



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Estrategias de cobranzas y su relación con la morosidad de los clientes de la Unidad de
Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A., 2018

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestra en Administración de Negocios - MBA

AUTORA:

Br. Bruno Sernaqué, Liliana Janet (ORCID: 0000-0003-4199-1376)

ASESOR:

Dr. Dayron, Lugo Denis (ORCID: 0000-0002-3183-5655)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

PIURA – PERÚ

2019

Dedicatoria

A Dios, Fuerte e Incomparable, Dador y Proveedor de mi vida, quien, con Su amor perfecto e inmensurable, me envuelve y cuida de mi cada día y me da la fortaleza para seguir adelante.

A mis hijos, mi mayor bendición, Lucero Ivanna y Matthew André, la manifestación del amor puro de Dios hacia mí.

A mi madre, el pilar más importante en mi vida, porque gracias a su amor y apoyo incondicional, hace posible el logro de mis objetivos a lo largo de mi vida.

A mi padre, por su amor y amistad.

A TI, por conquistar mi corazón, amor infinito por infinito, ayuda y motivación para concluir con este proyecto.

Agradecimiento

Agradezco a Dios, Dador de mi vida, quien me ha enseñado a creer que siempre hay algo más: “En Dios he puesto mi esperanza; con toda el alma confío en Él, pues confío en sus promesas” (Salmos 130:5)

A Electronoroeste S.A., empresa en la que laboro hace 18 años, a sus gerentes y compañeros de trabajo, por permitirme el desarrollo de la presente investigación con la finalidad de contribuir a la mejora de su gestión empresarial.

A la Universidad César Vallejo, a cada uno de los docentes del Programa de Posgrado Maestría en Administración de Negocios - MBA, gracias por sus conocimientos y experiencias compartidas, y a quienes me guiaron en el desarrollo de esta tesis.

A los nuevos amigos, por aquellas innumerables anécdotas y momentos compartidos en cada clase, resaltando siempre el compañerismo y trabajo en equipo. Son parte de una hermosa etapa de mi vida.

Página del Jurado

Declaratoria de autenticidad

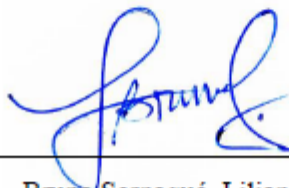
Yo, Bachiller Liliana Janet Bruno Sernaqué, estudiante del Programa Académico de Maestría en Administración de Negocios-MBA, de la Escuela de Posgrado de la Universidad Cesar Vallejo, identificada con D.N.I. 40735943 con la tesis titulada: "Estrategias de cobranzas y su relación con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A., 2018".

Declaro bajo juramento que:

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

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

Perú, diciembre, 2018.



Bruno Sernaqué, Liliana Janet

D.N.I. 40735943

Índice

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	19
2.1 Tipo y diseño de investigación	19
2.2 Operacionalización de variables	20
2.3 Población, muestra y muestreo	23
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	24
2.5 Procedimiento	25
2.6 Métodos de análisis de datos	26
2.7 Aspectos éticos	26
III. RESULTADOS.....	27
IV. DISCUSIÓN.....	34
V. CONCLUSIONES	38
VI. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS.....	44
Anexo 01: Instrumento estrategias de cobranza – Cuestionario.....	44
Anexo 02: Análisis de confiabilidad instrumento estrategias de cobranza - Test total ..	46
Anexo 03: Matriz de validación de experto de Estrategia de Cobranza	47
Anexo 04: Instrumento de morosidad – Cuestionario	49
Anexo 05: Análisis de confiabilidad instrumento de morosidad - Test total.....	50
Anexo 06: Matriz de validación de experto de Morosidad.....	51
Anexo 07: Matriz de consistencia.....	53
Anexo 08: Documento de autorización del estudio	54
Anexo 09: Acta de aprobación de originalidad de Tesis	55
Anexo 10: Pantallazo de Software Turnitin.....	56
Anexo 11: Autorización de publicación de Tesis en Repositorio.....	57
Anexo 12: Autorización de la versión final del Trabajo de Investigación	58

Índice de tablas

Tabla 1:	Descripción de las estrategias de cobranza de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.	27
Tabla 2:	Nivel de las estrategias de cobranza de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.	28
Tabla 3:	Descripción de la morosidad de los usuarios de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.	29
Tabla 4:	Nivel de los factores de morosidad de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.	29
Tabla 5:	Correlación entre las políticas de cobranza y la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.	30
Tabla 6:	Correlación entre el seguimiento al usuario y la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.	31
Tabla 7:	Correlación entre los medios de información y la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.	32
Tabla 8:	Correlación entre las estrategias de cobranza y la morosidad de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.	33

RESUMEN

La presente investigación titulada: “Estrategias de cobranzas y su relación con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A., 2018”; con la finalidad de Determinar si las estrategias de cobranzas se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A., 2018. La investigación se planteó desde el enfoque cuantitativo, para su ejecución se ha utilizado un tipo de estudio descriptiva-correlacional con un diseño no experimental. Para obtener la información sobre las variables de estudio, se tomó en cuenta a una muestra de 380 usuarios del servicio y que tienen como características tener deuda del servicio de energía. Los instrumentos utilizados para la recolección de la información fueron: el cuestionario para evaluar las estrategias de cobranza y el cuestionario para evaluar la morosidad. Los datos recolectados se han procesado estadísticamente en una base de datos de Excel, se utilizó el paquete estadístico SPSS v. 25. Según los resultados encontrados se aprecia que las estrategias de cobranza se relacionan significativamente con la variable morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.; los valores alcanzados en la correlación fueron de $r: -.610$ y $sig.: 0.000$, aceptándose la hipótesis de la investigación; asimismo, se evidenció que las estrategias de cobranza: Políticas de cobranza, seguimiento al usuario y medios de información se relacionan significativamente con la morosidad del cliente; finalmente se concluye que más de la mitad de los clientes le atribuyen su morosidad a sus malos hábitos de pago y a su capacidad de pago.

Palabras claves: Estrategias de cobranza, morosidad, políticas de cobranza.

ABSTRACT

The present investigation entitled: "Collections strategies and their relation with the delinquency of the clients of the Piura Business Unit of the company Electronoroeste S.A. - 2018 "; with the purpose of determining if the collection strategies are related to the delinquency of the clients of the Piura Business Unit of the company Electronoroeste S.A. - 2018. The investigation was proposed from the quantitative approach, for its execution a type of descriptive-correlational study with a non-experimental design has been used. In order to obtain the information on the study variables, a sample of 380 users of the service was taken into account and whose characteristics are the debt of the energy service. The instruments used for the collection of the information were: the questionnaire to evaluate the collection strategies and the questionnaire to evaluate the delinquency. The data collected were processed statistically in an Excel database, the statistical package, SPSS v. Was used. 25. According to the results found, collection strategies are significantly related to the variable delinquency of the clients of the Piura Business Unit of the company Electronoroeste S.A .; the values reached in the correlation were $r: -.610$ and $\text{sig} .: 0.000$, accepting the hypothesis of the investigation; It was also evident that collection strategies: collection policies, user tracking and information media are significantly related to customer delinquency; finally it is concluded that more than half of the clients attribute their delinquency to their bad payment habits and their ability to pay.

Keywords: Collection strategies, late payment, collection policies.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial hay distintos modos y herramientas estratégicas para llevar a cabo las cobranzas, en Europa los centros empresariales alemanes se responsabilizan por cada deuda que mantienen, de ahí deriva su fama de pagadores extraordinarios, mientras que los mexicanos se caracterizan por evadir sus deudas, entonces, se dice que son malos pagadores (Terrell, 2011). Cepeda (2011) refiere que la Cooperativa Oscus Ltda. Pelileo, carece de prácticas que permitan gestionar las cobranzas, sumándole a dicha situación que no existen todos los datos necesarios sobre las personas morosas.

Delaire y Asociados (2012) refieren la existencia de tres estrategias ideales para las cobranzas usadas internacionalmente, por ende, recomiendan lo siguiente: Recompensas y castigos en la estrategia de cobranza, esta metodología brinda un descuento al pagador anticipado y penaliza a quien no cumple dentro de los plazos otorgados, entonces, existe un descuento de 2% para quien abone su pago entre los 2 primeros días; dejar de lado la terminología legal y hablar con claridad, debido a que es importante hablar con claridad ante el cliente, de modo que este sea consciente de su situación; negociar los términos de pago, se destaca entre las técnicas por su funcionalidad, porque hace posible los buenos tratos con los clientes, quienes pagaran sus deudas, permitiéndole a la empresa planificarse a largo plazo.

Las estrategias de cobranza desde la perspectiva de Ettinger y Goliet (2000), son fundamentales si se espera consolidarse como empresa que ofrece créditos en sus ventas, independientemente del rubro de la empresa, su funcionalidad está en base al ciclo y regularidad con la que se reinvierte el capital. Estudios realizados por Oto (2011), informan que un número considerable de centros empresariales eléctricos ecuatorianos carecen de protocolos de ejecución para el sector financiero, con respecto a las reducciones de clientes morosos, por ende, es menester el planteamiento de estrategias; por último, lo que se propone presenta instrumentos y herramientas técnicas y financieras con la finalidad de contribuir a una gestión cultural y funcionalmente apropiada, asegurando que el estilo inversionista se recuperara, será más estable y funcionara sustentablemente.

Según indagaciones de Ruano y Salas (2006), acerca de factores que determinan los comportamientos de la ratio de morosidad agregada dentro de los centros empresariales no financieros españoles entre los años 1992-2003 partiendo de dos enfoques distintos. El enfoque número uno está basado en la desintegración factorial de las variaciones interanuales de la ratio de morosidad agregada empleando los datos informativos acerca de cada riesgo de los centros no financieros extraídos de información de la CIR. El segundo sugiere modernizar empíricamente cada decisión tomada dentro del centro empresarial respecto a la morosidad, a fin de lograr que las decisiones se relacionen con las variantes recogidas por la situación económico-financiera dentro de los centros. Aquí, cada estimación parte de los datos informativos contenidos en un panel incompleto con muchas anotaciones respecto a un grupo muestral de centros empresariales no financieros españoles (p.32).

Según Nieto (2014) la morosidad viene a ser el hecho y consecuencia de realizar una cobranza, recibiendo tangibles monetarios producto de contribuciones o deudas; Impuesto, gravamen, tributo o recogimiento de caudales. En el entorno nacional, los índices de morosidad para abril 2017 continúan aumentando en base a la información alcanzada por ASBANC, sobre todo a consecuencia de atrasos en los pagos de créditos de los centros empresariales. Además, es menester tomar en cuenta el precio de los minerales, mismo que se viene esperando que se aprecie y con ello pueda incrementarse el PBI durante el resto del año; a medida que se mejoren los ingresos serán posible establecer una buena conducta de pago sosteniblemente. Además, es importante traer al caso las complicaciones a consecuencia del fenómeno del Niño, mismo que hasta los días en que se viene desarrollando esta investigación, trajo grandes consecuencias para el sector económico peruano debido a todo lo que se perdió, negocios perjudicados, muchos más gastos públicos, y demás. debido a estas razones, muchos centros bancarios, se mostraron comprensivos y razonables con las personas que sufrieron a causa del fenómeno del Niño brindando periodos de gracia incluso de 6 meses. Pese a que dichos desastres provocaron problemas económicos, es importante resaltar que una vez puestos en marcha los planes para reconstruir, modernizar y ampliar la infraestructura, también será posible alimentar la recuperación de la demanda interna e inversiones en tiempos venideros.

Aguinaga y Gastelo (2014) centro su investigación en el conocimiento del mejoramiento de estrategias para la Gestión en Epsel en Lambayeque llegando a concluir que, este centro empresarial presenta problemas al momento de gestionar el sector financiero, llegando a ser menos rentable y a disminuir su liquidez, a consecuencia de la acumulación de deudas por cobrar, aumento de inventarios, aparte del aumento en los gastos de ventas y cuentas por pagar crecientes; por ende, entre las medidas estratégicas se encuentra el planeamiento de una que otra inversión a fin de lograr que las redes crezcan, al igual que los pozos, la reestructuración de las secuencias operativas y de tipo comercial esperando garantizar muchas más facturaciones y optimizar la relación con los clientes desde las reclamaciones hasta la facturación. Esperando alcanzar la meta, fue menester analizar el interior del centro empresarial al igual que su exterior.

Según Sánchez (2013) encontró que la empresa WORLD´S TV SAC de Cutervo, en relación a la gestión presenta debilidades; no obstante estas vienen siendo trabajadas; dentro del área administrativa del recurso hay muchas complicaciones al momento de gestionar el capital humano, debido al incumplimiento de las proyecciones; en lo concerniente al área económica, cada vez disminuye más, afectando directamente al centro empresarial, respecto al nivel de morosidad, este ha ido aumentando ligeramente y para terminar respecto a la razón por la que el usuario muestra atrasos en los pagos refieren que se debe al estado inestable en el que se encuentra el país y por los problemas que han traído consigo las practicas mineras en la región Cajamarca.

La empresa Electronoroeste S.A. está situada en el Perú y se dedica a prestar servicios de electricidad, distribuye y comercializa energía eléctrica, el área de concesión que viene abarcando alcanza los 644.40 km², llegando hasta Piura y Tumbes; tiende una lista de 481 mil usuarios razón por la que ha sectorizados sus puntos de servicio en 6 Unidades de Negocios: Piura, Paita, Talara, Sullana, Tumbes, Chulucanas y un Servicio Mayor: Sechura. Esta organización perteneciente al sector público es de derecho privado de la Corporación FONAFE, formada a modo de Sociedad Anónima el 2 de Setiembre de 1988. Su principal objetivo se concentra en la distribución y comercialización de la energía eléctrica en su área de concesión autorizada, ocupándose de Piura, Sechura, Sullana, Paita, Talara, Ayabaca,

Huancabamba y Morropón, del departamento de Piura; y Contralmirante Villar y Zarumilla en Tumbes.

En los últimos 3 años el centro Electronoroeste S.A. ha sido blanco de reducciones concerniente a su rentabilidad, a consecuencia del aumento de la cifra de personas morosas en diversas Unidades de Negocio, y es justamente Piura el sector donde hay más morosos; siendo así que, se dio paso a la preocupación debido a la cantidad de dificultades dentro del centro empresarial, dado que es menester el uso de diversas medidas estratégicas a fin de contrarrestar los problemas surgidos, a fin de disminuir el endeudamiento y lograr el aumento de la rentabilidad empresarial.

Ha sido posible analizar los estudios presentados a continuación: en el plano internacional, Oto (2011) denominada: “*Modelo de Gestión Financiera y Reducción de Morosidad en el Departamento Financiero de la Empresa Eléctrica Riobamba S.A*” en Ecuador. Buscaba realizar el diseño de un Modelo de Gestión Financiera que buscaba disminuir la morosidad dentro del área financiera del centro empresarial eléctrico Riobamba S.A. esta exploración científica fue cuantitativa, descriptiva-correlacional. Contó con la participación de 151 clientes. Fue pertinente encuestar a cada cliente, directivo y empleado perteneciente al centro evaluado y además se aplicó una guía de entrevista al Gerente. entre los principales problemas se destacó la ausencia de un Modelo de Gestión Financiera en el sector de finanzas, la cual fue generada debido al cumulo de valores por cobrar respecto a la cartera caducada, tal y como refieren las personas entrevistadas, los cuales indican la inexistencia de un modelo de Gestión Financiera. En cuanto a la opinión del cliente según la encuesta, resaltar el mal trato que les brindan los empleados del centro empresarial cuando se acercan al sector de ventanilla a fin de pagar, razón por la que terminan acogiéndose a otros métodos brindados por el centro empresarial a fin de actualizar su estado de pago.

En el plano nacional Morales y Vargas (2017) en su proyecto investigativo denominado: “*Identificar los factores externos y su influencia en los índices de morosidad en una empresa comercializadora de productos de electricidad: estudio de caso, 2016*”. Buscaba señalar cada factor que influye en el nivel de morosidad en un centro comercializador de electricidad. Esta indagación fue cuantitativa, de tipología

descriptivo-correlacional, y no experimental. Contó con la participación de 51 empresas. Esperando recoger la información necesaria fue pertinente aplicar la encuesta a los gerentes a cargo de dichas empresas. Los resultados lograron demostrar que el nivel de morosidad del usuario recibe una influencia en primer nivel por la variante Capital (línea de crédito, pequeño: el 50% de valor de crédito, mediano: el 60% del crédito, grande: 80% de crédito), seguido de la variante Colateral (Condiciones de pago: pequeño: 30 días útiles, mediano: 45 días útiles, grande: 60-90 días útiles) y la variante Carácter (hábitos de pago: pequeño: 100%, mediano: 95%, grande: 90%) misma que viene afectando el nivel de morosidad de los mismos.

La exploración científica realizada por Coronel (2017) denominada: “*Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera mi Banco- Jaén 2015*”. Buscaba señalar el modo en que inciden las medidas estratégicas de cobranzas en la disminución de morosidad dentro del centro financiero Mi Banco - Jaén. Esta exploración fue descriptiva correlacional, y no experimental cuantitativa, donde fue menester aplicar una encuesta con la escala de Lickert (21 reactivos), misma que se diseñó especialmente pensando en la funcionalidad que puede tener dentro del centro financiero Mi Banco, al igual que la correlación existente entre las variantes en cuestión. Una vez analizado cada resultado obtenido respecto a la confiabilidad de la variante estrategias de cobranza, empleando el Alfa de Cronbach se determinó un .801, siendo posible indicar que cuenta con total confiabilidad, lo mismo para la variante morosidad que alcanzó un .792 siendo este también confiable. Finalmente, fue posible concluir que si se espera que Mi Banco alcance un resultado favorable, es menester la modificación en de algunas cosas transcendentales en la organización, al igual que el implemento de medidas estratégicas para cobrar y así aminorar la morosidad; existiendo relación altamente significativa entre las variantes en cuestión.

Gracias a la investigación que realizó Chino (2017) denominada: “*Políticas para disminuir la cartera morosa y propiciar la generación de una mayor rentabilidad en la Empresa Regional de Servicio Público de Electricidad-Electro Puno S.A.A. periodo 2014-2015*”. Donde se esperaba llevar a cabo la evaluación de la cartera morosa de los clientes de servicios eléctricos y la manera en que incide en la rentabilidad. Esta exploración fue cuantitativa, descriptiva, no experimental. Esta indagación buscaba

analizar el centro empresarial Electro Puno S.A.A. (Oficina Regional) por lo que se evaluó la facturación del periodo de investigación 2014 y 2015, la muestra poblacional. Después de analizar cada resultado es posible sostener que: La cobranza de cartera morosa en cada periodo se cobra alrededor de 81% y se deja de cobrar 19%; en el 2014 el mayor índice de morosidad alcanzó 19.70%, recaudando 80.30% de todo lo facturado; por otro lado, en el 2015, el mayor índice de morosidad alcanzó un 24.04%, recaudando solamente un 75.96%, entonces, viene reflejándose el de morosidad en lo concerniente al 2014. En base a las cifras analizadas, la rentabilidad se encuentra en un nivel bajo y el centro empresarial carece de estrategias adecuadas que le permitan disminuir la morosidad, no se recupera la cartera pesada de usuarios a quienes se les anuló la situación de 8 meses a más meses de deuda, y deudas que sobrepasan los doce meses de difícil recupero, lo que afecta de manera directa el hecho de recaudar ingresos, a causa de la despreocupación de deudas pasadas, además carecen de empleados capacitados, solamente actúan en caso de presentarse alguna situación en especial, los gastos operativos, los costos y las cuentas por cobrar van aumentando con el paso de los años; consecuentemente, las cobranzas son escasas y el índice de morosidad alto. Otra situación alarmante es que el centro empresarial no emplea métodos tecnológicos modernos, para implementar el sistema de energía prepago con un medidor electrónico de tarjeta recargable, para que los clientes paguen previamente el servicio y así disminuir la morosidad a cero, haciendo una reducción del costo operacional dejando atrás el problema de las cuentas por cobrar; en el plano internacional, los centros empresariales que han puesto en práctica este método lograron un mejor resultado beneficiándose a si mismo a los usuarios.

Nole (2015) en la exploración científica a que tituló: “*Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad de pagos de servicios en la zonal Ferreñafe de la Entidad Prestadora de Servicios de Saneamiento de Lambayeque S.A.-2015*”. Pretendía señalar el modo en que se relacionan las estrategias de cobranza con la morosidad de pagos del servicio en EPSEL S.A. Ferreñafe. Este proyecto investigativo fue descriptivo-correlacional-propositivo. Así mismo fue cuantitativo-no experimental y de metodología analítica. Fue pertinente emplear dos encuestas, la primera para el personal, mismos que fueron 50 y la segunda para el sector de clientes, llegando a sumar 312 de los mismos, misma que al mismo tiempo fue sometida a la encuesta por decretarse típica.

A fin de corroborar si el cuestionario es fiable cada dato informativo se procesó dentro del programa SPSS versión 21, emitiendo total confiabilidad (,769). Asimismo, el coeficiente de correlación de Pearson logró arrojar un (,719) indicando que las Estrategias de cobranza mantiene una relación altamente significativa con la Morosidad de pagos de servicios en EPSEL S.A. Ferreñafe; los programas Word y Excel 2013 fueron utilizados en el procesamiento y ordenamiento de datos. Por último, fue posible concluir afirmando la existente de Estrategias de cobranza y la Morosidad de pagos de servicios en EPSEL S.A. Ferreñafe; recomendando el planeamiento de medidas estratégicas que permitan realizar adecuadamente las cobranzas y así mejorar el nivel de morosidad de pagos de servicios en EPSEL S.A. Ferreñafe.

Referente a la exploración realizada por Silva (2014) que lleva por título: *“Incidencia de la gestión de cobranza y la morosidad de los usuarios en el estado de resultados de Electro Puno S.A.A.-Sucursal Puno, periodo 2014”*. Buscó realizar un análisis y evaluación del estado real de Electro Puno S.A.A. en términos de gestión de cobranza, morosidad del usuario e indicar cómo inciden en el Estado de Resultados, periodo 2014. Esperando concretar cada objetivo planteado fue menester emplear una metodología descriptiva y analítica, a fin de recolectar la información fue conveniente emplear el análisis documental, la observación directa, aplicar la encuesta y métodos que permitan procesar la información obtenida. La agrupación poblacional estuvo conformada por 6,109 personas morosas, endeudadas durante 2 a 8 meses y el grupo muestral estuvo conformado por 67 personas morosas. Gracias a la exploración fue posible demostrar que la gestión de cobranza no logra que los clientes abonen por los servicios oportunamente, y entonces, las cifras obtenidas una vez finalizado el periodo 2014 la empresa Electro Puno S.A.A. tiene 6,109 clientes morosos con una deuda de S/ 948,353.56; por último, se logró concluir indicando la necesidad de que se implementen algunas estrategias después de la presentación del proyecto investigativo.

En el plano local, la exploración científica propuesta por Calle (2017) denominado: *“Factores determinantes de la morosidad en los créditos grupales SUPER MUJER, de la Financiera Compartamos, Piura-año 2017”*. Buscó determinar la morosidad de los préstamos colectivos Súper Mujer, de la Financiera Compartamos, Piura-año 2017, la indagación fue cuantitativa, de tipología descriptiva y no experimental debido a la

carencia de manipulación alguna de las variantes, contó con un grupo poblacional de 350 usuarias que accedieron a préstamos brindados por la Financiera Compartamos en Piura en la modalidad de Créditos Súper Mujer, siendo un grupo muestral que asciende a 183 clientes, siendo una muestra elegida de manera no probabilística intencional. La información se levantó mediante compuesta por 4 dimensiones y compuesta por 22 reactivos. La información se procesó empleando el software SPSS Static 23. Entre los resultados se afirmó que la financiera Compartamos presenta un comportamiento de amplia flexibilidad en la facilitación de préstamos a las integrantes de la agrupación Súper Mujer, a consecuencia de las políticas de crédito impartida por la misma a los consumidores, en pocas palabras, el desacierto de trabajar con un gran grupo en el mercado convirtiendo sus políticas de crédito en simples y carentes de complejidad, por lo que terminan asumiendo un alto riesgo, e incluso llegando a estar muy cerca del final de su funcionamiento, puesto que más adelante es posible que la financiera posea cuentas impagadas e imposibles de cobrar, las cuales terminarán representando grandes pérdidas financieras.

Respecto a las teorías relacionadas, esta exploración científica está desarrollada basándose en 2 variantes: las estrategias de cobranza y la morosidad; las cuales serán explicadas a detalle en la siguiente parte.

Estrategias de cobranza

Portas (2003), se refiere a la cobranza, señalando que se trata de la suma total de cada operación necesaria a fin de lograr la transformación de activos exigibles documentados o no en activos líquidos. Entonces, la cobranza viene a ser una secuencia dotada de formalidad que permite los tramites de cobro de las cuentas.

La estrategia viene a ser la suma de movimientos encaminados a conseguir ventajas competitivas sostenible en el tiempo y defendibles ante los competidores, por medio de la adecuación entre el recurso y la capacidad empresarial y el ambiente donde se desarrollan las operaciones esperando cumplir con las pretensiones de las agrupaciones que participan en la misma (Munuera y Rodríguez, 2007, p.33).

Ettinger y Goliet (2000), la estrategia de cobranza se distingue como imprescindible si se desea consolidar algún centro que ofrece créditos en sus ventas, sin importar su rubro, sus utilidades van a depender específicamente del ciclo y la continuidad de inversiones (p.293).

La estrategia de cobranza viene a ser la continuidad sensata de brindar al girado una documentación a fin de que pueda pagarlos o pueda aceptar el pagaré, letras de cambio, documentación de embarque u otra denominación de valor (Del Valle, 2001, p.41). básicamente se trata de un reglamento, una normativa necesaria de establecer a fin de orientar las cobranzas aplicando correctamente cada procedimiento y técnica existente, lo que requiere el establecimiento de un sistema correctamente ordenado de cobranza y recuperación de cartera vencida donde se preste atención a la conducción rutinaria de las cuentas en gestión y se maneje especialmente, en pocas palabras, un sistema dotado de flexibilidad y adaptabilidad de cobranzas (Oto, 2011, p.43).

Con respecto a las técnicas de procedimientos de cobranza, Ettinger y Goliet (2000), indican algunas de ellas: Notificación por Escrito: se trata de enviar una carta formal, dirigida al cliente, exigiéndole pagar sus deudas contraídas. Llamadas Telefónicas: es posible que los centros llamen al cliente y le exijan que pague rápidamente. En caso de presentar explicaciones oportunas, la empresa evalúa brindarle la prórroga. Visitas Personales: expresa que se destaca entre las técnicas en el plano crediticio de consumidores, sin embargo, también es utilizada por uno que otro proveedor del sector industrial. Mediante agencia de cobranza: consiste en que un centro empresarial se encuentra en la capacidad de brindar las cuentas imposibles de cobrar a un centro especializado o abogados a fin de que sean quienes realicen la gestión de cobranza. Recurso Legal: se destaca entre las más estrictas dentro del área de cobranzas, y es la opción previa a la utilización de una agencia de cobros.

El objetivo de la cobranza, según Villaseñor (1996), es lograr que se cumpla puntualmente con cada obligación adquirida y de esta manera lograr que las empresas mantengan un nivel económico estable. Tomando en cuenta los intereses del centro, puede efectuar la cobranza, considerando la recuperación de la deuda dejando de lado

el costo de la cobranza o decide recuperar la deuda en forma tolerable, conservando al cliente.

La estrategia de cobranza debe reunir tres requisitos, según Molina (2005).
Adecuada: Indica que el trato hacia los clientes no puede ser igual para todos, debido a que, en una empresa, no todos los clientes actúan de igual manera. En caso de que los clientes presenten atrasos al momento de pagar, no se puede cometer el error de amenazarlo recurriendo a abogados, pues, esta situación podría acarrear, que se pierdan como clientes. Asimismo, el grado de presión y las acciones para realizar la recuperación de la deuda, depende del tipo de cliente que se trate, viéndose influenciada por la relevancia social, económica o política del cliente, cualquier exceso que se cometa, podría generar graves problemas en los niveles más altos al interior del centro.
Oportuna: normalmente los clientes pueden tener pasivos en varias empresas y por ello, en un determinado momento, sus compromisos financieros rebasen su capacidad de pago. Por esta razón, es importante que las cobranzas se efectúen al momento señalado, dado que, de realizarse después, es posible que el uno que otro cobrador llegue antes gastando los recursos a disposición para cubrir sus otros pasivos. Y Completa: Se refiere a que el departamento de Crédito y Cobranzas es responsable de la recuperación total de la cartera del centro. frecuentemente el cliente deje pendientes de pago partidas de mediano o pequeño importe, esperando que, después estas sean olvidadas o simplemente se cancelen. Asimismo, es muy común que se dé mayor importancia al cobro de las deudas de mayor monto, y las de menor se van acumulando y en algún momento se convierten en incobrables, cargándolas a los resultados de la empresa.

Con respecto a los medios de cobranza, muy frecuentemente son realizados mediante estos pasos: recordatorio, insistencias o persecuciones, acciones o decisiones imparciales. Es importante aplicar técnicas acordes a la actividad realizada según esta; no obstante, previo al inicio del proceso de cobranzas, es menester que en toda práctica de control existan envíos mensuales de estado de cuentas al deudor y recordatorios del departamento de cobranza (Pérez, 2015)

Concerniente a las dimensiones de las estrategias de cobranza son propuestas por Ettinger y Goliet (2000) y se consideran las siguientes como importantes para el estudio: La política de cobranza: se trata de la suma de cada procedimiento aplicado por cada

empresa a fin de cobrar las cuentas una vez vencidas. Esta puede ser evaluada en base a la cantidad de usuarios de tipo insolvente o incobrable.

Seguimiento al usuario: hace posible la evaluación de cómo impacta su labor respecto al plan de acción y de estrategia. A fin de ver resultados en esta técnica, es menester que se planifique oportunamente. Es de utilidad a fin de seguir una orientación laboral y hace posible que el área administrativa reconozca si hay errores en el proceso (Urzúa 2004; citado por Espinoza y Van de Velde 2007,15).

A fin de cumplir lo esperado, dentro del departamento de cobranza es menester que se presione ligeramente al cliente invitándolo a pagar de manera oportuna, no solamente debido a las complicaciones ocasionadas cuando hay demora, sino porque el cliente que paga oportunamente adquiere mayor capacidad de compra, aumentando así las ventas del centro empresarial. (Vega, 2001, p.18)

Medios de información de cobranza: Según Moya (2013), hace referencia a cada instrumento útil para materializar los pagos de las transacciones económicas, el cual puede corresponder a la compra-venta de mercancía o a contraprestaciones de algún servicio entre individuos físicos o jurídicos que residan o no dentro del país (p.27).

Morosidad

Desde la postura de Aguilar y Camargo (2002), la morosidad viene a ser una situación inesperada al interior de las empresas, la cual va repercutiendo en las pretensiones de cobranzas, cerrando los ingresos financieros del centro empresarial, disminuyendo la liquidez y capacidad de afrontamiento de compromisos de pagos, dejando a las empresas sin solvencia. Respecto al acápite anterior, las consecuencias de la morosidad se presentan como catastróficas dentro de varios sectores del centro y muchas veces logran prolongarse con el paso del tiempo. Las ausencias de pagos van generando moras, y asimismo daños dentro del sistema de acreedores (p.51).

Coral (2010), refiere que al no concretarse los pagos surgen las moras, provocando ausencia de entradas monetarias, lo que desencadena circunstancias de falta de capacidad de afrontamiento de promesas de pagos.

La morosidad es la cartera pesada, debido al incumplimiento de pagos de usuarios; entonces se consolida como el efecto de malas prácticas en la gestión de cobranza, datos informativos, cada garantía, y un mal accionar administrativo; es menester prestarles atención a las clasificaciones de los deudores o cartera de créditos (Brachfeld, 2010)

Castañeda y Tamayo (2013) determinan que una persona morosa, es aquella que se ha retrasado o ha incumplido con los pagos, teniendo la información necesaria para saber cuándo se vencen estos. Recarte (2015), refiere que la morosidad es la ausencia de cumplimiento o desatención, sobre todo en los pagos de un monto debido o al devolver algún objeto. Por su parte, López (2015), determina que la morosidad es la práctica de los morosos, es el estado jurídico donde una persona llega a encontrarse en mora, en pocas palabras, es el incumplimiento de las obligaciones.

En base a las categorías de morosidad se encontró las siguientes y son explicadas por Vera (2000). Categoría Normal: El análisis de flujo de fondos lograr señalar a los deudores como capaces de ocuparse de modo holgado de un compromiso financiero, con bajo nivel concerniente a las deudas adquiridas y una adecuada estructura del mismo referente a su disposición para la generación de utilidades. Categoría con problemas potenciales: es capaz de ocuparse de cada compromiso adquirido, no obstante, hay circunstancias donde, sino existe un control o corrección oportuna, es posible que se comprometa la capacidad futura de pago de la persona; en otras palabras, incumple ocasionalmente y reduce sus pagos por más de treinta días. Categoría deficiente: frecuentemente no logra atender cada compromiso adquirido y sino corrige ese comportamiento, probablemente dichas complicaciones perjudicaran el centro empresarial del sistema financiero; en pocas palabras, sus circunstancias son débiles en el ámbito financiero y posee un nivel de flujos de fondos que hace imposible cumplir con cada pago adeudado, estando en la capacidad de sólo cubrir estos últimos. Su incumplimiento sobrepasa los 60 días. Categoría Dudoso: El análisis del flujo de fondos de los deudores muestra la escasa probabilidad de cumplir con cada compromiso financiero. Su incumplimiento sobrepasa los 90 días. Y Categoría Pérdida: Las deudas que se han incorporado en esta categoría son imposibles de cobrar. El incumplimiento sobrepasa los 120 días.

En escasas ocasiones, la morosidad de alto riesgo aparece intempestivamente, anteriormente el problema ha ido pasando por una fase primaria de gestación la misma que es posible de detectarse de manera oportuna recogiendo y analizando cada indicador y otra información. Generalmente, los morosos dan señales de alerta en su comportamiento, anunciando los futuros impagos (Brachfield, 2012).

Desde otra apreciación, Cortés (2011) señala la existencia de una que otra señal proveniente de la fuente interna del mismo centro y de usuarios y abastecedores ordinarios. La red de comercio se destaca entre las fuentes de datos más accesibles que por lo general se infrautilizan (p.286).

De acuerdo con Brachfield (2008), los tipos de morosos existentes son: Los clientes mal informados, los que han tenido impagos técnicos, aquellos han bloqueado el pago, los deudores fortuitos, los que presentan solvencia y liquidez, no obstante, ejercen una mala administración, la clientela sin planificación, los deudores negligentes, el moroso habitual, el moroso en circunstancias críticas, los morosos profesionales y los defraudadores.

La morosidad presenta 2 efectos en especial: el efecto dominó y la espiral de la morosidad. Efecto dominó: según Sahuquillo (2012) tienen lugar en caso de que la Administración Pública carezca el recurso y liquidez necesaria a fin de enfrentar el pago de sus deudas, generando que el acreedor, debido a los impagos de la administración, consecuentemente presente complicaciones para enfrentar los pagos que le corresponden y así de manera sucesiva. Espiral de morosidad: según Rivas (2014) el efecto espiral se basa en el retraso exclusivo de pagos de un cliente en la cadena comercial.

Según Brachfield (2014), existen varias condicionantes que dan origen a la morosidad:

La coyuntura económica: es uno de los factores que logra afecta de manera directa al desarrollo o fracaso de la morosidad. En casos críticos, lógicamente las deudas sin pagar aumentarían y, por ende, la tasa de morosidad.

El sistema financiero: ejerce una influencia directa debido a que el incremento o retroceso de la morosidad obedecerá a la mayor o menor cifra de créditos facilitados por las financieras, al igual que la tipología de intereses. En caso de que las financieras terminen afectadas debido al estado económico nacional, se verán obligadas a recurrir a la disminución de la cifra de créditos y al aumento de la tipología de interés, provocando complicaciones de liquidez en el usuario, que pudiera desencadenar el incremento de la morosidad.

Las Administraciones Públicas: en caso de que las administraciones presenten retrasos en los pagos de sus créditos, ocurre el efecto dominó, en pocas palabras, esos retrasos traerán como consecuencia que los centros empresariales acreedores se retrase en sus pagos y así de manera sucesiva.

El mercado y la competencia: en caso de que dentro del mercado la oferta aumente frente a la demanda, el sector proveedor tiene menor capacidad de reclamo de pagos, es imposible que presente una actitud de exigencia y los riesgos aumentan. Si la demanda superase la oferta, la parte de proveedores podrá negociar mejor, pudiendo gestionar pagos anticipados. En relación a la competencia, si esta actúa lealmente, cabe la posibilidad de enfrentar a los morosos en forma conjunta.

El sector económico y el subsector: las costumbres de pagos dentro del área económica ejercen una influencia en el aumento o disminución de la morosidad. Existen subsectores, donde debido a la buena organización y seriedad de sus clientes no existe morosidad, deponiendo de forma inmediata a quienes de forma continua se retrasan en los pagos.

La cultura del pago en la empresa: se refiere al comportamiento generalizado del medio social y de centros empresariales, mismo que va a generar escases de cumplimiento continuo de pagos de las deudas en plazo. Muchas veces es ese el factor principal de origen de la morosidad.

El tejido empresarial: la mala organización de los centros empresariales, al igual que la desastrosa estructuración del sector financiero dentro de los mismos, se consolida

como un factor determinante de la morosidad. En muchos países el tejido empresarial está conformado por microempresas y centros empresariales reducidos que carecen del recurso.

El marco legal: frente a circunstancias donde no se paga, en escasas ocasiones el empresario o proveedor acuden a los tribunales a fin de solicitar el pago de la deuda del cliente. En España aproximadamente un escaso 23% emprende acciones legales ante Jueces y Tribunales a fin de exigir que se paguen las deudas, esto debido a la lentitud de procedimientos que caracteriza al sistema judicial español, lo cual implica que puedan pasar muchos años para que se dicte la sentencia de obligación del pago.

De todos estos factores, la cultura del pago, el tejido empresarial y el marco legal, son los principales determinantes de la morosidad. La morosidad se consolida como uno de los fenómenos cuyas consecuencias no son las mismas en todos los centros empresariales, de acuerdo con Brachfield (2014), los principales factores influyentes en su impacto son:

- La dimensión de la deuda y empresa: lógicamente, los centros empresariales pequeños son más afectados ante la escasez de cumplimiento de pagos de los usuarios. Los centros empresariales de mayor categoría también se ven afectados, no obstante, las consecuencias son menos perjudiciales, debido a sus recursos, liquidez y sus riesgos están más diversificados. Los centros empresariales pequeños, al sufrir por los impagos de una suma monetaria considerable pueden terminar atravesando una situación muy crítica, debido a esto, es importante que tomen sus precauciones al momento de brindar un préstamo o crédito y deben realizar el cobro de facturas con rigor temporal.

- Los tipos de interés: la escasez de cumplimiento de las deudas presume a las empresas mayores costos financieros, porque terminan obligados a cubrir durante más tiempo las deudas de los usuarios. Además, si los tipos de interés son elevados, la morosidad incrementa el costo de la empresa.

- El mercado: una empresa que tenga la capacidad de enfrentar la escasez de pago del cliente moroso rápidamente podrá consolidarse mejor dentro del mercado, será capaz de ejecutar acciones con otros usuarios con mayor solvencia a fin de equilibrar de

manera compensatoria el retraso del pago de otros, y va a depender de la disposición de mercados.

– El margen comercial: la morosidad trae consecuencia en el margen de beneficio de las empresas, porque trae pérdidas de los costos de los productos o servicios prestados, siendo este un valor irrecuperable. La escasez de pago de las deudas dentro de las empresas viene a ser un golpe que proviene de la inversión realizada para los productos o servicios prestados. A fin de conocer exactamente el valor de las pérdidas derivadas por el comportamiento de los morosos, es menester que se sume a dicha cifra el coste del recurso que empleo el centro para financiar el crédito que se adeuda. Los centros empresariales con márgenes sobre ventas pequeños deben poner más cuidado, debido a que las repercusiones serán mayores en su Estado de Resultados.

Asimismo, las dimensiones de la morosidad son:

Hábitos de pago: se refiere al proceder de las personas para comportarse de una manera diferente de lo natural, pese a que no está en contra de la misma (Aspe y López, 1999, p.55). Además, los hábitos de pago son aquellas actitudes de las personas constantemente, y la relación con el consumo es determinada partiendo de sus costumbres de adquisición y consumismo; se refiere a los hábitos de pagar a tiempo sus facturaciones, falta de compromiso del cliente, cancelar otros saldos de deuda y/o falta de tiempo para el cumplimiento de responsabilidades. (Mejía y Arboleda, 2004, p. 59)

Condiciones de pago: hace referencia a cada termina de pago acordado por parte de los vendedores con sus compradores producto de intercambios comerciales. Es menester que se incluyan al interior de las factoras; asimismo, tratan de los términos concernientes a toda condición por parte del centro empresarial a fin de que el usuario concrete cada pago; donde están incluidos los errores de facturación, escases de centros de pagos, falta de información sobre los servicios, falta de coherencia en los pagos e injusticia debido al aumento de consumo sin razón (Núñez, 2001, p.16-20)

Capacidad de pago: disposición para enfrentar el vencimientos de los pagos que se avecinan, es posible, hace un cálculo, quitando al dinero que ingresa el monto de cada gasto e importe destinado a los servicios de deudas (capital más réditos); esta dimensión

trata del estado de los usuarios y sus circunstancias para enfrentar los compromisos financieros a los que están sujetos, incluyendo ingresos mensuales familiares, endeudamiento adicional familiar y escases de dinero para cumplir con las obligaciones financieras (Núñez, 2001, p.16-20)

De lo descrito líneas arriba, se ha formulado la siguiente Pregunta general: ¿Existe relación entre las estrategias de cobranzas y la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018? Y como preguntas específicas: ¿En qué medida las políticas de cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018?, ¿De qué forma el seguimiento al usuario se relaciona con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018?, ¿De qué manera los medios de información de cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018?

El presente estudio se justifica por los siguientes aspectos: de manera teórica, dado que la información encontrada hará posible el refuerzo del nivel teórico conceptual, respecto a las variantes en cuestión. Este proyecto investigativo hace posible el alcance de datos que posibilitan apreciar un problema tanto en la empresa Electronoroeste S.A. al igual que en varias entidades peruanas, donde ambas variantes serán un referente útil a favor de próximas averiguaciones dentro de poblaciones similares. En el área metodológica, este estudio goza de importancia dada su utilidad para el conocimiento de la relación entre las variantes anteriormente mencionadas. Entonces, se aplicará el método científico a fin de desarrollar el estudio, a través de cada problema, objetivo e hipótesis. Se procederá al recogimiento de datos informativos, mismos que serán analizados a fin de lograr el contraste de las hipótesis planteadas. A nivel práctico, cada resultado hará posible el planteamiento de recomendaciones útiles para Electronoroeste S.A.; de la misma manera, será muy beneficioso para el personal de este centro empresarial. A nivel social, esta exploración científica goza de relevancia, porque beneficiará a las gerencias, personal de centros empresariales, clientes, dado que facilitará información sobre la relación existente entre las variantes en cuestión.

Después de la revisión teórica se ha formulado la siguiente hipótesis general de investigación: Las estrategias de cobranzas se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018 y como hipótesis específicas: **H₁**: Las políticas de cobranza se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018, **H₂**: El seguimiento al usuario se relaciona significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018, **H₃**: Los medios de información de cobranza se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.

El objetivo general formulado es el siguiente: Determinar si las estrategias de cobranzas se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018. Y como objetivos específicos: Identificar si las políticas de cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018, Establecer si el seguimiento al usuario se relaciona con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018, Identificar si los medios de información de cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

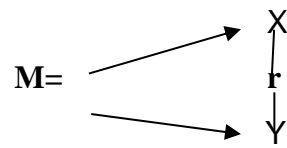
Esta exploración fue cuantitativa, porque desea corroborar cada supuesto establecido en la misma, fue pertinente emplear métodos estadísticos a fin de recoger la información esperada, (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010, p.44), afirman que todo estudio cuantitativo recaudan datos esperando confirmar las hipótesis, priorizando la medición mediante cálculos numéricos y la estadística, a fin de indicar los modelos conductuales y confirmar uno que otro postulado esta exploración se orienta a presentar cada resultado mediante métodos estadísticos, y así mismo confirmar las hipótesis investigativas.

Esta indagación científica fue no experimental, porque se abstiene de crear alguna situación, solo se reduce a apreciar el fenómeno presente, sin provocar intencionalmente nada (Hernández *et al.*, 2010, p.152). entonces, el responsable de investigar se mantiene al margen de cualquier manipulación a ninguna variante, observando el panorama, esperando detallarlo después.

Nuestra exploración fue descriptiva - correlacional transversal. partiendo de la apreciación de Hernández *et al.* (2010), los proyectos correlacionales analizan la manera en que se correlacionan las variantes (p.93).

Asimismo fue transversal o transeccional debido a su búsqueda por explicar cada variante y encontrar la manera en que inciden y se asocian, entonces, ambas variables fueron correlacionadas (Hernández *et al.*, 2010, p.54).

El esquema es descrito a continuación:



Dónde:

M = Usuarios

X = Estrategia de cobranza

Y = Morosidad

r = Relación

2.2 Operacionalización de variables

2.2.1. Variable

V 1: Estrategia de cobranza

- Políticas de cobranza
- Seguimiento al usuario
- Medios de información de cobranza

V 2: Morosidad

- Hábitos de pago
- Condiciones de pago
- Capacidad de pago

2.2.2. Variables, operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/ Escala
Estrategia de cobranza	Ettinger y Goliet (2000), la estrategia de cobranza viene a ser una acción como políticas de cobranza, seguimiento a los clientes y canales de información a fin de realizar las cobranzas empleadas por los centros empresariales y que se distinguen como imprescindibles si se desea consolidar algún centro sin importar su rubro, sus utilidades van a depender específicamente del ciclo y la continuidad de inversiones	Se trata de cada acción de cobranzas, por ejemplo, políticas de cobranza, seguimiento a los clientes y canales de información realizados por la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.; para lograr el pago de la deuda de los usuarios y se mide a través del cuestionario que evalúa las 3 dimensiones.	Políticas de cobranza	<ul style="list-style-type: none"> • Personal a disposición • Facilidades de pago. • Requisitos de pago. • Campañas de beneficios. • Prórrogas. 	Encuesta - Cuestionario
			Seguimiento al usuario	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas domiciliarias • Personal capacitado. • Información sobre fraccionamientos. 	
			Medios de información de cobranza	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de correos • Llamadas telefónicas • Vista del personal • Comunicación con documentos. 	

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento/ Escala
Morosidad	López (2015), determina que la morosidad es la práctica de los morosos, es el estado jurídico donde una persona llega a encontrarse en mora, en pocas palabras, es el incumplimiento de las obligaciones.	Ausencia de cumplimiento en los pagos y es medida mediante el cuestionario que evalúa las 3 dimensiones.	Hábitos de pago	<ul style="list-style-type: none"> • Paga antes de los vencimientos. • Descuido en sus pagos. • Falta de compromiso. • Pago de otras deudas. • Falta de tiempo para pagar. 	Encuesta - Cuestionario
			Condiciones de pago	<ul style="list-style-type: none"> • Errores de facturación. • Aumento del pago sin razón alguna. • Falta de centros de pago. 	
			Capacidad de pago	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso mensual. • Disminución de sus ingresos. • Otras deudas. • Negocio propio. 	

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1 Población

Suma de personas de las cuales se espera observar ciertos aspectos. Es menester que reúnan ciertos detalles requeridos por el investigador (Hernández *et al.*, 2010, p.55). el grupo viene a ser todos los usuarios morosos de Electronoroeste S.A. de la Unidad de Negocios Piura, del mes de noviembre 2018, llegando a sumar 31, 666 usuarios morosos.

2.3.2 Muestra

(Hernández *et al.*, 2010, p.57) Parte extraída de una agrupación fija, representativa de la misma, porque pertenece al grupo poblacional, destacando los detalles de mayor relevancia del mismo a favor de la exploración, En esta oportunidad el grupo muestral se tomó de manera probabilística mediante el uso de fórmula de poblaciones finitas.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Z^2 = Nivel de confianza 95%

P = Probabilidad de éxito 0.5

Q = Probabilidad de fracaso 0.5

N = Población 31, 666

E = Nivel de error (0.05)

$$n = \frac{(1.92)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times 31, 666}{(0.05)^2 \times (31, 666 - 1) + (1.96^2) \times (0.5) \times (0.5)}$$

$$n = 380$$

2.3.3 Muestreo

En este caso se trató de un muestro intencional, porque el instrumento aplicado durante los meses de noviembre y diciembre estuvo dirigido a 380 clientes con morosidad, los cuales se dirigieron a la oficina de Electronoroeste, ubicado en Piura

durante el tiempo mencionado y que estén en el grupo de personas morosas según la base de datos del centro empresarial en cuestión.

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

2.4.1 Técnica

Fue pertinente emplear la encuesta, la encuesta la cual es aquella secuencia realizada mediante interrogantes, que buscan conocer cada elemento perteneciente a una agrupación de personas, es menester que se use ya que aporta mucho a los proyectos descriptivos, debido a que observando es posible realizar un análisis sobre cada detalle del entorno, conductas, situación de empleo, interacciones y demás elementos de las personas. (Hernández *et al.*, 2010, p.70).

2.4.2 Instrumento

En esta ocasión se trató de un cuestionario, mismo que es la suma de interrogantes orientadas a recoger la información necesaria a fin de lograr las metas. (Hernández *et al.*, 2010, p.71).

Para mensurar las estrategias de cobranza, fue conveniente diseñar un instrumento con un total de 15 interrogantes, las cuales se distribuyen en 3 dimensiones: Políticas de cobranza (6 reactivos), Seguimiento al usuario (4 reactivos) y Medios de información de cobranza (5 reactivos); se utilizó como opciones de respuesta la escala de Likert 1 Nunca, 2 Casi nunca, 3 Algunas veces, 4 Casi siempre, 5 Siempre. (Anexo 1)

Esperando mensurar la variante morosidad, fue conveniente diseñar un instrumento con un total de 14 interrogantes, las cuales se distribuyen en 3 dimensiones: Hábitos de pago (5 reactivos), Condiciones de pago (5 reactivos) y Capacidad de pago (4 reactivos), se utilizó como opciones de respuesta la escala de Likert 1 Nunca, 2 Casi nunca, 3 Algunas veces, 4 Casi siempre, 5 Siempre. (Anexo 4)

2.4.3 Validez y confiabilidad

Validez:

Centrado en evaluar el grado en que los instrumentos evalúan la variante deseada. Entre los que más destacan se encuentra la face validity, mismas que puede describir el grado en que los instrumentos pueden evaluar la variante elegida, según las “voces calificadas”. (Hernández *et al.*, 2010, p.90).

En este caso, se consultó a expertos en la línea de investigación en lo concerniente a las variables en cuestión, a fin de conocer su juicio y recibir algunas recomendaciones

Confiabilidad:

Hace referencia al nivel de precisión de lo medido, de tal manera que en caso de aplicar una encuesta varias veces a la misma persona el resultado será el mismo (Hernández *et al.*, 2010, p.99). para este proyecto investigativo fue pertinente la realización de una prueba piloto, después pasamos al vaciado de información en el software SPSS versión 25 a fin de corroborar la confiabilidad Alfa de Cronbach, las cifras obtenidas se presentan a continuación.

Para el instrumento estrategia de cobranza, 15 preguntas: Alfa de Cronbach .973 (Anexo 2)

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.973	15

Para el instrumento de la morosidad, 14 preguntas: Alfa de Cronbach .966 (Anexo 5)

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.966	14

En base a las cifras e fiabilidad, los dos instrumentos son confiables y pueden aplicarse.

2.5 Procedimiento

Esta exploración científica ameritó la realización de las coordinaciones respectivas para poder realizar el estudio, se solicitó el permiso en la empresa y se coordinó para la

aplicación de los instrumentos, posteriormente a la aplicación se codificaron y vaciaron los datos en las tablas de Excel respectivos.

2.6 Métodos de análisis de datos

Todo dato recaudado se introdujo dentro de una base de datos que creo el responsable de la indagación, cada resultado fue expuesto en tablas de frecuencias absoluta, cada una con su respectivo gráfico. Esperando corroborar las hipótesis empleamos métodos estadísticos inferenciales mediante la correlación de Spearman por medio del programa SPSS versión 20 con un nivel de significación de 0.05 y los análisis de regresión lineal.

2.7 Aspectos éticos

Este proyecto investigativo ha cumplido con cada principio de ética, solicitando la autorización dentro del centro empresarial estudiado y posteriormente fue necesaria la venia de los usuarios a fin de brindarles una explicación sobre las pretensiones del instrumento a aplicarse.

III. RESULTADOS

Esperando recoger toda la información requerida se consideró pertinente emplear 2 cuestionarios, cuya estructura responde a la escala de Likert, con 5 opciones de contestación: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre, mismas que recibieron valores que oscilan entre 1 y 5; dado que la cifra promediada de esta escala alcanza los 3 puntos, valoraciones de 4 o 5 puntos refieren que cada aspecto evaluado se viene cumpliendo de algún modo, contribuyendo una valoración aceptable de la variante y cada dimensión correspondiente. Las cifras obtenidas serán plasmadas en la siguiente parte, donde primero se describirá el comportamiento de cada variante, y después se responderá a cada objetivo del proyecto.

Cada variante fue cualitativa ordinal, por ende, esperando establecer el estadístico de correlación se pertinente emplear la prueba de normalidad de datos Kolmogorov Smirnov; (muestra que excede los 50 elementos) inferior a 0.05 lo que indica que la información no posee una distribución normal, entonces, el estadístico de comprobación de hipótesis fue la prueba no paramétrica de Spearman.

Tabla 1.

Descripción de las estrategias de cobranza de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.

Gestión/Dimensiones (n=380)	Media	Desviación estándar
Estrategias de cobranza	3.3	.71
Políticas de cobranza	2.2	.55
Seguimiento al usuario	2.4	.59
Medios de información	2.1	.46

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios.

Interpretación

Cada resultado presentado en la tabla 1. muestra que la valoración promedio de las estrategias de que emplea la Unidad de Negocios Piura de Electronoroeste S.A., alcanza

aproximadamente 3 puntos, señalando que una percepción regular de las estrategias de cobranza aplicadas en el centro empresarial observado, desde la perspectiva del personal estudiado; concerniente a las dimensiones, es posible apreciar que las políticas de cobranza, seguimiento al usuario y los medios de información usados para cobrar, alcanzan un puntaje promedio de 2; indicando que gran parte de los clientes presentan disconformidad con los aspectos referentes a las estrategias de cobranza y refiriéndolas en la categoría que indica deficiencia, dado que incumplen las recomendaciones para cobrar los servicios.

Tabla 2.

Nivel de las estrategias de cobranza de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.

Dimensiones/Variable (n=380)	Ineficiente		Regular		Eficiente		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Estrategias de cobranza	75	19.7%	208	54.7%	97	25.5%	380	100.0%
Políticas de cobranza	195	51.3%	110	28.9%	75	19.7%	380	100.0%
Seguimiento al usuario	196	51.6%	122	32.1%	62	16.3%	380	100.0%
Medios de información	211	55.5%	115	30.3%	54	14.2%	380	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios

Interpretación

La tabla anteriormente presentada señala cada resultado de las estrategias de cobranza partiendo de la apreciación del usuario; es posible apreciar que solamente un 54.7% señala un nivel regular de las estrategias de cobranza, y los demás las califican afirmando que son eficiente e ineficiente. Haciendo un análisis de cada dimensión, es posible apreciar que las políticas de cobranza, el seguimiento al usuario y los medios de información, se califican como ineficientes por el 51.3%, 51.6% y 55.5%, respectivamente, por otro lado, pocos califican estos aspectos de la gestión afirmando su eficiencia y regularidad. Entonces vemos que el 50% de clientes participes de la evaluación muestran inconformidad con las políticas de cobranza empleadas por el centro empresarial, además, refieren la escasez de seguimientos a usuarios morosos y los medios de información empleados en la realización del cobro no son los indicados.

Tabla 3.

Descripción de la morosidad de los usuarios de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.

Variable/Dimensiones (n=380)	Media	Desviación estándar
Morosidad	3.4	.67
Hábitos de pago	3.3	.71
Condiciones de pago	4.2	.84
Capacidad de pago	2.9	.55

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios

Interpretación

Referente a los factores que posiblemente se asocien a la morosidad, fue posible apreciar una cantidad promediada de 3, indicando que el usuario de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A., en ocasiones se encuentra moroso debido a uno que otro factor, por ejemplo, hábitos de pago y capacidad de pago, mismos que alcanzaron un promedio de 3 en cada aspecto; en pocas palabras, el usuario refiere que e ocasiones se abstiene de cancelar su facturación debido a malos hábitos de pago e incapacidad monetaria para dicha cancelación. Respecto a las condiciones de pago, obtuvo un promedio de 4; indicando que su atraso casi nunca se debe a inconvenientes referidos al centro empresarial que proporciona los servicios de electricidad.

Tabla 4.

Nivel de los factores de morosidad de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.

Dimensiones/Variable (n=380)	Bajo		Regular		Alto		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Morosidad	117	30.8%	210	55.3%	53	13.9%	245	100.0%
Hábitos de pago	225	59.2%	121	31.8%	34	8.9%	245	100.0%
Condiciones de pago	62	16.3%	131	34.5%	187	49.2%	245	100.0%
Capacidad de pago	222	58.4%	100	26.3%	58	15.3%	245	100.0%

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios

Interpretación

Evaluando los factores de morosidad del usuario de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.; es posible apreciar a un 55.3% de clientes señalando que los factores de la morosidad son regulares; referente a dichos factores, un 59.2% del grupo evaluado consideró poseer bajos hábitos de pago, asimismo, 31.8% afirmó estar en un nivel regular; en cuanto a las condiciones de pago, 49.2% señaló como altas las condiciones de pago ofrecidas por el centro empresarial a fin de mantenerse al día, solamente un 16.3% señaló que esta dimensión es baja y por último, respecto a la capacidad de pago del usuario, el 58.4% y el 26.3% consideraron su capacidad de pago como baja y regular.

Contrastación de la hipótesis específica 1:

H₁: Las políticas de cobranza se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.

Tabla 5.

Correlación entre las políticas de cobranza y la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.

	Spearman	Hábitos de pago	Condiciones de pago	Capacidad de pago	Morosidad
	R	.035	.585(**)	.171	-.440 (**)
Políticas de cobranza	Sig.	.970	.000	.066	.000
	N	380	380	380	380

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios

Interpretación

El análisis de correlación refiere que las políticas de cobranza de la variable estrategias de cobranza mantiene una correlación moderada y negativa ($r=-0.440$) altamente significativa (Sig. <0.01) con la morosidad; respecto a la relación con sus dimensiones no se relaciona con los hábitos de pago y con la capacidad de pago; no obstante, si con

las condiciones de pago, estas cifras nos llevan a dar por aceptada la hipótesis de que las políticas de cobranza que se utilizan en la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A, ejercen una reducción en la morosidad de los usuarios.

Contrastación de la hipótesis específica 2:

H₂: El seguimiento al usuario se relaciona significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.

Tabla 6.

Correlación entre el seguimiento al usuario y la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.

	Spearman	Hábitos de pago	Condiciones de pago	Capacidad de pago	Morosidad
	r	.435(**)	.485(**)	.471(**)	-.630 (**)
Seguimiento al usuario	Sig.	.000	.000	.066	.000
	n	380	380	380	380

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios

Interpretación

El análisis de correlación refiere que la estrategia de cobranza, seguimiento al usuario, mantiene una correlación moderada y negativa ($r=-0.630$) altamente significativa (Sig. <0.01) con la morosidad y con sus dimensiones, llevándonos a dar por aceptada la hipótesis de que el seguimiento al usuario que pueda realizar la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A, si logra reducir la morosidad de los usuarios. Distinto sería el caso, sino se usará esa estrategia, porque significaría un incremento de morosidad.

Contrastación de la hipótesis específica 3:

H₃: Los medios de información de cobranza se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.

Tabla 7.

Correlación entre los medios de información y la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.

	Spearman	Hábitos de pago	Condiciones de pago	Capacidad de pago	Morosidad
	R	.489(**)	.428(**)	.425(**)	-.720 (**)
Medios de información	Sig.	.000	.000	.066	.000
	N	380	380	380	380

**La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios

Interpretación

El análisis de correlación indica que la estrategia de cobranza, medios de información, mantiene una correlación considerable y negativa ($r=-0.720$) altamente significativa (Sig. <0.01) con la morosidad y con sus dimensiones por lo que damos por aceptada la hipótesis de que la estrategia medios de información de cobranza que pueda realizar la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A, si logra reducir la morosidad de los usuarios, distinto sería el caso, sino se usara esta estrategia, porque eso significaría el incremento de morosidad.

Hipótesis general

Las estrategias de cobranzas se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.

Tabla 8.

Correlación entre las estrategias de cobranza y la morosidad de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.

	Spearman	Morosidad
	R	-.610(**)
Estrategias de cobranza	Sig.	.000
	N	380

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Cuestionario aplicado a los usuarios

Interpretación

La tabla presentada anteriormente demuestra la existencia de una correlación moderada, inversa directa ($r=-0.610$) altamente significativa (Sig. <0.01) entre las estrategias de cobranza y la morosidad. Estas cifras nos llevan a dar por aceptada la hipótesis de investigación, evidenciando que, en la medida que se planifiquen mejor las estrategias de cobranza dentro del centro empresarial sería posible la reducción de clientes morosos. Un caso distinto se daría, sino se usan adecuadamente, porque eso significaría el aumento de clientes morosos.

IV. DISCUSIÓN

Respecto al objetivo 1: Identificar si las políticas de cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018; en base a las cifras encontradas, es posible afirmar la presencia de una relación moderada, negativa directa entre las variantes en cuestión, llevándonos a considerar que mientras el centro empresarial presente personal calificado sobre el tema, brindar mayor facilidad de pago de acuerdo a la situación de los clientes, realice mejoras en su campaña de beneficios y otorgue prórrogas; contribuirá mucho más a la disminución de clientes morosos; no obstante, de no ser así, en base a las cifras obtenidas, es posible que la cantidad de clientes morosos aumenten como ya se ha registrado durante los últimos meses del año; de la misma manera, es posible evidenciar que los usuarios perciben de manera regular las políticas de cobranza del centro empresarial; destacando entre las principales características la falta de concordancia con su capacidad de pago y su consumo de energía.

Las cifras encontradas logran coincidir respecto a los colaboradores en la investigación de Oto (2014) mismo que en su exploración concluyó en base a las opiniones de los usuarios, que afirmaron la existencia de un mal servicio para parte de los empleados cuando se acercan al sector de ventanilla a ponerse al día con el pago de sus deudas, personal no calificado; obligándolos a optar por otras opciones del centro a fin de pagar sus deudas. En cuanto a las políticas de cobranza Ettinger y Goliet, (2000) viene representando cada secuencia aplicada por los centros empresariales a fin de cobrar cada cuenta adeudada al momento de su caducidad; mientras los centro empresariales posean políticas viables y consecuentes con las circunstancias del usuario, mayor será la posibilidad de disminución de los usuarios morosos; por lo que es necesaria la aplicación de facilidad de pago, campañas de beneficios, una que otra prórroga y disminución de documentos; entonces, la información mencionada no guarda relación con la realidad encontrada, porque pese a que la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A logre aplicar las estrategias que se han mencionado, dicha aplicación carece de eficiencia en base a las cifras estadísticas encontrados en el estudio.

Concerniente al objetivo 2: Establecer si el seguimiento al usuario se relaciona con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.; según las cifras estadísticas es posible afirmar la presencia de una relación moderada, negativa altamente significativa; de la misma manera se puede afirmar que la estrategia seguimiento del usuario se relaciona con las dimensiones hábitos de pago, condiciones de pago y capacidad de pago del usuario; lo que permite contemplar que mientras más se use esta estrategia; se visite personalmente a los clientes, se les llame por teléfono, se brinde información acerca de fraccionamientos y se busque mayor cercanía con los usuarios, mayor será la posibilidad de la disminución de clientes morosos; cabe resaltar, que debe indicarse que más del 50% de la lista de usuarios vienen refiriendo la ineficiencia del uso de esta estrategia por parte del centro empresarial en cuestión; no obstante, también es importante recalcar que ellos han demostrado hábitos de pago de nivel regular, uniendo estos dos factores se está reforzando más los niveles de morosidad.

Las cifras encontradas logran coincidir respecto a los hábitos de pago con la información encontrada en el estudio de Morales y Vargas (2017) mismo que concluyó afirmando la existencia de morosidad en los usuarios debido a las condiciones de pago otorgadas por el centro empresarial, además, las políticas de cobranza poseían un nivel muy alto de agresividad y los usuarios tenían inadecuados hábitos de pago. En base a las aportaciones teóricas de Urzúa (citado por Espinoza y Van de Velde, 2007), el seguimiento al usuario requiere una planificación adecuada; lo que facilita un conocimiento más cercano de los clientes; dicha estrategia funcionará mejor si se cuenta con los colaboradores idóneos para llevar a cabo dichas acciones, porque si no, los resultados serán perjudiciales, ya que los clientes morosos aumentarán; tal como se indica en esta investigación.

Concerniente al objetivo 3: Identificar si los medios de información de cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018; las cifras de correlación permiten apreciar que la estrategia de cobranza medios de información guarda una correlación considerable, negativa altamente significativa, de la misma manera fue posible apreciar una correlación moderada con los medios de información usados a fin de informar

continuamente a los clientes con las dimensiones hábitos de pago, condiciones de pago y capacidad de pago; permitiéndonos deducir que mientras más sea el uso de medios como colaboradores a disposición en líneas telefónicas, emails, visitas personales a los usuarios morosos y comunicados vía folletería mayor será la posibilidad de disminución de clientes morosos; de la misma manera fue posible apreciar que más del 50% de clientes percibe la falta de eficiencia en el uso de esta estrategia, misma que es primordial cuando se deben mejorar las secuencias comunicativas con el usuario.

Las cifras encontradas guardan concordancia con las que reportó Nole (2015) gracias a su exploración científica acerca de Estrategias de cobranza la manera en que se relacionan con la morosidad de pagos de servicios en la zonal Ferreñafe; la investigación concluyó afirmando la existencia de un coeficiente de correlación de (,719) hecho que sugiere la presencia de una relación altamente significativa entre las variantes en cuestión. Moya (2013), se refiere a los medios de información como herramientas capaces de informar a los clientes, en caso de usar adecuadamente esta estrategia, será posible que el cliente posea más información y así evitar reclamos una vez brindado el servicio.

Concerniente al objetivo general: Determinar si las estrategias de cobranzas se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018; existe una correlación moderada, inversa ($r=-0.610$) altamente significativa (Sig. <0.01) entre las dos variantes evaluadas, estas cifras lograron aportar evidencia suficiente para señalar que mientras más se planifiquen las estrategias de cobranza, el planteamiento de políticas de cobranza sea mejor, el seguimiento a los usuarios morosos sea mejor y continuo y se empleen efectivamente los medios de información a fin de realizar las cobranzas, existirá mayor probabilidad de reducir la cantidad de usuarios morosos y se les podrá brindar ayuda a fin de que mejoren sus hábitos de pago; cabe resaltar que, los demás aspectos primordiales que se encontraron en la investigación son las condiciones de pago; lo que permite apreciar que gran parte de los clientes señalaron que en ocasiones no logran cancelar debido a errores en las facturaciones, otros afirman que les resulta difícil acceder a sitios de pago cercanos. De manera que es muy importante que el

centro evaluado haga una revisión en las secuencias que sigue y mejores las estrategias que se han evaluado en esta exploración científica.

Las cifras encontradas lograron coincidir con las que reportó Coronel (2017) una vez concluida la investigación acerca de “Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad; dado que concluye que, si se espera que Mi Banco alcance un resultado favorable, es menester la modificación en de algunas cosas trascendentales en la organización, al igual que el implemento de medidas estratégicas para cobrar y así aminorar la morosidad; existiendo relación altamente significativa entre las variantes en cuestión. En cuanto a las estrategias de cobranza Portas (2003), las toma como la suma de cada operación necesaria a fin de la transformación de activos exigibles documentado en activos líquidos y que es muy importante que dichas estrategias se perciban de modo que faciliten la disminución de los usuarios morosos. Asimismo, Ettinger y Goliet (2000), la estrategia de cobranza se distingue como imprescindible si se desea consolidar algún centro que ofrece créditos en sus ventas, sin importar su rubro, sus utilidades van a depender específicamente del ciclo y la continuidad de inversiones. Por su parte Recarte (2015), refiere que se trata de la escasez de cumplimiento sobre todo al pagar el monto debido o la evolución de algún objeto.

V. CONCLUSIONES

- La dimensión política de cobranza guarda una relación significativa con la variable morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.; los valores alcanzados de la tabla 5 son $r: -.440$ y $\text{sig.}: 0.000$, por ende, la hipótesis de la investigación queda siendo aceptada.
- La dimensión seguimiento del usuario guarda una relación significativa con la variable morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.; los valores alcanzados de la tabla 6 son $r: -.630$ y $\text{sig.}: 0.000$, por ende, la hipótesis de la investigación queda siendo aceptada.
- La dimensión medios de información guarda una relación significativa con la variable morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.; los valores alcanzados de la tabla 7 son $r: -.720$ y $\text{sig.}: 0.000$, por ende, la hipótesis de la investigación queda siendo aceptada.
- Las estrategias de cobranza guardan una relación significativa con la variable morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A.; los valores alcanzados de la tabla 8 son $r: -.610$ y $\text{sig.}: 0.000$, por ende, la hipótesis de la investigación queda siendo aceptada.

VI. RECOMENDACIONES

- A la Gerencia Comercial del centro empresarial Electronoroeste S.A., hacer una revisión junto a sus colaboradores y otras autoridades de las políticas que se han establecido, debido a la ineficacia de estas, en base a los aportes del usuario y que perjudican los índices de morosidad.
- A la Gerencia Comercial del centro empresarial Electronoroeste S.A; se requiere la implementación y puesta en marcha de la estrategia de seguimiento del usuario; por ende, es menester que se cuente con los colaboradores oportunos y capacitados a fin de que realicen el seguimiento personalizado de clientes morosos reincidentes.
- A las Gerencia Comercial y Gerencia de Administración y Finanzas del centro empresarial Electronoroeste S.A; debido a la obtención de un nivel ineficiente del uso de los medios de información; nuevos canales de cobranza en línea; es menester la elaboración de estrategias novedosas, por ejemplo, usando medios televisivos, de radio, mensajería por celular y demás, de ser posible la implementación de base de datos de clientes con número telefónico y correo electrónico, de modo que los usuarios estén informados y puedan prevenir el atraso en el pago de sus deudas.
- A las Gerencia Comercial y Gerencia de Administración y Finanzas del centro empresarial Electronoroeste S.A, evaluar cada estrategia aplicada, dado que según los resultados del estudio no han ejercido un efecto completamente positivo en la disminución de usuarios morosos.

REFERENCIAS

- Aguilar, G., y Camargo, G. (2002). *Análisis de la morosidad de las instituciones micro financieras (IMF)*. Economía. Revista del Departamento de Economía Pontificia Universidad Católica del Perú Vol.XXV, No 50. Recuperado de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/economia/article/view/558/546>.
- Aguinaga, K y Gastelo, T. (2014). *Estrategias Para La Mejora De La Gestión En Epsel Lambayeque*. Lambayeque.
- Asociación de Bancos [ASBANC] (2016). N° 78, Año 7 | Octubre 2016.
- Aspe y López, (1999).
- Brachfield, J. (2008). *Cómo vender a crédito y cobrar sin contratiempos*. Primera Edición. España: Ediciones Gestión 2000.
- Brachfield, P. (2012). *Cobro de impagados y negociación con deudores; como cobrar los impagos sin confrontaciones con los deudores*. Lima: Luppá.
- Brachfield, P. (2014). *El Blog de Morosología*. Obtenido de <http://www.perebrachfield.com/el-blog-de-morosologia/morosidad/algunos-factores-que-influyen-sobre-el-impacto-de-la-morosidad> accedido el 12 de Febrero 2015.
- Brachfield, P. (2014). *Informe sobre la Morosidad del Crédito Comercial en España*. Centro de estudios de Morosología EAE Business School. Barcelona, 2014.
- Brachfeld, P. J. (2010). *Nueva Legislación Contra la Morosidad Descodificada*. Barcelona: Profit Editorial.
- Calle, J. (2017). “Factores determinantes de la morosidad en los créditos grupales SUPER MUJER, de la Financiera Compartamos, Piura– año 2017”.
- Castañeda, E y Tamayo, J. (2013). "*La morosidad y su impacto en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la Agencia Real Plaza de la Caja Municipalidad de Ahorro y Crédito de Trujillo 2010 - 2012*", año 2013. (Tesis de Pregrado) Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo, Perú. Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/131/1/CASTANED_A_ELVIS_MORODIDAD_IMPACTO_CUMPLIMIENTO.pdf
- Cepeda, S. (2011). *Estrategias Competitivas y su incidencia en la cartera vencida de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Oscus Ltda. Del cantón Pelileo*. Recuperado de:

<https://scholar.google.es/scholar?start=10&q=propuesta+de+estrategia>

s+para+disminuir+la+morosidad&hl=es&as_sdt=0,5

- Contreras, R. (2017). *Estrategias de cobranza para disminuir la morosidad de los clientes de la Empresa Despensa Peruana S.A., Chiclayo 2016*. (Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo, Pimentel, Perú)
- Coral, F. (2010). *Análisis econométrico de la Morosidad de las Instituciones Micro financieras y del Sistema Bancario peruano, Enero 2004-Julio 2009*. (Tesis de Licenciatura, Universidad de Piura, Piura, Perú).
- Coronel, L. (2017). “*Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera mi Banco- Jaén 2015*”.
- Chino, M. (2017). “*Políticas para disminuir la cartera morosa y propiciar la generación de una mayor rentabilidad en la empresa regional deservicio público de electricidad – electro puno S.A.A. periodo 2014 – 2015*”.
- Del Valle, E. (2001). *Crédito y Cobranzas*. Universidad Nacional Autónoma de México: Facultad de Contaduría y Administración.
- Ettinger, R. (2001). *Crédito y cobranza*. México: CECSA.
- Ettinger y Goliet (2000). *La cobranza y sus estrategias*. Primera Edición, España: Ediciones Gestión 1998.
- Espinoza, L y Van De Velde, H. (2007). *Monitoreo, Seguimiento y Evaluación de Proyectos Sociales Mód. 5, Curso E-DC-5.2*. Nicaragua: Facultad Regional Multidisciplinaria (FAREM)—Estelí, UNAM-Managua y Centro de Investigación, Capacitación y Acción Pedagógica
- García, C. (2012). *La Morosidad*. Obtenido de Problema Colateral de la Crisis Económica: <http://congreso.pucp.edu.pe/iberoamericanocontabilidad/pdf/024.pdf>
- Lawrence, G., y Chad, Z. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México.
- Lin, N. (2001). *Social Capital. A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press
- López R. (2015). *Definición de morosidad*.
- Molina, V. (2005). *Estrategias de cobranza en época de crisis*. Ediciones Fiscales ISEF.
- Morales, M y Vargas, N (2017) “*Identificar los factores externos y su influencia en los índices de morosidad en una empresa comercializadora de productos de electricidad: estudio de caso, 2016*”.

- Moya, C (2013). *Medios de pago en el comercio internacional*. Obtenido de: <https://es.scribd.com/document/62833453/18081313-Medios-de-Pago-en-El-Comercio-Internacional>
- Munuera, J y Rodríguez,A (2007). *Estrategias de marketing un enfoque basado en el proceso de dirección*. Obtenido de: <https://books.google.com.pe/books>
- Nole, G. (2015). “*Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad de pagos de servicios en la zonal Ferreñafe de la entidad prestadora de servicios de saneamiento de Lambayeque S.A – 2015*”.
- Núñez, J. (1999). ”*La morosidad: causas y efectos*”. Estrategia Financiera, nº 153 pp. 16-20.
- Oto, B. (2011). *Modelo de Gestión Financiera y Reducción de Morosidad en el Departamento Financiero de la Empresa Eléctrica Riobamba S.A* (Tesis de Grado Previa a la obtención del Título de: Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.) ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO – ECUADOR.
- Portas, N. (2003) *Gestión de pagos y cobranzas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-pagos-y-cobranzas/>
- Recarte A. (2015). *Definición de morosidad*.
- Rivas, J. (2014). “*Negociación*”, Notas de la asignatura, Universidad Pontificia de Comillas (ICADE), Madrid.
- Rodriguez,E. y Rodriguez, F. (2014) “*Implementación de políticas de cobranza para sincerar el saldo contable de la empresa Estación Valle Chicama SAC año 2014*” Trujillo, Perú.
- Ruano, T y Salas, L. (2006). *Morosidad de la deuda empresarial bancaria en España, 1992-2003*. Documento de trabajo N° 0622. España: Banco de España.
- Sahuquillo, R. (2012). “*El efecto dominó de la morosidad*”. El País. Obtenido de http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/07/30/actualidad/1343682030_504736.html, accedido el 18 de Marzo de 2015.
- Sánchez, K. (2013). *Propuesta de estrategias de Cobranza para reducir la Morosidad de los Clientes de WORLD´ S TV SAC de Cutervo - 2012*. Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú.
- Saurina, J. (2004). *Riesgo de crédito y dotaciones a insolvencias*. Un análisis con variables macroeconómicas Dirección General de Regulación Banco de España.

- Silva, S. (2014). “*Incidencia de la gestión de cobranza y la morosidad de los usuarios en el estado de resultados de electro Puno S.A.A. – sucursal Puno, periodo 2014*”.
- Tarrillo, D. (2018). “*Plan estratégico de cobranzas para reducir el índice de morosidad en la ONG Adra Perú en la agencia Jaén-2017*”
- Vega, A. (2001). *Administración*. Editorial Universidad Tecnológica de México.
- Vera, A. (2000). *Cartera*. Obtenido de <http://www.economia48.com:>
<http://www.economia48.com/spa/d/cartera/cartera.htm>
- Universidad Virtual de América (2016). *Políticas de cobranza*. Obtenido de
<http://univia.info/politicas-de-cobranza/>.
http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/finaciero_cartera/contenido_u4.pdf

ANEXOS

Anexo 01: Instrumento estrategias de cobranza – Cuestionario

Estimado Sr. (a, ita) le saludo afectuosamente y alcanzo a usted este cuestionario, en el que su opinión es muy importante para el desarrollo de un trabajo de investigación, con fines netamente académicos. En tal sentido, les invocamos su colaboración y responsabilidad en las respuestas a las interrogantes planteadas.

Por ello debe leerlo en forma detallada y, **luego, marcar una de las cinco alternativas.** Agradezco anticipadamente su valiosa participación.

N°	Variable 1: ESTRATEGIAS DE COBRANZA	1	2	3	4	5
	Dimensión: Políticas de cobranza					
1	Usted cómo calificaría los servicios de cobranza con los que cuenta ENOSA.	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
2	Hay alguna persona a disposición del cliente para que lo ayude a reprogramar su deuda.	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
3	Usted cómo calificaría las facilidades de pago que ENOSA le ofrece para cancelar su deuda.	Malo	Regular	Bueno	Muy buena	Excelente
4	Usted cómo calificaría, los requisitos solicitados por ENOSA para realizar un convenio por deuda del servicio.	Malo	Regular	Bueno	Muy buena	Excelente
5	ENOSA le Ofrece campaña de beneficios para lograr la puntualidad de sus pagos.	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
6	La prórroga para cancelar el valor que tienen pendiente por atrasos en sus pagos mensuales por el servicio eléctrico, le parece adecuada.	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
Dimensión: Seguimiento del cliente						
7	¿Cuándo usted no cancela su servicio a tiempo el personal de ENOSA le presta el interés necesario?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
8	¿Le realiza visita personalizada para hacerle conocer las campañas de puntualidad?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
9	¿El personal que lo atiende, considera usted que está preparado para ayudarlo a resolver su problema?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
10	¿Se le hace conocer sobre los fraccionamientos de pago para que tenga la facilidad de cancelar su deuda en cuotas?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Dimensión: Medios de información de cobranza						
11	¿Existe personal disponible para proporcionar al cliente la información necesaria cuando la necesita?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
12	¿Usted recibe un correo electrónico por parte de ENOSA como recordatorio de fecha de vencimiento y/o fecha promedio de pago?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
13	¿Usted recibe llamada telefónica por parte de ENOSA como recordatorio de fecha de vencimiento y/o fecha promedio de pago?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
14	¿Usted es visitado por personal de ENOSA para hacerle recordar de su fecha de vencimiento y/o fecha promedio de pago?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
15	¿Se le comunica a usted, que se le cortará el servicio unos días antes de que suceda?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Anexo 02: Análisis de confiabilidad instrumento estrategias de cobranza - Test total

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.973	15

Estadísticos total-elemento

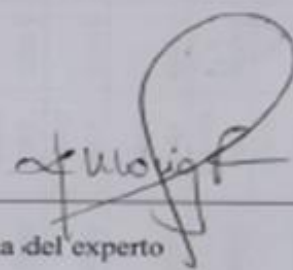
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00001	115.8000	730.743	.729	.972
VAR00002	115.9333	727.638	.748	.972
VAR00003	115.9333	712.352	.829	.971
VAR00004	116.0667	723.781	.749	.972
VAR00005	116.0667	724.781	.732	.972
VAR00006	116.0000	760.000	.218	.974
VAR00007	116.2000	766.600	.113	.974
VAR00008	115.6667	720.952	.804	.971
VAR00009	115.9333	726.924	.761	.972
VAR00010	116.4000	723.971	.790	.971
VAR00011	116.5333	725.124	.848	.971
VAR00012	116.6000	741.971	.477	.973
VAR00013	116.3333	717.095	.902	.971
VAR00014	116.5333	742.267	.628	.972
VAR00015	116.6000	715.686	.758	.972

INTERPRETACIÓN: Según el resultado encontrado tras la aplicación del análisis de confiabilidad Alfa de Cronbach; el instrumento en su evaluación total alcanza una confiabilidad muy alta; por lo tanto, se puede aplicar a la muestra de estudio.

Anexo 03: Matriz de validación de experto de Estrategia de Cobranza

Variable	Dimensión	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTAS					CRETERIOS DE EVALUACION								OBS ERV	
				Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre el indicador y la dimensión		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre los ítems y la opción de respuesta			
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Estrategias de cobranza	Políticas de cobranza	Personal a disposición	Usted cómo calificaría los servicios de cobranza con los que cuenta ENOSA.						X		X		X		X			
			Hay alguna persona a disposición del cliente para que lo ayude a reprogramar su deuda.						X		X		X		X			
		Facilidades de pago.	Usted cómo calificaría las facilidades de pago que ENOSA le ofrece para cancelar su deuda.						X		X		X		X			
		Requisitos de pago.	Usted cómo calificaría, los requisitos solicitados por ENOSA para realizar un convenio por deuda del servicio.						X		X		X		X			
		Campañas de beneficios.	ENOSA le Ofrece campaña de beneficios para lograr la puntualidad de sus pagos.						X		X		X		X			
		Prerrogas.	La prórroga para cancelar el valor que tienen pendiente por atrasos en sus pagos mensuales por el servicio eléctrico, le parece adecuada.						X		X		X		X			
	Seguimient o al	Personal capacitado	¿Cuándo usted no cancela su servicio a tiempo el personal de ENOSA le presta el interés necesario?						X		X		X		X			
		Visitas domiciliarias	Le realizan visita Personalizada para hacerle conocer las campañas de puntualidad?						X		X		X		X			

Medios de información	Personal capacitado	¿El personal que lo atiende, considera usted que está preparado para ayudarlo a resolver su problema?							X	X	X	X		
	Información	Se le hace conocer sobre los fraccionamientos de pago para que tenga la facilidad de cancelar su deuda en cuotas?							X	X	X	X		
	Personal disponible	¿Existe personal disponible para proporcionar al cliente la información necesaria cuando la necesita?							X	X	X	X		
	Uso de correo	Usted recibe un correo electrónico por parte de ENOSA como recordatorio de fecha de vencimiento y/o fecha promedio de pago?							X	X	X	X		
	Uso de teléfono	Usted recibe llamada telefónica por parte de ENOSA como recordatorio de fecha de vencimiento y/o fecha promedio de pago?							X	X	X	X		
	Visita del personal	Usted es visitado por personal de ENOSA para hacerle recordar de su fecha de vencimiento y/o fecha promedio de pago?							X	X	X	X		
		Se le comunica a usted, que se le cortará el servicio unos días antes de que suceda?							X	X	X	X		



Firma del experto

Anexo 04: Instrumento de morosidad – Cuestionario

Estimado Sr. (a, ita) le saludo afectuosamente y alcanzo a usted este cuestionario, en el que su opinión es muy importante para el desarrollo de un trabajo de investigación, con fines netamente académicos. En tal sentido, les invocamos su colaboración y responsabilidad en las respuestas a las interrogantes planteadas.

Por ello debe leerlo en forma detallada y, **luego, marcar una de las cinco alternativas.** Agradezco anticipadamente su valiosa participación.

Variable 2: MOROSIDAD		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión: Hábitos de pago						
1	¿Suele pagar su deuda antes de las fechas de vencimiento de los recibos?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
2	¿Usted se atrasa en sus pagos, por descuido en la fecha de vencimiento de su recibo?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
3	¿Considera que el atraso en el pago de su recibo se debe solo a la falta de compromiso de su parte?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
4	¿Utiliza su dinero para pagar otras deudas en lugar de cancelar su recibo de luz?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
5	¿Considera que su atraso en el pago del servicio de luz es producto a que le falta tiempo para hacer el pago?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión: Condiciones de pago						
6	¿Considera usted que no cancela a tiempo su facturación del servicio de luz debido a errores de facturación?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
7	¿Considera usted que no cancela a tiempo su facturación del servicio de luz ya que se le aumenta el monto sin causa alguna?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
8	¿Considera usted que no cancela a tiempo su facturación del servicio de luz, debido a que no hay muchos lugares de pago cercanos?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
9	¿Considera usted que no cancela a tiempo su facturación del servicio de luz, ya que no se le brinda servicio adecuado?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
10	¿Considera usted que el costo del servicio de luz es muy costoso y por eso se atrasa en cancelar el servicio de energía?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión: Capacidad de pago						
11	¿Cuenta usted con un ingreso mensual fijo que le permite realizar su pago de luz?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
12	¿El motivo de su atraso se debe a la disminución de sus ingresos personales?	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
13	¿Cuenta con otras deudas personales adquiridas que le hacen atrasarse con el pago del servicio de energía?	No	Casi nunca	A veces	Casi siempre	si
14	¿Cuenta con usted con negocio en su vivienda que le sirve para pagar sus servicios?	No	Casi nunca	A veces	Casi siempre	si

Anexo 05: Análisis de confiabilidad instrumento de morosidad - Test total

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.966	14

Estadísticos total-elemento

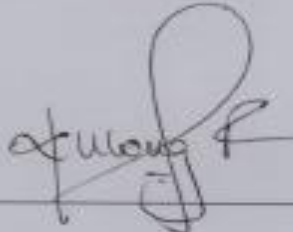
	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00001	74.1333	377.410	.827	.964
VAR00002	74.3333	387.524	.697	.965
VAR00003	74.5333	387.838	.637	.966
VAR00004	74.1333	380.695	.706	.965
VAR00005	74.7333	386.210	.772	.965
VAR00006	74.3333	380.381	.775	.965
VAR00007	73.6667	385.810	.497	.968
VAR00008	74.1333	380.267	.716	.965
VAR00009	74.2667	383.781	.610	.966
VAR00010	74.6667	380.810	.720	.965
VAR00011	74.8667	382.267	.686	.965
VAR00012	74.4667	377.981	.729	.965
VAR00013	74.0667	386.924	.691	.965
VAR00014	74.4667	374.838	.889	.964

INTERPRETACIÓN: Según el resultado encontrado tras la aplicación del análisis de confiabilidad Alfa de Cronbach; el instrumento en su evaluación total alcanza una confiabilidad muy alta; indicándonos que es confiable; por lo tanto, se puede aplicar a la muestra de estudio.

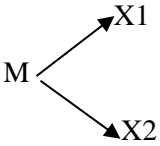
Anexo 06: Matriz de validación de experto de Morosidad

Anexo 06: Matriz de validación de experto de Morosidad																	
Variable	Dimensión	INDICADORES	ITEMS	OPCIONES DE RESPUESTAS					CRITERIOS DE EVALUACION								OBSERVACIONES
				Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre el indicador y la dimensión		Relación entre el indicador y el ítem		Relación entre los ítems y la opción de respuesta		
									SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Morosidad	Hábitos de pago	Pagos antes de vencimiento	Suele pagar su deudas antes de las fechas de vencimiento de los recibos?						X		X		X		X		
		Descuido en los pagos	Usted se atrasa en sus pagos, por descuido en la fecha de vencimiento de su recibo?						X		X		X		X		
		Falta de compromiso	Considera que el atraso en el pago de su recibo se debe solo a la falta de compromiso de su parte?						X		X		X		X		
		Pago de otras deudas	Utiliza su dinero para pagar otras deudas en lugar de cancelar su recibo de luz?						X		X		X		X		
		Falta de tiempo	Considera que su atraso en el pago del servicio de luz es producto a que le falta tiempo para hacer el pago?						X		X		X		X		
	Condiciones de pago	Errores de facturación	Considera usted que no cancela a tiempo su facturación del servicio de luz debido a errores de facturación?						X		X		X		X		
		Aumento del pago sin razón alguna	Considera usted que no cancela a tiempo su facturación del servicio de luz ya que se le aumenta el						X		X		X		X		

		monto sin causa alguna?																
		Falta de lugar para pagar.	Considera usted que no cancela a tiempo su facturación del servicio de luz, debido a que no hay muchos lugares de pago cercanos?						X		X		X		X			
		Servicio ineficiente	Considera usted que no cancela a tiempo su facturación del servicio de luz, ya que no se le brinda servicio adecuado?						X		X		X		X			
		Servicio costoso	Considera usted que el costo del servicio de luz es muy costoso y por eso se atrasa en cancelar el servicio de energía?															
Capacidad de pago		Ingreso mensual	Cuenta usted con un ingreso mensual fijo que le permite realizar su pago de luz.						X		X		X		X			
		Disminución de sus ingresos	El motivo de su atraso se debe a la disminución de sus ingresos personales?						X		X		X		X			
		Otras deudas	Cuenta con otras deudas personales adquiridas que le hacen atrasarse con el pago del servicio de energía?						X		X		X		X			
		Negocio propio	Cuenta con usted con negocio en su vivienda que le sirve para pagar sus servicios?						X		X		X		X			



Anexo 07: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivos	Hipótesis	Variables de la investigación	Metodología
<p>¿De qué manera las estrategias de cobranzas se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar si las estrategias de cobranzas se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Las estrategias de cobranzas se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.</p>	<p>Cuestionario de las estrategias de cobranza</p>	<p>Cuantitativo.</p> <p>Tipo descriptiva – correlacional transversal.</p> <p>Diseño no experimental.</p> <div style="text-align: center;">  <pre> graph TD M --> X1 M --> X2 </pre> </div> <p>Población y muestra</p> <p>Población: estuvo constituida por 31, 666 usuarios morosos.</p> <p>Muestra: hacen un total de 380 usuarios.</p> <p>Análisis de datos se realizará en SPSS versión 22</p>
	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar si las políticas de cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.</p> <p>Establecer si el seguimiento al usuario se relaciona con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.</p> <p>Identificar si los medios de información de cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.</p>	<p>Hipótesis específicas</p> <p>Las políticas de cobranza se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.</p> <p>El seguimiento al usuario se relaciona significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.</p> <p>Los medios de información de cobranza se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes de la Unidad de Negocios Piura de la empresa Electronoroeste S.A. – 2018.</p>		

Anexo 08: Documento de autorización del estudio



Piura, 07 de enero de 2019

Señora:

Liliana Janet Bruno Sernaqué
Urb. El Trebol Mz A lote 13 – Piura.
Ciudad. -


Asunto : Solicita autorización para realizar estudio de tesis relacionado a clientes morosos.

Mediante la presente acusamos recibo del documento de la referencia, presentado el 04 de enero de 2019, mediante el cual solicita "autorización para el uso de información de clientes morosos en el año 2018 en la Unidad de Negocio Piura, con la finalidad de desarrollar la tesis de Magister", ante lo cual le manifestamos lo siguiente:

Que, es política de la empresa otorgar según sus posibilidades, facilidades a sus trabajadores para su desarrollo profesional, a fin que éste alcance adecuados niveles de productividad; en tal sentido, se le otorga el respectivo permiso para que pueda desarrollar su tesis denominada "ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y SU RELACION CON LA MOROSIDAD DE LOS CLIENTES DE LA UNIDAD DE NEGOCIO PIURA DE LA EMPRESA ELECTRONOROESTE S A. – 2018"

No esta demás recordarle que el uso de la información que adquirirá, será exclusivamente para cumplir el propósito que usted indica, teniendo en consideración lo establecido en el Reglamento Interno de la Trabajo y el Código de Ética y Conducta.

Atentamente,


Sandra Marlene Morales Baca
Gerente de Administración y Finanzas (e)
Electronoroeste S.A.

SMB/GPC

