



**ESCUELA DE POSGRADO**  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**“Cuentas por cobrar y planeación financiera en una  
agencia de publicidad – Miraflores, 2016”**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACÁDEMICO DE:  
MAESTRA EN FINANZAS**

**AUTORA:**

**Br. Paula Francisca Vásquez Arias**

**ASESOR:**

**Dr. Noel Alcas Zapata**

**SECCIÓN**

**Finanzas**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**Planificación y Control Financiero**

**PERÚ – 2017**

Dr. Angel Salvatierra Melgar  
Presidente

Mg. Santiago Aquiles Gallarday Morales  
Secretario

Dr. Noel Alcas Zapata  
Vocal

## **Dedicatoria**

Esta tesis la dedico a mis padres, por darme la vida y enseñarme a luchar para alcanzar mis sueños. A mi hija el motor de mi vida y a mi esposo por su amor y paciencia.

## **Agradecimiento**

A la Universidad César Vallejo, por brindarme la oportunidad de continuar superándome profesionalmente.

Al Dr. Noel Alcas Zapata, por su asesoramiento constante y valioso.

A los profesores de la Universidad César Vallejo, que me brindaron sus enseñanzas y conocimientos.

## Declaración Jurada

Yo, Br. Paula Francisca Vásquez Arias, estudiante del Programa Académico de Maestría en Finanzas de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 07123109, con la tesis titulada “Cuentas por cobrar y planeación financiera en una agencia de publicidad – Miraflores, 2016” declaro bajo juramento que:

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

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

Los Olivos, 13 de diciembre de 2016.

Br. Paula Francisca Vásquez Arias

DNI: 07123109

## **Presentación**

Señor presidente

Señores miembros del jurado:

Presento ante ustedes la Tesis titulada: “Cuentas por cobrar y planeación financiera en una agencia de publicidad – Miraflores, 2016”, en cumplimiento del reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo para optar el grado académico de Maestra en Finanzas.

Esperando que mi modesto aporte contribuya con algo en la solución de la problemática de planificación y control financiero en especial en los aspectos relacionados con las cuentas por cobrar y la planeación financiera, y particularmente en la agencia de publicidad.

La información se ha estructurado en siete capítulos teniendo en cuenta el esquema de investigación sugerido por la universidad.

En el primer capítulo se expone la introducción. En el segundo capítulo se presenta el marco metodológico. En el tercer capítulo se muestran los resultados. En el cuarto capítulo abordamos la discusión de los resultados. En el quinto se precisan las conclusiones. En el sexto capítulo se adjuntan las recomendaciones que hemos planteado, luego del análisis de los datos de las variables en estudio. Finalmente, en el séptimo capítulo presentamos las referencias bibliográficas y apéndices de la presente investigación.

**La autora**

## Índice

	Página
Páginas preliminares	
Página de jurados	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración jurada	v
Presentación	vi
Índice	vii
Lista de tablas	ix
Lista de figuras	x
Resumen	xi
Abstract	xii
<b>I. Introducción</b>	<b>13</b>
1.1 Antecedentes	14
1.2 Fundamentación científica, técnica o humanística	20
1.3 Justificación	45
1.4 Realidad Problemática	46
1.5 Hipótesis	50
1.6 Objetivos	51
<b>II. Marco metodológico</b>	<b>52</b>
2.1 Variables	53
2.2 Operacionalización de variables	55
2.3 Metodología	58
2.4 Tipos de estudio	59
2.5 Diseño	59
2.6 Población, muestra y muestreo	60
2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	62
2.8 Métodos de análisis e interpretación de datos	68
2.9 Aspectos éticos	68
<b>III. Resultados</b>	<b>69</b>
3.1 Niveles descriptivos de las variables	70
3.2 Contrastación de hipótesis	78

<b>IV. Discusión</b>	82
<b>V. Conclusiones</b>	86
<b>VI. Recomendaciones</b>	88
<b>VII. Referencias bibliográficas</b>	90
<b>VIII. Apéndices</b>	94
Matriz de consistencia	95
Instrumentos de evaluación	97
Base de datos de la prueba piloto	102
Base de datos de la muestra	105
Certificados de validez de contenido	114
Artículo científico	123



## Lista de tablas

		Página
Tabla 1:	Operacionalización de la variable 1: Cuentas por cobrar	56
Tabla 2:	Operacionalización de la variable 2: Planeación financiera	57
Tabla 3:	Población de trabajadores identificada por género	61
Tabla 4:	Validez del cuestionario sobre cuentas por cobrar	65
Tabla 5:	Validez del cuestionario sobre planeación financiera	65
Tabla 6:	Interpretación del coeficiente de confiabilidad	66
Tabla 7:	Resultado de análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable cuentas por cobrar.	66
Tabla 8:	Resultado de análisis de confiabilidad del instrumento que mide la variable planeación financiera.	67
Tabla 9:	Niveles de la variable cuentas por cobrar según personal de la agencia de publicidad	70
Tabla 10:	Niveles de la variable planeación financiera según personal de la agencia de publicidad	71
Tabla 11:	Distribución de frecuencias entre cuentas por cobrar y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad	72
Tabla 12:	Distribución de frecuencias entre los términos de venta y la planeación financiera según personal de la agencia de publicidad.	73
Tabla 13:	Distribución de frecuencias entre el análisis de crédito y la planeación Financiera según personal de la agencia de publicidad.	75
Tabla 14:	Distribución de frecuencias entre las políticas de cobranza y la planeación financiera según personal de la agencia de publicidad.	76
Tabla 15:	Grado de correlación y nivel de significación entre cuentas por cobrar y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad.	78
Tabla 16:	Grado de correlación y nivel de significación entre términos de venta y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad.	79
Tabla 17:	Grado de correlación y nivel de significación entre análisis de crédito y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad.	80
Tabla 18:	Grado de correlación y nivel de significación entre políticas de cobranzas y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad.	81

## Lista de figuras

	<b>Página</b>
Figura 1: Comparación porcentual de la variable cuentas por cobrar según el personal de la agencia de publicidad.	70
Figura 2: Comparación porcentual de la variable planeación financiera según el personal de la agencia de publicidad.	71
Figura 3: Niveles entre cuentas por cobrar y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad	72
Figura 4: Niveles entre términos de venta y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad	74
Figura 5: Niveles entre análisis de crédito y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad	75
Figura 6: Niveles entre políticas de cobranza y planeación financiera según personal de la agencia de publicidad.	77

## Resumen

En la investigación titulada: "Cuentas por cobrar y planeación financiera en una agencia de publicidad – Miraflores, 2016", el objetivo general de la investigación fue determinar la relación entre las cuentas por cobrar y la planeación financiera de la agencia de publicidad – Miraflores, 2016.

El tipo de investigación básica no experimental, el nivel de investigación es descriptivo y el diseño de la investigación es descriptivo correlacional y el enfoque es cuantitativo. La muestra estuvo conformada por 100 trabajadores de la agencia de publicidad. La técnica que se utilizó es la encuesta y los instrumentos de recolección de datos fueron dos cuestionarios. Para la validez de los instrumentos se utilizó el juicio de expertos y para la confiabilidad de cada instrumento se utilizó el alfa de Crombach que salió muy alta en ambas variables: 0,901 para la variable Cuentas por cobrar y 0,856 para la variable Planeación financiera.

Para la contrastación de hipótesis se aplicó el estadígrafo Rho de Spearman, en los resultados se aprecia que las cuentas por cobrar están a un nivel poco eficiente con 68% mientras que la planeación financiera está en un nivel moderado en 70%. La hipótesis general ha resultado en 0,831 lo que indica que existe una alta relación positiva entre las variables cuentas por pagar y planeación financiera, por lo que se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ).

Con referencia al objetivo general: determinar la relación entre las cuentas por cobrar y la planeación financiera, se concluye que existe una alta relación positiva entre las variables cuentas por cobrar y planeación financiera. Lo que se demuestra con el estadístico Rho de Spearman (sig. bilateral = .000 < 0.01; Rho = .831\*\*).

Palabras clave: cuentas por cobrar y planeación financiera.

## Abstract

In the research entitled "Accounts receivable and financial planning in an advertising agency - Miraflores, 2016", the general objective of the investigation was to determine the relationship between the accounts receivable and the financial planning of the advertising agency - Miraflores, 2016.

The type of non-experimental basic research, the level of research is descriptive and the research design is descriptive correlational and the approach is quantitative. The sample consisted of 100 employees of the advertising agency. The technique used was the survey and the instruments of data collection were two questionnaires. For the validity of the instruments the expert judgment was used and for the reliability of each instrument the Cronbach's alpha was used, which came out very high in both variables: 0.901 for the variable Accounts receivable and 0.856 for the variable Financial Planning.

Spearman's Rho statistic was applied for the hypothesis testing. In the results it can be seen that the accounts receivable are at an inefficient level with 68% while Financial Planning is at a moderate level at 70%. The general hypothesis has resulted in 0.831 indicating that there is a high positive relationship between the accounts payable and financial planning variables, so the null hypothesis ( $H_0$ ) is rejected and the alternative hypothesis ( $H_1$ ) is accepted.

With reference to the general objective: to determine the relationship between accounts receivable and financial planning, it is concluded that there is a high positive relationship between the accounts receivable and financial planning. This is demonstrated by Spearman's Rho statistic (bilateral = .000 <0.01; Rho = .831 \*\*).

Key words: accounts receivable and financial planning.