligaciones de corto plazo.

Fuentes, M. (2018). Desarrollo su tesis titulada “Gestión de cuentas por cobrar y su relación con la liquidez de la empresa Inversiones CH&M SAC, Surco 2018”, para obtener el título profesional de Contador Público. El propósito es determinar la relación entre la liquidez y la política crediticia. Utilizando una metodología de investigación cuantitativa, la escala es un diseño interaccional, experimental y transversal. La población que se considero fue el total del personal de la empresa, siendo la muestra de 14 personas. Se puede concluir que la empresa no brinda un buen manejo en los procesos a cargo de la gerencia ante el cobro, provoca retrasos en la recepción de fondos en las cuentas bancarias, afecta la liquidez y las obligaciones que tiene

que afrontar en cualquier momento y su política de crédito no se utiliza correctamente, se eliminan los filtros de puntuación de crédito y los empleados no conocen los procesos.

Gonzales, M. (2018). Desarrollo su tesis titulada “Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Grupo Corii, en el año 2016”. Para optar el título profesional de contador público. El objetivo es determinar en qué medida la gestión de las cuentas por cobrar afecta la liquidez. Uso de metodologías de investigación cuantitativa con diseños no experimentales a nivel correlativo y descriptivo. La población estuvo constituida por organizaciones empresariales con un total de 18 empleados. Por otro lado, las muestras son revisadas por departamentos de gestión, contadores y gerentes. Conclusión que se descubrieron deficiencias en el manejo de cuentas por cobrar que afectaron negativamente la liquidez. El uso de políticas de crédito y cobranza ha demostrado ser mal aplicado porque el personal operativo no ha sido capacitado para utilizarlas correctamente y los informes de cobranza no cubren todos los pagos pendientes.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Cuentas por cobrar.

2.2.1.1. Definiciones.

Existen diferentes tipos de definiciones de cuentas por cobrar como, Domínguez, G. y Esteban, R. (2017) afirma lo siguiente: “Las gestiones financieras de las cuentas por cobrar resultan un proceso fundamental en las finanzas empresariales ya que de estas dependen de que la empresa cuente con la liquidez necesaria para hacer frente a sus obligaciones corrientes, acceder a mayores líneas de crédito, realizar compras al contado si fuera necesario y/o expandir su actividad económica para seguir creciendo”. (p.33)

También Pérez y Tinoco (2017) afirma de manera similar: “que la gestión de cuentas por cobrar corresponde a la administración correcta de las cuentas por cobrar, que generan frente, al otorgamiento de crédito y la cobranza de este, los cuales son evaluados mediante la aplicación de las ratios de rotación y los índices de morosidad”.

Por otro lado, Arroba & Solís (2017) comenta lo siguiente: “las cuentas por cobrar son un activo corriente de la empresa, en él está todas las ventas que son otorgadas al crédito y que aún no han sido gestionadas, es uno de los activos valiosos para la organización debido a que representa el activo que será efectivo en cualquier momento por la empresa”.

2.2.1.2. Objetivos de las cuentas por cobrar.

Vallado (2018) Afirma lo siguiente: El objetivo es aumentar ventas y atraer clientes para ser más considerado al comercializar productos o servicios, y una técnica de la compañía es ser diferente a la competencia proporcionando una línea de crédito como parte del servicio en beneficio al cliente. Salvaguardando los intereses de la empresa la

capacidad y disponibilidad al momento de ofrecer el producto al cliente y no afectar la liquidez de dicha entidad. Del mismo modo, se evalúa que las cuentas al crédito no se estimen a generar deficiencias en la empresa.

2.2.1.3. Importancia de las cuentas por cobrar.

Corniel (2015). “Son los activos exigibles, que posee toda empresa para brindar beneficios a sus clientes por cada bien o servicios vendido que la empresa obtenga, bajo la premisa que este sea retribuido de manera monetaria” (p. 01)

También Robles (2015) nos comenta lo siguiente: “Las cuentas por cobrar son aplicadas según el rubro de cada empresa donde el administrador de ella aplicará según las políticas de la compañía donde podrá ser no mayor a 30 días o dependerá la magnitud del servicio que involucrada mucho más días por consiguiente deberá tener en cuenta el mercado y el ámbito económico de cada negocio de su cliente”. (p. 112)

2.2.1.4. Clasificación de las cuentas por cobrar.

Vallado (2018) Afirma lo siguiente: Se clasifican según su origen y se segregan según ventas o servicios, empresas y empleados. Por otro lado, también se clasifica según la disponibilidad, esta puede ser a corto y largo plazo según acuerdo entre partes ante la ejecución del bien o servicio.

2.2.1.4.1. Cuentas por cobrar a Corto Plazo

En este ámbito podremos agrupar a las transacciones comerciales o ventas de bienes comunes que estarán sujetas a las políticas de la compañía que representarán cobranzas de 30, 45 o 90 días, que no superen mayor a un año.

2.2.1.4.2. Cuentas por cobrar a largo Plazo

Se trata de transacciones negociadas bajo condiciones especiales dado que permite que la cobranza tenga una duración mayor a un año, la cual esta cobranza deberá ser ubicada en los estados financieros en el rubro de activos No Corrientes, dado que estos montos podrán generar que la aplicación de ratios no esté al 100% confiable dado que son parte del cálculo al ser incluido en Activos Corriente.

2.2.1.4.3. Cuentas por cobrar incobrables

Las cuentas incobrables es aquel valor generado por las ventas de clientes de la compañía que por diversas razones y circunstancias no han generado el desembolso de dinero en cuentas corrientes de la empresa. Generalmente existe un porcentaje menor de tener este riesgo incobrable que lo tienen definido en las políticas dado que al brindar un crédito existe la incertidumbre de no poder cobrar dicho servicio o bien, siendo esto parte de la facilidad de brindar este crédito. El riesgo de dar crédito y no ser cobrado representa un gasto directo, por consiguiente es importante reconocerlo en los estados financieros.

2.2.1.5. Administración de las cuentas por cobrar.

Según Salvador (2014) “La administración de las cuentas por cobrar tiene como objetivo aplicar con eficaz y eficiencia las políticas y los procedimientos correctamente”. Brindar opciones o realizar un refinanciamientos a las cobranzas donde no se ha podido realizar la totalidad del servicio o bien vendido.

También Longenecker, (2012) comenta lo siguiente “administrar las cuentas que no han sido cobradas de una empresa es importante para no lograr llegar a la perdida generalizada por la actividad económica, sobre todo cuando los clientes tienen problemas para cumplir con los pagos de sus cuentas”. (p.35)

Igualmente Cortez (2016) afirma: “Administración de cuentas por cobrar es recurrente en organizaciones comerciales que fundamentalmente son los que dan mayor certeza de lograr extender el pago de las cuentas pendientes que tienen por pagar sus clientes de algún servicio o un venta de un bien”. (p.03)

2.2.1.6. Créditos.

Segun Abad J. & Basurto S (2018). El crédito se logra identificar como la operación entre dos individuos, instituciones o entre otras, donde se brinda una cierta cantidad de dinero o especies, con un determinado tiempo para luego ser recaudado por la entidad que lo brindo. Este crédito genera oportunidad de mantener clientes, dado que podrán cubrir gastos de corto plazo y seguir con su actividad generando más ventas y no retrasarlos en su productibilidad. Para recaudar el 100% de los créditos se establen clausulas dependiente al tiempo de cancelación esto va junto a las políticas que la empresa implementa para una buena gestión. Es muy importante el crédito porque nos brinda posibilidad de obtenerlo en el momento en que sea necesario, y más aún que al tener acceso inmediato ayudara a no postergar operaciones que son de suma importancia desarrollarlas inmediatamente.

2.2.1.6.1. Ventajas del Créditos

Según Abad J. & Basurto S (2018).

- Se logra mejorar el volumen de venta.
- La oferta y la demanda es más estable logrando generar un punto de equilibrio.
- El consumo aumenta al tener bienes y servicios donde el desembolso monetario no es inmediato.

- El crédito puede hacer del capital mucho más productivo, dado que no se detiene al vender ni al comprar.
- Mejora los tiempos de producción y su distribución.
- La correcta aplicación de política del crédito aumenta la creación de fuentes de trabajo.
- Mayor cantidad de negocios y ampliación de productos.
- Mejora la forma de manejar el negocio

2.2.1.6.2. Tipos de Créditos

Segun Abad J. & Basurto S (2018). Los tipos de créditos son:

De Inversión: Es otorgar capital a clientes para que en un tiempo específico este sea retornado al proveedor con sus respectivos intereses que haya generado.

Bancarios: Se brindan en un corto tiempo con el fin de mantener la producción o ventas de bienes del cliente hacia sus consumidores.

Entre comerciantes: La operación se realiza entre proveedor y cliente, siendo la fuente de intercambio sus servicios y bienes, sin utilización de unidad monetaria.

Al consumidor: Se da en la entrega productos o servicios con la satisfacción de recaudar monetariamente en un tiempo corto sin costo financiero alguno o muy bajo.

2.2.1.6.3. Descuentos por pronto pago

Según Chavez Y. (2018). Si la empresa promueve descuentos por pago anticipado, si el cliente paga a tiempo, el precio por unidad será un valor menor, por lo que el volumen de ventas tendrá que aumentar, por lo que habrá un cambio al final del año, lo que afectar el beneficio puede dar. Si la demanda aumenta, los precios de venta deberían aumentar como resultado de esta caída de precios debido a los pagos oportunos. Esto significa, al mismo tiempo, reducir el tiempo medio de cobro, reduciendo así el costo de la gestión de

cuentas por cobrar. La reducción en el número de cobros se debió y muchas veces se debe a nuevas decisiones de clientes que no aprovecharon las deducciones por descuento.

Además, se premia a los clientes con descuento, generando así facturas incobrables que califican para el descuento.

También Delgado, S. & Ena, B. (2010) “afirman que es un descuento que se le hace al cliente, el cual realiza la cancelación de la factura que se originó por una transacción comercial de venta en un lapso breve, es así como cuando se realice la facturación es necesario contactar al cliente y ponerle en conocimiento que se le puede conceder descuento por pagar antes del vencimiento, que se efectuará al valor de la venta realizada, por ende, es un beneficio mutuo.” (p. 174).

2.2.1.7. Políticas de crédito y cobranza.

Córdoba (2012) indico: Las políticas son reglas establecidas dentro del ámbito empresarial y son una de las más importantes, también es una de las cuales genera preocupación dado que se escapa de las responsabilidades de los encargados, generados por diferentes factores que pueden lograr poner en riesgo la liquidez. Estas políticas se pueden manifestar de dos formas en corto plazo la cual su periodo no es mayor a un año y genera efectivo para que este siga circulando en el servicio y genere más ventas, mientras que la otra forma es a largo plazo y este tiene un periodo mayor a un año, y refleja el valor de intereses de dicha deuda.

También Vallado (2018) nos menciona: Que las políticas están encaminadas a recuperarlas y bajo ello existe el proceso de decidir en otorgar crédito a un cliente, de este modo se genera una incertidumbre en recaudar dicho efectivo y esta nos permita aumentar el rendimiento sobre la inversión.

2.2.1.7.1. Créditos otorgados

Según Diaz & Del Valle (2017) es el financiamiento que se otorga a los usuarios en bienes o servicios en un corto plazo el cual logra satisfacer la necesidad del cliente de utilizar el bien o servicios y poder recibir un retribución por ello.

2.2.2. Liquidez

2.2.2.1. Definiciones

Según Ferro Veiga (2020) muestra que mide la suficiencia necesaria que tiene la empresa para captar dinero y así hacer frente a obligaciones de corto y largo plazo. Por lo tanto, es la facilidad con que la empresa adquiere recursos en efectivo para realizar sus tareas.

Por otro lado, Wereda y Prokopowicz (2017) explican que la liquidez representa las características de un activo que debe convertirse rápidamente en efectivo y sin una reducción significativa de valor para pagar deudas en menos de un período de pago.

De igual manera, Silva y Machado (2020) señalan que en el caso de los activos, se caracteriza por la facilidad con la que se pueden vender, ya que permite a la organización contar con suficiente capital de trabajo luego de cancelar los pasivos.

2.2.2.2. Objetivo de liquidez.

Según Báez (2017) manifiesta “Los objetivos permiten medir principalmente, la variedad de la rentabilidad de los depósitos basado en los niveles de endeudamiento, la estructura del pasivo, el grado de liquidez de los activos, la disponibilidad que tienen líneas de financiamiento y la efectividad general que posee la gestión de activos y pasivos.” (p.5)

También Ibarra (2001) El objetivo a corto plazo es encontrar la liquidez recomendada para la empresa y evitar cualquier problema financiero que pueda enfrentar. A la larga, nos servirá para éxitos y nuevos proyectos basados en el beneficio y el valor de la empresa. (p.226)

2.2.2.3. Importancia de liquidez

Según Lanzagorta (2016) la liquidez es importante porque que sirve para describir cómo se logran convertir parte de los activos de la empresa en efectivos, para lograr a un propósito en cumplir con las obligaciones. El activo es parte de la empresa, es la más importante dado que es el efectivo que se tiene en menor tiempo y al alcance para su utilización en una cuenta de cheques, ahorro o corriente.

Según Nava y Marbelis (2009) Los activos se consideran líquidos si representan un porcentaje mayor del activo total según la modalidad de activos líquidos. Estos últimos son aquellos que generan dinero que es efectivo al momento de la contabilidad, tales como caja bancaria y caja chica, cuentas abiertas a corto plazo e inversiones próximas a su vencimiento. (p. 613)

2.2.2.4. Consecuencias por falta de liquidez

Según Esan (2020) La falta de liquidez significa que las empresas no pueden suministrar adecuadamente y tienen problemas para pagar. Esta situación no solo tiene repercusiones a corto plazo, sino que incluso puede obligar a una organización o empresa a cerrar. En tiempos de pandemia, a medida que se suspenden todas las actividades presenciales se implementa las actividades no esenciales dentro de las organizaciones y se adopta el trabajo desde casa, es fundamental que las empresas se adapten rápida y eficientemente a esta nueva normalidad. Se puede contar con videoconferencias gratuitas, gestión de tareas y herramientas de desarrollo para ayudar a mantener el proceso en marcha. Por otro lado, también es importante formar a tu equipo humano para que se mantenga productivo. Los esfuerzos de gestión emocional por parte de la gerencia refuerzan el comportamiento de los empleados y revitalizan su compromiso con el trabajo. Con la disminución de las ventas, las empresas deben planificar para atraer a los clientes existentes y retenerlos a través del contacto personal o promociones de lealtad. Con la inminente crisis económica, las empresas pueden elaborar previsiones financieras con diferentes escenarios que cubran al menos un semestre. Del mismo modo, debe tener un plan de contingencia para determinar cómo se verá afectado su negocio durante los períodos económicos que crean incertidumbre, como la pandemia, que ha golpeado duramente a la mayoría de las empresas.

2.2.2.5. Problemas de liquidez

Según Esan (2020): Los problemas más concurrentes son:

Empleados mal pagados: esto hace que los empleados se sientan menos apegados a la empresa y crea un mal ambiente de trabajo que puede obstaculizar la productividad.

La falta de competencia que enfrentan las empresas, la incapacidad de encontrar dinero, recursos para pagar a los trabajadores o nuevas inversiones sin la capacidad financiera para innovar, las empresas pierden su competitividad en el mercado.

Falta de pago a proveedores es esenciales para el buen funcionamiento de una empresa.

Ningún negocio puede operar a plena capacidad sin servicios básicos como agua y electricidad. Del mismo modo, una empresa que no pueda pagar a sus proveedores de materias primas no podrá ir más allá de los proveedores de servicios básicos para producir suficiente producción según sus estándares y estará en riesgo de culminar en problemas financieros.

Insolvencia: Las empresas entran en esta categoría cuando no pueden pagar sus deudas.

Como resultado, los contratos con los proveedores se cancelan y los cambios repentinos generan desconfianza en los consumidores.

2.2.2.6. Indicadores de liquidez

Según Flores J (2013) Nos sirve para poder definir la facilidad o dificultad que representa una empresa frente a sus deudas a corto y largo plazo, logrando convertir sus activos corrientes en efectivo. Los indicadores nos ayudarían a poder tener como referencia que tanto la empresa podrá hacer frente a sus obligación en el lapso menor a un año.

2.2.2.6.1. Riesgo financiero

Según Flores J (2013) Se inicia con la disponibilidad de dinero en la cuenta corriente, dentro de la cual se analiza la situación, mismo contrato que brinda a la empresa un saldo de utilidad simple. Mantener los fondos en una cuenta corriente o de ahorros es una de las prácticas más comunes y populares recomendadas a las empresas que proveen fondos ante necesidades inesperadas que pueden surgir en cualquier momento del día.

Según Báez (2017) Consiste en que las obligaciones que existen al momento del pago no pueden ser cumplidas en tiempo o son indebidamente costosas de cumplir. En conclusión, “Es la incapacidad de pago que tiene la empresa al no concretar sus obligaciones. (p. 5)”

2.2.2.7. Control de liquidez

Según Flores J (2013) “Para administrar la liquidez de una empresa, los gerentes financieros aplican dos herramientas necesarias: el flujo de caja y la posición de liquidez.” (p. 12) Las empresas siempre están moviendo dinero. Las cuentas por cobrar surgen cuando un cliente paga una factura diariamente.

También Rueda, G (2011) “El control de Liquidez es la fuerza con que las mercancías y los derechos sobre un activo deben cambiar de valor monetario” (p. 25) Su fin es cuando mide la capacidad de una entidad para cumplir frente a sus obligaciones en un determinado momento.

2.2.2.8. Razón de Liquidez General.

Según Morelos (2012) Es un indicador financiero que permitirá determinar el índice de liquidez de una empresa, y también mide la capacidad frente a sus obligaciones

con el fin de poder cumplirla. También conocida como razón corriente. Es probablemente el más importante porque indica la cantidad de deuda que debe cubrirse inmediatamente con activos. La redacción será la relación entre el activo corriente y el pasivo circulante. De igual forma maneja parámetros entre 0.97 y 1.09. Esto funciona mejor para las empresas cuando el resultado es mayor que 1. La fórmula se expresa como:

$$\text{Liquidez general} = \frac{\text{Activo corriente}}{\text{Pasivo corriente}}$$

2.2.2.9. Prueba Ácida.

Según Morelos (2012) Lo definen que es una medida financiera que nos permite medir la solvencia de una empresa y su liquidez, logrando permitir comprobar su capacidad de gestión. Lo más importantes en la estructura financiera de una empresa es la disponibilidad de recursos para hacer frente a sus obligaciones corrientes. Se considera un indicador desfavorable debido a que no se toman en cuenta el inventario y otras partidas no monetarias. Este indicador sigue mostrando la relación de los activos más líquidos frente a los pasivos a corto plazo. Al igual que con la relación anterior, también manejamos el rango de resultados (1 a 1.2) y la importancia de la optimización también debe ser mayor que 1. Sin embargo, si es bajo, no necesariamente se interpreta como perjudicial, ya que se ve afectado por el sector y el tiempo de pago en cuestión. La fórmula se expresa como:

$$\text{Prueba ácida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{inventarios}}{\text{Pasivo corriente}}$$

2.2.2.10. Prueba Defensiva.

Esto le permite determinar el rendimiento a corto plazo de su empresa. Sólo se tienen en cuenta los activos y valores en efectivo o en bancos sin el vencimiento y valor de otras deudas corrientes.

$$\text{Prueba Defensiva} = \frac{\text{Caja bancos}}{\text{Pasivo corriente}}$$

2.3. Definición de Términos Básicos

Capital de trabajo: Es parte fundamental en la empresa porque se relaciona con la actividad directamente con el fin mover más efectivo en los bancos de caja, la gran cantidad de bienes que se manejan en inventario y los recursos utilizados para invertir en cuentas por cobrar y capital de trabajo. Altamirano (2017: p. 32)

Eficacia: Según Greppi (2012) menciona que el problema de lograr todos los objetivos en la unidad, para una buena gestión del desarrollo, es un asunto relativo por su importancia. Por otro lado, Rojas (2017) señala que se trata de la competencia de resultado que logran alcanzar, cuyo fin es alcanzar las metas planteadas. Significa que la capacidad de gobierno posibilita el logro de objetivos y resultados para una buena gestión de la empresa.

Desempeño: Correa et al. (2018) señalan que el desempeño ayuda a los emprendedores a obtener una evaluación creíble tras el trabajo de todos los miembros de cada departamento. Es el resultado de tener toda la información disponible para su correcto funcionamiento. De igual forma, Alles (2006) señala que las conductas de los trabajadores que realizan son comprobadas y son las conductas de los integrantes de la empresa las que producen los resultados óptimos para el buen funcionamiento de la empresa.

Eficiencia de operaciones: Olivella (2020) afirma que al tratarse de un análisis entre resultados y esfuerzos en el ámbito empresarial, la gestión de proyectos debe ser eficiente con el fin de actualizar todas las estrategias para la adecuada gestión de los proyectos operativos, señala. Del mismo modo, Rojas (2017) señala que el logro de metas y objetivos, asegurar el funcionamiento óptimo de la empresa y demostrar la capacidad de gestionar todos los resultados son cualidades clave del sistema económico.

Tributos: Según Canahuana (2017). Afirma que es dinero que se carga por los contribuyentes que prestan servicios que son generadoras de rentas.

Capítulo III: Metodología de la Investigación

3.1. Enfoque de investigación

El enfoque de esta investigación es de estudios cuantitativo, dado que nuestro fin es recolectar y analizar los datos, y se concluye en un análisis estadísticos.

3.2. Variables

Variable 1 independiente: Gestión de las Cuentas por cobrar

Según Stevens (2019) afirma que representa uno de los activos más importantes que constituyen el cobro de dinero a corto plazo por la venta o prestación de servicios. Asimismo, Araiza (2005) nos comenta que muestra la circulación de efectivo generado a corto plazo con el fin de identificar el origen de la prestación del servicio y las ventas de los clientes. Desde un punto de vista legal indica que su obligación surge de la venta o servicio. Asimismo, para Morales y Morales (2014) afirman que la compraventa tiene su origen en la prestación del servicio al cliente y se deriva del registro del pedido en el momento de la venta y la correspondiente documentación de la mercancía realizada al comprador. Por otro lado, Meza (1996) señala que se trata de la deuda que las personas tienen con las corporaciones. Existe una industria de cobranza de deudas que representa un aumento en los deudores del servicio de crédito. Una colección de discrepancias surge de las transacciones, pagos anticipados a los empleados de la empresa. Y por último Bernal (2010) afirma que son adquiridos por las empresas y convertidos en efectivo o bienes y servicios a lo largo del tiempo.

Dimensiones de la informalidad

Dimensión 1. Políticas de Crédito

Belaúnde (2016) plantea que son políticas ejercidas por los administradores financieros de las empresas que brindan facilidades de pago a sus clientes, dando como resultado estándares y plazos crediticios. Por lo tanto, la gestión adecuada de las cuentas por cobrar es esencial para determinar las futuras necesidades de financiación y prepararse para los pagos atrasados. De igual forma, De la Cruz (2011) señala que el problema más frecuente para las empresas son las facturas que no se cobran en efectivo. Esto se genera porque no se ha implementado una política de crédito. Por lo tanto, es importante administrar adecuadamente las colecciones y evaluar el desempeño futuro.

Dimensión 2. Políticas de Cobranza

Según Morales y Morales (2014) afirman que una política de cobro de deudas da a conocer el proceso que sigue luego de la aprobación de un crédito. El cobro de deudas es muy importante para las finanzas de una empresa. De igual forma, Higuerey (2007) señala que se trata de procedimientos analizados por los departamentos de cobranza para agilizar la cobranza. Para reducir la morosidad y las deudas incobrables.

Dimensión 3. Análisis de las cuentas por cobrar

Según Salvador (2014) afirma “el objetivo principal del análisis de las cuentas por pagar es delinear de manera efectiva políticas y procedimientos que ofrezcan opciones a los clientes cuando no pueden pagar la totalidad dentro de los términos de crédito aprobados”. (p. 5)

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

Variable 2 dependiente: Liquidez

Dimensiones de la Liquidez

Dimensión 1. Riesgo de liquidez

Según Luna (2018) señala que el tamaño de las obligaciones tanto a corto como a largo plazo que las empresas tienden a tener en exceso de a1 para cada fecha de obligación, lo que sugiere que las empresas Verificadas son óptimas. Entonces se hizo el análisis de liquidez y gestión, este concepto era muy importante para la empresa y la mejor decisión fue mirar un escenario diferente. Por otro lado, Rubio (2007) afirma que existen varios escenarios financieros y es muy importante realizar un análisis detallado. Porque resulta que un desequilibrio de negligencia conduce a una pérdida de control sobre la liquidez de la entidad.

Dimensión 2. Capacidad de pago

La capacidad de pago es la cantidad de dinero que puede distribuir la empresa y predestinar a la cancelación de las deudas, es decir el activo o efectivo disponible para saldas deudas de corto plazo o largo plazo. Estos pagos pueden analizarse en flujos de caja o en proyecciones de liquidez. (Comparaguru.com, 2016)

Dimensión 3: Cumplimiento de las obligaciones

El cumplimiento de la obligación formal se refiere al proceso que debe realizar un contribuyente, el sujeto pasivo, para cumplir con las obligaciones sustantivas asociadas a su obligación tributaria o comercial, como mencionó Villon (2016) “la obligación

tributaria formal es aquella que gira en torno a la obligación principal y que surge de una interrelación entre el sujeto activo y el sujeto pasivo de la obligación principal con la finalidad de facilitar su cumplimiento” (p.8). Las obligaciones formales se definen más específicamente como los procesos, procedimientos o debida diligencia que cada contribuyente debe realizar con el gobierno para cumplir adecuadamente con estas responsabilidades.

3.2.1. Operacionalización de las variables

Tabla 1. Operacionalización de la Variable Independiente: Gestión de las Cuentas por cobrar

| Dimensiones | Indicadores | ITEMS |
|-----------------------------------|--------------------------------|--|
| Política de Crédito | Análisis de riesgo Individual | ¿Considera usted que la empresa realiza un análisis de riesgo para otorgar un crédito al cliente? |
| | Estándares de Crédito | ¿Considera usted que existe criterios estandarizados al brindar un crédito al cliente? |
| | | ¿Considera usted que el periodo de crédito se aplica de acuerdo con las políticas de la empresa? |
| Política de Cobranza | Medios de cobranza | ¿Considera usted que existe medios de cobranza que haya implementado la empresa para sus clientes? |
| | Nivel de morosidad | ¿Considera usted que existe seguimiento al cliente que tiene incumplimiento de pago? |
| Análisis de la cuentas por cobrar | Periodo de cobranza | ¿Considera usted que la empresa analiza el periodo de cobranza periódicamente? |
| | Rotación de cuentas por cobrar | ¿Considera usted que la empresa analiza la rotación de cuentas por cobrar periódicamente? |

Tabla 2. Operacionalización de la variable dependiente Evasión Tributaria la Liquidez

| Dimensiones | Indicadores | ITEMS |
|--------------------|-----------------|---|
| Riesgo de Liquidez | Cobranza dudosa | ¿Considera usted importante las cuentas incobrables para evaluar la liquidez? |
| | | ¿Conoce usted los procedimientos para afrontar las cobranzas dudosa mayores a un año para la empresa? |

| | | |
|-------------------------------|--------------------------|---|
| Capacidad de pago | Liquidez corriente | ¿Considera usted que se analiza el nivel de liquidez en la empresa frente a sus deudas de corto plazo?” |
| | Prueba Acida | ¿Considera usted que se realiza la prueba acida para medir la capacidad de pago en la empresa? |
| Cumplimientos de Obligaciones | Obligaciones Comerciales | ¿Considera usted que la empresa cumple sus obligaciones con los proveedores? |
| | | ¿Considera usted de que se realiza proyección de caja para afrontar las obligaciones a corto plazo? |
| | Pago de impuestos | ¿Considera usted que se realiza puntualmente las obligaciones tributarias? |
| | | ¿Considera usted que la obligación de impuesto afecta la liquidez de la empresa? |

3.3. Hipótesis

3.3.1. Hipótesis General

Existe relación significativa entre la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

3.3.2. Hipótesis Especifica

Existe relación significativa entre la política de crédito y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021.

Existe relación significativa entre la política de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021.

Existe relación significativa entre el análisis de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

3.4. Tipo de investigación

Este trabajo de investigación cumple con los requisitos necesarios para ser llamado: “INVESTIGACIÓN BASICA” dado que la información aportara conocimientos por medio de la recopilación de información y por la obtención. Finalizando en interiorizar y expandir el juico del contexto.

El nivel de investigación es llamado “CORRELACIONAL”, dado el autor de la investigación mide las dos variables sin generar ninguna influencia en el cambio en dichas variables.

3.5. Diseño de la investigación

El diseño del estudio fue no experimental y tuvo un nivel relativamente descriptivo. Dado que no hay manipulación de las variables consideradas en este estudio, solo se analizan lateralmente determinados periodos de tiempo. Por lo tanto, durante la investigación solo podemos enfocarnos en observar la situación existente y analizar el comportamiento de las variables consideradas en la investigación.

Por otro lado Hernández (2018) afirma “La investigación no experimental es una investigación realizada sin manipular las variables intencionalmente. Donde nos permite observar los fenómenos a medida que ocurren en su entorno natural y luego poder analizarlos” (p.32).

Por último Tacillo (2017) Afirma “El transversal recopila datos en un solo tiempo. Teniendo como propósito explicar las variables, analizando sus incidencias y correlaciones en un momento dado” (p.83).

3.6. Población y muestra

3.6.1. Población

Según Elizondo (2010) las poblaciones consisten en universos de entidades con tipologías similares, y sugirió que se pueden encontrar fácilmente para clasificar y analizar su comportamiento (p. 108). Para efectos de este estudio, está integrado por todos los empleados de Full Contact Publicidad SAC siendo una cantidad de 15 personas.

3.6.2. Muestra

Según Tacillo (2017), una muestra es parte de un grupo de objetos y es útil para conocer a la población en su conjunto. En el curso de la investigación, no es necesario seleccionar a toda la población, y constituye una gran parte de la población. (pág. 91). Por lo tanto, está conformado por 8 trabajadores de la empresa Full contact Publicidad SAC, desde áreas administrativas, contables y gerencia a través de las cuales podemos obtener resultados favorables para nuestro enfoque de proyecto, investigación.

3.7. Técnica e instrumentos de Recolección de datos

Técnica

La principal técnica que aplicaremos en esta investigación será la encuesta.

Tacillo (2017) Afirma “La técnica se considera una forma de aplicar el instrumento de investigación, con la objetividad de obtener informaciones para realizar mediante preguntas formulas directas o indirectas a sujetos que componen una unidad de análisis” (p.65).

Instrumento

Cuestionario: Teniendo en cuenta el aporte de Bernal (2010) encontraron que las encuestas son el método más utilizado, haciendo énfasis en un enfoque cualitativo y estrictamente en la publicación de datos. De igual forma, Gómez, (2012) señala que la investigación se basa en modelos y estudios numéricos específicos con el fin de obtener información específica que sea útil para la investigación y para obtener resultados óptimos.

Validez

Las validaciones realizadas son necesarias para el uso de herramientas como son las encuestas. Esta es validada por tres expertos que certifican los promedios aplicables y juzgan la

validez y confiabilidad de la encuesta. Según hace mención Tacillo (2017) “Los instrumentos consisten en la validez y coherencia de los instrumentos y componentes ya sean entre variables o entre ítems” (p.81).

Tabla 3. Validación de juicio de expertos

Tabla 3. Validación de juicio de expertos

| APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERO | APRECIACION |
|---------------------------------------|--------------------|
| FUCHS ANGELES OSCAR ENRIQUE | <i>APLICABLE</i> |
| ENCISO HUAMAN MIRIAN JULIA | <i>APLICABLE</i> |
| LOLI BONILLA ENRIQUE CESAR | <i>APLICABLE</i> |

Tabla 4. Validez de contenido por juicio de expertos.

Tabla 4. Validez de contenido por juicio de expertos respecto al instrumento

| N° | CRITERIOS | JUECES | | | TOTAL |
|-------------------------|---|--------|----|----|-------|
| | | J1 | J2 | J3 | |
| 1 | Claridad Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 2 | Objetividad Esta expresado en conductas observables | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 3 | Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y tecnologia | 5 | 4 | 5 | 14 |
| 4 | Organización Presentacion Ordenada | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 5 | Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y calidad | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 6 | Intencionalidad Permite conseguir datos de acuerdo a los objetivos | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 7 | Consistencia Basado en aspectos teórico - científicos | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 8 | Coherencia Entre los índices, indicadores y las dimensiones | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 9 | Metodología La estrategia responde al proposito del diagnóstico | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 10 | Pertinencia El instrumento es funcional para el proposito de la investigación | 5 | 4 | 4 | 13 |
| TOTAL DE OPINION | | 48 | 47 | 44 | 139 |

La formula se aplico para la autenticidad del coeficiente

$$\text{Coeficiente de Validez} = \frac{\text{Sumatoria de valores}}{\text{N}^\circ \text{ C.} \cdot \text{N}^\circ \text{ J} \cdot \text{Puntaje maximo de I.}} = \frac{139}{10 \cdot 3 \cdot 5} = 0.93$$

Al aplicar esta fórmula, vemos que el coeficiente de la herramienta es del 90%. Esta es una tolerancia para garantizar la viabilidad de realizar y recopilar datos en este estudio.

Confiabilidad

La aplicación de las medidas utilizadas en Instrumentos de Investigación por el Método de Consistencia Interna utilizando el Coeficiente Alfa de Cronbach, según Hernández (2018) “el Alfa de Cronbach es una herramienta de confiabilidad del instrumento que nos permite determinar la correlación entre las variables planteadas o los ítems, así mismo considerando la interpretación y una medición fiable” (p.208).

Análisis y resultado del alfa de Cronbach:

Tabla 5. Confiabilidad de las variables No. 1 y No. 2

Resumen de procesamiento de los casos

| | | N | % |
|-------|------------------------|----------|--------------|
| Casos | Válidos | 8 | 100.0 |
| | Excluidos ^a | 0 | .0 |
| | <u>Total</u> | <u>8</u> | <u>100.0</u> |

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| .906 | 15 |

Tabla 6. Confiabilidad de la Variable No. 1 Gestión de cuentas por cobrar

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| .820 | 7 |

Tabla 7. Validez de ítem por ítem de la variable Gestión de cuentas por cobrar

Estadísticas de total de elemento

| | Media de la escala si se elimina el elemento | Varianza de la escala si se elimina el elemento | Correlación elemento-total corregida | Alfa de Cronbach si se elimina el elemento |
|-----------|---|--|--|---|
| VAR 00001 | 20.00 | 16.857 | .150 | .842 |
| VAR 00002 | 20.13 | 14.411 | .754 | .785 |
| VAR 00003 | 20.50 | 15.143 | .634 | .801 |
| VAR 00004 | 20.75 | 11.357 | .870 | .736 |
| VAR 00005 | 20.75 | 11.357 | .603 | .796 |
| VAR 00006 | 20.25 | 14.214 | .501 | .805 |
| VAR 00007 | 20.13 | 10.125 | .702 | .779 |

En las tablas No. 6 y No. 7 se muestra el resultado del coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach del cuestionario de “Gestión de cuentas por cobrar” mediante prueba piloto a la empresa Full Contact Publicidad S.A.C, cuyo valor fue de 0.820; llegó a la conclusión de que el cuestionario tiene buena confiabilidad de consistencia.

Tabla 8. Confiabilidad de la Variable 2 La Liquidez

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|---------------------|----------------|
| .896 | 8 |

Tabla 9. Validez de ítem por ítem de la variable Gestión de cuentas por cobrar

Estadísticas de total de elemento

| | Media de la escala si se elimina el elemento | Varianza de la escala si se elimina el elemento | Correlación elemento-total corregida | Alfa de Cronbach si se elimina el elemento |
|-----------|---|--|--|---|
| VAR 00008 | 23.00 | 11.143 | .918 | .864 |
| VAR 00009 | 21.63 | 16.554 | .302 | .926 |
| VAR 00010 | 22.00 | 15.143 | .538 | .900 |
| VAR 00011 | 22.13 | 15.268 | .792 | .873 |
| VAR 00012 | 22.00 | 16.000 | .926 | .872 |
| VAR 00013 | 22.00 | 16.000 | .926 | .872 |
| VAR 00014 | 22.00 | 16.000 | .926 | .872 |
| VAR 00015 | 22.00 | 16.000 | .926 | .872 |

En las tablas N° 8 y N° se muestra el resultado del coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach del cuestionario de “Liquidez” mediante prueba piloto a la empresa Full Contact Publicidad S.A.C, cuyo valor fue de 0.896; llegó a la conclusión de que el cuestionario tiene buena confiabilidad de consistencia.

Capítulo IV: Resultado

4.1. Análisis Descriptivo

Ítem 1

Variable: Gestión de cuentas por cobrar

Dimensión: Políticas de Crédito

Indicador: Análisis de riesgo Individual

Tabla 10. Políticas de Crédito – Análisis de riesgo Individual

¿Considera usted que su empresa realiza un análisis de riesgo para otorgar un crédito al cliente?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| A veces | 2 | 25.0 | 25.0 | 25.0 |
| Casi siempre | 6 | 75.0 | 75.0 | 100.0 |
| Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

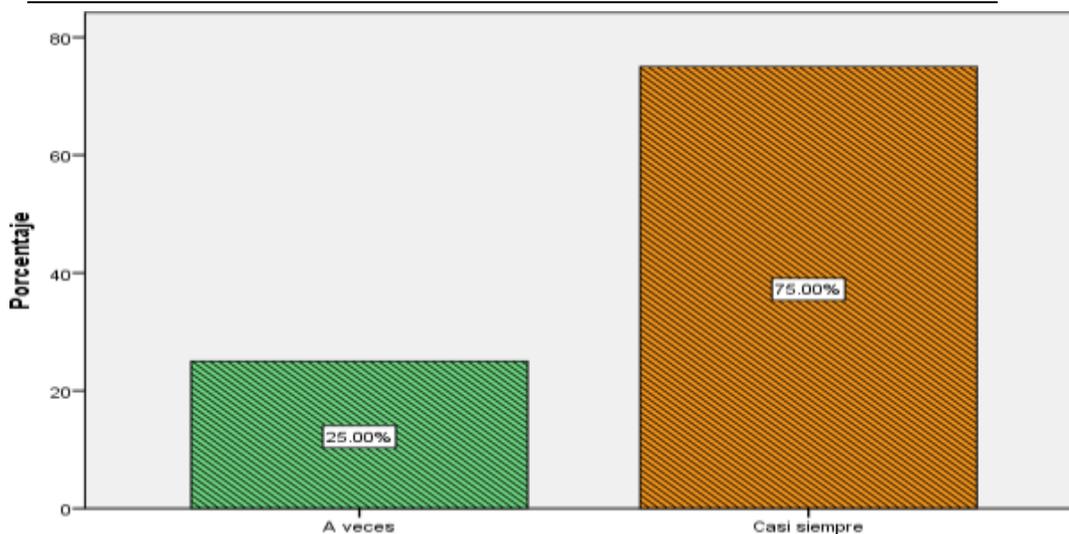


Figura 1. Políticas de Crédito – Análisis de riesgo Individual

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la Tabla #10, Figura #1, el 75,00% cree que la empresa casi siempre realiza un análisis de riesgo para otorgar crédito a los clientes, y el 25,00% afirma que a veces sucede.

Ítem 2

Variable: Gestión de cuentas por cobrar

Dimensión: Políticas de Crédito

Indicador: Estándares de Crédito

Tabla 11. Políticas de Crédito – Estándares de Crédito

¿Considera usted que existe criterios estandarizados al brindar un crédito al cliente?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos A veces | 3 | 37.5 | 37.5 | 37.5 |
| Casi siempre | 5 | 62.5 | 62.5 | 100.0 |
| Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

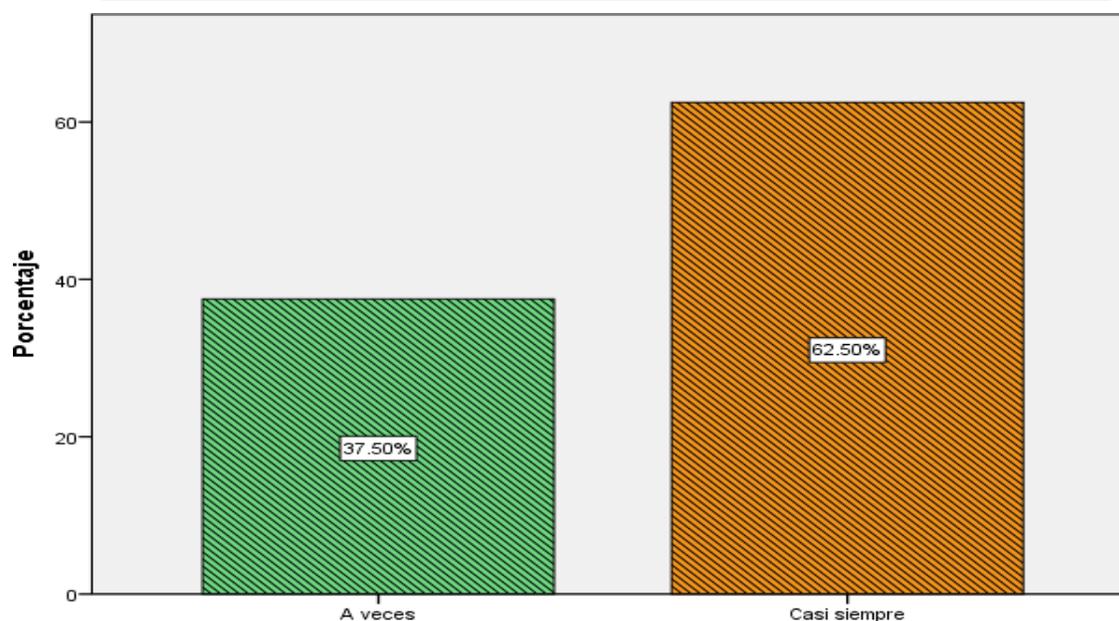


Figura 2. Políticas de Crédito – Estándares de Crédito

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla N #1, figura #2 el 62.50% cree que la empresa casi siempre existe criterios estandarizados al brindar un crédito al cliente, y el 37.50% afirma a veces sucede.

Ítem 3

Variable: Gestión de cuentas por cobrar

Dimensión: Políticas de Crédito

Indicador: Estándares de Crédito

Tabla 12. Políticas de Crédito – Estándares de Crédito

¿Considera usted que el periodo de crédito se aplica de acuerdo con las políticas de la empresa?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | A veces | 6 | 75.0 | 75.0 |
| | Casi siempre | 2 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 |

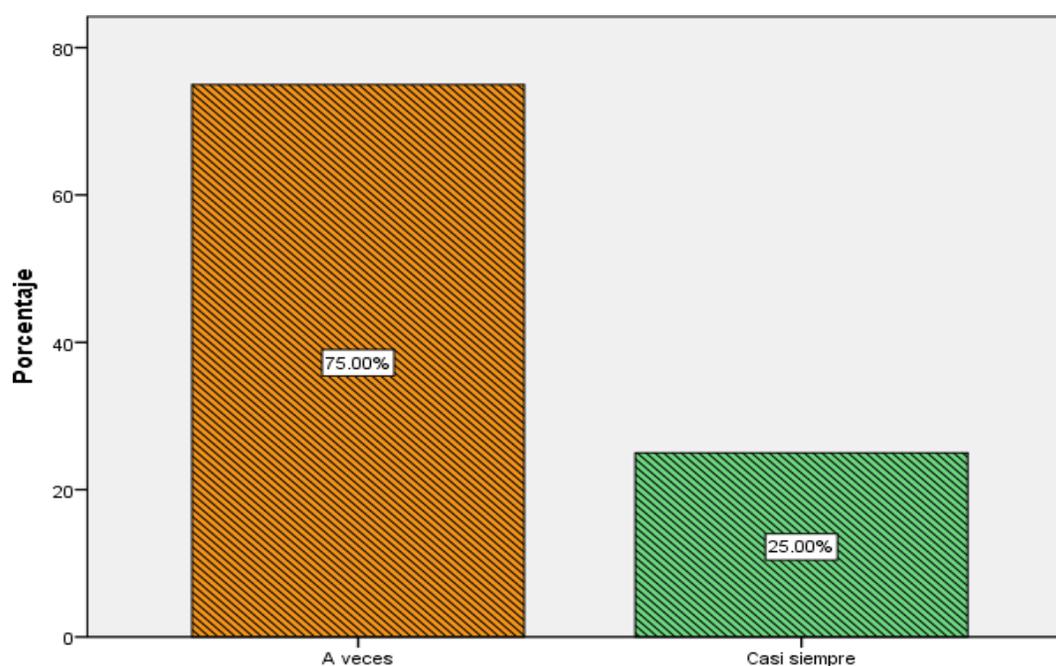


Figura 3. Políticas de Crédito – Estándares de Crédito

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla N #12, figura #3 el 75.00% afirman que a veces los créditos se aplican de acuerdo con las políticas de la empresa, así mismo el 25.00% nos menciona que es casi siempre.

Ítem 4

Variable: Gestión de cuentas por cobrar

Dimensión: Políticas de Cobranza

Indicador: Medios de cobranza

Tabla 13. Políticas de Cobranza – Medios de Cobranza

¿Considera usted que existe medios de cobranza que haya implementado la empresa para sus clientes?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Validos | | | | |
| Casi Nunca | 3 | 37.5 | 37.5 | 37.5 |
| A veces | 2 | 25.0 | 25.0 | 62.5 |
| Casi siempre | 3 | 37.5 | 37.5 | 100.0 |
| Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

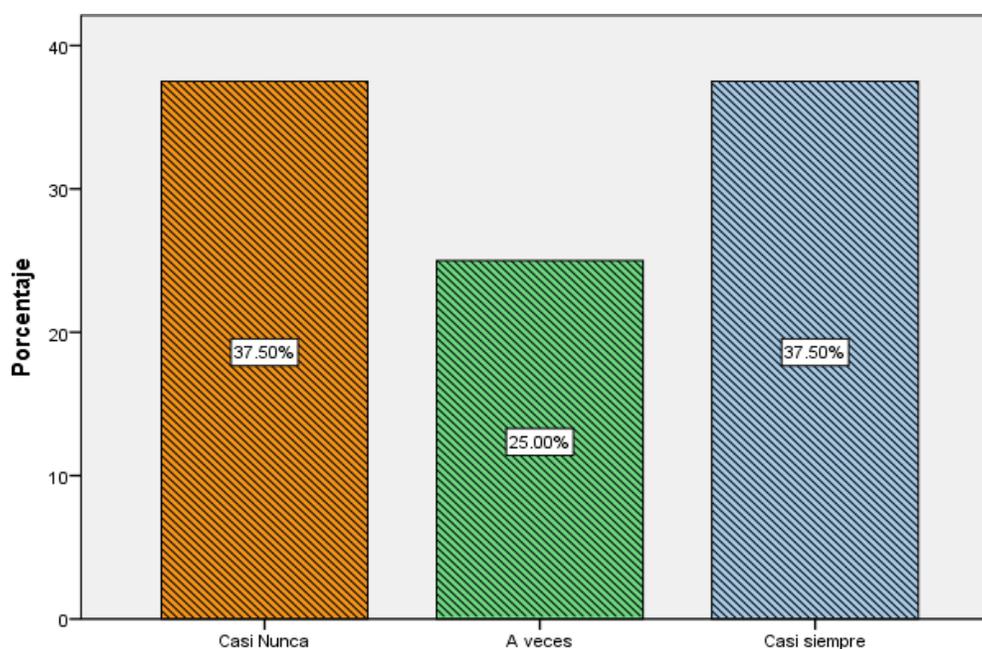


Figura 4. Políticas de Cobranza – Medios de Cobranza

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla N #13, figura #4 el 37.50% cree que la empresa casi nunca se ha implementado medios de cobranza para los clientes, así mismo el 25.00% nos comenta que es a veces y por último un 37.50% nos menciona que casi siempre.

Ítem 5

Variable: Gestión de cuentas por cobrar

Dimensión: Políticas de Cobranza

Indicador: Nivel de morosidad

Tabla 14. Políticas de Cobranza – Nivel de morosidad

¿Considera usted que existe seguimiento al cliente que tiene incumplimiento de pago?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Casi Nunca | 4 | 50.0 | 50.0 | 50.0 |
| A veces | 1 | 12.5 | 12.5 | 62.5 |
| Válidos Casi siempre | 2 | 25.0 | 25.0 | 87.5 |
| Siempre | 1 | 12.5 | 12.5 | 100.0 |
| Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

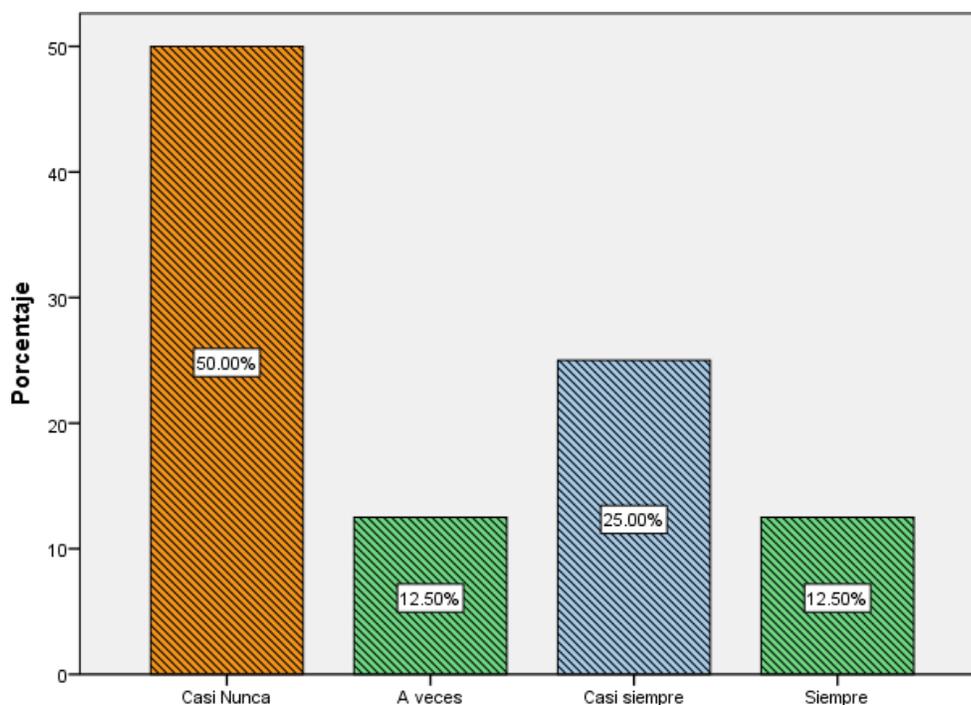


Figura 5. Políticas de Cobranza – Nivel de morosidad

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla #14, figura #5 el 50.00% cree que la empresa casi nunca se hace seguimiento al cliente que esta con incumplimiento de pago, así mismo el 25.00% es casi siempre y por otro lado el 12.50% consideran que a veces y siempre.

“Ítem 6”

Variable: Gestión de cuentas por cobrar
Dimensión: Análisis de las cuentas por cobrar
Indicador: Periodo de cobranza

Tabla 15. Análisis de las cuentas por cobrar – Periodo de cobranza

¿Considera usted que la empresa analiza el periodo de cobranza periódicamente?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
| Validos | Casi Nunca | 1 | 12.5 | 12.5 |
| | A veces | 2 | 25.0 | 37.5 |
| | Casi siempre | 5 | 62.5 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 |

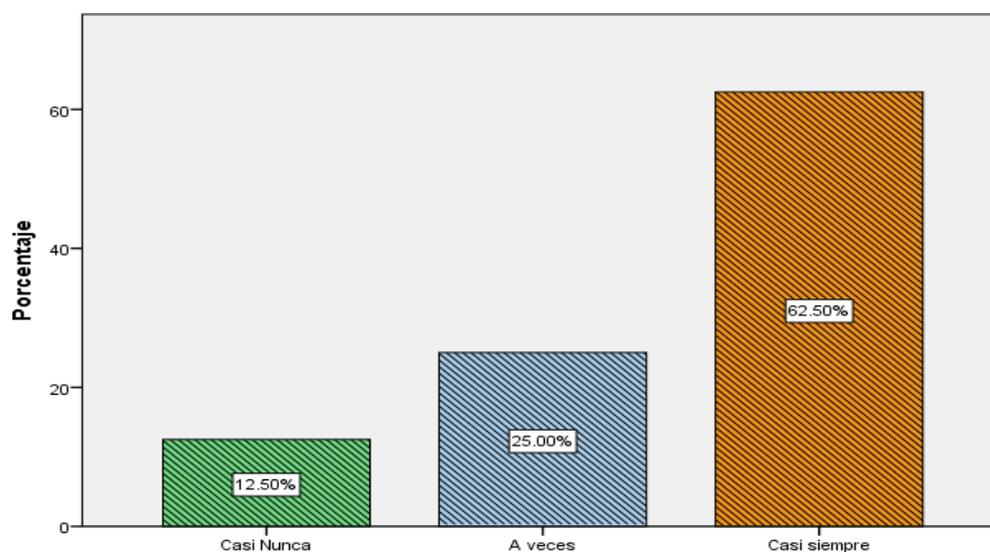


Figura 6. Análisis de las cuentas por cobrar – Periodo de cobranza

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla #15, Figura #6 el 62.50% cree que la empresa casi siempre se analiza el periodo de cobranza periódicamente, así mismo el 25.00% es a veces y por otro lado el 12.50% consideran que a casi nunca.

Ítem 7

Variable: Gestión de cuentas por cobrar
Dimensión: Análisis de las cuentas por cobrar
Indicador: Rotación de cuentas por cobrar

Tabla 16. Análisis de las cuentas por cobrar – Rotación de cuentas por cobrar

¿Considera usted que la empresa analiza la rotación de cuentas por cobrar periódicamente?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Casi Nunca | 2 | 25.0 | 25.0 |
| | A veces | 2 | 25.0 | 50.0 |
| Válidos | Casi siempre | 1 | 12.5 | 62.5 |
| | Siempre | 3 | 37.5 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | |

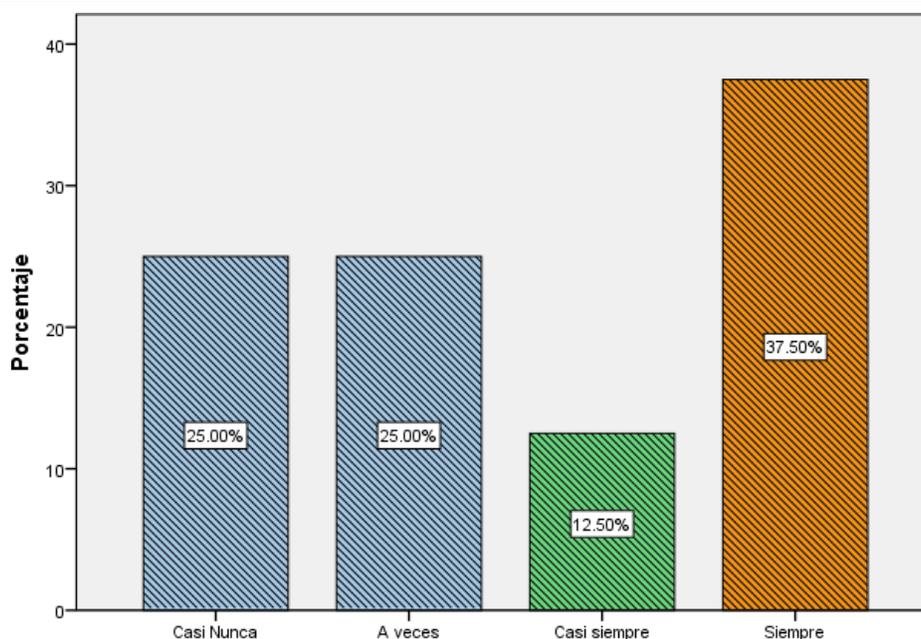


Figura 7. Análisis de las cuentas por cobrar – Rotación de cuentas por cobrar

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla N #16, figura #7 el 37.50% cree que la empresa casi siempre se analiza el tiempo que logra las cuentas por cobrar en liquidez, así mismo el 25.00% es a veces y casi nunca mientras por otro lado el 12.50% consideran que es casi siempre.

| Calculo de rotacion de la cuentas por cobrar | | | |
|--|-----------|-------------------------------|--------|
| Periodo 2020 | | | |
| Datos | | Aplicación | |
| Total Ingresos | 5,583,701 | | |
| Cuentas por cobrar 2019 | 1,554,870 | $\frac{5,583,701}{1,447,288}$ | = 3.86 |
| Cuentas por cobrar 2020 | 1,339,705 | | |
| | | Dias Promediac = | 95 |
| Periodo 2021 | | | |
| Datos | | Aplicación | |
| Total Ingresos | 4,247,008 | | |
| Cuentas por cobrar 2020 | 1,339,705 | $\frac{4,247,008}{1,187,759}$ | = 3.58 |
| Cuentas por cobrar 2021 | 1,035,813 | | |
| | | Dias Promediac = | 102 |
| Variacion del 2020 y 2021 en dias: | | | -7 |

Figura 8. Ratios de rotación de cuentas por cobrar, Empresa Full Contact Publicidad SAC, 2020-2021.

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que la rotación de las cuentas por cobrar de la empresa es lenta, y los días de cobro disminuyen con respecto al 2021. Si tomamos el valor de las cuentas por cobrar del 2020, la rotación de las cuentas por cobrar es de 3,86 veces al año, es decir 95 días. Si bien en 2021 obtendremos 3,58 veces los ingresos de cuentas por cobrar por año, que son 102 días, esto significa que los días de cobro aumentarán y extenderán la conversión de la empresa a efectivo.

Ítem 8

Variable: Liquidez
Dimensión: Riesgo de liquidez
Indicador: Cobranza dudosa

Tabla 17. Riesgo de liquidez – Cobranza dudosa

¿Considera usted importante las cuentas incobrables para evaluar la liquidez?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 2 | 25.0 | 25.0 |
| | Casi Nunca | 4 | 50.0 | 75.0 |
| | Casi siempre | 2 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 |

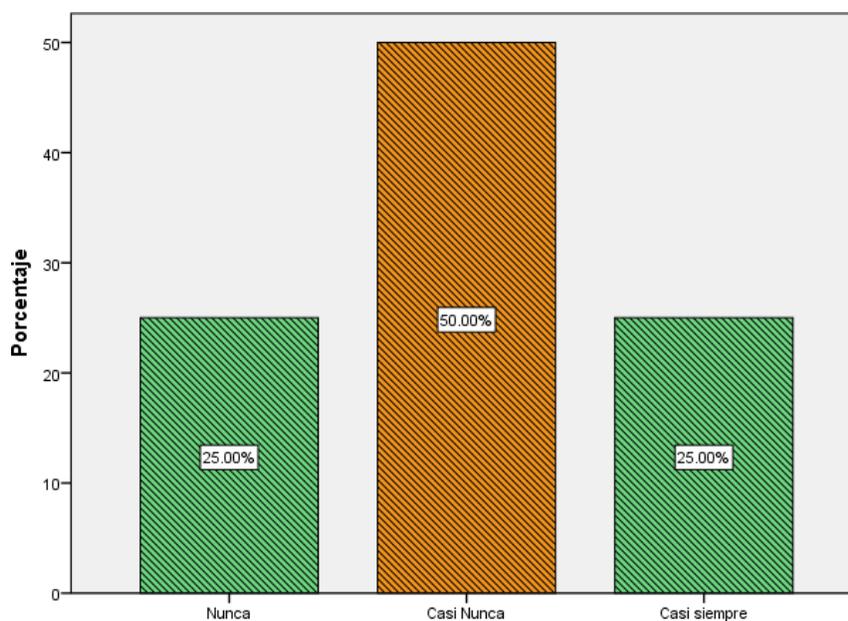


Figura 9. Riesgo de liquidez – Cobranza dudosa

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla N #17, figura #9 el 50.00% cree que la empresa casi nunca se considera las cuentas incobrables para evaluar la liquidez, así mismo el 25.00% considera casi siempre y nunca.

Ítem 9

Variable: Liquidez
Dimensión: Riesgo de liquidez
Indicador: Cobranza dudosa

Tabla 18. Riesgo de liquidez – Cobranza dudosa

¿Conoce usted los procedimientos para afrontar las cobranzas dudosa mayores a un año para la empresa?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Casi Nunca | 1 | 12.5 | 12.5 | 12.5 |
| A veces | 2 | 25.0 | 25.0 | 37.5 |
| Válidos Casi siempre | 4 | 50.0 | 50.0 | 87.5 |
| Siempre | 1 | 12.5 | 12.5 | 100.0 |
| Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

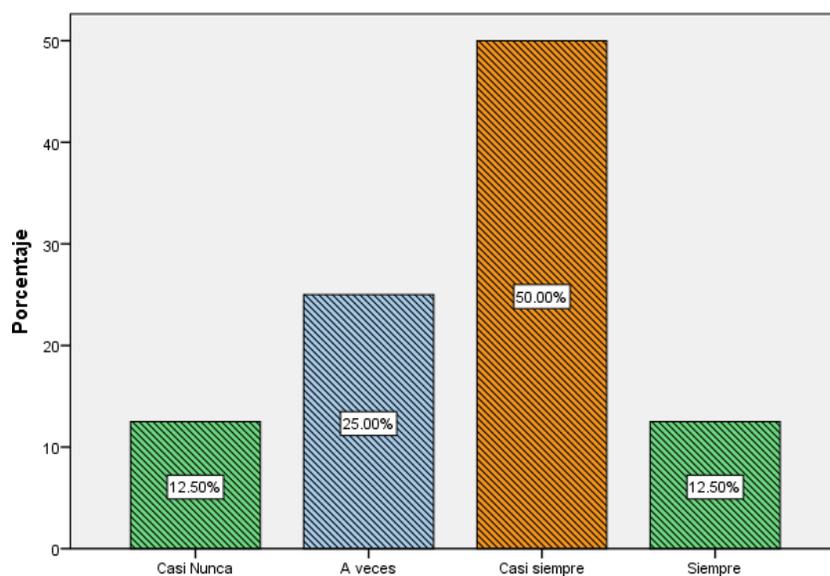


Figura 10. Riesgo de liquidez – Cobranza dudosa

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla N #18, figura #10 el 50.00% cree que la empresa casi siempre sabe cómo afrontar las cobranzas dudosa mayores a un año, así mismo el 25.00% considera a veces y por último el 12.50% dice que casi nunca y siempre.

Ítem 10

Variable: Liquidez
Dimensión: Capacidad de pago
Indicador: Liquidez corriente

Tabla 19. Capacidad de pago – Liquidez corriente

¿Considera usted que se analiza el nivel de liquidez en la empresa frente a sus deudas de corto plazo?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
| Validos | Casi Nunca | 2 | 25.0 | 25.0 |
| | A veces | 2 | 25.0 | 50.0 |
| | Casi siempre | 4 | 50.0 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 |

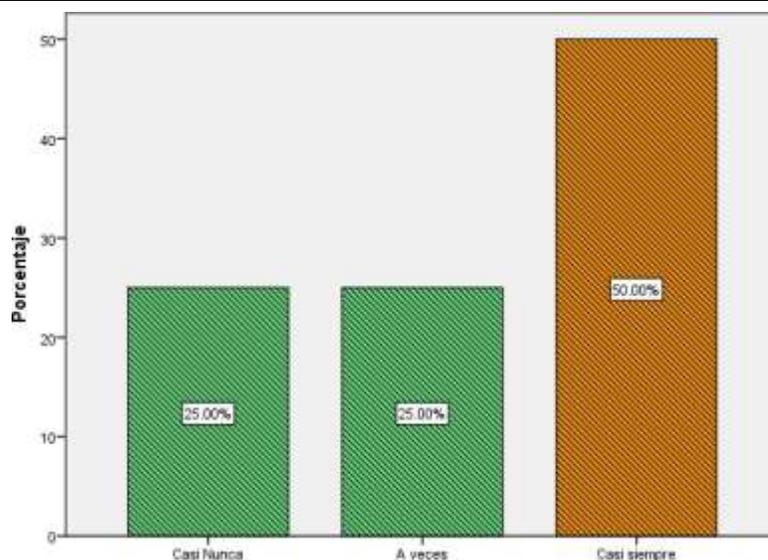


Figura 11. Capacidad de pago – Liquidez corriente

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla N #19, figura #11 el 50.00% cree que la empresa casi siempre se analiza la liquidez frente a sus deudas de corto plazo, así mismo un 25.00% considera que casi nunca y a veces.

Ítem 11

Variable: Liquidez
Dimensión: Capacidad de pago
Indicador: Prueba Acida

Tabla 20. Capacidad de pago – Prueba acida

¿Considera usted que se realiza la prueba acida para medir la capacidad de pago en la empresa?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | “Porcentaje acumulado” |
|---------|--------------|------------|-------------------|------------------------|
| Validos | Casi Nunca | 1 | 12.5 | 12.5 |
| | A veces | 5 | 62.5 | 75.0 |
| | Casi siempre | 2 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 |

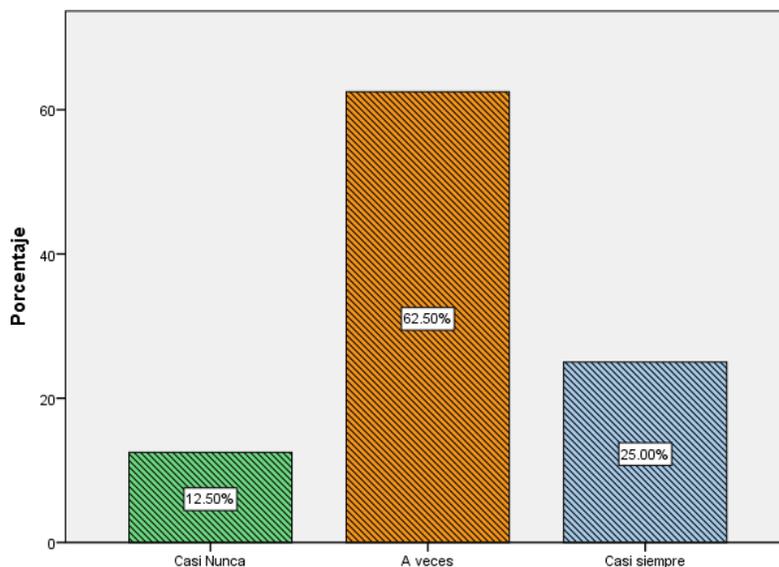


Figura 12. Capacidad de pago – Prueba Acida

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Respecto a la tabla N #20, figura #12, el 62.50% cree que la empresa a veces se realiza la prueba acida periódicamente para medir la capacidad de pago, así mismo el 25.00% considera que casi siempre y por último el 12.50% dice que casi nunca.

| Liquidez Corriente | | | |
|------------------------------------|-----------|---------------------------------|-------|
| Periodo 2020 | | | |
| Datos | | Aplicación | |
| <i>Activo corriente</i> | 2,455,002 | | |
| <i>Pasivo corriente</i> | 1,624,126 | $\frac{2,455,002}{1,624,126} =$ | 1.51 |
| Periodo 2021 | | | |
| Datos | | Aplicación | |
| <i>Activo corriente</i> | 2,141,867 | | |
| <i>Pasivo corriente</i> | 1,898,113 | $\frac{2,141,867}{1,898,113} =$ | 1.13 |
| <i>Variación del 2021 y 2020 :</i> | | | -0.38 |

Figura 13. Ratios de liquidez corriente, Empresa Full Contact Publicidad SAC, 2020-2021.
Fuente: Elaboración Propia

Se puede concluir que la empresa cuenta con liquidez suficiente para hacer frente a su deuda a corto plazo, y la liquidez actual en el 2021 es de 1.13, lo que significa que por cada 1 sol de deuda la empresa cuenta con 1.13 sol para hacer frente a sus obligaciones. En comparación con 2020, podemos decir que la liquidez de la empresa ha disminuido, y el cambio total para estos años es de -0,38 soles.

Ítem 12

Variable: Liquidez
Dimensión: Cumplimiento de obligaciones
Indicador: Obligaciones Comerciales

Tabla 21. Cumplimiento de obligaciones – Obligaciones Comerciales

“¿Considera usted que la empresa cumple sus obligaciones con los proveedores?”

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | A veces | 6 | 75.0 | 75.0 | 75.0 |
| | Casi siempre | 2 | 25.0 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

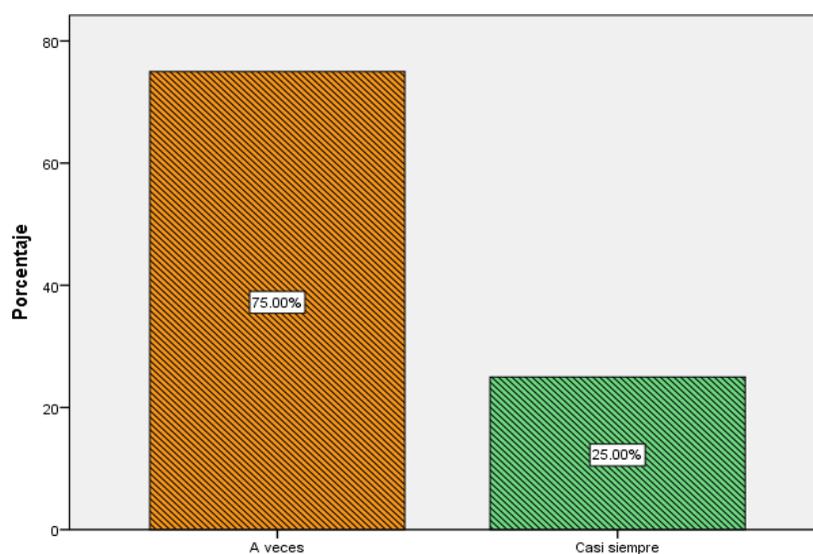


Figura 14. Cumplimiento de obligaciones – Obligaciones Comerciales

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla #21, figura #14, el 75,00% cree que las obligaciones con los proveedores a veces se cumplen, y el 25,00% cree que esto sucede casi siempre.

| Calculo de rotacion de la cuentas por pagar | | | |
|---|-----------|-------------------------------|--------|
| Periodo 2020 | | | |
| Datos | | Aplicación | |
| <i>Costo de ventas</i> | 4,394,960 | | |
| <i>Cuentas por pagar 2019</i> | 1,529,821 | $\frac{4,394,960}{1,130,420}$ | = 3.89 |
| <i>Cuentas por pagar 2020</i> | 731,019 | | |
| | | Dias Promedio = | 94 |
| Periodo 2021 | | | |
| Datos | | Aplicación | |
| <i>Costo de ventas</i> | 3,649,916 | | |
| <i>Cuentas por pagar 2020</i> | 731,019 | $\frac{3,649,916}{929,323}$ | = 3.93 |
| <i>Cuentas por pagar 2021</i> | 1,127,626 | | |
| | | Dias Promedio = | 93 |
| <i>Variacion del 2020 y 2021 en días:</i> | | | 1 |

Figura 15. Ratios de rotación de cuentas por pagar, Empresa Full Contact Publicidad SAC, 2020-2021.

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que la rotación de las cuentas por pagar de la empresa en los días de pago es mucho menor que en los días de cobro, si tomamos el valor de las cuentas por pagar en el año 2020, la rotación de las cuentas por pagar será de 3,89 veces al año, es decir 9 días. Si bien en 2021 tendremos una rotación de cuentas por cobrar de 3,93 veces al año, esto equivale a 93 días, lo que significa que la empresa estaría asumiendo sus obligaciones con efectivo propio.

Ítem 13

Variable: Liquidez
Dimensión: Cumplimiento de obligaciones
Indicador: Obligaciones Comerciales

Tabla 22. Cumplimiento de obligaciones – Obligaciones Comerciales

¿Considera usted que se realiza proyección de caja para afrontar las obligaciones a corto plazo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | A veces | 6 | 75.0 | 75.0 | 75.0 |
| | Casi siempre | 2 | 25.0 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

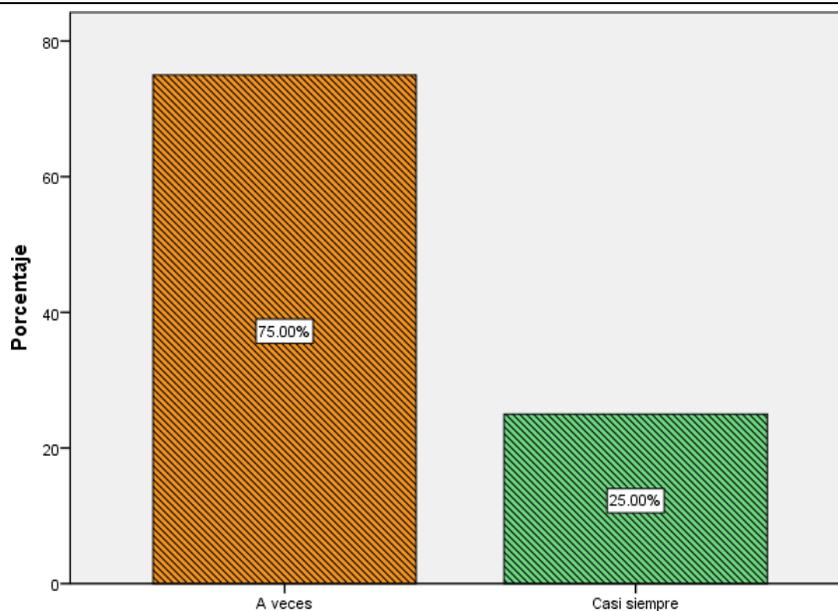


Figura 16. Cumplimiento de obligaciones – Obligaciones Comerciales

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla #22, figura #16, el 75,00% cree que las obligaciones con los proveedores a veces se cumplen, y el 25,00% cree que esto sucede casi siempre.

Ítem 14

Variable: Liquidez
Dimensión: Cumplimiento de obligaciones
Indicador: Pago de impuestos

Tabla 23. Cumplimiento de obligaciones – Pago de impuestos

¿Considera usted que se realiza puntualmente las obligaciones tributarias?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | A veces | 6 | 75.0 | 75.0 |
| | Casi siempre | 2 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 |

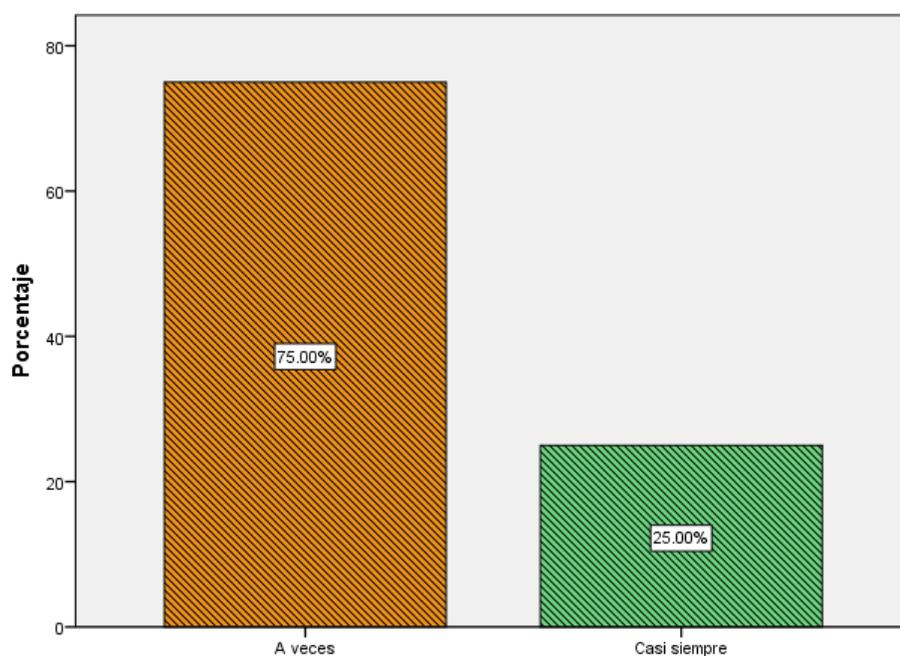


Figura 17. Cumplimiento de obligaciones – Pago de impuestos

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia a la tabla N° 23, figura 17, el 75.00% cree que las obligaciones con los proveedores a veces se cumplen, así mismo el 25.00% considera que esto sucede casi siempre.

Ítem 15

Variable: Liquidez
Dimensión: Cumplimiento de obligaciones
Indicador: Pago de impuestos

Tabla 24. Cumplimiento de obligaciones – Pago de impuestos

¿Considera usted que la obligación de impuesto afecta la liquidez de la empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | A veces | 6 | 75.0 | 75.0 | 75.0 |
| | Casi siempre | 2 | 25.0 | 25.0 | 100.0 |
| | Total | 8 | 100.0 | 100.0 | |

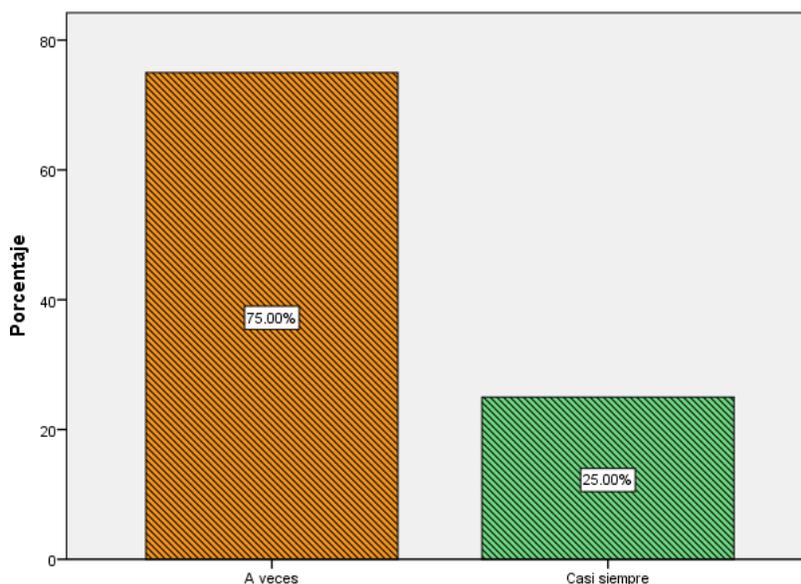


Figura 18. Cumplimiento de obligaciones – Pago de impuestos

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

En referencia al Cuadro No. 24, Figura 18, el 75,00% cree que las obligaciones con los proveedores a veces se cumplen, y el 25,00% cree que esto sucede casi siempre.

Tabla 25. Gestión de cuentas por cobrar – Liquidez

Tabla cruzada Gestión de cuentas por cobrar – Liquidez

| | | | LIQUIDEZ | | | | | |
|--|--------------|-------------|----------|------------|---------|--------------|---------|-------|
| | | | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre | Total |
| GESTION DE CUENTAS POR COBRAR | Nunca | Recuento | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| | | % del total | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 25.0% |
| | Casi nunca | Recuento | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| | | % del total | 12.5% | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 25.0% |
| | A veces | Recuento | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | % del total | 0.0% | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 12.5% |
| | Casi siempre | Recuento | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| | | % del total | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 12.5% | 25.0% |
| | Siempre | Recuento | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |
| | | % del total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 12.5% | 12.5% |
| Total | Recuento | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 8 | |
| | % del total | 25.0% | 12.5% | 25.0% | 12.5% | 25.0% | 100.0% | |

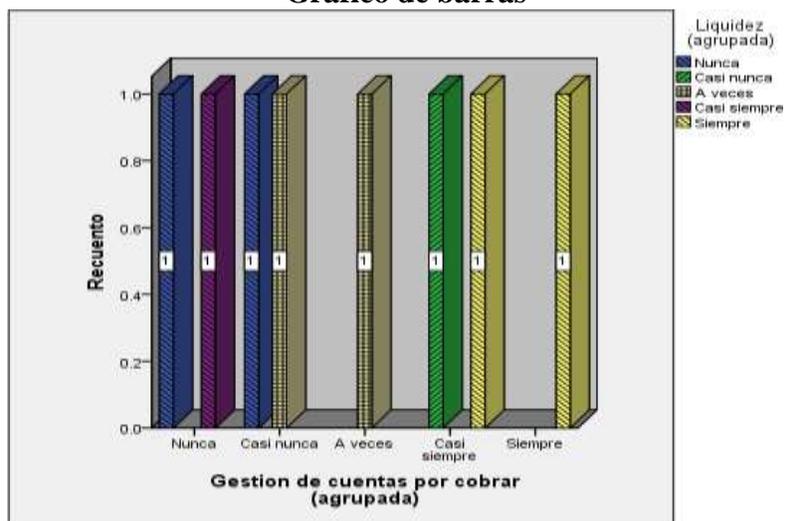
Gráfico de barras

Figura 19. Gestión de cuentas por cobrar – Liquidez

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Comentario: De acuerdo a la tabla N #25, figura #19 al comparar las variables Gestión de cuentas por cobrar y Liquidez, del total de 8 trabajadores de la empresa Full Contact Publicidad SAC, se puede apreciar que el 25.00% hicieron mención que nunca y 25.00% cree que casi nunca, mientras que el 12.5% es a veces, por otro lado, el 25.00% contestó casi siempre

y el 12,5% indico siempre. Para la otra variable, Liquidez el 25.00% los encuestados respondieron nunca y el 12.50% cree que casi nunca, sin embargo, el 25.00% señalo a veces, por otro lado, el 12.50% indico casi siempre y el 25.00% contesto siempre.

Tabla 26. Políticas de crédito – Liquidez

Tabla cruzada Políticas de crédito – Liquidez

| | | | LIQUIDEZ | | | | | Total |
|----------------------|--------------|-------------|----------|------------|---------|--------------|---------|--------|
| | | | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre | |
| POLITICAS DE CREDITO | nunca | Recuento | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % del total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 12.5% |
| | Casi nunca | Recuento | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| | | % del total | 25.0% | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 37.5% |
| | A veces | Recuento | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | | % del total | 0.0% | 0.0% | 25.0% | 0.0% | 0.0% | 25.0% |
| | Casi siempre | Recuento | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| | | % del total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 25.0% | 25.0% |
| | Total | Recuento | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 8 |
| | | % del total | 25.0% | 12.5% | 25.0% | 12.5% | 25.0% | 100.0% |

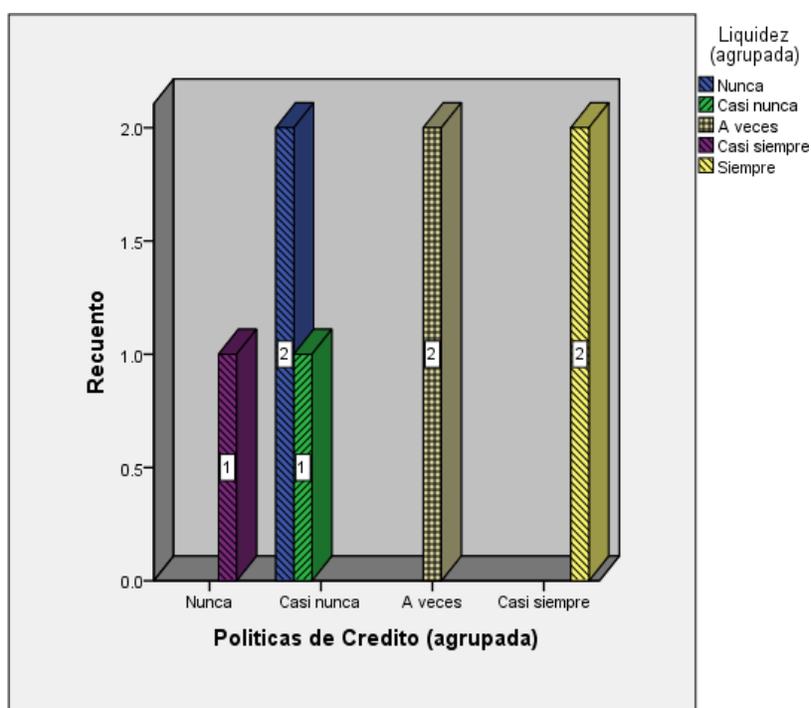


Figura 20. Política de crédito – Liquidez

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Comentario: Conforme con la tabla N #26, figura #20 al comparar las variables Política de crédito y Liquidez, del total de 8 trabajadores de la empresa Full Contact Publicidad SAC, se puede apreciar que los encuestados el 12.50% indicaron nunca y 37.50% respondieron casi nunca, mientras que el 25.00% es a veces, por otro lado, el 25.00% contesto casi siempre. Para la otra variable, Liquidez el 25.00% de los encuestados respondieron nunca y el 12.50% respondieron casi nunca, sin embargo, el 25.00% señaló a veces, por otro lado, el 12.50% indico casi siempre y el 25.00% contesto siempre.

Tabla 27. Política de cobranza – Liquidez

Tabla cruzada Políticas de cobranza – Liquidez

| | | | LIQUIDEZ | | | | | Total |
|-------------------------|--------------|-------------|----------|------------|---------|--------------|---------|--------|
| | | | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre | |
| POLITICA DE COBRANZA | Nunca | Recuento | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 5 |
| | | % del total | 25.0% | 0.0% | 25.0% | 12.5% | 0.0% | 62.5% |
| | Casi siempre | Recuento | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 |
| | | % del total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 25.0% | 25.0% |
| | Siempre | Recuento | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % del total | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 12.5% |
| Total | | Recuento | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 8 |
| | | % del total | 25.0% | 12.5% | 25.0% | 12.5% | 25.0% | 100.0% |

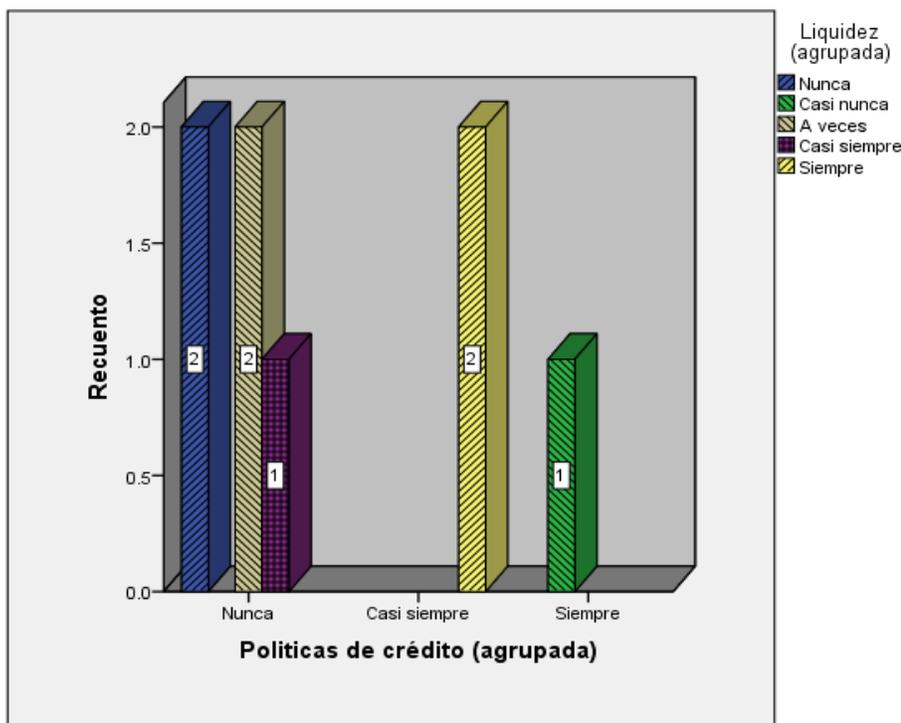


Figura 21. Política de cobranza – Liquidez

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Comentarios: Conforme con la tabla N #27, figura #21 de comparación entre las variables Política de cobranza y Liquidez, del total de 8 trabajadores de la empresa Full Contact Publicidad SAC, se puede apreciar que el 62.50% de los encuestados indicaron nunca y 25.00% respondieron casi siempre, mientras que el 12.50% contestó a siempre. Para la otra variable, Liquidez el 25.00% los encuestados respondieron nunca y el 12.50% cree que casi nunca, sin embargo, el 25.00% señaló a veces, por otro lado, el 12.50% indicó casi siempre y el 25.00% contestó siempre.

Tabla 28. Análisis de las cuentas por cobrar – Liquidez

| | | LIQUIDEZ (agrupado) | | | | | Total | |
|--|--------------|---------------------|------------|---------|--------------|---------|-------|--------|
| | | Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre | | |
| ANÁLISIS DE LAS CUENTAS POR COBRAR (agrupado) | Nunca | Recuento | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | % del total | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 12.5% |
| | Casi nunca | Recuento | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| | | % del total | 12.5% | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 25.0% |
| | A veces | Recuento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | % del total | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 12.5% |
| | Casi siempre | Recuento | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| | | % del total | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 0.0% | 12.5% | 25.0% |
| | Siempre | Recuento | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | | % del total | 0.0% | 0.0% | 12.5% | 0.0% | 12.5% | 25.0% |
| | Total | Recuento | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 8 |
| | | % del total | 25.0% | 12.5% | 25.0% | 12.5% | 25.0% | 100.0% |

Tabla cruzada Análisis de las cuentas por cobrar – Liquidez

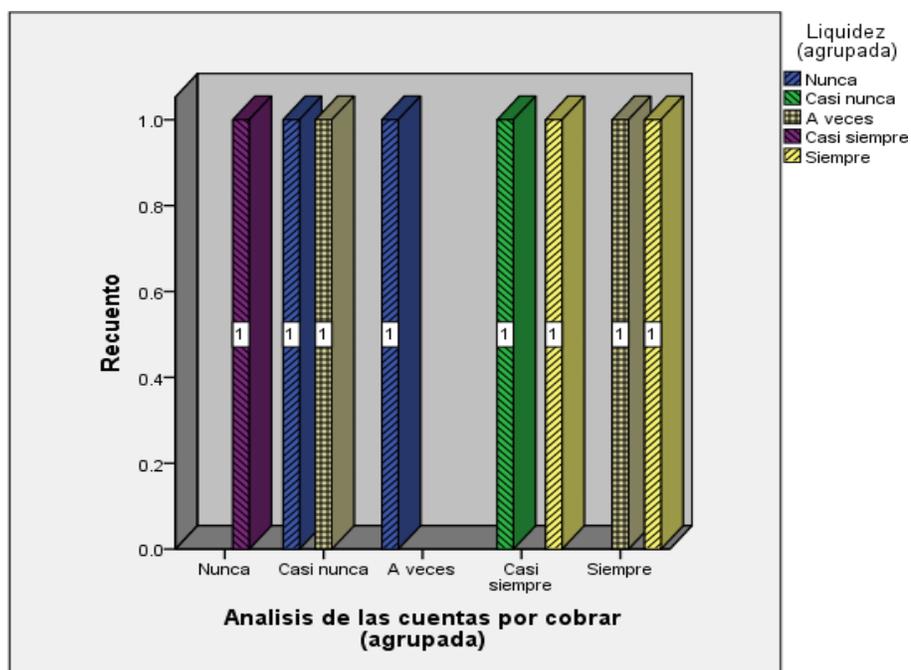


Figura 22. Análisis de las cuentas por cobrar – Liquidez

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Comentario: Conforme a la tabla N #28, figura #22 al comparar las variables Análisis de las cuentas por cobrar y Liquidez, del total de 8 trabajadores de la empresa Full Contact Publicidad SAC, se puede apreciar que los encuestados contestaron nunca el 12.50%, también indicaron nunca y 25.00% respondieron casi nunca, mientras que el 12.50% es a veces, por otro lado, el 25.00% contesto casi siempre y por último que un 25.00% indican que siempre. Para la otra variable, Liquidez el 25.00% los encuestados cree que nunca y el 12.50% respondieron casi nunca, sin embargo, el 25.00% señalo a veces, por otro lado, el 12.50% indico casi siempre y el 25.00% contesto siempre.

4.2. Análisis Inferencial

Prueba de Normalidad:

Ho: Los datos de la muestra se distribuyen en forma normal

H1: Los datos de la muestra no se distribuyen en forma normal

Nivel significancia: 0.05

Tabla 29. Prueba de normalidad

| | Estadístico | Shapiro-Wilk gl | Sig. |
|--|-------------|--------------------|------|
| Gestión de cuentas por cobrar (agrupada) | .920 | 8 | .428 |
| Liquidez (agrupada) | .905 | 8 | .319 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

El valor de las variables gestión de las cuentas por cobrar V1 y Liquidez V2, tiene una sig. = 0.428 y 0.319 > 0.05, es decir deberíamos aceptar la Ho. Por lo tanto la variable Gestión de las

cuentas por cobrar y la Liquidez si proviene de una población normal. Por lo tanto se utilizará la estadística inferencial no paramétrica.

Prueba de Hipótesis:

Hipótesis General:

H0: No Existe relación significativa entre la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021

H1: Existe relación significativa entre la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021

Tabla 30. Correlación Gestión de las cuentas por cobrar – Liquidez

Correlaciones

| | | Gestión de las cuentas por cobrar (agrupado) | Liquidez (agrupado) |
|-----------------|--|---|---------------------|
| Rho de Spearman | Gestión de las cuentas por cobrar (agrupado) | Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N | 1.000 .037 8 |
| | Liquidez (agrupado) | Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N | .539 .037 8 |

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Haciendo referencia a la tabla N #30, se observa el valor estadístico Rho de Spearman es de 0.539, además esta correlación es significativa. Por lo tanto, existe un 95% de confianza, de que existe una correlación positiva moderada entre la variable gestión de las cuentas por cobrar y la Liquidez, porque el valor de Sig. (bilateral) es de 0.037, por debajo del 0.05 requerido.

Hipótesis Especifica 1:

Ho: No existe relación significativa entre la política de crédito y la liquidez en la empresa Full

Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021

H1: Existe relación significativa entre la política de crédito y la liquidez en la empresa Full

Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021

Tabla 31. Correlación Política de crédito – Liquidez

| | | | “Política de Crédito” (agrupado) | “Liquidez” (agrupado) |
|-----------------|-----------------------------------|----------------------------|--|--------------------------|
| Rho de Spearman | Política de crédito (agrupado) | Coeficiente de correlación | 1.000 | .588 |
| | | Sig. (bilateral) | . | .038 |
| | | N | 8 | 8 |
| | Liquidez (agrupado) | Coeficiente de correlación | .588 | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .038 | . |
| | | N | 8 | 8 |

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Haciendo referencia a la tabla N #31, se puede observar que el valor estadístico Rho de Spearman es de 0.588, además esta correlación es significativa. Por lo tanto, existe un 95% de confianza, que en el ámbito de estudio hay una “correlación positiva moderada” entre la dimensión Política de crédito y la variable Liquidez, porque el valor de Sig. (bilateral) es de 0.038, por debajo del valor requerido 0.05.

Hipótesis Especifica 2:

Ho: No existe relación significativa entre la política de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Iidro,2021

H1: Existe relación significativa entre la política de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Iidro,2021

Tabla 32. Correlación Política de Cobranza – Liquidez

| Correlaciones | | | | |
|----------------------|---------------------------------------|---|---------------------------------------|------------------------|
| | | | Política de cobranza (agrupado) | Liquidez (agrupado) |
| Rho de Spearman | Política de cobranza (agrupado) | Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N | 1.000 . 8 | .407 .042 8 |
| | Liquidez (agrupado) | Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N | .407 .042 8 | 1.000 . 8 |

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Haciendo referencia a la tabla N #32, se puede observar que el valor estadístico Rho de Spearman es de 0.407, además esta correlación es significativa. Por lo tanto, existe un 95% de confianza, que existe una correlación positiva moderada entre la dimensión Política de cobranza y la variable Liquidez, porque el valor de Sig. (bilateral) es de 0.042, por debajo del valor requerido del 0.05.

Hipótesis Específica 3:

H₀: No existe relación significativa entre el análisis de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

H₁: Existe relación significativa entre el análisis de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

Tabla 33. Correlación Análisis de las cuentas por cobrar – Liquidez

Correlaciones

| | | | Análisis de cuentas por cobrar (agrupado) | Liquidez (agrupado) |
|-----------------|---|----------------------------|--|------------------------|
| Rho de Spearman | Análisis de las cuentas por cobrar (agrupado) | Coeficiente de correlación | 1.000 | .299 |
| | | Sig. (bilateral) | . | .045 |
| | | N | 8 | 8 |
| | Liquidez (agrupado) | Coeficiente de correlación | .299 | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | .045 | . |
| | | N | 8 | 8 |

Fuente: Elaboración propia SSP vs.25

Haciendo referencia a la tabla N° 33, se puede observar que el valor estadístico Rho de Spearman es de 0.299, además esta correlación es significativa. Por lo tanto, existe un 95% de confianza de que existe una correlación positiva baja de la dimensión Análisis de las cuentas por cobrar y la variable Liquidez, porque el valor de Sig. (bilateral) es de 0.045, por debajo del valor requerido de 0.05.

4.3. Discusiones

Como resultado de esta investigación, podemos hacer la siguiente discusión e interpretación.

Tiene como propósito determinar la relación entre la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

Dada nuestra investigación, pudimos utilizar el alfa de Cronbach y validar la herramienta resultante. El 82% de la primera variable son cuentas por cobrar y el 90% de la segunda variable es liquidez. Estas herramientas cuentan con 15 preguntas con un nivel de confianza del 91%, alcanzando un valor óptimo según el alfa de Cronbach, lo que asegura la confiabilidad de las herramientas.

De acuerdo con los resultados obtenidos, Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021, se realizó una prueba Rho de Spearman a la hipótesis general con valores significativos de $\text{sig.} = 0,037$ es menor que 0,05 dado un nivel de confianza del 95 % y una tasa de error del 5 %. Esto rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis propuesta. Esto se debe a que la prueba puede mostrar que la cuenta está controlada por débitos. Empresa Liquidez Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

Los resultados obtenidos para la hipótesis específica N° 1, se realizó de la misma manera la prueba Rho de Spearman, arrojando el resultado de nivel de $\text{sig} = 0.038$ menor a los 0.05, considerando un nivel de confiabilidad del 95% con un margen de error 5%, rechaza hipótesis nula, acepta la hipótesis propuesta, logrado concluir que se tiene relación significativa

entre la política de crédito y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.”

Los resultados obtenidos para la hipótesis específica N°2 , se realizó de la misma manera la prueba Rho de Spearman, arrojando el resultado de nivel de sig = 0.042 menor a 0.05, considerando un nivel de confiabilidad del 95% con un margen de error 5%, rechaza hipótesis nula, acepta la hipótesis propuesta, logrando concluir que existe relación entre la política de cobranza y la liquidez determinar que existe relación significativa entre los contribuyentes y la evasión tributaria en la empresa Full Contact Publicidad SAC., San Isidro, 2021.

Finalmente, se realizó de la misma manera la prueba Rho de Spearman, arrojando el resultado de nivel de sig. = 0.045 es menor a 0.05, considerando un nivel de confiabilidad del 95% con un margen de error 5%, rechaza hipótesis nula, acepta la hipótesis propuesta, logrando concluir es que existe relación entre el análisis de cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

Conclusiones

Tras recuperar todos los informes recogidos en nuestro trabajo de investigación, llegamos a las siguientes conclusiones:

1. En referencia al objetivo general, la relación de la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021, es ($r=0,539$) analizado como directo por ser positivo moderado, al definir la variable 1 (gestión de las cuentas por cobrar) sea positivo, la variable 2 (La liquidez) será positivo, de la misma manera al contrario, si la variable 1 (gestión de las cuentas por cobrar) no es positivo, la variable 2 (Liquidez) no lo será, obteniendo el resultado positivo moderada y valor sig = 0,037 aceptando la hipótesis planteada, ya que la gestión de las cuentas por cobrar tiene relación significativa con la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021. Nos da a entender que mientras las cuentas por cobrar aumenten y se cobre en los tiempos establecidos, inducirán de tal manera en la liquidez dado que cumpliría su ciclo y retornaría en efectivo el servicio que se brinda.
2. En referencia al primer objetivo específico, la relación de la política de crédito y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021, es ($r=0,588$) analizada como directa por ser positiva moderada, Obteniendo el valor $p = 0.038$, resultando menor al $p = 0.05$ por lo tanto la relación es significativa al 95%, aprobando la hipótesis de investigación, ya que la dimensión de la política de crédito presenta una relación significativa con la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021. Conforme a los resultados nos permite entender políticas de crédito es parte fundamental para el retornado del 100% de las cuentas por

cobrar en las fechas brindadas al cliente, y las decisiones de brindar un crédito al cliente será de suma importancia dado que esto concluirá en afectar la liquidez de la empresa.

3. Para el segundo objetivo específico, analizamos la relación de las política de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021, es ($r=0,407$) analizada como directa por ser positivo moderada, además el valor $p = 0,042$ confirmando la hipótesis planteada aceptada que la política de cobranza presenta una relación significativa con la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021. Respecto a los resultados nos dan a conocer que las políticas de cobranza es un factor importante dentro del negocio porque al finalizar su proceso culminara en dinero o efectivo y la empresa podrá cumplir con sus obligaciones financieras o comerciales sin afectar la liquidez, y todo ello conllevara que la cobranza se encuentre controlada y evitar el hecho de no cobrar deudas vencidas.

4. Por último el tercer objetivo específico, de relación del análisis de cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021, es ($r=0,299$) se analiza como directa por ser positivo bajo, además el valor $p = 0,045$ lo que confirma el supuesto de la hipótesis planteada aceptada, debido a que el análisis de cuentas por cobrar presenta una relación significativa con la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021. Respecto a los resultado analizar las cuentas por cobrar con llevar un control a detalle de cada cliente, complementarlos con cuadros estadísticos para una visualización global y con resumen de las deudas por cobrar y adicional aumentar información como ratios por ejemplo, la rotación de las cuentas por cobrar y la liquidez corriente brindan una mejor comprensión del panorama de toma de decisiones de su empresa.

Recomendaciones

Con base en la investigación realizada, recomendamos lo siguiente:

1. Se recomienda que la empresa implemente una política de crédito y cobranza priorizando no exceder más de los 30 días de cobranzas como base de un crédito al cliente, para permitir reconocer posibles inconsistencia al brindar crédito y el seguimientos a las cuentas por cobrar que amenazan la capacidad de afrontar deudas a corto plazo
2. Con base en la investigación realizada, recomendamos realizar llamadas diariamente o enviar correos electrónicos al cliente para hacerle recordar que se encuentran vencidas las facturas emitidas. Y que el trabajador de la empresa Full Contact Publicidad SAC, haga el seguimiento de la cobranza hasta concluir en el cobro definitivo.
3. También se recomienda realizar semanalmente reuniones con el jefe y el área de tesorería para poder organizarse y manejar un flujo de caja, revisar el estado de las cobranzas vencidas y también con las deudas por vencer para el planteamiento de ideas o estrategias para que la cobranza sea en menor tiempo y se pueda lograr las metas trazadas.
4. Por otro lado se recomienda gestionar el acceso a la plataforma de Infocorp, y poder verificar el estado de deuda del cliente y bajo ello tomar una correcta decisión al brindar un crédito.
5. Por último la empresa al brindar servicios sus comprobantes de pago se encuentran afectos al sistema de detracciones por lo tanto se recomienda hacer el seguimiento

correspondiente para que sean pagados dentro de mes emitido la factura con una plazo máximo del 5to día hábil del mes siguiente, con ello fomentaremos utilizar recursos dinerarios de la empresa para cubrir las obligaciones con el fisco como IGV y la renta de 3ra Categoría.

Referencias

- Abad Mantilla, J. M., & Basurto Sanchez, S. M. (2018). Estandares de Procedimientos de Creditos para cuentas por cobrar. *Tesis*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30755/1/JUAN%20ABAD.pdf>
- Alexandra, A. R. (2017). Las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Adecar Cía Ltda. *Tesis*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1299/1/T-ULVR-1390.pdf>
- Alles, M. (2006). *Desempeño por competencia*. Argentina: Ediciones Granica.
- Araiza, M. (2005). <https://www.imef.org.mx>. Obtenido de <https://www.imef.org.mx>.
- Arroba, J., & Solis, T. (2017). *Cuentas por cobrra y su incidencia en la liquidez*. Obtenido de <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2017/cuentas-cobrarliquidez.html>
- Belaúnde, G. (2016). Políticas de créditos de una entidad financiera. *Conexiónesan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-politica-de-creditos-de-una-entidad-financiera>
- Bernal, F. (2010). Auditoria de Cuentas por cobrar. Obtenido de https://www.academia.edu/26392043/V_%C3%81rea_Auditor%C3%ADa_Auditor%C3%ADa_de_Cuentas_por_Cobrar_V_Ficha_T%C3%A9cnica

- Carrera, N. S. (2017). Analisis de la Gestion de cuentas por cobrar en la empresa Induplasma S.A. en el año 2015. *Tesis*. Universidad Politecnica Salesiana, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14504/1/UPS-GT001932.pdf>
- Chavez Fernandez, Y. D., & Loconi Leon, J. K. (2018). Evaluacion de la Gestion de cuentas por cobrar comerciales para determinar la eficiencia de las politicas de creditos y cobranzas en la empresa ferronor sac. *Tesis*. Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2141/1/TL_ChavezFernandezYsela_LoconiLeonJenny.pdf
- Córdoba, M. (2012). *Gestion Financiera*.
- Correa, D., Reyes, D., & Montoya, K. (2018). La informacion no financiera y el desempeño financiero empresarial. *Scielo*.
- De la cruz, J. (2011). La politica de credito en la empresa. *Empresa Actual.com*. Obtenido de <https://www.empresaactual.com/la-politica-de-credito-en-la-empresa/>
- Diaz, C. S., & Del Valle Guerra, Y. (2017). Riesgo financiero en los créditos al consumo del sistema bancario venezolano 2008-2015. *Orbis Revista Cientifica Ciencias Humanas*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/709/70952383002.pdf>
- Dominguez, G. y. (2017). Efectos de la gestion financiera de las cuentas por cobrar comerciales en la liquidez y rentabilidad de la empresa GMO Comercial SRL del periodo 2016. *Tesis*. Universidad Tecnologica del Perú. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.pe/handle/UTP/1604>
- ESAN. (2020). Empresas con problemas de liquidez: ¿A que conflictos se enfrentan? *Essan Gruadte School of Business*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion->

esan/problemas-liquidez-

conflictos#:~:text=La%20falta%20de%20liquidez%20conlleve,organizaci%C3%B3n%20a%20cerrar%20sus%20puertas.

Ferro Veiga, J. (2020). Masters en Direccion Economica Financiera. Obtenido de

https://books.google.com.pe/books/about/Masters_en_Direcci%C3%B3n_Econ%C3%B3mica_Financi.html?id=MVfRDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&hl=es&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Fiestas Curo, B. J. (2018). Evaluacion del proceso de facturacion para determinar el impacto en las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa transportes pakatnamu SAC. *Tesis*.

Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Obtenido de

http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/1413/TL_FiestasCuroBrenda.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fuentes Charqui, M. (2018). Gestion de cuentas por cobrar y su relacion con la liquidez de la empresa Inversiones CH&M S.A.C., Surco 2018. *Tesis*. Universidad Cesar Vallejo,

Lima. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/34949>

Gomez, S. (2012). *Metodologia de la investigacion*. Estado de Mexico: Red tercer Milenio S.C.

Gonzales Yañe, M. F. (2018). Gestion de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Grupo Corii, en el año 2016. *Tesis*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23821>

Greppi, A. (2012). Eficacia. 150-159.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2018). Metodología de la investigación. *Jornal of Chemical Information and Modeling*. (VOL 53. Obtenido de

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Higuerey, A. (2007). Administración de cuentas por cobrar. *Universidad de los Andes Núcleo Universitario Rafael Angel* , 1-13.
- Jacqueline, S. C. (2017). Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez. *Tesis*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/1923/1/T-ULVR-1729.pdf>
- Leyton, L. C. (2017). Diseño de un modelo de gestión aplicado al departamento de crédito y cobranzas de la compañía plásticos industriales C.A (Pica) ubicada en la Ciudad de Guayaquil. *Tesis*. Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas, Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20728/1/DISE%c3%91O%20DE%20UN%20MODELO%20DE%20GESTION%20APLICADO%20AL%20DPTO%20DE%20CREDITOS%20Y%20COBRANZ.%2010072017.pdf>
- López, J., & Vidal, Z. (2019). Cuentas Por Cobrar y Pagar y su incidencia en la liquidez. *Observatoria de la economía Latinoamericana*, 3-13.
- Macias Calderon, B. (2018). Control en la administración de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Globalolimp SA,Guayaquil . *Observatoria de la Economía Latinoamericana*, 5. Obtenido de <https://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2018/cuentas-empresa-globalolimpsa.html>
- Meza, C. (1996). *Contabilidad Análisis de Cuentas*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Planeacion Financiera*. Mexico, Mexico: Grupo Editorial Patria, S.A. De C.V. Obtenido de <https://editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074382167.pdf>
- Olivella, J. (2020). *Gestión eficiente de Proyectos de Innovacion*. Barcelona: Profit Editorial.

- Palacios Navarro Elvia Rosa, B. C. (2017). *Cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Ademinsa SAC*. Universidad Peruana de las Americas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/103/ADEMINSAS.A%20%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Panez, C. (16 de Enero de 2019). <https://www.rsm.global/peru/es/aportes/blog-rsm-peru/en-que-consiste-la-gestion-de-cobranzas>. Obtenido de <https://www.rsm.global/peru/es/aportes/blog-rsm-peru/en-que-consiste-la-gestion-de-cobranzas>: <https://www.rsm.global/insights/rsm-global-blog>
- Perez Sevilla, & Tinoco Palacios. (2017). Importancia de las politicas de credito y control financiero administrativo de los Inventarios en el procesamiento de la informacion contable en la empresa Los Lirios SA. *Tesis*. Universidad Nacional Autonoma de Nicaragua, Nicaragua. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/9546>
- Robles Roman, C. L. (2015). Fundamentos de Admnsitracion Financiera. *Red Tercer Milenio*. Obtenido de <https://www.upg.mx/wp-content/uploads/2015/10/LIBRO-49-Fundamentos-de-administracion-Financiera.pdf>
- Rojas, J. (2017). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Espacios*, 11.
- Ruiz Huaman, Y. (2018). Gestion de cuentas por cobrar y su influencia en la liquidez de la empresa Trade Fega S.A., distrito Miraflores año 2018. *Trabjo de investigacion*. Universidad Peruana de las Americas, Lima. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/511/GESTI%C3%93N%20DE%20CUENTAS%20POR%20COBRAR%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LA%20LIQUIDEZ%20DE%20LA%20EMPRESA%20TRADE%20FEGA%20S.A%20C%20DISTRITO%20MIRAFLORES%20A%C3%91O%202018.pdf?sequence=1&isAl>

- Stevens, R. (2019). Que son las cuentas por cobrar y cuál es su importancia. *Rankia*. Obtenido de <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3631525-que-son-cuentas-por-cobrar-cual-importancia>
- Tacillo, E. (2017). *Metodología de la investigación científica*. Universidad Jaime Bausate y Meza. Peru.
- Tomalá Gomez, G. S. (2018). Cuentas por cobrar y la liquidez de la compañía de transportes transcisa s.a., Cantón salinas, Provincia de Santa Elena, 2017. *Titulacion*. Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena, Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4647/UPSE-TCA-2019-0004.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vallado Fernandez, R. (2018). Administracion Financeira de las Cuentas por cobrar. *Facultad de Contaduria y Administracion*. Obtenido de https://www.contaduria.uady.mx/files/material-clase/raul-vallado/FN03_admonfinancieradelasCxC.pdf
- Villon, E. (2016). *GESTION DE CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ DE LA EMPRESA TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA, EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS DEL CANTON GENERAL VILLAMIL PLAYAS*. Ecuador: Universidad Estatal peninsula de Santa Elena.
- Yaquelin, G. N. (2020). Liquidez en la empresa comercial Martha Isabel, Chiclayo. *Tesis*. Universidad Señor de Sipán, Chiclayo. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6780/Guevara%20Nauca%20Arelis%20Yaquelin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

APÉNDICES:

Apéndice A: Matriz de consistencia

Título: "Gestion de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021."

| Problema | Obejtivos | Hipótesis | Variables | Dimesiones | Metodología |
|--|---|--|---------------------------------------|------------------------------------|--|
| Problema General: | Objetivo General: | Hipotesis General: | | | |
| ¿De qué manera se relaciona la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021? | Determinar la relación entre la gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021 | Existe relacion significativa entre la gestion de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021 | V1: Gestion de las Cuentas por cobrar | Políticas de Crédito | Enfoque: Cuantitativo Tipo de Investigacion: Aplicada Básica Nivel de Investigación: Correlacional |
| Problema Especifico: | Objetivo Especificos: | Hipotesis Especificos: | | Políticas de cobranza | Diseño de investigacion: No experimental de corte transversal |
| ¿De qué manera se relaciona la política de credito y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021? | Determinar la relación entre la política de credito y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021 | Existe relacion significativa entre la política de credito y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021 | | Analisis de las cuentas por cobrar | Poblacion: 15 Colaboradores de la empresa Full Contact Publicidad S.A.C. |
| ¿De qué manera se relaciona la politica de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021? | Determinar la relación entre la política de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021 | Existe relacion significativa entre la politica de cobranza y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro,2021 | V2: Liquidez | Riesgo de liquidez | Muestra: Al presentar un muestreo censal se considera a 8 trabajadores del area contabilidad y administracion. |
| ¿De qué manera se relaciona el analisis de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021? | Determinar la relación entre el analisis de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021. | Existe relacion significativa entre el analisis de las cuentas por cobrar y la liquidez en la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021. | | Capacidad de pago | Técnicas e Instrumentos: Tecnicas: Encuesta |
| | | | | Cumplimento de las obligaciones | Instrumentos: cuestionario |

Apéndice B: Matriz de Operacionalización de las Variables

| Variables | Definición Conceptual | Dimesiones | | Ítems | Instrumento | Escala de Valores |
|--|---|------------------------------------|--------------------------------|-------|-------------|---|
| V1: Gestion de las Cuentas por cobrar | Huertas (2019) preciso: La cuentas por cobrar es la primordial fuente de ingreso que a cualquier negocio haga que se mantenga en actividad, logrando que se gestione liquidez por un corto o largo plazo y se les suele otorga créditos a sus diversos clientes, con políticas apropiadas de cobranzas para el retomo del ingreso. | Políticas de Crédito | Analisis de riesgo Individual | 1 | Encuesta | Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5) |
| | | | Estandares de Credito | 2 - 3 | | |
| | | Políticas de cobranza | Medios de cobranza | 4 | | |
| | | | Nivel de morosidad | 5 | | |
| | | Analisis de las cuentas por cobrar | Periodo de Cobranza | 6 | | |
| | | | Rotacion de cuentas por cobrar | 7 | | |
| V2: Liquidez | Amar, O (2017) Manifiesto: La liquidez se define como la cantidad de dinero que posee una empresa en fondos pertinentes, al no contar liquidez tendria que hacer uso de servicios financieros, como prestamos, factoring, entre otros, generando costos adicionales a la empresa que recurren a esto. Logrando hacer la aplicacion y analizacion del capital de trabajo y prueba acida. | Riesgo de liquidez | Cobranza dudosa | 1 - 2 | Encuesta | Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5) |
| | | Capacidad de pago | Liquidez corriente | 3 | | |
| | | | Prueba acida | 4 | | |
| | | Cumplimento de las obligaciones | Obligaciones comerciales | 5-6 | | |
| | | | Pago de Impuestos | 7-8 | | |

Apéndice C: Instrumento de recolección de datos variable Independiente



CUESTIONARIO: GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR

El presente cuestionario tiene el propósito de recoger información correspondiente al desarrollo de una tesis titulada: GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA FULL CONTACT PUBLICIDAD S.A.C., SAN ISIDRO, 2021. En este sentido agradecemos de antemano la honestidad sus respuestas, dada la seriedad exigida por una investigación.

Marque con una X la respuesta que cree conveniente:

Cada ítem tiene cinco posibles respuestas, marque con una X el número de la columna que corresponda a su respuesta

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

Anexo : Cuestionario

| N° | Preguntas | Escala de valoración | | | | |
|----|--|----------------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Dimensión: Políticas de crédito | | | | | |
| 1 | ¿Considera usted que la empresa realiza un análisis de riesgo para otorgar un crédito al cliente? | | | | | |
| 2 | ¿Considera usted que existe criterios estandarizados al brindar un crédito al cliente? | | | | | |
| 3 | ¿Considera usted que el periodo de crédito se aplica de acuerdo con las políticas de la empresa? | | | | | |
| | Dimensión: Políticas de cobranza | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | ¿Considera usted que existe medios de cobranza que haya implementado la empresa para sus clientes? | | | | | |
| 5 | ¿Considera usted que existe seguimiento al cliente que tiene incumplimiento de pago? | | | | | |
| | Dimensión: Analisis de las cuentas por cobrar | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6 | ¿Considera usted que la empresa analiza el periodo de cobranza periodicamente? | | | | | |
| 7 | ¿Considera usted que la empresa analiza la rotacion de cuentas por cobrar periodicamente? | | | | | |

Apéndice D: Instrumento de recolección de datos variable dependiente



CUESTIONARIO: LIQUIDEZ

El presente cuestionario tiene el propósito de recoger información correspondiente al desarrollo de una tesis titulada: GESTIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR Y LA LIQUIDEZ EN LA EMPRESA FULL CONTACT PUBLICIDAD S.A.C., SAN ISIDRO, 2021. En este sentido agradecemos de antemano la honestidad de sus respuestas, dada la seriedad exigida por una investigación.

Marque con una X la respuesta que cree conveniente:

Cada ítem tiene cinco posibles respuestas, marque con una X el número de la columna que corresponda a su respuesta.

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

Anexo : Cuestionario

| N° | Preguntas | Escala de valoración | | | | |
|----|--|----------------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| | Dimensión: Riesgo de liquidez | | | | | |
| 1 | ¿Considera usted importante las cuentas incobrables para evaluar la liquidez? | | | | | |
| 2 | ¿Conoce usted los procedimientos para afrontar las cobranzas dudosas mayores a un año para la empresa? | | | | | |
| | Dimensión: Capacidad de pago | | | | | |
| 3 | ¿Considera usted que se analiza el nivel de liquidez en la empresa frente a sus deudas de corto plazo? | | | | | |
| 4 | ¿Considera usted que se realiza la prueba ácida para medir la capacidad de pago en la empresa? | | | | | |
| | Dimensión: Cumplimiento de obligaciones | | | | | |
| 5 | ¿Considera usted que la empresa cumple sus obligaciones con los proveedores? | | | | | |
| 6 | ¿Considera usted que se realiza proyección de caja para afrontar las obligaciones a corto plazo? | | | | | |
| 7 | ¿Considera usted que se realiza puntualmente las obligaciones tributarias? | | | | | |
| 8 | ¿Considera usted que la obligación de impuesto afecta la liquidez de la empresa? | | | | | |

Apéndice E: Validación del experto 1 variable independiente cuentas por cobrar

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN CUENTAS POR COBRAR

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador: FUCHS ANGELES OSCAR ENRIQUE

1.2. Grado Académico: Magíster en Docencia e investigación universitaria.

1.3. Institución donde labora: Diversas universidades.

1.3.1. Especialidad del validador: Metodólogo en investigación y estadística para investigación.

1.3.2. Título de la investigación: Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

1.3.3. Autor del Instrumento: Jonathan Quezada Velasco

1.3.4 Instrumento: Cuestionario Gestión de cuentas por cobrar.

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
|--------------------|--|------------|---------|-------|-----------|-----------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible. | | | | | X |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables. | | | | | X |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología. | | | | | X |
| 4. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | X | |
| 5. ORGANIZACIÓN | Presentación ordenada | | | | | X |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente. | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teórico-científicos | | | | | X |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones. | | | | | X |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | X |
| 10. PERTINENCIA | El instrumento es funcional para el propósito de la investigación. | | | | | X |

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 48 PUNTOS OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 22 de agosto de 2022.

Firma del Experto Informante.
DNI. N°. 07538941

Apéndice F: Validación del experto 1 variable dependiente liquidez

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN LIQUIDEZ

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del validador: FUCHS ANGELES OSCAR ENRIQUE

1.2. Grado Académico: Magíster en Docencia e investigación universitaria.

1.3. Institución donde labora: Diversas universidades.

1.3.1. Especialidad del validador: Metodólogo en investigación y estadística para investigación.

1.3.2. Título de la investigación: Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

1.3.3. Autor del Instrumento: Jonathan Quezada Velasco

1.3.4 Instrumento: Cuestionario liquidez

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
|--------------------|--|------------|---------|-------|-----------|-----------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible. | | | | | X |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables. | | | | X | |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología. | | | | | X |
| 4. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | | X |
| 5. ORGANIZACIÓN | Presentación ordenada | | | | | X |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente. | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teórico-científicos | | | | X | |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones. | | | | | X |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | X |
| 10. PERTINENCIA | El instrumento es funcional para el propósito de la investigación. | | | | | X |

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 47 PUNTOS OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 22 de agosto de 2022.



Firma del Experto Informante.
DNI. N°. 07538941

Apéndice G: Validación del experto 2 variable independiente Gestión de las cuentas por cobrar

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Enciso Huamán Mirian Julia
- 1.2. Grado Académico: Magister en Docencia e Investigación Universitaria
- 1.3. Institución donde labora Universidades privadas
- 1.3.1. Especialidad del validador: Docente Metodólogo en Investigación y tesis
- 1.3.2. Título de la investigación: Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.
- 1.3.3. Autor del Instrumento: Jonathan Quezada Velasco
- 1.3.4 Instrumento: Cuestionario Gestión de las cuentas por cobrar

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
|--------------------|--|------------|---------|-------|-----------|-----------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible. | | | | | X |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables. | | | | | X |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología. | | | | X | |
| 4. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | X | |
| 5. ORGANIZACIÓN | Presentación ordenada | | | | | X |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente. | | | | | X |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teórico-científicos | | | | | X |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones. | | | | | X |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | X |
| 10. PERTINENCIA | El instrumento es funcional para el propósito de la investigación. | | | | X | |

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 47 OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 22 de agosto de 2022



Firma del Experto Informante.
DNI. N°. 06803689

Apéndice H: Validación del experto 2 variable dependiente liquidez

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

II. DATOS GENERALES:

- 1.4. Apellidos y nombres del validador: Enciso Huamán Mirian Julia
 1.5. Grado Académico: Magister en Docencia e Investigación Universitaria
 1.6. Institución donde labora Universidades privadas
 1.6.1. Especialidad del validador: Docente Metodólogo en Investigación y tesis
 1.6.2. Título de la investigación: Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.
 1.6.3. Autor del Instrumento: Jonathan Quezada Velasco
 1.3.4 Instrumento: Cuestionario Liquidez

ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

| INDICADORES | CRITERIOS | Deficiente | Regular | Buena | Muy Buena | Excelente |
|--------------------|--|------------|---------|-------|-----------|-----------|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. CLARIDAD | Está formulado con lenguaje apropiado, específico y comprensible. | | | | | X |
| 2. OBJETIVIDAD | Está expresado en conductas observables. | | | | | X |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología. | | | | | X |
| 4. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad | | | | X | |
| 5. ORGANIZACIÓN | Presentación ordenada | | | | | X |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar aspectos de las estrategias, los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente. | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en aspectos teórico-científicos | | | | | X |
| 8. COHERENCIA | Entre los índices, indicadores y las dimensiones. | | | | | X |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del diagnóstico | | | | | X |
| 10. PERTINENCIA | El instrumento es funcional para el propósito de la investigación. | | | | | X |

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 48 OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- (X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lima, 22 de agosto de 2022



Firma del Experto Informante.
 DNI. N°. 06803689

Apéndice I: Validación del experto 3 variable independiente y dependiente

VALIDACION CON JUICIO DE EXPERTO: CUESTIONARIO DE ENCUESTA

Tema: Gestión de las cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad SAC, San Isidro, 2021.

Bachiller: Jonathan Quezada Velasco

JUICIO DE EXPERTO:

1. La opinión que usted brinde es personal y sincera.
 2. Marque con aspa "X" dentro del cuadro de valoración, solo una vez por cada criterio, el que usted considere su opinión para el cuestionario.
- 1: Muy Malo 2: Malo 3: Regular 4: Bueno 5: Muy bueno

| N° | CRITERIOS | VALORACION | | | | |
|----|---|------------|---|---|---|---|
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Claridad Esta formulado con el lenguaje apropiado y comprensible | | | | X | |
| 2 | Objetividad Permite mediros observables | | | | | X |
| 3 | Actualidad Adecuado al avance de la ciencia y tecnologia | | | | | X |
| 4 | Organización Presentación Ordenada | | | | X | |
| 5 | Suficiencia Comprende los aspectos en cantidad y claridad | | | | X | |
| 6 | Pertinencia Permite conseguir datos de acuerdo a objetivos | | | | | X |
| 7 | Consistencia Permite conseguir datos basados en modelos teóricos | | | | | X |
| 8 | Coherencia Hay coherencia entre las variables indicadores y items | | | | X | |
| 9 | Metodología La estrategia responde al propósito de la investigación | | | | X | |
| 10 | Aplicación Los datos permiten un tratamiento estadístico pertinente | | | | X | |

El instrumento está aprobado con 44 puntos

APP

DNI 25406615

Apellidos y nombres del Experto: César Enrique Loli Bonilla
 Grado del Experto: Maestro
 Especialidad: Auditor Contador docente investigador
 Lugar de trabajo Universidad Peruana de la Americas

Apéndice J: Base de datos V1 Cuentas por cobrar y V2 Liquidez

| V.1 | Políticas de crédito | | | | Políticas de cobranza | | | Análisis de las cuentas por cobrar | | |
|-----|----------------------|--------|--------|------|-----------------------|--------|------|------------------------------------|--------|------|
| | Item 1 | Item 2 | Item 3 | V1D1 | Item 4 | Item 5 | V1D2 | Item 6 | Item 7 | V1D3 |
| E1 | 4 | 4 | 3 | 11 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 9 |
| E2 | 4 | 4 | 3 | 11 | 3 | 2 | 5 | 4 | 2 | 6 |
| E3 | 3 | 4 | 3 | 10 | 4 | 5 | 9 | 3 | 5 | 8 |
| E4 | 4 | 3 | 3 | 10 | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 7 |
| E5 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 8 |
| E6 | 4 | 3 | 3 | 10 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 6 |
| E7 | 4 | 4 | 4 | 12 | 4 | 4 | 8 | 4 | 5 | 9 |
| E8 | 3 | 3 | 3 | 9 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 |

| V.2 | Riesgo de liquidez | | | Capacidad de pago | | | Cumplimiento de las obligaciones | | | | |
|-----|--------------------|--------|------|-------------------|--------|------|----------------------------------|--------|--------|--------|------|
| | Item 1 | Item 2 | V2D1 | Item 3 | Item 4 | V2D2 | Item 5 | Item 6 | Item 7 | Item 8 | V2D3 |
| E1 | 2 | 4 | 6 | 3 | 3 | 6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| E2 | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 | 7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| E3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 7 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| E4 | 2 | 4 | 6 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| E5 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| E6 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| E7 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| E8 | 2 | 5 | 7 | 3 | 3 | 6 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |

Apéndice K: Estados financieros al 31 de diciembre 2020

FULL CONTACT PUBLICIDAD S.A.C.
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020
(expresado en soles)

| ACTIVO | | PASIVO | |
|--|------------------|-------------------------------------|------------------|
| ACTIVO CORRIENTE | | PASIVO CORRIENTE | |
| Efectivo y Equivalente de Efectivo | 672,793 | Tributos por pagar | 374,605 |
| Cuentas por Cobrar Comerciales | 1,339,705 | Remuneracion por pagar | 68,809 |
| Cuentas por Cobrar Diversas | 243,388 | Cuentas por pagar Comerciales | 731,019 |
| Otros Activos | 199,116 | Cuentas por pagar Diversas | 245,566 |
| | | Obligaciones Financieras | 204,127 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | 2,455,002 | TOTAL PASIVO CORRIENTE | 1,624,126 |
| ACTIVO NO CORRIENTE | | PASIVO NO CORRIENTE | |
| Inmueble, maquinarias y Equipo (Neto de Depreciacion) | 176,396 | Obligaciones Financieras | 946,606 |
| TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE | 176,396 | TOTAL PASIVO NO CORRIENTE | 946,606 |
| | | TOTAL PASIVO | 2,570,732 |
| TOTAL ACTIVO | | PATRIMONIO | |
| | 2,631,398 | Capital social | 7,000 |
| | | Reserva Legal | 1,600 |
| | | Resultados acumulados | (9,037) |
| | | Resultados del ejercicio (Ganancia) | 61,104 |
| | | TOTAL PATRIMONIO | 60,667 |
| | | TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | 2,631,398 |


 Roland Villegas Casquino
 C.P.C. 24237

Apéndice L: Estados financieros al 31 de diciembre 2021

FULL CONTACT PUBLICIDAD S.A.C. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021 (expresado en soles)

| ACTIVO | | | PASIVO | | | | |
|--|---------------|------------------|-------------------------|-------------------------------------|----------------|---------------------|---------------|
| ACTIVO CORRIENTE | | % | PASIVO CORRIENTE | | % | | |
| Efectivo y Equivalente de Efectivo | <u>Nota 4</u> | 131,015 | 5.71 | Tributos por pagar | <u>Nota 9</u> | 150,880 | 6.58 |
| Cuentas por Cobrar Comerciales | <u>Nota 5</u> | 1,035,813 | 45.16 | Remuneraciones por pagar | <u>Nota 10</u> | 29,247 | 1.28 |
| Cuentas por Cobrar Diversas | <u>Nota 6</u> | 813,723 | 35.48 | Cuentas por pagar Comerciales | <u>Nota 11</u> | 1,127,626 | 49.16 |
| Otros Activos | <u>Nota 7</u> | 161,316 | 7.03 | Cuentas por pagar Diversas | <u>Nota 13</u> | 7,721 | 0.34 |
| TOTAL ACTIVO CORRIENTE | | <u>2,141,867</u> | <u>93.38</u> | Obligaciones Financieras (BCP) | <u>Nota 12</u> | 582,639 | 25.40 |
| | | | | TOTAL PASIVO CORRIENTE | | <u>1,898,113</u> | <u>82.75</u> |
| ACTIVO NO CORRIENTE | | | | PASIVO NO CORRIENTE | | | |
| Inmueble, maquinarias y Equipo (Neto de Depreciación) | <u>Nota 8</u> | 151,841 | 6.62 | Obligaciones Financieras (BCP) | <u>Nota 12</u> | 333,642 | 14.55 |
| TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE | | <u>151,841</u> | <u>6.62</u> | TOTAL PASIVO NO CORRIENTE | | <u>333,642</u> | <u>14.55</u> |
| | | | | TOTAL PASIVO | | <u>2,231,755.20</u> | <u>97.30</u> |
| | | | | PATRIMONIO | | | |
| | | | | Capital social | | 7,000 | 0.31 |
| | | | | Reserva Legal | | 1,600 | 0.07 |
| | | | | Resultados acumulados | | 49,785 | 2.17 |
| | | | | Resultados del ejercicio (Utilidad) | | 3,568 | 0.16 |
| | | | | TOTAL PATRIMONIO | | <u>61,952</u> | <u>2.70</u> |
| TOTAL ACTIVO | | <u>2,293,708</u> | <u>100.00</u> | TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO | | <u>2,293,708</u> | <u>100.00</u> |


 Rolando Vilcas Casquino
 C.P.C. 24237

Apéndice M: Estado de resultado al 31 de diciembre 2020

FULL CONTACT PUBLICIDAD S.A.C.
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020
(EXPRESADO EN SOLES)

| | |
|---|----------------------|
| Ventas Netas | 5,583,701 |
| Costo de Servicios | (4,394,960) |
| UTILIDAD BRUTA | <u>1,188,741</u> |
| Gastos de Ventas | (87,800) |
| Gastos de Administración | (1,024,808) |
| UTILIDAD OPERATIVA | <u>76,133</u> |
| Gastos Financieros | (17,424) |
| Perdida Neta Por Diferencia de Cambio | (32,612) |
| Ingresos extraordinarios | 12,376 |
| Ingresos por Enajenación de Bienes | 29,576 |
| Costo por Enajenación de Bienes | (6,946) |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO | <u>61,104</u> |
| Impuesto a la Renta de 3ra Categoría | - |
| UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO | <u><u>61,104</u></u> |


 Roland Yilegas Casquino
 C.P.C. 24237

Apéndice N: Estado de resultado al 31 de diciembre 2021

FULL CONTACT PUBLICIDAD S.A.C.
ESTADO DE RESULTADOS ACUMULADO
DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2021
(EXPRESADO EN SOLES)

| | S/ | |
|---|-----------------|---------------|
| Ventas netas | 4,247,008 | 100.00% |
| Ingresos Fijos | | |
| Fee - Mensual | 1,036,675 | |
| Producción-Proyectos | - | |
| Ingresos Por Producción | | |
| Pautas- Medios | 1,440,945 | |
| Producciones | 1,750,659 | |
| Producciones (Eficaz) | 8,794 | |
| Intereses | 9,935 | |
| Costo de Servicios | (3,649,916) | -85.94% |
| Gastos de Personal | (813,895) | |
| Servicio Prestado por Terceros | (179,844) | |
| Costo por Producción | | |
| Gastos de Producción | (1,374,279) | |
| Gastos de Pautas (Medios) | (1,281,897) | |
| UTILIDAD BRUTA | <u>597,093</u> | <u>14.06%</u> |
| Gastos de Ventas | (68,090) | -1.60% |
| Gastos de Administración | (589,944) | -13.89% |
| PERDIDA OPERATIVA | <u>(60,942)</u> | <u>-1.43%</u> |
| Ingresos Financieros (Credicorp) | 3,005 | 0.07% |
| Gastos Financieros | (37,704) | -0.89% |
| Ingresos por Enajenación de Bienes | 11,314 | 0.27% |
| Otros ingresos de gestión (gravados) | 20,774 | 0.49% |
| Otros ingresos de gestión (no gravados) | 25,444 | 0.60% |
| Ganancia Neta Por Diferencia de Cambio | 41,676 | 0.98% |
| UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTO | <u>3,568</u> | <u>0.08%</u> |
| UTILIDAD NETA EJERCICIO | <u>3,568</u> | <u>0.08%</u> |


 Roland Villegas Casquino
 C.P.C. 24237

Apéndice Ñ: Cuentas por cobrar al 31 de diciembre 2021

FULL CONTACT PUBLICIDAD S.A.C. RUC: 20600369050

CUENTA: 121311 FACTURAS POR COBRAR M/M

| RUC | RAZON SOCIAL | TD | Denominación | Ser. | Número | F.Emisión | F.Vencim | Debe | Haber | Saldo S/ | Saldo US\$ |
|--------------|--|----|--------------|------|-----------|------------|------------|---------|-------|----------|------------|
| 20507646728 | HUAWEI DEL PERU S.A.C. | 1 | FACTURA | ---- | provision | 31/12/2021 | 31/01/2022 | 634,853 | | 634,853 | |
| 20100128218 | PETROLEOS DEL PERU S.A. | 1 | FACTURA | ---- | provision | 31/12/2021 | 31/01/2022 | 33,276 | | 33,276 | |
| 20205605500 | BLUE MARLIN BEACH CLUB S.A. | 1 | FACTURA | ---- | provision | 31/12/2021 | 31/01/2022 | 51,392 | | 51,392 | |
| 20600873521 | TRADOR NACIONAL DE HOTELES DEL PERU S. | 1 | FACTURA | ---- | provision | 31/12/2021 | 31/01/2022 | 47,439 | | 47,439 | |
| 8605245136 | MULLENLOWE SSP3 S.A. | 1 | FACTURA | ---- | provision | 31/12/2021 | 31/01/2022 | 5,025 | | 5,025 | |
| TOTAL | | | | | | | | | | 771,985 | |

CUENTA: 121311 FACTURAS POR COBRAR M/M

| RUC | RAZON SOCIAL | TD | Denominación | Ser. | Número | F.Emisión | F.Vencim | Debe | Haber | Saldo S/ | Saldo US\$ |
|--------------|--------------------------------|----|-----------------|------|--------|------------|------------|--------|-------|----------|------------|
| 2400944 | LOZADA MEDINA ORBET JOSE | 3 | BOLETA DE VENTA | E001 | 46 | 15/12/2021 | 14/01/2022 | 1,200 | 800 | 400 | |
| 20141189850 | CONECTA RETAIL S.A. | 1 | FACTURA | E001 | 1024 | 06/12/2021 | 05/01/2022 | 15,340 | 1,841 | 13,499 | |
| 20266352337 | PRODUCTOS TISSUE DEL PERU S.A. | 1 | FACTURA | E001 | 1021 | 01/12/2021 | 31/12/2021 | 10,787 | 1,294 | 9,493 | |
| 20266352337 | PRODUCTOS TISSUE DEL PERU S.A. | 1 | FACTURA | E001 | 1025 | 07/12/2021 | 06/01/2022 | 10,787 | 1,294 | 9,493 | |
| 20266352337 | PRODUCTOS TISSUE DEL PERU S.A. | 1 | FACTURA | E001 | 1029 | 10/12/2021 | 09/01/2022 | 10,620 | 1,274 | 9,346 | |
| 20266352337 | PRODUCTOS TISSUE DEL PERU S.A. | 1 | FACTURA | E001 | 1034 | 16/12/2021 | 15/01/2022 | 2,124 | 255 | 1,869 | |
| 20266352337 | PRODUCTOS TISSUE DEL PERU S.A. | 1 | FACTURA | E001 | 1035 | 16/12/2021 | 15/01/2022 | 10,620 | 1,274 | 9,346 | |
| 20507646728 | HUAWEI DEL PERU SAC | 1 | FACTURA | E001 | 1003 | 23/10/2021 | 13/12/2021 | 35,338 | | 35,338 | |
| 20507646728 | HUAWEI DEL PERU SAC | 1 | FACTURA | E001 | 1017 | 23/11/2021 | 23/12/2021 | 5,994 | | 5,994 | |
| 20510398158 | PRIMA AFP S.A. | 1 | FACTURA | E001 | 987 | 20/09/2021 | 20/10/2021 | 1,097 | | 1,097 | |
| 20602632947 | RBT EDUCACION S.A.C. | 1 | FACTURA | E001 | 1002 | 22/10/2021 | 21/11/2021 | 500 | | 500 | |
| 20603000561 | EFICAZ COMUNICACIONES SAC | 1 | FACTURA | E001 | 962 | 16/08/2021 | 15/09/2021 | 642 | | 642 | |
| 20603000561 | EFICAZ COMUNICACIONES SAC | 1 | FACTURA | E001 | 1030 | 13/12/2021 | 12/01/2022 | 3,292 | | 3,292 | |
| 20603000561 | EFICAZ COMUNICACIONES SAC | 1 | FACTURA | E001 | 1032 | 14/12/2021 | 13/01/2022 | 6,537 | | 6,537 | |
| TOTAL | | | | | | | | | | 106,848 | |

CUENTA: 121322 FACTURAS POR COBRAR M/E

| RUC | RAZON SOCIAL | TD | Denominación | Ser. | Número | F.Emisión | F.Vencim | Debe | Haber | Saldo S/ | Saldo US\$ |
|--------------|--|----|--------------|------|--------|------------|------------|--------|-------|----------|------------|
| 20205605500 | BLUE MARLIN BEACH CLUB S.A | 1 | FACTURA | E001 | 1026 | 10/12/2021 | 09/01/2022 | 58,768 | 8,445 | 50,324 | 12,660 |
| 20600873521 | TRADOR NACIONAL DE HOTELES DEL PERU S. | 1 | FACTURA | E001 | 1010 | 11/11/2021 | 10/01/2022 | 57,147 | 7,718 | 49,429 | 12,435 |
| 20600873521 | TRADOR NACIONAL DE HOTELES DEL PERU S. | 1 | FACTURA | E001 | 1027 | 10/12/2021 | 08/02/2022 | 46,175 | 1,243 | 44,932 | 11,304 |
| 8605245136 | MULLENLOWE SSP3 S.A. | 1 | FACTURA | E001 | 1028 | 10/12/2021 | 09/01/2022 | 15,796 | 3,499 | 12,296 | 3,093 |
| TOTAL | | | | | | | | | | 156,981 | 39,492 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| Total de cuentas por cobrar | 1,035,813 |
|-----------------------------|-----------|

Apéndice O: Carta de autorización

M U L L E N L O W E

511

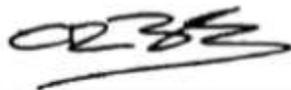
CARTA PARA AUTORIZACION

Yo, Cesar Rodrigo Benavides Elías, "Gerente General de la empresa Full Contact Publicidad SAC, autorizo a que se facilite la documentación necesaria para que al Señor Bachiller Jonathan Quezada Velasco, con DNI: 70809209 de la carrera Profesional Académico de Contabilidad y Finanzas de la Universidad Peruana las Américas, y realice su tesis titulada "Gestión de las Cuentas por cobrar y la liquidez de la empresa Full Contact Publicidad, San Isidro, 2021".

Teniendo presente que toda información será de carácter académico.

Lima, 30 de junio del 2022

Atentamente.



Cesar Rodrigo Benavides Elías
Gerente General
Full Contact Publicidad SAC