



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN
DE NEGOCIOS - MBA**

Estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de
cobranzas de Lima - 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Chalco Calderon, Arthur (ORCID: 0000-0003-4010-8342)

ASESOR:

Dr. Granados Maguiño Mauro Amaru (ORCID: 0000-0002-5668-0557)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo y Herramientas Gerenciales

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a mi familia en general por brindarme todo su apoyo incondicional, que es la que siempre está a mi lado siendo mi mayor motivo para salir adelante.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor, por su apoyo incondicional que me brinda día a día para lograr mi meta, de poder obtener la maestría.

INDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA.....	19
3.1 Tipo y Diseño de Investigación	19
3.2. Variables y Operacionalización	19
3.3 Población y muestra.....	20
3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	22
3.5. Procedimientos	23
3.6 Método de análisis de datos.....	24
3.7 Aspectos Éticos.....	24
IV. RESULTADOS	25
V.DISCUSIÓN	33
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Población y Muestra</i>	21
Tabla 2	Alfa de Cronbach - Estrategias de Cobranzas	23
Tabla 3	Alfa de Cronbach – Morosidad	23
Tabla 4	<i>Resumen de procesamiento de casos</i>	23
Tabla 5	<i>Correlación de las variables Estrategias de cobranza y Morosidad</i>	25
Tabla 6	<i>Correlación de la dimensión Segmentación y la variable Morosidad</i>	26
Tabla 7	<i>Correlación de la variable Estrategias de Cobranza y la dimensión Causas de la morosidad</i>	27
Tabla 8	<i>Correlación de la variable Estrategias de Cobranza y la dimensión Tipos de morosos</i>	28
Tabla 9	<i>Variable Estrategias de cobranza</i>	29
Tabla 10	<i>Variable morosidad</i>	29
Tabla 11	<i>Segmentación</i>	30
Tabla 12	Políticas De Cobranzas	30
Tabla 13	<i>Fases de la Cobranza</i>	31
Tabla 14	<i>Causas de la Morosidad</i>	31
Tabla 15	Tipos de Morosos	32
Tabla 16	<i>Aspectos</i>	32

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ratio de Morosidad - América Latina	2
Figura 2 Cartera Atrasada de Créditos.....	3
Figura 3 Informe de morosidad 2020 - Equifax	3

RESUMEN

La presente investigación que se realizó tuvo como título Estrategias de Cobranza y Morosidad de una Empresa de Cobranzas de Lima – 2021 y planteó como objetivo es determinar el nivel de relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, con diseño no experimental y de nivel descriptivo correlacional. Se consideró en la investigación a 40 colaboradores quienes conformaban la población de estudio. De los cuales es 1 administrador, 4 supervisores y 35 gestores de cobranza. La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario tipo Likert el cual fue validado por el juicio de expertos. Se realizó el cálculo de confiabilidad de consistencia de los instrumentos por medio del Alfa de Cronbach. Parar realizar el procesamiento de los datos se utilizó el SPSS versión 25. Se concluyó que existe relacion entre las variables estrategias de cobranza y la morosidad de una empresa de Cobranzas de Lima – 2021.

Palabras Clave: Estrategias de cobranza, Morosidad, Segmentación.

ABSTRACT

The present investigation that was carried out was titled Collection Strategies and Delinquency of a Collection Company of Lima - 2021 and its objective was to determine the level of relationship between collection strategies and delinquency of a collection company in Lima in the year 2021. The research approach was quantitative, with a non-experimental design and a correlational descriptive level. 40 collaborators who made up the study population were considered in the research. Of which he is 1 administrator, 4 supervisors and 35 collection managers. The technique used for data collection was the survey and the instrument was the Likert-type questionnaire, which was validated by the expert judgment. The consistency reliability calculation of the instruments was performed using Cronbach's Alpha. To perform the data processing, SPSS version 25 was used. It was concluded that there is a relationship between the collection strategies variables and the delinquency of a Collection company in Lima – 2021.

Keywords: Collection strategies, Delinquency, Segmentation.

I. INTRODUCCIÓN

Las entidades financieras otorgan préstamos a sus clientes, luego deberán tener una buena gestión de cobranzas para realizar la recuperación de los préstamos otorgados, los clientes con deudas atrasadas de pago son parte del sistema financiero, el inconveniente comienza cuando el porcentaje de morosidad se incrementa y sobrepasa los límites esperados.

La pandemia ocasionada por el COVID-19 significa para la economía global y local un golpe repentino, transitorio y de magnitud. La cobranza es considerada como un área del negocio que tiene como objetivo generar rentabilidad y convertir las pérdidas en ganancias.

En la actualidad es normal que se tenga un índice alto de morosidad por los créditos que son otorgados a los clientes, esto ocurre por los préstamos o tarjetas obtenidas de las diversas entidades financieras y las entidades no cuentan con estrategias que ayuden a reducir la morosidad.

La morosidad ha ido incrementándose en los últimos años y esto afecta la situación financiera y económica de muchas empresas y organizaciones. En el primer trimestre del año 2012 la mora del sistema financiero en América Latina se incrementó, este incremento es causado por el deterioro de la calidad de los créditos, la tasa de morosidad se incrementó en las empresas de créditos y cobranzas, se incrementó de 3.8% a 5.5%; estos inconvenientes ocasionaron dificultades para renovar el financiamiento de corto plazo (cartas de crédito, avales, pagarés, cartas fianzas, sobregiro, etc.), adicional a ello la tasa de morosidad de los créditos de consumo se incrementó de 2.4% a 3.0%. (Montenegro, 2012).

Banco Central de Reserva del Perú (Reporte de Estabilidad Financiera. Mayo 2018) Según el análisis realizado de los indicadores de morosidad en América Latina, se aprecia que Perú tiene un ratio de mora menor que el de Colombia y Brasil, parecido a Guatemala y Chile; y cercano al promedio de la región.

FIGURA 1
RATIO DE MOROSIDAD - AMÉRICA LATINA

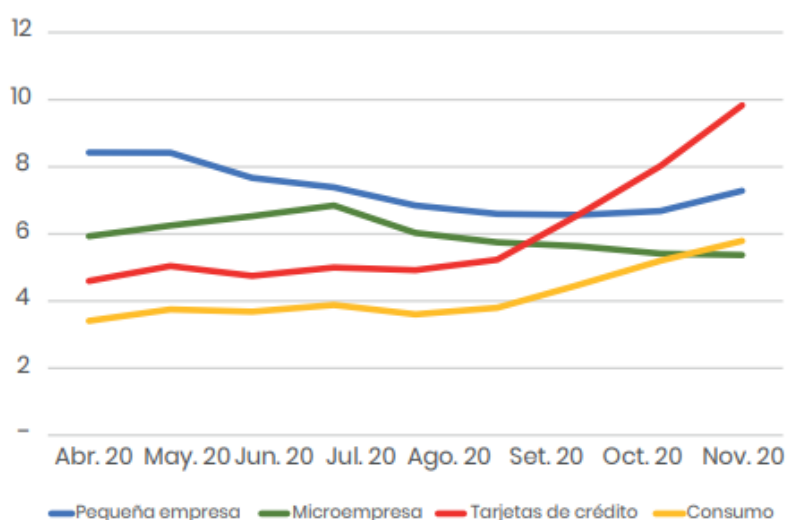


Fuente: Banco Central de Reserva del Perú

Según el informe realizado por la Cámara de Comercio de Lima (2021) manifiesta que la mora crece por la crisis ocasionada por la recesión y las medidas restrictivas que ocasionaron la pandemia y que han afectado los ingresos en los hogares por la falta de empleo y las ganancias de las empresas, estos factores disminuyen los ingresos y los posibles pagos de ambos agentes económicos. Los créditos que más se vieron afectados por la crisis financiera y económica son los créditos de consumo que representan una disminución en el empleo a nivel nacional, estos incrementaron de una tasa de mora de 3,41% en marzo a 5,79% en noviembre.

En relación a la banca múltiple, la cartera atrasada alcanza una tasa de 5,87%, se aprecia una mayor tasa en las financieras con una tasa de 9,11% y menor en las cajas municipales con 3,06%. En relación a los créditos hipotecarios la tasa se incrementó de 3,13% a 3,68%. La mayor morosidad se aprecia en las tarjetas de crédito que alcanzaron hasta un 9,83% contra un 4,60% en marzo.

FIGURA 2
CARTERA ATRASADA DE CRÉDITOS



Según la Superintendencia de Bancos y Seguros () La tasa de mora de los créditos de consumo presenta un incremento de 3,41% (Abril) a 5,79% (noviembre) del año 2020.

Equifax (2020) en el informe de morosidad nos muestra las provincias que tienen mayor deuda total en mora. Las 3 principales son Lima con S/15,784 millones, Arequipa S/2,470 millones y Lambayeque S/1,542 millones.

FIGURA 3
INFORME DE MOROSIDAD 2020 – EQUIFAX

Provincias	Jul-19		Jul-20		Var % (Jul-20 vs Jul-19)	
	Deuda Morosa (En Millones)	N° de morosos (En Miles)	Deuda Morosa (En Millones)	N° de morosos (En Miles)	DEUDA MOROSA	N° MOROSOS
AMAZONAS	S/ 139.3	67.5	S/188.9	74.1	36%	10%
ICA	S/ 712.3	220.6	S/859.3	229.2	21%	4%
LIMA	S/ 13,334.7	2,946.2	S/15,783.8	2,972.3	18%	1%
CAJAMARCA	S/ 570.6	275.4	S/655.0	303.6	15%	10%
TACNA	S/ 382.8	90.3	S/423.0	92.0	11%	2%
CUSCO	S/ 709.0	259.5	S/777.9	266.8	10%	3%
APURIMAC	S/ 207.7	71.4	S/224.8	74.7	8%	5%
UCAYALI	S/ 387.3	139.7	S/414.8	148.3	7%	6%
HUANCAVELICA	S/ 126.1	67.7	S/134.4	72.5	7%	7%
JUNIN	S/ 854.4	284.0	S/909.7	297.7	6%	5%
PASCO	S/ 154.4	55.8	S/161.6	59.4	5%	7%
LORETO	S/ 476.4	218.8	S/498.5	229.3	5%	5%
AREQUIPA	S/ 2,376.3	358.3	S/2,469.6	363.9	4%	2%
LAMBAYEQUE	S/ 1,495.7	355.9	S/1,541.8	366.0	3%	3%
LA LIBERTAD	S/ 1,458.5	495.4	S/1,503.1	512.8	3%	4%

FUENTE: EQUIFAX PERÚ

Para Gómez (2015), refiere que los inconvenientes que presentan normalmente las empresas es que no cuentan con un plan de procesos operativos el cual permite el mejoramiento de un plan de operaciones realizados para todos los colaboradores de la empresa, el plan se debe realizar para que los usuarios sean capaces de comprender cuales son las prioridades de la empresa, luego de estos se debe alinear los objetivos estratégicos y operativos que permiten mejores resultados económicos y esta evaluación se debe realizar desde la perspectiva del cliente.

En Perú la recesión y las medidas para contener la pandemia han afectado los ingresos en los hogares por la falta de empleo y las ganancias de las empresas, estos factores disminuyen los ingresos y las posibilidades de pago de ambos agentes económicos, manifestaron el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la CCL. Los créditos de consumo se incrementaron de una tasa de morosidad de 3,41% en marzo a 5,79% en noviembre de 2020.

Las Estrategias de Cobranza según Ettinger et al. (2000), mencionan que son necesarias para tener éxito en un negocio que otorga crédito, cualquiera sea el rubro del negocio, la utilidad del negocio depende la frecuencia de cómo se reinvierte su capital y del ciclo.

Según lo indicado por Recarte (2015), menciona que la morosidad es el retraso o la falta de puntualidad, especialmente en la devolución de una cosa o en el pago de una cantidad que debe.

Para realizar la justificación de esta investigación se tomó en cuenta a Hernández, Fernandez y Baptista (2014), menciona que se debe realizar una investigación a conveniencia de un problema social y formular nuevas investigaciones. Se justifica teóricamente ya que la investigación del problema desarrollará una teoría científica, que esté relacionada con las estrategias de cobranza y morosidad, el cual nos sirve para la ampliación de un modelo teórico, o realizar la discusión del resultado de otras investigaciones. Se tiene una justificación practica cuyo propósito es ayudar a mejorar el problema de la cobranza de una oficina de cobranzas de Lima con nuevas estrategias para su aplicación, que luego van a contribuir para resolverlas. Se justifica metodológicamente porque utiliza técnicas de encuestas e instrumentos de investigación que son los cuestionarios y estos ayudaran al investigador a obtener un resultado óptimo. La

justificación metodológica nos va a servir para ser una fuente de información y de consulta que generaran conocimientos previos para trabajos de investigación. Tiene justificación social porque nos ayuda a incrementar el nivel de estrategias de cobranza dentro de una oficina de cobranzas de Lima que servirá para entender lo importante que son las estrategias de cobranza y para entender sobre la existencia de relacion que tiene con la Morosidad, la misma que es de utilidad a las demás agencias de cobranzas y otras entidades financieras. También será de utilidad y nos permitirá utilizar como medio de consulta para todos los alumnos de pregrado, para los profesionales y maestrantes interesados en esta materia de estudio.

De lo expuesto en los párrafos precedentes sobre la realidad problemática, basada en teorías, se formula el siguiente problema de investigación general: ¿Cuál es el nivel de relación entre estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021?

El objetivo general de la investigación es: “Determinar el nivel de relación entre estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021”. Además, se tomaría como hipótesis lo siguiente: “Existe relación entre estrategias de cobranzas y morosidad de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021”.

Los problemas específicos son los siguientes:

¿Cuál es el nivel de relación entre segmentación de cartera y morosidad de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021?

¿Cuál es el nivel de relación entre estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021?

¿Cuál es el nivel de relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021?

Los objetivos específicos elaborados son:

Determinar el nivel de relación entre segmentación de la cartera y morosidad de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021.

Determinar el nivel de relación entre estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021.

Determinar el nivel de relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021.

Además, se consideran como hipótesis específicas lo siguiente:

a) Existe relación entre segmentación de la cartera y morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

b) Existe relación entre estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

c) Existe relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Los autores Neyra et al. (2020), tuvo de objetivo decretar estrategias para la reducción del índice moroso de la financiera Mibanco S.A de la sede en Cajabamba, el tipo de estudio fue descriptivo propositivo con diseño cuantitativo correlacional, la población fueron veintiocho colaboradores de la entidad financiera. Se observó que su investigación se establecieron algunas estrategias financieras con la finalidad de disminuir el índice de moroso de la financiera Mi Banco S.A de la sede en Cajabamba, las estrategias se plasmaron en relacion a los resultados que se obtuvieron al realizar la entrevista y cuestionario, Se recomienda realizar capacitaciones a los asesores, se debe realizar evaluación a las políticas que ya existen.

La autora Miranda (2018) tuvo como objetivo determinar la relacion entre las estrategias de cobranza y la morosidad de la empresa Talma en el distrito del Callao – 2017 , el diseño realizado fue de tipo no experimental y la muestra fue realizada a 62 colaboradores del área de cobranzas, la técnica utilizada fue la encuesta por medio de un cuestionario tipo Likert , los resultados obtenidos concluyeron que existe relacion significativa entre las variables estrategias de cobranza y la variable morosidad, además también concluyó que existe relacion entre las estrategias de cobranza y el incumplimiento de los clientes y por ultimo señala la relacion entre las estrategias de cobranza y la falta de liquidez.

Los autores Bances et al. (2016) plantearon como objetivo realizar un sistema relacionado a los créditos y cobranzas, orientado para mejorar la estructura de la empresa, se debe mejorar sus políticas, procesos e indicadores. La investigación es de tipo descriptiva con enfoque cualitativo. Se considera como muestra a 8 colaboradores de la empresa de distintos niveles jerárquicos como director, gerente, sub gerentes, supervisor, gestores. Se utilizó como instrumento para el levantamiento de la investigación entrevistas realizadas a los empleados de la empresa. Se percibe que la investigación, tiene como fin plantear la realización de un sistema relacionado a los créditos y cobranzas para la empresa Frenos y Autopartes Master S.A., la empresa se encuentra situada en el departamento de Lima, con el objetivo de la reducción del índice de mora y realizar la optimización de la gestión de cobranza en las áreas.

La autora Encinas (2019), consideró como objetivo determinar la existencia de relación entre la gestión de cobranza y el recupero de la cartera que se encuentra en mora del servicio Postpago de Telefónica del Perú SA.A ubicada en Tacna, el estudio realizado es de tipo descriptivo, correlacional, no experimental y de corte transversal. Para su estudio se utilizó como población a los asesores de venta de la empresa Movistar de la zona de Tacna, para realizar la muestra se estudió a 34 empleados de la empresa y se utilizó como instrumento para la recolección de datos el cuestionario. Los resultados que se obtuvieron de la investigación demostraron la existencia de relación entre la gestión de cobranza y el recupero de la cartera que se encuentra en mora del servicio Postpago de Telefónica del Perú SA.A ubicada en Tacna. Además, se determinó los factores que ocasionan la morosidad en la cartera de clientes Postpago de Telefónica del Perú S.A.A. ubicada en Tacna.

El autor Cavero L. (2018), planteó de objetivo la realización de un modelo para la gestión de cobranza que permita la reducción de los indicadores de mora en la empresa Negocios Agrícolas del Sur EIRL, el estudio fue realizado el 2018, el estudio fue descriptivo propositivo con diseño cuantitativo correlacional. El estudio fue realizado en área de créditos y cobranzas. El área en la actualidad está compuesta por un asistente y un coordinador, quienes son los que realizan las funciones de evaluar los créditos, realizar la facturación y la gestión de cobranza. En el estudio realizado según los resultados demuestran la existencia de relación entre las variables con respecto a realizar un modelo de gestión de cobranza que permitirá la reducción de los indicadores de mora en la empresa Negocios Agrícolas del Sur EIRL - 2018, adicional a ello se busca realizar un modelo de gestión de cobranza que permita la disminución a 27% la tasa de mora en la actualidad de la empresa Negocios Agrícolas del Sur EIRL.

Los autores Castillo et al. (2016) tuvo como objetivo Establecer qué factores micro y macroeconómico tienen incidencia en la morosidad de las CMAC. Según el objetivo de la investigación el estudio tiene una investigación analítica y tuvo un enfoque cuantitativo de alcance correlacional, esta investigación procura determinar los factores relacionados a la mora con la finalidad de que pueda ser aplicado por las CMAC. Se utilizará la recolección de datos mediante entrevistas, encuestas y fuentes secundarias, el instrumento utilizado fue guía de Entrevistas,

Material Bibliográfico. En el análisis realizado de la morosidad se muestra que las variables macro y microeconómicas tienen protagonismo con el análisis de la mora y las más importantes son la liquidez, el (PBI) producto bruto interno, las colocaciones, ratio de patrimonio y activos, el desempleo, la cantidad de agencias.

El autor Ayala (2017) en su trabajo de investigación: “Estrategias de Cobranza enfocadas en la reducción del Índice de Mora de los clientes que cuentan con créditos Microempresa en Crediscotia financiera sede Moshoqueque-Chiclayo”, manifiesta que se debe plantear metas que permitirá disminuir la mora de los créditos otorgados a los clientes. La mala gestión de cobranza se debe a que no aplican las técnicas necesarias para contrarrestar con el problema de la falta de pago y el escaso control para evitar el incremento de la deuda. El método de estudio es de tipo descriptiva, no experimental. Se apreció aportes de conceptos relacionados con el endeudamiento, falta de control, ineficacia, etc. Se observa que determina otros métodos a emplear para realizar la cobranza los cuales se ha tenido resultados aceptables como son los mensajes mediante los correos electrónicos, el contacto con el cliente y las llamadas con el deudor, donde se le hace el recordatorio sobre la deuda pendiente de cancelar. Manifiesta que es necesario realizar ajustes para contrarrestar el endeudamiento del cliente el cual se debe emplear herramientas que nos permitirán combatir el problema del cliente moroso.

Los autores Bustamante et al. (2010) plantearon como objetivo proponer un modelo de monitoreo para recuperar los créditos del segmento minorista. La población que se analizó fueron las áreas de los Departamentos de Deudores Hipotecarios y Normalización de Créditos a Personas. El instrumento utilizado fueron las entrevistas que se realizó al personal del departamento de deudores. Según los resultados adquiridos de la investigación prueban la existencia de relación para la propuesta de un modelo que permita monitorear enfocado en la recuperación de los créditos del segmento minorista. Se establecen mejoras a realizar en los sistemas de cobranzas y normalización que nos permita integrar los datos y establecer indicadores que nos van a permitir realizar la gestión de los clientes en mora.

La autora Salazar (2020) tuvo como objetivo realizar un análisis de las estrategias para la gestión que permita recuperar la cartera vencida para la

empresa Austro Distribuciones. El estudio realizado fue de tipo descriptiva y explicativa el cual permitió utilizar prácticas necesarias para la gestión de cobranzas y así realizar una disminución en el índice de cartera vencida. La población de estudios son 4 personas el instrumento a utilizar son encuestas y entrevistas. Los resultados de la investigación demostraron la relación que se tiene para analizar las estrategias de gestión en el recupero de la cartera vencida para la empresa Austro Distribuciones. Se determina la falencia de estrategias para la gestión de cobranzas por lo que esto conlleva inconvenientes para recuperar la cartera en mora.

La autora Reyes (2017) planteo como objetivo establecer las estrategias necesarias que permitirá mejorar la cartera de crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Afro Ecuatoriana del segmento Pequeña Empresa. Se tiene como tipo de estudio descriptiva y no experimental. La población analizada fue realizada a los 50 socios y un administrativo y los instrumentos que utilizaron fueron las entrevistas y encuestas Los resultados observados de la investigación comprobaron la relación que existe para establecer estrategias que permitirán mejorar la cartera de crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Afro Ecuatoriana de la Pequeña Empresa. Realizaron una propuesta para la mejora del proceso para realizar la recaudación del crédito, estas abarcan diseños de formatos que nos permitirán agilizar los seguimientos a los créditos vencidos y otros que se encuentran por vencer.

Los autores Cabello et al. (2019) plantearon en su tesis el objetivo de realizar un planeamiento estratégico enfocado para recuperar la cartera que se encuentra vencida en una empresa de telecomunicaciones FCG S. Se realizó un estudio de tipo descriptivo y se tomó como población para el estudio el departamento de créditos y cobranzas donde trabajan 20 personas a los cuales se les realizo encuestas y cuestionarios. Se entiende que este proyecto tuvo el objetivo de realizar un planeamiento estratégico enfocado en recuperar la cartera que se encuentra vencida en una empresa de telecomunicaciones FCG S. A., se aprecia que las políticas de cobranza que opera la empresa son muy blandas , los clientes no hacen efectivo sus compromisos de pago, la base de datos de los clientes morosos no se encuentra actualizada, El manual de funciones de la empresa no tiene las funciones definidas, lo mencionado va afectando la recuperación de los valores pendientes de pago en la cartera administrada y esto provocará a que se

eleve el nivel de mora en la cuentas, el trabajo fue basado en una reestructuración de los lineamientos del proceso de cobranzas que está relacionado con la recuperación de cartera vencida y cartera por vencer, esto va a permitir tener un control sobre las cuentas morosas.

Los autores Bello et al. (2018) plantearon como objetivo la propuesta de un plan para mejorar el recaudo de la cartera para una empresa del sector farmacéutico, el estudio será realizado entre los años 2015 a 2017. El estudio realizado es de tipo descriptivo y de enfoque cuantitativo. Se utilizó como población a 500 clientes para el cual se tomó como muestra a 50 clientes de la farmacéutica. Este proyecto buscó mejorar el estado de la cartera morosa de una empresa de la industria farmacéutica, la empresa presentaba inconvenientes de liquidez, las dificultades presentadas por la empresa se encuentran asociadas a las políticas de cartera realizadas por la misma. Mediante el análisis de los estados financieros e indicadores, se estableció la situación real de la empresa. La información que se obtuvo del análisis se tomó como base para estudiar y tomar las decisiones para mejorar la liquidez y los indicadores de la empresa. Los resultados investigados demostraron que existe relación para realizar un planeamiento estratégico enfocado para recuperar la cartera que se encuentra vencida en una empresa de telecomunicaciones FCG S. Observaron que las políticas de cobranza de la institución son muy blandas, no tienen medidas para prevenir la morosidad y que no se utilizan para realizar la cobranza.

Morales et al. (2014), manifiestan que para poder realizar la gestión y cobranza de los créditos para la compañía se debe realizar un control y se tiene que administrar la cartera de clientes para así lograr garantizar una adecuada y oportuna captación de recursos, para lo cual manifiesta lo siguiente:

la coordinación y supervisión del proceso para recuperar las cuentas que se encuentran por cobrar y verificar su registro.

Se tiene que diseñar, plantear y realizar la implementación de controles administrativos que permitan reducir las cuentas que no pagarán.

Se debe realizar estrategias y diseñar controles administrativos para poder recuperar las cuentas que se encuentran por cobrar.

Se debe realizar la supervisión y validación de las notas de crédito de acuerdo con la normatividad vigente.

Se debe realizar el control y la custodia de los documentos correspondientes al departamento.

Se debe informar a las áreas de colocaciones y distribuir el comportamiento del estatus de los clientes en el pago de sus créditos.

Se debe realizar la programación, control y supervisión de las actividades de los ejecutivos de cobranza al departamento.

Se debe llevar un control documental y electrónico de los clientes acreditados y concesionarios.

Informar a todas las áreas de la empresa: gerencia general, finanzas, recursos humanos, ventas, contabilidad,

Michael Porter (1990), menciona que la competitividad es determinada por la productividad es el valor del producto que se genera por la unidad de trabajo o capital.

Las Estrategias de Cobranza que refieren Ettinger et al. (2000), refieren que son necesarias para tener éxito en un negocio que otorga crédito, cualquiera sea el rubro del negocio, la utilidad del negocio depende del ciclo y la frecuencia el cual se volverá a invertir su capital.

Según Coronel (2016) indica que la estrategia de cobranza está relacionada con reducir la mora. La entidad tiene que realizar el análisis de la situación financiera de sus clientelas y debe otorgar alternativas para la solución de los distintos tipos de morosos que existen con la finalidad de la mejora del hábito de pago de sus clientelas.

Morales et al. (2014), conceptualiza que para realizar las estrategias se debe realizar la segmentación de la cartera de los clientes asignados, la segmentación debe estar de acuerdo con las características de mayor frecuencia de la cartera y de los clientes, se puede realizar la segmentación por: antigüedad, geografía, monto, producto, perfil del cliente y perfil de la deuda, definiendo qué estrategia es la más adecuada para segmentar los clientes que tienen problemas parecidos. Se deberán basar en las características de cada uno de los segmentos para poder definir las estrategias y políticas de cobranza. Esto se debe realizar para determinar las formas de realizar la cobranza, las condonaciones, los criterios de negociación, los descuentos, los plazos al realizar una adecuada segmentación lo definirá las estrategias de cobranza y se tendrá un efecto más positivo al momento de realizar

la cobranza y tener como resultado positivo ya que es posible que el cliente pague su deuda.

La segmentación de los clientes según Fernández R. (2009), nos indica que para segmentar un mercado se necesita considerar una serie de variables que nos darán la posibilidad de definir el segmento de mercado de manera clara y precisa. Se debe realizar la segmentación para formar parte del proceso estratégico de la gestión de cobranzas. Los criterios de segmentación de clientes a considerar son:

Antigüedad de la deuda. Se refiere a la antigüedad que tiene la deuda del cliente desde la más pasada a la más reciente.

Pre mora: Son los clientes que aun no realizan el pago pero que aún no vencen.

Mora Temprana: Son los clientes con deudas atrasadas con menos de 90 días de atraso.

Mora Tardía: Son los clientes que tienen deudas atrasadas con más de 90 días de mora y por lo habitual hasta 180.

Tipo de producto: Según López (2005), señala que los tipos de crédito más utilizados son: Consumo, microempresa, hipotecario y personal.

En base a esta segmentación se deben realizar las acciones de cobranza que se llevarán a cabo, los guiones de diálogo de cobranza que se va a tener, la información que se enviara al gestor y los canales de contacto, entre otros elementos de la estrategia.

Monto de la deuda capital: Se requiere clasificar la carga con los distintos segmentos y con una cantidad representativa de clientes.

Las políticas de cobranza para los autores Morales & Morales (2014), manifiestan que son los procesos realizados por la empresa que permite proceder con la cobranza de los créditos que ha brindado a sus clientelas. "Un sistema de cobranzas para que tener éxito debe tener un ingreso de dinero".

Estas políticas se distribuyen a los distintos elementos de la empresa u organización que se encuentran relacionados directa o indirectamente, tales como: personal, ventas, contabilidad, finanzas. Estas políticas de trabajo son transmitidas del personal que tiene más experiencia hacia el nuevo, a fin de mantener las diferentes técnicas, esto genera una eficaz labor de cobranza en la empresa.

Tipos de políticas de crédito

Las políticas restrictivas Son aquellas políticas que tienen como características el otorgamiento de créditos en corto plazo, las normas para esta política de crédito son estrictas y por ello se utiliza una política más agresiva al momento de realizar la cobranza. Esta política nos permitirá reducir las pérdidas en cuentas de cobranza dudosa y la inversión. Por otro lado, la política restrictiva puede reducir las ventas y los márgenes de utilidad.

Las políticas racionales Son aquellas políticas que tienen como características otorgar créditos a plazos razonables relacionado a las características que tienen los clientes y los gastos de cobranza se aplican considerando los cobros a efectuarse y que tengan un margen de beneficio razonable. Se recomiendan que las empresas las consideren y adopten, ya que logran producir un flujo normal de crédito y de cobranza; se implementaran con el propósito de que se cumpla el objetivo de la administración de cuentas por cobrar.

Las políticas liberales: Son aquellas políticas que tienen como características ser magnas, los créditos se otorgarán teniendo en cuenta las políticas que utilizan las empresas de la competencia, no permiten presionar en el proceso de cobranza, son pocos exigentes en condiciones y se establece periodos para el pago de las cuentas. Tienen en consecuencia un aumento de las cuentas por cobrar y las pérdidas en cuentas no cobrables.

Las políticas de crédito y cobranza son normalmente diseñadas por la alta dirección y se necesita una comunicación eficaz entre la gerencia y el responsable del departamento de crédito, se tiene como finalidad de transmitir de manera correcta los detalles del crédito a la contraparte tal como señala Chiriani-Cabello et al (2020).

Las fases de cobranza según el autor Miranda (2018) manifiesta que dentro de las empresas de cobranzas se debe implementar dichas fases en la cual se aborda a los clientes desde una cobranza preventiva hasta la extinción.

Fase de Prevención: Son las acciones dirigidas con el fin de evitar el incumplimiento del pago de un cliente, asegurar el portafolio relacionado al riesgo por el aumento de los clientes que no realizan el pago de sus deudas y disminución del riesgo de morosidad de las cuentas por cobrar.

Fase de Cobranza: Son las acciones orientadas para la realización de la cobranza en instancias temprana de mora y donde la empresa desea seguir su relación de negocio con el cliente.

Fase de Recuperación: Estas acciones son direccionadas a la recuperación de los clientes deudores de créditos con un mayor tiempo en mora, la empresa ya no deseara mantener la relación con el cliente ya que considera que no realizaran los pagos los clientes deudores.

Fase de Extinción: Se registran contablemente las cuentas por cobrar como abonadas cuando los clientes realizaron el pago de los adeudos correspondientes.

La Morosidad para Recarte (2015), nos dice que es el retraso o la falta de puntualidad, especialmente en la devolución de una cosa o en el pago de una cantidad que debe. Según Brachfield (2013), señala que los clientes que caen en morosidad no tienen las mismas características; es por eso que se debe realizar la recolección de datos segmentándolos como: liquidez, endeudamiento, solvencia, etc.

Las causas de la morosidad nos indican Aguilar et al. (2012) que se origina con los problemas relacionados con la fuente de ingresos del cliente y también por causas externas tales como: problemas familiares, de salud, olvido, sobreendeudamiento, etc. Las principales causas de los impagos son:

Culturales, iliquidez y problemas financieros, circunstanciales, del nivel intelectual, económicas, causas emocionales.

Causas de iliquidez y problemas financieros: Los clientes sufren un desfase de pago por parte de sus empleadores, se produce un cash flow a corto plazo negativo. El deudor no tiene disponible fondo suficiente para realizar los pagos operativos y financieros. Mientras el cliente no logre superar esta etapa que le induce una situación de iliquidez, el deudor no realizara el pago de sus obligaciones.

Causas económicas: Se refiere a los deudores que tienen un problema más complicado debido a que sus ingresos son escasos y su rentabilidad se encuentra disminuida.

Causas de nivel intelectual: Los clientes que tienen deuda escasean de formación y del nivel de conocimiento necesarios para comprender que se debe cumplir con de manera puntual las obligaciones de pago. Los clientes deudores de bajo nivel educativo no cuentan con la capacidad de percatarse de los perjuicios

que ocasionan a sus proveedores o entidades financieras al retrasar los pagos de forma reiterada.

Causas circunstanciales: Se refiere a que el deudor se encuentra atravesando inconvenientes coyunturales, tales como: siniestro, enfermedad, la pérdida de ventas, la entrada de un competidor, etc.

Causas culturales: El cliente deudor cuenta con dinero, pero no realiza el pago de sus obligaciones porque carece de una cultura de pago. Esta cultura del «no pago» a veces es influenciado por terceras personas que no tienen cultura del cumplimiento de pago.

Causas emocionales: Son los deudores que se encuentran sin problemas de solvencia, pero no realizan el pago de sus obligaciones por motivos emocionales, puede ser que estén enojados con la entidad financiera por alguna razón comercial o tal vez exista algún conflicto sin resolver que haya deteriorado las relaciones. Los clientes deudores no realizan el pago para castigar a la entidad o puede que el deudor no considere necesario y por ende no se siente con la obligación de pagar.

Los tipos de morosos se resalta desde el punto que no todos los deudores son iguales. Para esto se deberá realizar la recolección de datos de cada deudor como materia de solvencia, endeudamiento, historial de pagos, liquidez, etc. Esto nos permitirá identificar con quien se está tratando y el tipo de cliente moroso tal como señala Brachfield (2013).

Los Morosos fortuitos, son los clientes deudores que no tienen el dinero en la fecha pactada por falta de liquidez, a ellos se les debe brindar plazos más largos para desembolsar su crédito y así cumplir con su obligación.

Los morosos intencionales, Se refieren a los deudores que pueden cumplir con sus obligaciones pero que no tienen la intención de realizarlo, se aprovechan de las facilidades que otorgan las entidades financieras y extienden las fechas para la realización del pago de sus cuotas.

Los morosos circunstanciales, son los clientes deudores que inciden en agravios y tienen la intención de no cancelar la deuda, habitualmente estos clientes morosos llegan a cancelar sus obligaciones una vez que han superado sus contingencias imprevistas.

Los morosos negligentes, refieren a los clientes que no tienen la intención de cumplir con sus obligaciones y hacen uso de sus ingresos para otros gastos.

Los morosos despreocupados, son aquellas personas que pueden cancelar sus obligaciones, sin embargo, desconocen de la deuda y debido a ello no realizan los pagos de sus obligaciones.

Los aspectos mostrados en el artículo publicado por Gonzáles (2011), menciona que para realizar la regulación al problema de la morosidad se deben considerar algunos aspectos a fin de contrarrestar el aumento de la mora. Los aspectos son los siguientes:

Las operaciones comerciales tienen que manejar los plazos de pagos, si dichos plazos no se cumplen, se debe aplicar los intereses por el atraso del pago.

Se deben condicionar los intereses o acuerdos entre las partes implicadas.

Se debe contar con la opción de denunciar los excesos o abusos a fin de realizar la corrección y así evitar las demoras en los plazos y los intereses.

Esta medida fue tomada por la Unión Europea validando el inconveniente con la aprobación de la Directiva 2000/35/CE del Consejo de 29 de junio de 2000 y del Parlamento Europeo. Establecieron medidas de lucha contra la mora en las operaciones. Se plantearon tres objetivos:

Se estableció como medida correctiva, unos intereses por el atraso por encima del precio oficial del dinero cuando no fueran atendidos los créditos a sus vencimientos.

El acreedor podrá compensar los costes de la cobranza mediante la repercusión de dichos costes al deudor quien tendrá que afrontarlos obligatoriamente.

Se establecieron procedimientos judiciales (máximo 90 días de duración) se debe buscar la eficacia en contra de la morosidad para llevar a cabo la cobranza cuando se utiliza la vía judicial.

El 23 de febrero del 2011, ha sido publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea la directiva 2011/7/UE sobre medidas de lucha contra la morosidad en operaciones comerciales.

Según Aguilar et al. (2015) nos dice que la morosidad es determinante, ocasionada en los procedimientos de una empresa y que tiene relevancia en el instante de realizar la cobranza esto genera poca liquidez, inseguridad en el pago de sus deberes a terceros y de esta manera genera pérdidas en la empresa. En el

caso el cliente no cumpla con el pago establecido se le llama cliente moroso, se define como moroso a la persona que debe y paga a destiempo o no paga.

Según Díaz (2017), la gestión de cobranza es primordial, es enfocada en reducir de días en la concesión del pago, se debe acortar plazos máximos con la finalidad de minimizar los gastos financieros para reducir los riesgos. La acción a considerar se debe manejar de manera oportuna para poder realizar la recuperación de los créditos otorgados, es importante estar siempre comunicándonos con el cliente, se registrarán acciones y alternativas de cobranza que perjudiquen a las organizaciones, además se debe negociar con el cliente y seguir en las facilidades de pago que nos permitirá que el cliente no ingrese a morosidad.

Según Moreta (2014), indica que la cartera vencida “Son los créditos que no se han realizado pagos a la fecha de su vencimiento y parte del activo constituida por los documentos” La cartera vencida es considerada como créditos que no fueron cancelados. La cartera vencida tiene por lo habitual debilidades en sus políticas de créditos, que no han sido acordadas o en la mayoría de casos no cuentan con este proceso, se tiene casos de incumplimiento del cliente por factores externos como son la situación económica, o por casos de mortalidad.

Por lo general es cuando no se tiene controles en el portafolio de clientes, el análisis realizado tiene pocos fundamentos o realizar el seguimiento de los créditos que han sido brindados se considera un problema para cualquier empresa. La falta de procesos de efectividad en la cobranza permite no tener una visión exacta del manejo en la fluidez del efectivo y hace que no retorne la inversión que se genera.

III. METODOLOGÍA

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación tuvo un diseño no experimental, debido a que no se manipularon las variables de estudio. Los autores Cabezas et al (2018) manifiestan que en este tipo de estudio no se manipula las variables, el objetivo es observar su comportamiento.

Es de nivel correlacional – descriptivo por el motivo que busco la relacion entre las variables que fueron estudiadas, según Gallardo (2017) indica que esta investigación correlacional tiene como objetivo establecer el grado de correlación entre las variables y es de tipo descriptivo porque describieron las características de las variables.

Tiene un enfoque cuantitativo por el cual Hernández et al. (2014) conceptúan que un enfoque cuantitativo debe respetar a una serie de procesos establecidos que lleve al siguiente. Este enfoque parte de una idea que se delimita y deriva en objetivos. Luego en preguntas que llevan revisar la literatura con el fin de establecer una hipótesis y realizar la corroboración de dicha hipótesis a través de la recolección de datos los cuales serán procesados a través de programas estadísticos.

3.2. VARIABLES Y OPERACIONALIZACIÓN

3.2.1 Variable Independiente

Las Estrategias de Cobranza que refieren Ettinger et al. (2000), refieren que son necesarias para tener éxito en un negocio que otorga crédito, cualquiera sea el rubro del negocio, la utilidad del negocio depende del ciclo y la frecuencia de volver a invertir su capital.

Dimensión 1: Segmentación: La segmentación de los clientes según Fernández (2009), nos indica que para segmentar un mercado se necesita considerar una serie de variables que nos darán la posibilidad de definir el segmento de mercado de manera clara y precisa.

Dimensión 2: Políticas: Las políticas de cobranza para los autores Morales et al. (2014), manifiestan que son los procesos realizados por la empresa que

permite proceder con la cobranza de los créditos que ha brindado a sus clientelas. “Un sistema de cobranzas para que tener éxito debe tener un ingreso de dinero “.

Dimensión 3: Fases de la Cobranza: La autora Miranda (2018), manifiesta que dentro de las empresas de cobranzas se debe implementar dichas fases en la cual se aborda a los clientes desde una cobranza preventiva hasta la extinción.

3.2.2 Variables Dependiente

La Morosidad para Recarte (2015), nos dice que es el retraso o la falta de puntualidad, especialmente en la devolución de una cosa o en el pago de una cantidad que debe.

Dimensión 1: Causas de morosidad: Las causas de la morosidad según Aguilar et al. (2012), se originan con los problemas relacionados con la fuente de ingresos del cliente y también por causas externas tales como: problemas familiares, de salud, olvido, sobreendeudamiento, etc.

Dimensión 2: tipos de morosos: Los tipos de morosos se resalta desde el punto que no todos los deudores son iguales. Para esto se deberá realizar la recolección de datos de cada deudor como materia de solvencia, endeudamiento, historial de pagos, liquidez, etc. Esto nos permitirá identificar con quien se está tratando y el tipo de cliente moroso tal como señala Brachfield (2013).

Dimensión 3: Aspectos: En el artículo publicado por Gonzáles (2011), menciona que para realizar la regulación al problema de la morosidad se deben considerar ciertos aspectos a fin de disminuir el incremento de la morosidad.

Para las operaciones comerciales se tiene que manejar los plazos de pagos, si dichos plazos no se cumplen, se debe aplicar los intereses por el atraso del pago.

Se deben condicionar los intereses o acuerdos entre las partes implicadas.

Se debe contar con la opción de denunciar los excesos o abusos a fin de realizar la corrección y así evitar las demoras en los plazos y los intereses.

3.3 Población y muestra

Población: La población que se investiga estará conformada por los colaboradores que se encargan de la gestión de cobranzas que son el administrador, supervisor y gestores de cobranza, ellos se encargan de gestionar la cartera de los clientes morosos que tienen dificultades para poder pagar sus cuotas. Según Pensante (2016), manifiesta que población finita es aquello posible

de medir en base a los conjuntos de seres o grupos, que contribuyen una cantidad limitada en base a elementos que comparten una cualidad o miembros que ayudan la identificación de una fácil contabilización. (Carrasco, 2005, p.236), manifiesta que la población: “es el conjunto de personas que son unidad de análisis y que pertenecen al mismo lugar o ámbito espacial donde fue desarrollado el trabajo de investigación”,

Muestra: Para la muestra se ha considerado a toda la población de estudio por ser una cantidad pequeña y se tiene la capacidad para hacer estudio con todos sus integrantes. La muestra según Hernández et. al (2014) está conformada por un subgrupo de personas el cual conforman una población. Por el cual se utilizó la técnica del muestreo no probabilístico ya que el investigador seleccionara a las personas según su criterio. Los investigados serán 40 colaboradores quienes conforman la población de estudio. De los cuales es 1 administrador 4 supervisores y 35 gestores de cobranza.

Sáez (2017), manifiesta que la muestra es un conjunto de personas que representan a una población. La muestra estará condicionada según la representación del estudio de la población, al elegir la muestra se seleccionan elementos que representan a la población los cuales se obtendrá información y se trabajará.

TABLA 1

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN	CANTIDAD
ADMINISTRADOR	1
SUPERVISORES	4
GESTORES DE COBRANZA	35
TOTAL	40

Nota: Esta tabla muestra la cantidad de la población que es igual a su muestra ya que por la cantidad de la población se puede hacer el estudio a todos sus integrantes. Fuente de elaboración propia.

Participantes: Los participantes en la investigación serán 40 colaboradores quienes conforman la población de estudio y la muestra. De los cuales es 1 administrador 4 supervisores y 35 gestores de cobranza.

3.4. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

3.4.1 Técnicas: Las técnicas e instrumentos para la recolección de información, son empleados en los procesos al momento de recolectar los datos en cualquier tipo de investigación sea cuantitativa, cualitativa o mixta. Se debe tomar en cuenta la elección del método previamente ya que la investigación responderá a los objetivos y al diseño del estudio. Adicional a ello la técnica implica una serie de procesos concretos y particulares que se están asociados al método elegido (Latorre, Del Rincón y Arnal, 1996); Por otro lado, el instrumento para hacer la recopilación de datos es el mecanismo que empleará el investigador para recolectar y registrar la información (Monje, 2011).

La técnica utilizada fue la encuesta. Estuvo direccionada a los 40 Colaboradores de la oficina de cobranzas de Lima, fue direccionada sobre la variable independiente “Estrategias de cobranza” y la variable dependiente “Morosidad” con la finalidad de conocer el grado de relación que existe entre las variables. Según Maldonado (2015) nos dice de acuerdo al objetivo propuesto por el investigado se debe tener preguntas definidas

3.4.2 Instrumento: El instrumento utilizado fue el cuestionario el cual fue realizado a los empleados de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021, cuya intención fue contar con la información necesaria de la investigación que se realizó.

3.4.3 Validez y confiabilidad.

Validez: El instrumento que se utiliza para en este proyecto de investigación fue sometido a juicio de expertos para lo cual he solicitado la opinión de 2 maestritas expertos en cobranza y una doctora docente de la Escuela de Administración de la Universidad Cesar Vallejo, los expertos elegidos fueron los siguientes:

Mg. Nathali Vega Allasi

Mg. Cesar Augusto Pacheco Alza

Dra. Mirtha Patricia Ortiz Guillén

Confiabilidad: Según George et al. (2003) se utiliza el Coeficiente del alfa de Cronbach para la determinación de viabilidad de la información que se obtiene. Se realizó el cálculo de confiabilidad de consistencia de los instrumentos por medio del Alfa de Cronbach, los resultados se visualizan en la tabla 2 y tabla 3. Se observó

que el coeficiente Alfa de Cronbach es de 0,953 para 10 ítems (preguntas) de la variable estrategias de cobranza y 0,919 para 14 ítems (preguntas) de la variable morosidad. Los valores obtenidos nos indica que el grado de confiabilidad es alta para las ambas variables de estudio. Se obtiene los resultados de confiabilidad Alfa de Cronbach, con apoyo del software SPSS, versión 25, se contaron con los siguientes resultados:

TABLA 2

ALFA DE CRONBACH - ESTRATEGIAS DE COBRANZAS

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,953	10

TABLA 3

ALFA DE CRONBACH – MOROSIDAD

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,919	14

3.5. Procedimientos

Parar realizar el procesamiento de los datos se utilizó el SPSS versión 25 para realizar la tabulación y presentar los resultados estadísticos en figuras con respectivas descripciones e interpretaciones.

TABLA 4

RESUMEN DE PROCESAMIENTO DE CASOS

		N	%
Casos	Válido	40	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	40	100,0

3.6 Método de análisis de datos

Para obtener los resultados de las preguntas del cuestionario realizado, se utiliza el uso de la hoja de cálculo MS-Excel y el software estadístico SPSS. Se generan los reportes los cuales se presentan en tablas simples y gráficos para luego realizar la interpretación y análisis.

Autorización o permiso, se solicita autorización a las personas o autoridades para poder ejecutar el proyecto de investigación.

Descripción de los Procesos, se debe realizar las coordinaciones internas.

Seleccionar al personal.

Preparar y condicionar la unidad para realizar el análisis.

Realizar el análisis.

3.7 Aspectos Éticos

Noreña, et al. (2012), manifiestan que para realizar el estudio los investigadores tienen que tener presente diversos criterios éticos al momento del diseño del estudio y también cuando se realiza la recolección de datos de la investigación del proyecto.

Beneficencia: Se debe tratar a los individuos de una manera ética, esto debe implicar no sólo respetar sus decisiones si no protegerlos de daños y buscar su bienestar. Se formula dos reglas: Primero no hacer daño; y segundo ampliar al máximo los beneficios disminuyendo los daños posibles. Informe Belmont, (2013).

No maleficencia: Este criterio refiere a no ocasionar daño y prevenirlo. Incluyendo no matar, no provocar dolor ni sufrimiento y no producir incapacidades.

Autonomía: Este criterio ético menciona que las personas deberán ser tratadas como agentes autónomos y con autonomía disminuida tienen derecho a ser protegidas. Informe Belmont, (2013).

Justicia: Este criterio ético menciona de la justicia es que los iguales deben tratarse con igualdad. Debe ser para todos aquellos que la necesiten. Informe Belmont, (2013).

IV. RESULTADOS

Hipótesis General: Correlación de las variables Estrategias de cobranza y Morosidad

H1: Existe relación entre estrategias de cobranzas y morosidad de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021.

Ho: No se relacionan significativamente estrategias de cobranzas y morosidad de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021.

Significancia: 0.05 Regla de decisión Si p-valor < 0.05, rechazar Ho Si p-valor > 0.05, aceptar Ho

TABLA 5

CORRELACIÓN DE LAS VARIABLES ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y MOROSIDAD

		V1.Estrategias	V2.Morosidad
Tau_b de Kendall	V1.Estrategias	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,407**
			.
		N	,000
		40	40

Fuente elaboración propia

En la Tabla 5 se aprecia el resultado de correlación de las Variables Estrategias de cobranza y morosidad el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna ya que su significancia es menor que 0.05. Se tiene un coeficiente positivo por lo tanto existe una relación directa entre las variables. Según la correlación de Tau b de Kendall es moderada ya que su valor es de 0,407

Correlación de la hipótesis específica 1: Correlación de la dimensión Segmentación y la variable Morosidad

Existe relación entre la segmentación de la cartera y la morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

H1: Existe relación entre segmentación de la cartera y morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

Ho: No se relacionan significativamente segmentación de la cartera y morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

TABLA 6

CORRELACIÓN DE LA DIMENSIÓN SEGMENTACIÓN Y LA VARIABLE MOROSIDAD

Correlaciones				Segmentación	V2.Morosidad
Tau_b	de	Segmentación	Coeficiente de correlación	1,000	,295*
Kendall			Sig. (bilateral)	.	,016
			N	40	40

Fuente elaboración propia

En la Tabla 6 se aprecia el resultado de correlación de la dimensión segmentación y la variable morosidad el cual se acepta la hipótesis nula ya que su significancia es ,016 es mayor que 0.05. Se tiene un coeficiente positivo por lo tanto existe una relación directa entre las variables. Según la correlación de Tau b de Kendall es débil ya que su valor es de 0,295.

Correlación de la hipótesis específica 2: Correlación de la variable Estrategias de Cobranza y la dimensión Causas de la morosidad.

Existe relación entre estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

H1: Existe relación entre estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

Ho: No se relacionan significativamente estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

TABLA 7

CORRELACIÓN DE LA VARIABLE ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y LA DIMENSIÓN CAUSAS DE LA MOROSIDAD.

		V1.Estrategias Causas	
Tau_b de Kendall	V1.Estrategias	Coefficiente de correlación	1,000 ,376**
		Sig. (bilateral)	. ,001
		N	40 40

Fuente elaboración propia

En la Tabla 7 se aprecia el resultado de correlación de la variable estrategias de cobranza y la dimensión causas de morosidad el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna ya que su significancia es menor que 0.05. Se tiene un coeficiente positivo por lo tanto existe una relación directa entre las variables. Según la correlación de Tau b de Kendall es débil ya que su valor es de 0,376.

Correlación de la hipótesis específica 3: *morosos*

Existe relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

H1: Existe relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

Ho: No se relacionan significativamente estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranza de Lima - 2021.

TABLA 8

CORRELACIÓN DE LA VARIABLE ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y LA DIMENSIÓN TIPOS DE MOROSOS

			V1.Estrategia	Tipos
Tau_b de Kendall	V1.Estrategias	Coeficiente de correlación	1,000	,454**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40

En la Tabla 8 se aprecia el resultado de correlación de la variable estrategias de cobranza y la dimensión tipos de morosidad el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna ya que su significancia es menor que 0.05. Se tiene un coeficiente positivo por lo tanto existe una relación directa entre las variables. Según la correlación de Tau b de Kendall es moderada ya que su valor es de 0,454.

Análisis Descriptivo

TABLA 9

VARIABLE ESTRATEGIAS DE COBRANZA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	3	7,5	7,5	7,5
	MEDIO	29	72,5	72,5	80,0
	ALTO	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia

En la Tabla 9 se aprecia los resultados de las estrategias de cobranza el cual muestra que el 7.5 % de los colaboradores de la empresa de cobranzas perciben que las estrategias de cobranza tienen un nivel bajo, el 72.5 % lo percibe como medio y el 20,00 % como alto.

TABLA 10

VARIABLE MOROSIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	6	15,0	15,0	15,0
	MEDIO	28	70,0	70,0	85,0
	ALTO	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia

En la Tabla 10 se aprecia los resultados de morosidad el cual muestra que el 15,00 % de los colaboradores de la empresa de cobranzas perciben que la Morosidad tienen un nivel bajo, asimismo, el 70,00 % lo percibe como medio y el 15,00 % como alto.

TABLA 11

SEGMENTACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	6	15,0	15,0	15,0
	MEDIO	34	85,0	85,0	100,0
	O				
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia

En la Tabla 11 se aprecia los resultados de segmentación el cual muestra que el 15,00 % de los colaboradores de la empresa de cobranzas perciben que la segmentación de la cartera tiene un nivel bajo y el 85,00 % lo percibe como como alto.

TABLA 12

POLÍTICAS DE COBRANZAS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	8	20,0	20,0	20,0
	MEDIO	25	62,5	62,5	82,5
	ALTO	7	17,5	17,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia

En la Tabla 12 se aprecia los resultados de las políticas de cobranza el cual muestra que el 20,00 % de los colaboradores de la empresa de cobranzas perciben que las políticas de cobranzas tienen un nivel bajo, el 62,50 % lo percibe como medio y el 17,50 % como alto.

TABLA 13

FASES DE LA COBRANZA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	5	12,5	12,5	12,5
	MEDIO	25	62,5	62,5	75,0
	ALTO	10	25,0	25,0	100,0

Fuente elaboración propia

En la Tabla 13 se aprecia los resultados de las fases de cobranza el cual muestra que el 12,50 % de los colaboradores de la empresa de cobranzas perciben que las fases de la cobranza tienen un nivel bajo, el 62,50 % lo percibe como medio y el 25,00 % como alto.

TABLA 14

CAUSAS DE LA MOROSIDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	17,5	17,5	17,5
	MEDIO	27	67,5	67,5	85,0
	ALTO	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia

En la Tabla 14 se aprecia los resultados de las causas de la morosidad el cual muestra que el 17,50 % de los colaboradores de la empresa de cobranzas perciben que las causas de la morosidad tienen un nivel bajo, el 67,50 % lo percibe como medio y el 15,00 % como alto.

TABLA 15

TIPOS DE MOROSOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	7	17,5	17,5	17,5
	MEDIO	26	65,0	65,0	82,5
	ALTO	7	17,5	17,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia

En la Tabla 15 se aprecia los resultados de los tipos de morosos el cual muestra que el 17,50 % de los colaboradores de la empresa de cobranzas perciben que los tipos de morosos tienen un nivel bajo, el 65,00 % lo percibe como medio y el 17,50 % como alto.

TABLA 16

ASPECTOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	11	27,5	27,5	27,5
	MEDIO	20	50,0	50,0	77,5
	ALTO	9	22,5	22,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente elaboración propia

En la Tabla 16 se aprecia los resultados de los aspectos de morosidad el cual muestra que el 27,50 % de los colaboradores de la empresa de cobranzas perciben que los aspectos de la morosidad tienen un nivel bajo, el 50,00 % lo percibe como medio y el 22,50 % como alto.

V. DISCUSIÓN

La investigación realizada de este capítulo fue de acuerdo a la descripción, al análisis de los distintos resultados obtenidos y a los hallazgos encontrados que se compararon con las teorías de los investigadores y literatura. El trabajo de investigación realizado se aplicó obteniendo los datos estadísticos con el programa SPSS el cual permitió la contracción de los resultados que se obtuvieron en la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa de cobranzas. Por lo que permitió resolver la pregunta de investigación general ¿Cuál es el nivel de relación entre estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021?, asimismo señalar el objetivo general de la investigación es: “Determinar el nivel de relación entre estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021”.

Se realizó la recopilación de datos para la obtención de la hipótesis general de la investigación y se comprueba que existe relación entre estrategias de cobranzas y morosidad de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021, según los hallazgos encontrados se acepta la hipótesis alterna el cual confirma que existe la relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad de una empresa de cobranza de Lima – 2021, la correlación de Tau b de Kendall es moderada ya que su valor es de 0,407. En la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa de cobranza se obtuvo el análisis descriptivo el cual la percepción de la variable estrategias de cobranza se aprecia que el 72.5% considera media, el 20% lo considera como alta y 7.5% como baja. La percepción de la morosidad es 70% de los encuestados la consideran como media, el 15% como alta y el 15 % como baja. Las estrategias de cobranza mencionadas son referidas a la segmentación de la cartera, políticas de cobranzas, fases de cobranza relacionados con la morosidad que son las causas de morosidad, tipos de morosos y aspectos.

El hallazgo se contrasta con la tesis de Miranda (2018) de título “Estrategias de Cobranza y Morosidad de los clientes de la empresa Talma, Callao - 2017”, en los resultados obtenidos se confirma la relación positiva débil con el coeficiente Rho de Spearman es 0.396. Así mismo la tesis de los autores Neyra et al (2020) de título “Estrategias financieras para reducir el índice de morosidad de la Financiera Mibanco S.A. Agencia Cajabamba” sobre la importancia de identificar las

estrategias de cobranzas y sus procedimientos. Además de fomentar la cultura financiera y de diseñar nuevas estrategias como el refinanciamiento de las deudas, suspender de manera inmediata los créditos y negociar las garantías. Este planteamiento de estrategias permitirá a la empresa a tener mejores herramientas para realizar la cobranza y así minimizar el riesgo del incremento de la morosidad.

De igual manera se contrasta con la tesis de Bances (2016) de título “Diseño de un sistema de créditos y cobranzas en una mediana empresa importadora y comercializadora de frenos y autopartes ubicada en el departamento de Lima, con la finalidad de reducir el índice de morosidad e incobrables y optimizar la gestión de las áreas involucradas” el cual recomendó que las políticas que propusieron sean implementadas en las áreas respectivas a corto plazo y que tuviera el compromiso de los directivos de la empresa para que logren buenos resultados en el trabajo realizado. Asimismo, se contrasta con la tesis de Cabello et al (2018) de título “Plan estratégico para recuperación de cartera vencida en una empresa de telecomunicaciones FCG S. A.”, en el análisis manifiestan que el 58% considera que es necesario desarrollar un plan estratégico para recuperar la cartera vencida, el 37% estuvo de acuerdo y el 5% estaba en desacuerdo.

Según Coronel (2016) indica que la estrategia de cobranza está relacionada con reducir la mora. La entidad tiene que realizar el análisis de la situación financiera de sus clientes y debe otorgar alternativas para la solución de los distintos tipos de morosos que existen con la finalidad de la mejora del hábito de pago de sus clientelas.

Las Estrategias de Cobranza que refieren Ettinger et al. (2000), refieren que son necesarias para tener éxito en un negocio que otorga crédito, cualquiera sea el rubro del negocio, la utilidad del negocio depende del ciclo y la frecuencia de reinvertir su capital.

En tal sentido, según lo referido anteriormente y al realizar el análisis de los resultados se confirma la relación entre las variables estrategias de cobranza y morosidad por eso es la importancia de realizar estrategias de cobranza que permitan reducir o contrarrestar el incremento de la morosidad.

Se realizó la recopilación de datos para la obtención de la hipótesis específica sobre la existencia de relación entre segmentación de la cartera y morosidad de una empresa de cobranza de Lima – 2021, se halla en los resultados

que no se tiene relación significativa entre la segmentación de la cartera y la morosidad debido a que según la correlación de Tau b de Kendall es débil ya que su valor es de 0,295. La segmentación se realizó por la antigüedad de la deuda, tipo de producto y Monto de la Deuda Capital. En la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa de cobranza se obtuvo el análisis descriptivo el cual la percepción de segmentar la cartera nos muestra que el 85% considera media, el 15% lo considera como baja. La percepción de la morosidad es 70% de los encuestados la consideran como media, el 15% como alta y el 15 % como baja.

El hallazgo se contrasta con la tesis de Cabello et al (2018) de título “Plan estratégico para recuperación de cartera vencida en una empresa de telecomunicaciones FCG S. A.”, En el análisis de los resultados concuerdan que para realizar cobranza se debe basar en la antigüedad de la deuda, adicional indicando que la cartera que se le debe realizar menos seguimiento es la deuda que se encuentra con más de 365 días de atraso de pago y mayor seguimiento a las deudas más recientes.

Según Morales et al. (2014), conceptualiza que para realizar las estrategias se debe realizar la segmentación de la cartera de los clientes asignados, la segmentación debe estar de acuerdo con las características de mayor frecuencia de la cartera y de los clientes.

En tal sentido, según lo referido anteriormente y al realizar el análisis de los resultados se confirma la relación entre la segmentación de cartera y morosidad por eso es la importancia de realizar estrategias de cobranza mediante la segmentación de la cartera con el fin de dividir a sus clientes según la antigüedad de la deuda (hasta 30,60,90,120,150,180 días de atraso), tipo de producto (consumo, microempresa, hipotecario) y Monto de la Deuda Capital. La estrategia de cobranza debe ser flexible según las características del cliente, no todos los clientes son iguales ya que las condiciones que se le otorgaron los créditos también fueron distintos.

Se realizó la recopilación de datos para la obtención de la hipótesis específica sobre la existencia de relación entre estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranza de Lima – 2021, según los resultados obtenidos hay una existencia entre las estrategias de cobranza y las causas de morosidad la correlación de Tau b de Kendall es débil ya que su valor es de 0,376.

En la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa de cobranza se obtuvo el análisis descriptivo el cual la percepción de la variable estrategias de cobranza se aprecia que el 72.5% considera media, el 20% lo considera como alta y 7.5% como baja. La percepción de las causas que originan la morosidad es que el 67.5% de los encuestados la consideran como media, el 15% como alta y el 17.5 % como baja.

El hallazgo se contrasta con la tesis de Ayala (2017) que tuvo de título “Estrategia de Cobranza Efectiva para Reducir el Índice de Morosidad de clientes sujetos a Créditos Microempresa en Crediscotia - Moshoqueque”, en los resultados obtenidos en la encuesta a los funcionarios se confirma que las causas de la morosidad se deben a la situación económica del cliente, deficiente evaluación y a las referencias crediticias.

Las causas de la morosidad nos indican Aguilar et al. (2012) que se origina con los problemas relacionados con la fuente de ingresos del cliente y también por causas externas tales como: problemas familiares, de salud, olvido, sobreendeudamiento, etc.

En tal sentido, según lo referido anteriormente y al realizar el análisis de los resultados se confirma la relación entre las estrategias de cobranza y las causas de la morosidad por eso es la importancia de realizar estrategias de cobranza que se encuentren relacionados a las causas que origina la morosidad que son principalmente problemas relacionados con la fuente de ingresos del cliente y también por causas externas de las cuales son : Culturales, iliquidez y problemas financieros, circunstanciales, del nivel intelectual, económicas, causas emocionales.

Según Brachfield (2013), señala que los clientes que caen en morosidad no tienen las mismas características; es por eso que se debe realizar la recolección de datos segmentándolos como: liquidez, endeudamiento, solvencia, etc.

Se realizó la recopilación de datos para la obtención de la hipótesis específica sobre la existencia de relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranza de Lima – 2021 y según los resultados obtenidos hay una existencia relación entre las estrategias de cobranza y los tipos de morosos la correlación de Tau b de Kendall es moderada ya que su valor es de 0,454. En la encuesta realizada a los colaboradores de la empresa de cobranza se

obtuvo el análisis descriptivo el cual la percepción de la variable estrategias de cobranza se aprecia que el 72.5% considera media, el 20% lo considera como alta y 7.5% como baja. La percepción de los tipos de morosos que originan la morosidad es que el 65% de los encuestados la consideran como media, el 17.5% como alta y el 17.5 % como baja.

Así mismo se contrasta con la tesis de los autores Neyra et al (2020) de título “Estrategias financieras para reducir el índice de morosidad de la Financiera Mibanco S.A. Agencia Cajabamba” sobre la importancia de identificar las estrategias de cobranzas y sus procedimientos fomentando la cultura financiera y de diseñar nuevas estrategias. Las estrategias mencionadas en su investigación nos dicen que para recuperar los clientes de tipos negligente, fortuito y despreocupado se debe realizar refinanciaciones ya que se disminuye la cuota según la realidad de cada cliente y esto hace que se vaya reinsertando nuevamente al sistema financiero.

Los tipos de morosos se resalta desde el punto que no todos los deudores son iguales. Para esto se deberá realizar la recolección de datos de cada deudor como materia de solvencia, endeudamiento, historial de pagos, liquidez, etc. Esto nos permitirá identificar con quien se está tratando y el tipo de cliente moroso tal como señala Brachfield (2013).

En tal sentido, según lo referido anteriormente y al realizar el análisis de los resultados se confirma la relacion entre las estrategias de cobranza y los tipos de morosos por eso es la importancia de realizar estrategias de cobranza que se encuentren relacionados a los tipos de morosos. Se debe tener en consideración que para poder realizar una gestión de cobranza efectiva se debe conocer bien a sus clientes para esto se deberá realizar la recolección de datos de cada deudor como materia de solvencia, endeudamiento, historial de pagos, liquidez, preferencias, gustos, hábitos, etc. Esto nos permitirá identificar con qué tipo de cliente moroso se está tratando y así definir la estrategia que se utilizará. Los tipos de morosos son: fortuitos, intencionales, circunstanciales, negligentes y despreocupados.

VI. CONCLUSIONES

Primera: Se confirma la existencia de una relación moderada entre las estrategias de cobranza y la morosidad de una empresa de cobranzas de Lima - 2021, la correlación de Tau b de Kendall es moderada ya que su valor es de 0,407, para los resultados descriptivos el nivel percibido por los encuestados en la empresa de cobranzas es media tanto en estrategias de cobranza como en la morosidad de la empresa.

Segunda: Se confirma que no se relacionan significativamente la segmentación de la cartera y morosidad según la correlación de Tau b de Kendall es débil ya que su valor es de 0,295, para los resultados descriptivos el nivel percibido por los encuestados en la empresa de cobranzas es media tanto en las estrategias de cobranza como en la morosidad de la empresa.

Tercera: Se confirma la existencia de una relación entre las estrategias de cobranza y las causas de la morosidad de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021, la correlación de Tau b de Kendall es débil ya que su valor es de 0,376, para los resultados descriptivos el nivel percibido por los encuestados en la empresa de cobranzas es media tanto en las estrategias de cobranza como en las causas de la morosidad de la empresa.

Cuarta: Se confirma la existencia de una relación moderada entre las estrategias de cobranza y los tipos de morosos de una empresa de cobranza de Lima en el año 2021, la correlación de Tau b de Kendall es moderada ya que su valor es de 0,454, para los resultados descriptivos el nivel percibido por los encuestados en la empresa de cobranzas es media tanto en las estrategias de cobranza como en los tipos de morosos de la empresa.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: En cuanto al estudio realizado se recomienda a la gerencia de cobranzas plantear estrategias basadas en la segmentación de la cartera, teniendo políticas claras que permitan proceder con la cobranza de los créditos que ha brindado a sus clientes y así minimizar el riesgo del incremento de la morosidad.

Segunda: Se recomienda a la gerencia de cobranzas de la empresa a segmentar la cartera de clientes por antigüedad de la deuda, tipos de productos y monto de la deuda capital; esto se debe realizar para tener clientes con características similares con problemas parecidos y así minimizar el incremento de la morosidad.

Tercera: Se recomienda a la gerencia de cobranzas de la empresa a plantear estrategias que nos permitan recuperar la cartera morosa basados en las causas que ocasionan la morosidad que son principalmente problemas relacionados con la fuente de ingresos del cliente y también por causas externas. De las cuales son: Culturales, iliquidez y problemas financieros, circunstanciales, del nivel intelectual, económicas, causas emocionales.

Cuarta: Se recomienda a la gerencia de cobranzas de la empresa definir las estrategias que se utilizaran para realizar el cobro de la deuda, esta estrategia de cobranza debe estar relacionada al tipo de moroso. Para esto se deberá realizar la recolección de datos de cada deudor como materia de solvencia, endeudamiento, historial de pagos, liquidez, etc. Esto nos permitirá identificar con qué tipo de cliente moroso se está tratando y así definir la estrategia que se utilizará.

REFERENCIAS

- Ayala, J (2017), en su tesis: "*Estrategia de Cobranza Efectiva para Reducir el Índice de Morosidad de Clientes Sujetos a Créditos Microempresa en Crediscotia Financiera agencia Moshoqueque*", Universidad Católica los Ángeles de Chimbote-Chiclayo,
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/5459/ESTRATEGIA_MOROSIDAD_MICROEMPRESA_AYALA_SANCHEZ_JOSE_WILMER.pdf?sequence%20=1&isAllowed=y
- Aguilar, G., & Camargo, G. (2015). *Análisis de la Morosidad en el Sistema Bancario Peruano*. Peru: Instituto de Estudios Peruanos
- Aguilar L. y Chuquimamani L. (2012). "CAUSAS DE LA MOROSIDAD DE CRÉDITOS RURALES EN LA REGIÓN PUNO". Recuperado de <https://revistas.uancv.edu.pe/index.php/RCIA/article/view/144>
- Banco Central de Reserva del Perú (2018) *Reporte de Estabilidad Financiera*. Mayo 2018. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2018/Mayo/ref-mayo-2018-recuadro-1.pdf>
- Bello C, Rodríguez J y Córdoba Y (2018) "*Proponer un plan de mejoramiento en el recaudo de la cartera para una empresa del sector farmacéutico*", [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Colombia]
<http://hdl.handle.net/10983/16219>
- Brachfield, P. (2013). *Análisis del moroso profesional*. Barcelona: Recuperado de <https://www.profiteditorial.com/libro/analisis-del-moroso-profesional/>
- Bustamante et al. (R (2010) *Proponer un modelo de monitoreo para la recuperación de créditos del segmento minorista*. [Tesis de Magister, Universidad de Chile]
<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/111273>
- Cabello F y Castro G (2019). *Plan estratégico para recuperación de cartera vencida en una empresa de telecomunicaciones FCG S. A.* [Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil] <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/46401>
- Cabezas, E., Andrade, D., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Sangolqui: Universidad de las fuerzas armadas ESPE. Obtenido de *56 Educational research: planning, conducting and evaluation quantitative and qualitative research*. New Jersey

<http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>

Cámara de Comercio de Lima (2021). *CRÉDITOS Y MOROSIDAD EN TIEMPOS DE PANDEMIA*. Recuperado de <https://www.camaralima.org.pe/wp-content/uploads/2021/01/pdf.pdf>

Cavero L. (2018). *Determinar qué factores micro y macroeconómico (analizados en la presente investigación) tienen incidencia en la determinación de la morosidad de las CMAC*. [Tesis de Magister, Universidad Del Pacifico] <http://hdl.handle.net/11354/1933>

Chiriani-Cabello, J. E., Alegre-Brítez, M. Á., & Chung, C. (2020). *Management of the credit and collection policies of the MIPYMES for their financial sustainability, Asunción, 2017*. Revista Científica de La UCSA, 7(1), 23–30. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2020.007.01.023-030>

Coronel, L. (2016). *Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad Financiera mi Banco- Jaén 2015*. Chiclayo. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/3030>

Creswell, J. (2005)., U.S.A.: *Pearson Education*. Recuperado de <http://basu.nahad.ir/uploads/creswell.pdf>

Díaz, A. H. (2017). *Gestión Financiera*. Almería: Editorial Universidad de Almería.

Encinas A. (2019). *GESTIÓN DE COBRANZA Y LA RECUPERACIÓN DE LA CARTERA MOROSA DEL SERVICIO POSTPAGO DE TELEFÓNICA DEL PERÚ S.A.A. EN SU ZONAL TACNA, PERIODO 2014 – 2017* [Tesis de Pregrado, Universidad Privada del Tacna] <http://repositorio.upt.edu.pe/handle/UPT/961>

Equifax (2020) Informe de morosidad. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2021/mayo/ref-mayo-2021.pdf>

Ettinger R y Golieb, D. (2000). *Crédito y Cobranzas*. México. Editorial Continental.

Fernández R. (2009). *“Segmentación de mercados”*. McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES S.A. DE C.V. A Subsidiary of The McGraw-Hill Companies, Inc. Recuperado de

https://www.academia.edu/35795511/Segmentacion_de_Mercados_Ricardo_Fernandez_V

- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación*. Huancayo: Universidad Continental
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon
- Gómez, E. (2015). *Mejora en las Operaciones de la Empresa*. Escuela de Organización Industrial, 12-13.
- González, Julián (2011). *Medidas normativas para combatir la morosidad*. Partida Doble, 231, 21. Recuperado de. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3600052>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª Ed.). McGraw-Hill.
- Hernández, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. México: Ed. Mc Graw hill. Tercera Edición, Pg. 2
- Informe Belmont (2013). *Principios éticos y normas para el desarrollo de las investigaciones que involucran a seres humanos.**. Revista Medica Herediana, 4(3). <https://doi.org/10.20453/rmh.v4i3.424>
- Latorre, A., Del Rincón D., y Arnal, J. (1996). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. España: GR92.
- López López, José Isauro. (2005): *Diccionario Contable, Administrativo y Fiscal*, (Tercera Edición), Editorial Thomson, México.
- Maldonado, J. *La Metodología de la Investigación (fundamento)*(setiembre.2015) https://issuu.com/joseangelmaldonado8/docs/a_metodologia_de_la_investigacion
- Miranda R. (2018). *“Estrategias de cobranza y morosidad de los clientes de la empresa Talma, Callao – 2017”*. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/23257>
- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Colombia: Universidad Surcolombiana

- Montenegro, J. (2012). *Causas de la Morosidad y su efecto en las Instituciones Financieras de la Ciudad de Chepén, Enero-Junio 2012*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Morales (2014). *Crédito y Cobranza* (Vol. Primera edición). Colonia San Juan Tlihuaca, México: Grupo Editorial Patria.
- Moreta (2014). *La Recuperación de Cartera Vencida y su influencia en la Rentabilidad de la Empresa Marcimex*. Obtenido de Repositorio UTA: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/7307/1/138%20MKT.pdf>
- Neyra J. y Reyes E. (2020). *Estrategias financieras para reducir el índice de morosidad de la Financiera Mibanco S.A. Agencia Cajabamba*. [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo] <https://hdl.handle.net/20.500.12692/46901>
- Noreña, A.L.; Alcaraz-Moreno, N.; Rojas, J.G.; y Rebolledo- Malpica, D. (2012). *Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa*. *Aquichan*, 12(3). 263-274. Disponible <http://aquichan.unisabana.edu.co/index.php/aquichan/article/view/1824/pdf>
- Pensante, E. (14 de Abril de 2016). *Población Finita*. Obtenido de educacion.elpensante: <https://elpensante.com/la-poblacion-finita/>
- Porter, M. E. (1990). *"The competitive advantage of nations"*. Ed. Macmillan. Página 108
- Recarte A. (2015), *La Morosidad*
- Reyes E (2017) *ANÁLISIS DE LA CARTERA DE CRÉDITO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO AFRO ECUATORIANA DE LA PEQUEÑA EMPRESA CORRESPONDIENTE AL PERIODO 2016*. [Tesis de Pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador – Sede Esmeraldas] <https://repositorio.pucese.edu.ec/123456789/1385>
- Sáez, L. J. (2017). *Investigación educativa: fundamentos teóricos, procesos y elementos prácticos: enfoque práctico con ejemplos, esencial para TFG, TFM y tesis*, . Madrid: UNED.
- Salazar J (2020) *Analizar estrategias de gestión en la recuperación de cartera vencida para la empresa Austro Distribuciones*. [Tesis de Pregrado, Pontificia

Universidad Católica del Ecuador]

<http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2945>

Superintendencia de banca y Seguros (2021). *Reporte de Deudas - Portal del Usuario*. (n.d.). Retrieved April 25. <https://www.sbs.gob.pe/usuarios/nuestros-servicios/reporte-de-deudas>

ANEXOS

Anexo 01 Matriz de consistencia

Problema general	Objetivo general	Hipotesis	Variables	Dimensiones	Técnicas	Instrumento	Metodología
¿Cuál es el nivel de relación entre estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021?	Determinar el nivel de relación entre estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.	Existe relación entre estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranza de Lima- 2021.	Estrategias de cobranzas	Segmentacion			
				Políticas	·Observación ·Entrevista ·Análisis documental	Guía de observación Guía de entrevista Ficha de analisis de fuentes documentales	TIPO: Aplicada ENFOQUE: Cuantitativo Diseño: No experimental Nivel: Correlacional
				Fases de la cobranza			
Problemas específicos ▾	Objetivos específicos: ▾	Hipotesis ▾					
¿Cuál es el nivel de relación entre segmentación de cartera y morosidad de una empresa de cobranza de Lima- 2021?	Determinar el nivel de relación entre segmentación de la cartera y morosidad de una empresa de cobranza de Lima - 2021.	Existe relacion entre sementacion de la cartera y morosidad de una empresa de cobranza de Lima-2021.	Morosidad	Causas de la morosidad			
¿Cuál es el nivel de relación entre estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranzas de Lima - 2021?	Determinar el nivel de relación entre estrategias de cobranzas y causas de morosidad de una empresa de cobranzas de Lima-2021.	Existe relación entre estrategias de cobranza y causas de morosidad de una empresa de cobranzas de Lima -2021.		Tipos de morosos			
¿Cuál es el nivel de relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranzas de Lima en el año 2021?	Determinar el nivel de relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranzas de Lima - 2021.	Existe relación entre estrategias de cobranza y tipos de morosos de una empresa de cobranzas de Lima -2021.		Ratios			c

Anexo 02 Tabla de operacionalización de las variables

TÍTULO: "Estrategias de Cobranza y Morosidad de una Empresa de Cobranzas de Lima - 2021"

AUTOR: ARTHUR CHALCO CALDERON


VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	Dimensiones	Indicadores	ESCALA DE MEDICIÓN
Estrategias de cobranzas	Las Estrategias de Cobranza según Ettinger y Goliet (2000), es principal para el éxito de un negocio que vende a crédito, cualquiera que sea la dimensión del negocio, sus utilidades dependen del ciclo y la frecuencia de reinversión de su capital.	Según (Morales & Morales, 2014, p.159), definen: Para realizar las estrategias se debe segmentar la cartera de clientes, de acuerdo con las características más comunes de los clientes y las cuentas se puede segmentar por: antigüedad, monto, producto, geografía, perfil del cliente o la deuda, para así determinar las estrategias que son adecuadas para segmento de clientes que tienen problemas parecidos. Se deberán basar en las características de cada segmento para definir las estrategias y políticas de cobranza.	Segmentacion	Antigüedad de la deuda	Tipo Ordinal Técnica: Encuestas Instrumento: Cuestionario
				Tipo de producto	
				Monto de la deuda capital	
			Políticas	Políticas restrictivas	
				Políticas liberales	
				Políticas racionales	
			Fases de la cobranza	Prevencion	
				Cobranza	
				Recuperacion	
				Extincion	

TÍTULO: "Estrategias de Cobranza y Morosidad de una Empresa de Cobranzas de Lima - 2021"

AUTOR: ARTHUR CHALCO CALDERON

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	Dimensiones	Indicadores	ESCALA DE MEDICIÓN
Morosidad	<p>La Morosidad según Recarte A. (2015), tiene como concepto que es la falta de puntualidad o retraso, habitualmente en el pago de una cantidad que se debe o en la devolución de una cosa.</p>	<p>Según su teoría de Brachfield (2013), nos refiere que los morosos no tienen las mismas características; es por eso que se debe realizar es la recolección de datos respecto a cada uno de ellos (solvencia, liquidez, endeudamiento, etc.).</p>	<p>Causas de la morosidad</p> <p>Tipos de morosos</p> <p>Aspectos</p>	<p>iliquidez y problemas financieros</p> <p>económicas</p> <p>circunstanciales</p> <p>culturales</p> <p>del nivel intelectual</p> <p>causas emocionales</p> <p>Morosos fortuitos</p> <p>Morosos intencionales</p> <p>Morosos negligentes</p> <p>Morosos circunstanciales</p> <p>Morosos des preocupados</p> <p>Manejo por plazos de pago</p> <p>Condicionar los intereses entre las partes .</p> <p>Denunciar los excesos</p>	<p>Tipo Ordinal</p> <p>Técnica: Encuestas</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 03 Instrumento



ESCUELA DE POSTGRADO
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Estrategias de Cobranza y Morosidad de una Empresa de Cobranzas de Lima - 2021”

Estrategias de cobranza

*Obligatorio

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

P01.-La Antigüedad de la deuda del cliente nos permiten realizar estrategias de cobranza. *

Link: <https://forms.gle/FBAZW6518TLnPJQi6>

Anexo 04 Validación de juez experto



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA MOROSIDAD

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Causas de la morosidad								
1	La impuntualidad de pagos de los clientes es porque tienen problemas financieros y no disponen de fondos financieros.	x		x		x		
2	La impuntualidad de pagos de los clientes es porque sus ingresos no son suficientes.	x		x		x		
3	La impuntualidad de pagos de los clientes es por causas circunstanciales.	x		x		x		
4	Los clientes carecen de una cultura de pago y teniendo dinero no realiza el pago de sus obligaciones.	x		x		x		
5	Los clientes por falta de conocimiento no entienden que se debe cumplir con puntualidad las obligaciones de pago.	x		x		x		
6	La impuntualidad de pagos de los clientes es por algún conflicto no resuelto que haya deteriorado las relaciones con la entidad.	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: Tipos de morosos								
7	Los Morosos fortuitos, son las personas que no cuentan con el dinero en el día pactado porque no tienen liquidez.	x		x		x		
8	Los morosos intencionales son los que pueden cumplir con sus obligaciones, pero que no desean realizarlo.	x		x		x		
9	Los morosos negligentes no tienen la intención de cubrir su deuda y hacen uso de sus ingresos para otros gastos.	x		x		x		
10	Los morosos circunstanciales son los deudores con la intención de no cancelar la deuda pero una vez que han superado sus contingencias la cancelan.	x		x		x		
11	Los morosos despreocupados son deudores que desconocen de la deuda y debido a ello no realizan los pagos correspondientes	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: Aspectos								
12	Las operaciones comerciales se deben manejar por plazos de pagos, para aplicar los intereses por el retraso.	x		x		x		
13	El condicionar los intereses entre las partes disminuye la morosidad.	x		x		x		
14	Se debe denunciar los excesos a fin de corregir y evitar las demoras en los plazos y los intereses.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Mg. Mirtha Patricia Ortiz Guillén DNI: 09967490

Especialidad del validador: _____

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

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

19 de Junio del 2021

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA MOROSIDAD

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Causas de la morosidad								
1	La impuntualidad de pagos de los clientes es porque tienen problemas financieros y no disponen de fondos financieros.	x		x		x		
2	La impuntualidad de pagos de los clientes es porque sus ingresos no son suficientes.	x		x		x		
3	La impuntualidad de pagos de los clientes es por causas circunstanciales.	x		x		x		
4	Los clientes carecen de una cultura de pago y teniendo dinero no realiza el pago de sus obligaciones.	x		x		x		
5	Los clientes por falta de conocimiento no entienden que se debe cumplir con puntualidad las obligaciones de pago.	x		x		x		
6	La impuntualidad de pagos de los clientes es por algún conflicto no resuelto que haya deteriorado las relaciones con la entidad.	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: Tipos de morosos								
7	Los Morosos fortuitos, son las personas que no cuentan con el dinero en el día pactado porque no tienen liquidez.	x		x		x		
8	Los morosos intencionales son los que pueden cumplir con sus obligaciones, pero que no desean realizarlo.	x		x		x		
9	Los morosos negligentes no tienen la intención de cubrir su deuda y hacen uso de sus ingresos para otros gastos.	x		x		x		
10	Los morosos circunstanciales son los deudores con la intención de no cancelar la deuda pero una vez que han superado sus contingencias la cancelan.	x		x		x		
11	Los morosos despreocupados son deudores que desconocen de la deuda y debido a ello no realizan los pagos correspondientes	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: Aspectos								
12	Las operaciones comerciales se deben manejar por plazos de pagos, para aplicar los intereses por el retraso.	x		x		x		
13	El condicionar los intereses entre las partes disminuye la morosidad.	x		x		x		
14	Se debe denunciar los excesos a fin de corregir y evitar las demoras en los plazos y los intereses.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

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

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Mg. Mirtha Patricia Ortiz Guillén DNI: 09967490

Especialidad del validador:.....

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

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

19 de Junio del 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS ESTRATEGIAS DE COBRANZA



Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Segmentación								
1	La Antigüedad de la deuda del cliente nos permiten realizar estrategias de cobranza.	X		X		X		
2	El segmentar por tipos de productos como tarjetas, préstamos personales, microempresa, hipotecario nos permite realizar mejores estrategias de cobranza.	X		X		X		
3	El segmentar por el monto de la deuda capital nos permite realizar mejores estrategias de cobranza.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Políticas								
4	Las políticas restrictivas contribuyen a reducir al mínimo la morosidad.	X						
5	Las políticas liberales no presionan de manera enérgica en el proceso de cobranza.	X						
6	Las políticas racionales ayudan a producir un flujo normal de crédito y de cobranza.	X						
DIMENSIÓN 3: Fases de la cobranza								
7	La prevención nos permite disminuir el riesgo y evitar el incumplimiento de pago de un cliente.	X		X		X		
8	Las estrategias de cobranza nos permite realizar la cobranza en tempranas instancias de mora.	X		X		X		
9	Las estrategias de cobranza nos permite recuperar adeudos de créditos en mora con tiempo de atraso.	X		X		X		
10	Las estrategias de cobranza de extinción nos permite registrar contablemente las cuentas por cobrar como saldadas.	X		X		X		

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

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

Apellidos y nombres del juez validador: **D^r/ Mg: Cesar Augusto Pacheco Alza** DNI:45843752

Especialidad del validador: **Especialista de Digital & Support cobranzas**

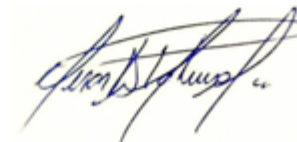
¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto técnico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

15 de Junio del 2021



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA MOROSIDAD

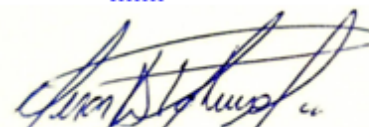
N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Causas de la morosidad								
1	La impuntualidad de pagos de los clientes es porque tienen problemas financieros y no disponen de fondos financieros.	X		X		X		
2	La impuntualidad de pagos de los clientes es porque sus ingresos no son suficientes.	X		X		X		
3	La impuntualidad de pagos de los clientes es por causas circunstanciales.	X		X		X		
4	Los clientes carecen de una cultura de pago y teniendo dinero no realiza el pago de sus obligaciones.	X		X		X		
5	Los clientes por falta de conocimiento no entienden que se debe cumplir con puntualidad las obligaciones de pago.	X		X		X		
6	La impuntualidad de pagos de los clientes es por algún conflicto no resuelto que haya deteriorado las relaciones con la entidad.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: Tipos de morosos								
7	Los Morosos fortuitos, son las personas que no cuentan con el dinero en el día pactado porque no tienen liquidez.	X		X		X		
8	Los morosos intencionales son los que pueden cumplir con sus obligaciones, pero que no desean realizarlo.	X		X		X		
9	Los morosos negligentes no tienen la intención de cubrir su deuda y hacen uso de sus ingresos para otros gastos.	X		X		X		
10	Los morosos circunstanciales son los deudores con la intención de no cancelar la deuda pero una vez que han superado sus contingencias la cancelan.	X		X		X		
11	Los morosos despreocupados son deudores que desconocen de la deuda y debido a ello no realizan los pagos correspondientes.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: Aspectos								
12	Las operaciones comerciales se deben manejar por plazos de pagos, para aplicar los intereses por el retraso.	X		X		X		
13	El condicionar los intereses entre las partes disminuye la morosidad.	X		X		X		
14	Se debe denunciar los excesos a fin de corregir y evitar las demoras en los plazos y los intereses.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si hay suficiencia

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr/ Mg: Cesar Augusto Pacheco Alza DNI:45843752

15 de Junio del 2021



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

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

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LAS ESTRATEGIAS DE COBRANZA

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Segmentación								
1	La Antigüedad de la deuda del cliente nos permiten realizar estrategias de cobranza.	x		x		x		
2	El segmentar por tipos de productos como tarjetas, préstamos personales, microempresa, hipotecario, nos permite realizar mejores estrategias de cobranza.	x		x		x		
3	El segmentar por el monto de la deuda capital nos permite realizar mejores estrategias de cobranza.	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: Políticas								
4	Las políticas restrictivas contribuyen a reducir al mínimo la morosidad.	x		x		x		
5	Las políticas liberales no presionan de manera enérgica en el proceso de cobranza.	x		x		x		
6	Las políticas racionales ayudan a producir un flujo normal de crédito y de cobranza.	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: Fases de la cobranza								
7	La prevención nos permite disminuir el riesgo y evitar el incumplimiento de pago de un cliente.	x		x		x		
8	Las estrategias de cobranza nos permiten realizar la cobranza en tempranas instancias de mora.	x		x		x		
9	Las estrategias de cobranza nos permiten recuperar adeudos de créditos en mora con tiempo de atraso.	x		x		x		
10	Las estrategias de cobranza de extinción nos permiten registrar contablemente las cuentas por cobrar como saldadas.	x		x		x		

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

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Vega Allasi Nathali Rocío

DNI: 44290643

Especialidad del validador: Jefe Digital & Support Cobranzas

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

13 de junio del 2021



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA MOROSIDAD

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: Causas de la morosidad								
1	La impuntualidad de pagos de los clientes es porque tienen problemas financieros y no disponen de fondos financieros.	X		X		X		
2	La impuntualidad de pagos de los clientes es porque sus ingresos no son suficientes.	X		X		X		
3	La impuntualidad de pagos de los clientes es por causas circunstanciales.	X		X		X		
4	Los clientes carecen de una cultura de pago y teniendo dinero no realiza el pago de sus obligaciones.	X		X		X		
5	Los clientes por falta de conocimiento no entienden que se debe cumplir con puntualidad las obligaciones de pago.	X		X		X		
6	La impuntualidad de pagos de los clientes es por algún conflicto no resuelto que haya deteriorado las relaciones con la entidad.	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 2: Tipos de morosos								
7	Los Morosos fortuitos, son las personas que no cuentan con el dinero en el día pactado porque no tienen liquidez.	X		X		X		
8	Los morosos intencionales son los que pueden cumplir con sus obligaciones, pero que no desean realizarlo.	X		X		X		
9	Los morosos negligentes no tienen la intención de cubrir su deuda y hacen uso de sus ingresos para otros gastos.	X		X		X		
10	Los morosos circunstanciales son los deudores con la intención de no cancelar la deuda, pero una vez que han superado sus contingencias la cancelan.	X		X		X		
11	Los morosos despreocupados son deudores que desconocen de la deuda y debido a ello no realizan los pagos correspondientes	X		X		X		
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 3: Aspectos								
12	Las operaciones comerciales se deben manejar por plazos de pagos, para aplicar los intereses por el retraso.	X		X		X		
13	El condicionar los intereses entre las partes disminuye la morosidad.	X		X		X		
14	Se debe denunciar los excesos a fin de corregir y evitar las demoras en los plazos y los intereses.	X		X		X		

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

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dra Mg: Vega Allasi Nathali Rocío DNI: 44290643

Especialidad del validador: Jefe Digital & ~~Support~~ Cobranzas

13 de junio del 2021



Firma del Experto Informante.

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

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

Anexo 05 Tabla de jueces

Nro	Validador	Especialidad	Aplicabilidad del Instrumento	Observaciones
1	Mg. Nathali Vega Allasi	MBA	aplicable	Existe suficiencia
2	Mg. Cesar Augusto Pacheco Alza	MBA	aplicable	Existe suficiencia
3	Dra. Mirtha Patricia Ortiz Guillén	MBA	aplicable	Existe suficiencia

Anexo 06 Autorización Institucional para el uso de Datos



Solicitud y Constancia de Institución que acredita la realización del Estudio
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de independencia"

Lima 15 de Julio del 2021

Señor:

Jack Misael Lazo Martin

Gerente Data & Digital Cobranzas

Presente

Yo Arthur Chalco Calderón, identificado con el DNI 44378132 me dirijo ante usted en mi condición de alumno de la **Maestría de Administración Negocios (MBA)** de la Universidad Cesar vallejo, filial Lima Norte.

Como es de conocimiento actualmente me encuentro realizando mi tesis titulada "**Estrategias de Cobranza y Morosidad de una Empresa de Cobranzas de Lima - 2021**" y habiendo considerado a la empresa en la cual laboro en el desarrollo del presente trabajo, solicito me brinde su autorización para dar inicio a dicho estudio con la recolección de datos de los trabajadores por medio del cuestionario lo cual es fase importante en el presente estudio.

La solicitud que le hago llegar contiene en adjunto:

- El formato de validación de instrumento (cuestionario)

Agradeciendo la atención que brinde el presente documento, hago propicio la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,

ARTHUR CHALCO CALDERON

DNI: 44378132

ORCID:0000-0003-4010-8342

Solicitud y Constancia de Institución que acredita la realización del Estudio
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de independencia"

Lima 15 de Julio del 2021

Señor:

Arthur Chalco Calderón

ESTUDIANTE DE MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE NEGOCIOS (MBA),
de la Universidad Cesar Vallejo.

Presente

Me dirijo a usted para hacerle conocer que acepto lo autorizado en su documento
presentado el 15 de Julio del 2021 y autorizo proceda a la recolección de
información de los datos de los trabajadores por medio del cuestionario.

Deseo éxitos en el desarrollo de la tesis "Estrategias de Cobranza y
Morosidad de una Empresa de Cobranzas de Lima - 2021"

Atentamente,



Jack Missel Lazo Martin

Gerente Data & Digital Cobranzas

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Esta investigación tiene como objetivo explorar el conocimiento y el uso del consentimiento informado que tienen los empleados de esta empresa de cobranza. Es realizado por Arthur Chalco Calderón, alumno de la Maestría de administración de empresas de la Universidad César Vallejo. Con esa finalidad, le pedimos colabore con ellos respondiendo este cuestionario que le tomará aproximadamente 15 minutos. Su participación es enteramente voluntaria. Este cuestionario contiene una serie de afirmaciones, las cuales tienen diversas categorías de respuesta. Le solicitamos que lea con atención cada una de ellas para responderlas adecuadamente. Le agradeceremos nos proporcione una respuesta SINCERA y HONESTA. El cuestionario es ANÓNIMO, por lo que no es necesario colocar su nombre en ningún lugar. La información recopilada a través de este cuestionario será manejada únicamente por los investigadores y con el único fin de este estudio. Si tiene dudas con alguna afirmación, por favor consúltela con quien le hizo llegar el presente cuestionario. Si desea dejar de responder el cuestionario puede hacerlo en el momento que usted lo desee. Ante cualquier duda o consulta escribir a: achalcoca@ucvvirtual.edu.pe

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GRANADOS MAGUIÑO MAURO AMARU, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y MOROSIDAD DE UNA EMPRESA DE COBRANZAS DE LIMA - 2021", cuyo autor es CHALCO CALDERON ARTHUR, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 15 de Setiembre del 2021

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GRANADOS MAGUIÑO MAURO AMARU DNI: 06441665 ORCID 0000-0002-5668-0557	Firmado digitalmente por: MGRANADOSM el 15-09- 2021 13:59:47

Código documento Trilce: TRI - 0191845