



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en

Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración de Empresas

AUTORA:

Mendoza Cuipal, Jhenifer Milagros (orcid.org/0009-0005-1172-4121)

ASESORA:

Dra. Calanchez Urribarri, Africa del Valle (orcid.org/0000-0002-9246-9927)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

MOYOBAMBA - PERÚ

2024

DEDICATORIA

Primero a Dios, ya que. Gracias a él, tenemos la oportunidad de estar con vida y así cumplir con nuestros propósitos, metas y sueños.

A mi Mamá, familia y amigos por creer siempre en mí, darme los ánimos y motivación que necesitaba para seguir con mi objetivo propuesto.

Y por último a mi persona, por creer en mí, por ser fuerte y no dejarme vencer por el miedo de pensar que lo lograría.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios siempre porque por él tenemos fe, vida y esperanza para seguir en pie y terminar la tesis.

Agradecer a mi Mamá y familia porque por ellos también se hizo posible llegar a terminar mi tesis y curso, con el apoyo económico.

Agradecer a nuestra universidad por permitirnos darnos la oportunidad de culminar un eslabón más en nuestra vida, y a la docente por su paciencia y apoyo incondicional en todo este trayecto de inicio a fin



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, CALANCHEZ URRIBARRI AFRICA DEL VALLE, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - MOYOBAMBA, asesor de Tesis titulada: "Estrategias de Gestión de Cobranzas para Reducir la Morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023", cuyo autor es MENDOZA CUIPAL JHENIFER MILAGROS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

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

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

MOYOBAMBA, 26 de Enero del 2024

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
CALANCHEZ URRIBARRI AFRICA DEL VALLE CARNET EXT.: 005774548 ORCID: 0000-0002-9246-9927	Firmado electrónicamente por: DCALANCHEZBR el 30-01-2024 10:16:24

Código documento Trilce: TRI - 0736046



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, MENDOZA CUIPAL JHENIFER MILAGROS estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - MOYOBAMBA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Estrategias de Gestión de Cobranzas para Reducir la Morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
JHENIFER MILAGROS MENDOZA CUIPAL DNI: 47203851 ORCID: 0009-0005-1172-4121	Firmado electrónicamente por: JMMENDOZA el 26-01- 2024 15:41:24

Código documento Trilce: TRI - 0736049

Índice de contenidos

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR/ AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
Índice de tablas	vii
Índice de gráficos y figuras	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y operacionalización	15
3.3. Población, muestra y muestreo	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	17
3.5. Procedimientos	18
3.6. Método de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	21
V. DISCUSIÓN	30
VI. CONCLUSIONES	33
VII. RECOMENDACIONES	35
VIII. PROPUESTA	36
REFERENCIAS	45
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1. Número de población estudiada	16
Tabla 2. Tabla cruzada Gestión de cobranzas	21
Tabla 3. Políticas de créditos y cobranzas	22
Tabla 4. Cuentas por cobrar	23
Tabla 5. Proactividad	24
Tabla 6. Gestión de cobranzas	25
Tabla 7. Niveles de morosidad	26
Tabla 8. Tipos de clientes morosos	27
Tabla 9. Comportamiento de pago	28
Tabla 10. Morosidad	29
Tabla 11. Actividades y presupuesto de la primera estrategia	39
Tabla 12. Actividades y presupuesto de la segunda estrategia	43

Índice de figuras

Figura 1. Representación del diseño	14
Figura 2. Políticas de créditos y cobranzas	21
Figura 3. Cuentas por cobrar	22
Figura 4. Proactividad	23
Figura 5. Gestión de cobranzas	24
Figura 6. Niveles de morosidad	25
Figura 7. Tipos de clientes morosos	26
Figura 8. Comportamiento de pago	27
Figura 9. Morosidad	28

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo proponer estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en la empresa Distribuidora Milenio S.A.C., el estudio fue de tipo aplicada, de diseño no experimental y descriptivo, de enfoque cuantitativo. Para ello, se trabajó con una muestra de 114 clientes, de los cuales 48 son mayoristas y 66 son minoristas. Se utilizó un cuestionario para recopilar información relevante y se empleó el software SPSS 27 para analizar los datos obtenidos. Los resultados del análisis indicaron que el instrumento propuesto es altamente confiable, con un coeficiente Alfa de Cronbach de 0.971 en la variable de gestión de cobranzas y 0.938 en la variable de morosidad. Como resultado, se recomendó mejorar tanto el nivel de capacitación del personal en la gestión de cobranzas como el nivel de morosidad en la empresa. Por consiguiente, se concluyó que la implementación de estas medidas permitió fortalecer el proceso de cobranza y garantizar un flujo de efectivo más estable y una mayor liquidez. En consecuencia, el estudio proporcionó información valiosa para mejorar la gestión financiera de la empresa.

Palabras clave: Estrategias, gestión de cobranzas, morosidad, propuesta.

ABSTRACT

The objective of this study was to propose collection management strategies to reduce late payment in the company Distribuidora Milenio S.A.C., the study was of an applied type, with a non-experimental and descriptive design, with a quantitative approach. To do this, we worked with a sample of 114 clients, of which 48 are wholesalers and 66 are retailers. A questionnaire was used to collect relevant information and SPSS 27 software was used to analyze the data obtained. The results of the analysis indicated that the proposed instrument is highly reliable, with a Cronbach's Alpha coefficient of 0.971 in the collection management variable and 0.938 in the delinquency variable. As a result, it was recommended to improve both the level of staff training in collection management and the level of delinquency in the company. Therefore, it was concluded that the implementation of these measures made it possible to strengthen the collection process and guarantee a more stable cash flow and greater liquidity. Consequently, the study provided valuable information to improve the company's financial management.

Keywords: Strategies, collection management, defaulter, proposal.

I. INTRODUCCIÓN

La gestión de cobranzas es fundamental en las empresas que brindan bienes y/o servicios, ya que con ellas se lleva un mejor control de los clientes que compran al crédito y contado en caso de bienes (productos); el trabajo eficiente del encargado del área hace que las cuentas por cobrar se vuelvan efectivo y a su vez la organización tenga mayor liquidez, con ello se obtiene un adecuado funcionamiento, algunas entidades captan nuevos clientes a créditos para aumentar las ventas, pero si no se hace un análisis antes de dar un crédito se corre riesgos de que el cliente no pueda pagar su deuda en el tiempo establecido.

Es por eso que las entidades establecen políticas para la línea de créditos que deben ser claras, flexibles y precisas, con esto se detallan los días y límite de créditos según el tipo de cliente. Cada empresa maneja en su sistema de registro cartera de clientes donde se puede visualizar sus días de créditos y quienes ya están con mora, cada uno maneja un porcentaje diferente. Con respecto a clientes con morosidad, se implementan estrategias con el propósito de reducir el porcentaje de morosidad, permitiendo así mejorar los indicadores de liquidez, la gestión y la rentabilidad de la empresa para garantizar la estabilidad, permanencia y el nivel de competencia en el mercado.

A nivel Internacional, desde el año 2020, la pandemia ha agravado la crisis económica en Ecuador, generando un impacto negativo en el negocio comercial. Esto ha llevado a las entidades en este sector a reflexionar sobre su futuro gerencial. Por esta razón, se ha considerado importante enfocarse en la gestión de cobranza de la empresa. (Villena y Guerrero, 2021). Se puede concluir que la tasa de morosidad en Ecuador y Colombia tiene un impacto negativo perceptible tanto en la liquidez (un factor de gran importancia) como en la tasa de conexión en ambos países (Uquillas y González, 2017). En Guayaquil, se detectaron falencias en la administración de cobranzas dentro de una compañía dedicada a la venta de carbón. Estas deficiencias han resultado en una cartera vencida en los estados financieros de la empresa, lo cual implica que la empresa no genere efectivo suficiente para cumplir con sus obligaciones, tanto a corto como a largo plazo (Barco y Douglas, 2019).

A nivel Nacional, según Chalco (2021) el término de estrategias de cobranzas a causa de un estudio realizado a una empresa de cobranzas de Lima, las entidades otorgan préstamos o brindan un bien o producto a los clientes, en la cual deberán tener una mejor gestión de cobranzas para recuperar el préstamo o los bienes brindados, la dificultad empieza cuando la tasa de morosidad crece y supera los límites esperados. La pandemia causada por el COVID-19 representó una gran caída para toda la economía peruana. Hoy en día es muy normal que las empresas obtengan un porcentaje alto de morosidad por los créditos que se entregan a los clientes.

Además en Huánuco, la actualidad en el entorno económico es riesgoso, el crédito debe manejarse tan de cerca y con cuidado como cualquier otra inversión productiva, así como también los productos y servicios que brindan las demás empresas, cada día lanzan al mercado nuevos productos innovadores y con ello las distintas opciones de crédito para los clientes (Puma, 2021). La educación es primordial e importante para cada ser humano, debido a ello invierten en la educación privada, pero por distintas causas y falta de estrategias de gestión de cobranzas, no perciben el pago de la mensualidad a tiempo, el cual ha generado problemas de inestabilidad financiera por la falta de efectivo (Bances, 2021).

Se conoció la realidad de la empresa Distribuidora Milenio S.A.C.; la organización inició sus actividades económicas el 19 de abril del 2000, principal rubro es la distribución de productos de primera necesidad a todo el Alto Mayo (ventas al por mayor y menor), ubicada en el jr. 25 de mayo, Nro. 449 Moyobamba – Moyobamba – San Martín; cuya finalidad es abastecer a bodegas, mercados y mayoristas y así seguir creciendo en un mercado competitivo. En una observación directa realizada en la organización en el área de créditos y cobranzas se conoce las políticas del área en mención, se verifica la cartera de clientes para identificar la conducta de pago de cada cliente y se detectó que hay morosos con diferentes días de retraso.

Frente a este problema se decidió indagar en años anteriores, para identificar el porcentaje de morosidad en la cual se siguen manteniendo con respecto a este año, si la morosidad sigue aumentando hace que afecte a la liquidez de la empresa y al mismo tiempo el efectivo de las cuentas por cobrar; y este a su vez los ingresos económicos de la empresa, dado que con el mismo efectivo que se recauda se hace la respectiva compra y poder abastecer nuevamente al cliente. Teniendo en cuenta que un personal proactivo ayuda a buscar soluciones anticipadas a las falencias de la morosidad y con ello identificar los tipos de clientes morosos; y así saber el comportamiento de pago que causa el retraso de la misma. Por tal motivo se plantea el estudio para abordar la situación de la empresa.

Para este caso, se planteó como problema general de investigación: ¿De qué manera la gestión de cobranza reducirá la morosidad en la distribuidora milenio S.A.C. en 2023?, y como problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de gestión de cobranzas de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023? ¿Cuál es el nivel de morosidad que tienen los clientes de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023? ¿Cuál es el diseño de las estrategias de gestión de cobranzas que reducirán la morosidad de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023?

Dada la importancia de la investigación se justificó desde distintos puntos de vista: en lo práctico, se brindó información que pueda ayudar a la empresa a mejorar sus cuentas por cobrar y tener mayor efectivo, con las estrategias planteadas ayudará a que el porcentaje de morosidad se reduzcan al mínimo y así la empresa mejore su estado de liquidez para próximas compras, de esta manera también hace que la utilidad al final del año sea mejor que la anterior.

En cuanto a lo teórico, en una empresa todo parte de los vendedores para poder canalizar a futuros clientes y seguir fidelizando a los que ya tienen en cartera, se hizo inducción de conocimientos e información de la política de la empresa para que busquen soluciones a los distintos problemas que se encuentran en el día a día, se hace hincapié en el área de ventas para que puedan manejar el tipo de compra (contado o crédito), el límite de crédito es de acuerdo a la capacidad que tiene el comprador y así evitar la morosidad.

En cuanto a lo social, el estudio que se realizó ayudará a las demás entidades o empresas a reducir su cartera de clientes morosos, implementando estrategias dependiendo del rubro al que se dedican, esto aportará gran importancia en este entorno, ya que debido a la pandemia muchos optaron por otorgar líneas de créditos y tener mayor venta, encontrar soluciones rápidas y eficiente a sus problemas.

En cuanto a lo metodológico, el estudio estableció un precedente que guiará a las investigaciones futuras al proporcionar un marco metodológico e instrumentos validados y confiables que pueden ser utilizados en estudios relacionados con el tema o servir de guía para la creación de nuevas herramientas que aborden el problema de manera oportuna.

Ante la importancia del estudio se plantearon los siguientes objetivos de investigación, como objetivo general: Proponer estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023, como objetivos específicos: a) Indicar el nivel de gestión de cobranzas de distribuidora milenio S.A.C. en 2023., b) Describir el nivel de morosidad que tienen los clientes de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023., c) Diseñar las estrategias de gestión de cobranzas que reducirán la morosidad en la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023.

Frente al estudio de investigación, la hipótesis fue: h_1 . Las estrategias de gestión de cobranzas reducirán la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023, h_0 . Las estrategias de gestión de cobranzas no reducirán la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023.

II. MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentarán los antecedentes relacionados con la presente investigación, el cual dará mayor sustento a las variables y alcanzará el propósito planteado.

Con respecto a los antecedentes internacionales, Fernandez et al. (2022) en su investigación cuyo objetivo fue proponer estrategias de cobranza que permitan reducir el nivel de la morosidad en la empresa Martyni Campestre, Garzón, Colombia. En la cual el resultado nos muestra que la morosidad en la empresa es regular en un 50 %, de las cuales sus dimensiones de cartera varían en un 67 % atrasada y un 50 % pesada. De las cuales se concluyó que no cuenta con estrategias de cobranza apropiadas y falta capacitación a los trabajadores para llevar a cabo de manera eficaz el proceso de cobro de deudas. La falta de motivación provoca que tanto los empleados como los clientes contribuyan a que la empresa se enfrente a niveles altos de morosidad por parte de sus clientes, lo cual afecta la rentabilidad de la empresa.

Así mismo Mira (2020) en su investigación tuvo como objetivo diseñar estrategias de gestión de cobranza mediante el Big Data Analytics, en empresas de Venta por Catálogo. Como resultado, el ciclo de validez de crédito se compone de tres etapas distintas: otorgamiento del préstamo, monitoreo del historial crediticio y recuperación de los pagos pendientes. Además, la implementación de estrategias nos permite fortalecer y salvaguardar la estructura financiera de la empresa, al segmentar los perfiles de los clientes para reducir la posibilidad de pérdidas. Con esto se concluye, esto ayudará a solucionar los errores encontrados en el departamento de cobranza, predecir el comportamiento de los clientes y adaptarse a las necesidades de la empresa.

Por otra parte España y Togán (2022) en su investigación tuvo como objetivo diseñar un modelo de gestión de cobranzas para mejorar la morosidad en las cuentas por cobrar de la empresa TRECX S.A.; como resultado, se obtiene un nivel de confiabilidad del 52 %, considerado moderado. Además, se observa un nivel de riesgo del 48 %, el cual se origina por diversos factores, como la falta de una estructura claramente definida. También se destaca la ideología de gestión de riesgos, donde se recalca la ausencia de evaluación de las medidas adoptadas para mitigar el riesgo al momento de otorgar un crédito. Se concluye que este modelo ayudará a corregir las deficiencias encontradas y se adaptará a las necesidades de la empresa. Estas deficiencias fueron analizadas para demostrar la importancia de las cuentas por cobrar y las pérdidas que representaban para la empresa.

Además para Parra et al. (2023) en su investigación cuyo objetivo fue diseñar una estrategia para reducir la morosidad y mejorar la rentabilidad de la cooperativa de ahorro y crédito en Ecuador, los resultados del modelo de aceptación indican que R^2 (0.5524) representa el 55% de la variabilidad de los datos, lo cual es un valor aceptable para validar los datos. La prueba f confirma la validez completa de los datos, ya que el p -value es igual a 0000. Se concluyó que, para mejorar la toma de decisiones en la aprobación de créditos, se buscará establecer áreas geográficas de referencia de riesgo basadas en el puntaje crediticio.

También Benavides (2022) en su investigación, cuyo objetivo fue analizar la gestión de cobranza del centro comercial “Aguirre” en la ciudad de Babahoyo, da como resultado que el control de las cobranzas en el departamento comercial, perjudican al departamento y dificultan el aumento de las ventas, ya que existe una deficiencia en el sistema de cobranzas y en la administración, además de la falta de personal capacitado. Es ahí donde el gerente se da cuenta de que su actitud amistosa hacia los clientes tuvo un impacto negativo. Por lo tanto, se concluye tener un personal capacitado para el sistema de cobranzas, que lleve un control adecuado, realice planificaciones, así llevar un mejor proceso para aumentar las ventas y los clientes puedan realizar el pago de su deuda a tiempo.

Con respecto a los antecedentes nacionales, Neyra et al (2021) en su indagación cuyo objetivo fue diseñar un manual de procedimientos de créditos y cobranzas que permitirá disminuir la morosidad en la empresa, darcell servicios integrados S.R.L., después de la evaluación realizada como resultado, se encontró que el 100% de los empleados afirmó que nunca se enviaban avisos de cobro a los prestatarios de créditos vencidos. Además, se descubrió que la organización no cuenta con un diagrama de procedimiento para los créditos y cobranzas. Asimismo, el 66.67% de los empleados encuestados indicó que la empresa no tiene un informe sobre los créditos en proceso de cobro, lo que sugiere un alto índice de morosidad y retrasos en los pagos. Por lo tanto, se puede concluir que el manual es beneficioso para la empresa, ya que ha permitido una evaluación efectiva del cliente, lo que ha resultado en una disminución gradual de la morosidad y en una reducción de los créditos vencidos.

Por otro lado para Hermoza (2021) en su estudio ejecutado cuyo objetivo fue determinar la incidencia de la gestión crediticia en la morosidad del área de microfinanzas del Banco Pichincha del Perú, como resultado, indicaron que la morosidad de la gestión de crédito representa el 9,12 % de los créditos otorgados. Se llega a la conclusión de que las condiciones de los préstamos concedidos tienen un efecto directo en el nivel de morosidad en el área de micro finanzas del Banco. Además, se observa una correlación negativa significativa de -0.027.

Además para Romero et al. (2021) en su estudio cuyo objetivo fue implementar una propuesta de gestión de cobranza sistematizada para controlar la morosidad en el Colegio Adventista José de San Martín - La Libertad. Teniendo en consideración que los resultados revelaron que existen múltiples factores que contribuyen a esta situación de impago, incluyendo departamentos financieros poco eficientes en la gestión de cobros, falta de información al deudor desde el inicio del contrato hasta que se vuelve moroso debido a la falta de seguimiento y control de pagos. Además, de acuerdo al análisis vertical, las cuentas por cobrar representaron el 12.19% en el año 2019. Por lo tanto, se llegó a la conclusión de que es necesario incorporar el sistema "Collector Equifax" en los procesos financieros, lo cual permitirá controlar la morosidad hasta en un 50%.

También para Cavero (2020) en su investigación tuvo como objetivo presentar habilidades de recaudación para disminuir la espera de deuda pendiente en la empresa frío norte E.I.R.L.; como resultado, se observó que el 80 % de las cuentas por cobrar han superado los 90 días de vencimiento. Para el año 2018, alcanzó el 68.75 %, mientras que para el 2019 ascendió al 70.56 %, lo que indica un incremento en la cartera por cobrar. De acuerdo con los datos, se concluye que la morosidad en el año 2019 alcanzó el 48.24 %, mostrando un aumento del 1.51 % en comparación con el índice de morosidad anterior. Implementando la propuesta, se reducirá la morosidad en un 30 % y continuará disminuyendo hasta alcanzar un 10 %. Esto contribuirá a aumentar la disponibilidad de efectivo y aumentar la liquidez de la empresa.

Habría que decir también, para Alcalá y Sivipaucar (2023) en su estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre las estrategias de cobranzas con la morosidad de los clientes en una compañía agroindustrial, los resultados obtenidos revelan que el 53.33 % de los encuestados consideran que la cobranza en la empresa es deficiente, mientras que el 30 % la calificó como regular y el 16.67 % la consideró buena. Lo cual indican que el departamento de cobranza no realiza un seguimiento adecuado de las deudas de sus clientes. Por consiguiente, se concluye que la falta de estrategias y seguimiento en el proceso de cobranza provoca un aumento en el retraso de pagos de las deudas. La situación puede empeorar la parte financiera de la organización. Por ende, llevar a cabo un seguimiento efectivo de las cuentas pendientes contribuirá a reducir las pérdidas financieras.

Siguiendo con el estudio, se presentan las fundamentaciones teóricas de la variable de investigación. Con respecto a la variable de Gestión de cobranzas se tiene:

En cuanto, a la Teoría de la gestión del cobro centrada en el cliente, el objetivo constante de las empresas es mejorar la atención al cliente y los procesos de recuperación de cartera. Para lograrlo, es necesario establecer más puntos de contacto con los clientes durante todo el proceso de cobranza y tomar medidas para evitar la mora (Munever, 2019).

Así mismo, la Teoría de la negociación, es uno de los más utilizados en cualquier organización como herramienta para llegar a acuerdos para ambas partes en un proceso de gestión de cobranzas. Se distingue por ser sencillo y útil. El enfoque, creado por Roger Fisher, William Ury y Bruce Patton a finales de los años setenta, nos enseña a negociar de manera efectiva a través de un proceso que se centra en identificar y satisfacer intereses (Gutierrez, 2016).

Se tiene también, la Teoría de la Comunicación, es una herramienta que, si se ejecuta correctamente, puede ayudarlo a realizar una gestión de cobros efectiva, la cual ayudará a la empresa a tener un flujo de efectivo positivo. La comunicación con los clientes debe ser fluida si desea que el pago sea más fácil. Una buena estrategia para mejorar la gestión de cobranza siempre es crear un entorno agradable (La comunicación como aliado para una gestión de cobranza efectiva, 2021).

Siguiendo con la investigación, en este punto se dará a conocer los enfoques conceptuales donde se enmarca el estudio realizado, con ello se establece las definiciones de las variables:

Con respecto a la gestión de cobranza es un paso importante para establecer o construir relaciones con los clientes, desarrollar hábitos y fomentar una cultura de pago efectiva (Guevara, 2018).

Otro punto es, la Gestión de Cobranzas se define a través de la implementación de estrategias y acciones que contribuyen alcanzar el recupero de deudas pendientes. Para lograrlo, es fundamental que la gestión de cobranzas sea altamente efectiva, considerando aspectos como la interacción con el cliente, el mantenimiento de una comunicación constante y el análisis del entorno empresarial (Cruzado y García, 2022).

Así como también, la Gestión de Cobranzas, se presenta como un enfoque para administrar las fases de recaudación en una organización, con el objetivo de recuperar de forma oportuna los activos financieros suministrados por una entidad crediticia a empresas o individuos en necesidad (Heredia y Montenegro, 2021).

En cuanto a las definiciones de las dimensiones de la variable de la gestión de cobranza se tiene lo siguiente:

Para Meza y Ramírez (2021) una política de cobranza es un conjunto de directrices que guían los procedimientos del equipo encargado de las cuentas por cobrar y contribuyen a establecer una estrategia de procedimiento más coherente y sistemática. El objetivo de tener una política de cobros es sencillo: proteger las cuentas pendientes de pago.

Quimi (2019) las políticas de crédito son instrucciones detalladas para el trabajo de crédito que ha diseñado la organización para reducir el riesgo asociado con los créditos. Las definiciones de crédito incluyen aspectos como las formas de pago, los plazos, las tasas de interés aplicadas, los sujetos de crédito y otras condiciones que permiten a la empresa otorgar créditos de manera segura.

Para Arroba et al. (2018) las cuentas por cobrar son los montos que los clientes deben a una empresa debido a la adquisición de bienes o servicios, o al obtener crédito en el transcurso de las operaciones comerciales. La mayoría de las compañías utilizan métodos de pago a crédito, ya sea a corto o largo plazo, de acuerdo con las políticas establecidas en cada empresa.

Para Yagual (2022) las cuentas por cobrar al término del año financiero, es decir, los montos no cobrados al 31 de diciembre, deben incluirse en los registros financieros como cuentas por cobrar del año anterior para su cobro en el año siguiente.

Considerando que, la proactividad ahora beneficiará a sus clientes y a su equipo. La actitud proactiva puede tener un impacto significativo en la manera en que tu equipo gestiona los cobros de los clientes, lo que a su vez puede influir en cómo los clientes perciben y se relacionan con tu negocio. Esto mejora el comportamiento de pago a largo plazo porque establece una buena relación con el cliente y aumenta la confianza (10 preguntas sobre la gestión proactiva de cobros, 2021).

Otro punto es la proactividad. Se puede reconocer la habilidad de una persona para tomar la iniciativa en cuestiones organizacionales, solucionar problemas, innovar y contribuir al logro de los objetivos de la empresa, entre otras cualidades (Vásquez, 2020).

Como también, la proactividad. Se trata de una mentalidad que se encuentra en ciertas personas y que les impide ser vencidos por circunstancias difíciles; en su lugar, toman el control de su propia vida y se esfuerzan en base a lo que creen que les ayudará a progresar (Huamán y Moran, 2023).

También, se presentan las fundamentaciones teóricas de la variable de investigación Morosidad tenemos: la Teoría de la economía del comportamiento, se enfoca en analizar las emociones y comportamientos que influyen en la toma de decisiones, con el objetivo de comprender mejor estos procesos y poder influir en ellos. En este sentido, Cotec está trabajando en la creación de nuevas líneas de trabajo que se centran en el estudio de la transición hacia una economía intangible (LA fundación Cotec. (2019, abril 8).

Así como también se tiene a la teoría de la gestión de las cobranzas, puede ser una de las operaciones más complejas de una empresa, ya que requiere una variedad de acciones, estrategias o planes que deben combinarse con una gran capacidad de negociación y mucho tacto para asegurarse de que los clientes morosos paguen lo que deben (Czerny, 2022).

Por consiguiente se tiene la teoría del Endeudamiento en la sociedad moderna se caracteriza por ser una cultura de consumo excesivo y endeudamiento, caracterizada por un acceso más fácil al crédito, lo que hace que las personas se vuelvan más tolerantes y acepten el endeudamiento como forma de obtener los bienes y servicios que normalmente desea (Denegri et al., 2011).

Por consiguiente, en este punto se dio a conocer los enfoques conceptuales donde se enmarca el estudio realizado, con ello se establece las definiciones de las variables:

Se puede afirmar que la morosidad es una situación sumamente común en la actualidad y, además, conseguir reducir la cantidad de clientes que no cumplen con sus pagos representa un gran desafío en estos tiempos en los que la crisis financiera ha tenido un impacto a nivel mundial (Romero et al., 2021).

Por tanto, se refiere a morosidad al estado en la cual se encuentra una persona por la falta de pago o retraso, ya sea a causa de la falta de liquidez del cliente, falta de responsabilidad en el tiempo establecido por la empresa (Espinoza et al., 2022).

Se define como morosidad el incumplimiento de los compromisos de pago. Se considera que un cliente es moroso cuando ha superado significativamente los plazos establecidos y ha sido objeto de todos los procedimientos diseñados por el equipo de Gestión de Cobros, lo que lo convierte en un caso especial de seguimiento (Meza y Ramírez, 2021).

En cuanto a las definiciones de las dimensiones de la variable morosidad tenemos:

Considerando que los niveles de morosidad se refiere al porcentaje de préstamos vencidos que se calcula como la relación entre el monto que existe al final del periodo considerado normalmente trimestral y el total de créditos concedidos (Guevara, 2018).

Con diferentes niveles de objetivos, hay una variedad de indicadores que permiten estimar el nivel de morosidad, estos se pueden calcular mediante la relación entre el activo rentable y el activo total (%), lo que permite calcular la proporción de los ingresos financieros de la institución (Maldonado y Santillan, 2020).

Acercas de los tipos de clientes morosos son únicos e incómodos para todas las empresas que tienen un impacto directo en los métodos de cobranza, porque el área de cobranza se basa en resultados monetarios y todas las empresas deben saber a quién venden o brindan servicios, un identificador podría ser Infocorp (Cubas, 2021).

Al mismo tiempo los tipos de clientes que son morosos, según "Los clientes públicos por su condición deben manejarse con un trato diferente a los del sector privado, por lo que la empresa debe aceptar en la mayoría de los casos las solicitudes de cambio o anulación de facturas por falta de presupuesto estatal para pagos" (Pérez et al., 2018).

Para determinar cuáles clientes tienen mayor o menor probabilidad de pagar, se busca pronosticar el comportamiento de pago de los clientes de manera individual teniendo en cuenta características que no se pueden describirse mediante modelos estadísticos simples como el de Markov (García, 2022).

El análisis del comportamiento de pagos de un cliente de microcrédito requiere una base de datos extensa que recoge el historial de los préstamos que no se pagaron. La evaluación de la probabilidad de riesgo de un prestatario y/o de la operación se determina mediante una calificación. (Barreto, 2020).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación: Fue aplicada

Según el concepto de Mamani (2021) se determina por un interés en la aplicación, utilización y efectos prácticas del conocimiento; es decir, “orientado hacia un objetivo práctico determinado, específico que conduce a la creación de dispositivos nuevos, productos y procesos”.

3.1.2. Diseño de investigación:

El tipo de diseño de la investigación es no experimental: transversal, descriptivo propositivo y bibliográfico.

Para Arias et al. (2022) siendo el diseño no experimental: en el cual las variables no se manipularon ni controlaron. En lugar de ello, se evaluaron a los sujetos en su contexto natural sin alterar la situación. De esta manera, los datos obtenidos de la empresa no fueron manipulados de ninguna forma.

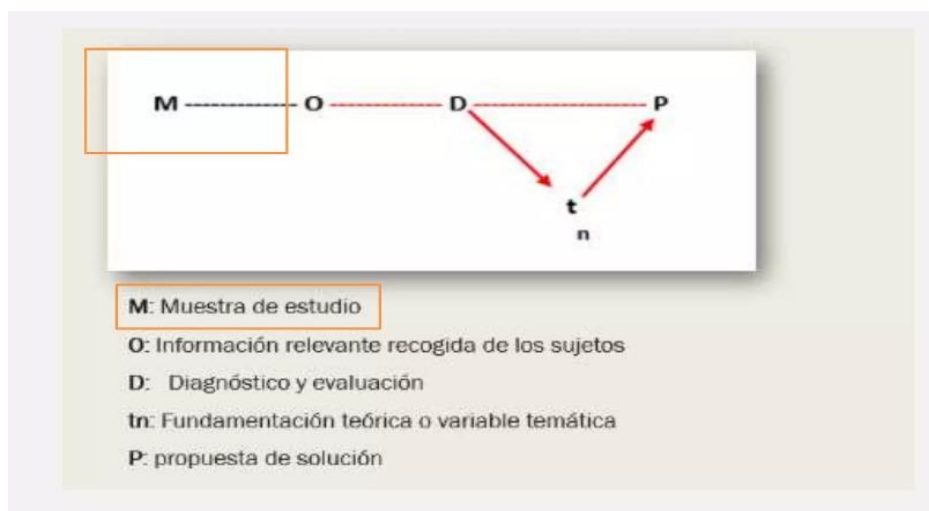
Mientras que el diseño transversal según el estudio de Mamani (2021) es de tipo transversal la unidad de análisis se observa en un solo momento dado. Se utilizan en estudios con objetivos exploratorios o descriptivos, se emplean para examinar cómo interactúan las variables a lo largo de un período específico de tiempo.

En su estudio Mamani (2021) es de tipo diseño descriptivo en el inicio de su interés fue explicar algunas características esenciales de grupos de fenómenos homogéneos. Las investigaciones descriptivas emplean métodos sistemáticos para exhibir la configuración o el comportamiento de los fenómenos que están siendo estudiados. De esta forma, se describieron las características y propiedades de cada variable estudiada.

También tenemos el diseño propositivo en este tipo se refiere a dar, proponer o plantear ideas, alcances, propuestas para mejorar aspectos de dichas variables. Para este caso al evaluar a la empresa se observó dichas falencias, en la cual se hicieron propuestas de mejora para dicha variable en estudio.

Figura 1

Representación del diseño



Por otra parte tenemos Arias et al. (2022) donde define el diseño bibliográfico: en este tipo de enfoque de investigación se utiliza o se consulta en la revisión de documentos, examinando libros, revistas, periódicos, artículos, entre otros, para con ello poder sustentar el objeto de estudio

3.2. Variables y operacionalización: En la presente investigación se abordan las variables estudiadas. Así mismo se considera en Anexo 2 el cuadro de operacionalización.

Variable: Gestión de cobranzas

- **Definición conceptual:** es un paso importante para establecer o construir relaciones con los clientes, desarrollar hábitos y fomentar una cultura de pago efectiva (Guevara, 2018).
- **Definición operacional:** la variable en estudio se midió a través de las siguientes dimensiones: políticas de crédito y cobranza, cuentas por cobrar y proactividad, utilizando una escala ordinal de Likert.
- **Indicadores:** para esta variable se trabajó con los siguientes: tipos de garantías, volumen de compra, periodo de crédito (días), número de cuotas, índice de días vencidos, porcentaje de clientes morosos, identificación y

solución de problemas, acciones y decisiones, anticipar y prevenir problemas.

- **Escala de medición:** se midió con la escala ordinal.

Variable: Morosidad

Definición conceptual: Es una situación sumamente común en la actualidad y, además, conseguir reducir la cantidad de clientes que no cumplen con sus pagos representa un gran desafío en estos tiempos en los que la crisis financiera ha tenido un impacto a nivel mundial (Romero et al., 2021).

- **Definición operacional:** la variable en estudio fue medida a través de las siguientes dimensiones: niveles de morosidad, tipos de clientes morosos y comportamiento de pago, utilizando una escala ordinal de Likert.
- **Indicadores:** para esta variable se trabajó con los siguientes: causas de morosidad, porcentaje de mora, capacidad de pago, morosos negligentes, morosos desorganizados, morosos intencionales, situación actual, medir sus ventas, pago contra entrega.
- **Escala de medición:** en el estudio se realizó la medición con la escala ordinal.

● **3.3. Población, muestra y muestreo**

3.3.1. Población: Para Arias et al. (2022) la población y el universo comparten similitudes, por lo que se le puede llamar universo o, de forma contraria, población. En este estudio tuvo como población 840 clientes de la empresa distribuidora milenio S.A.C., que se calculó con la fórmula de poblaciones finitas y de ello se obtuvo la muestra.

Tabla 1

Población estudiada en Distribuidora Milenio S.A.C

Área de ventas	Cantidad de clientes según sector	Población estudiada
Cobertura	- 700 minoristas	- 66 minoristas
Mayorista	- 140 mayoristas	- 48 mayoristas
Total	- 840 clientes	- 114 clientes

Nota: Elaboración propia

- **Criterios de inclusión:** En este criterio se incluye a los clientes que están activos en la empresa distribuidora milenio S.A.C.
- **Criterios de exclusión:** En este criterio se excluye a los clientes que están inactivos en la empresa distribuidora milenio S.A.C.

3.3.2. Muestra: se refiere a la importancia de seleccionar una muestra representativa de la población o universo total en la que se llevará a cabo la investigación. Esto permitirá que los hallazgos obtenidos en la muestra puedan ser aplicados al conjunto completo.(Mamani, 2021). Se utilizó una fórmula para poder obtener la cantidad de clientes a encuestar, se distribuyó por sector (mayorista y minorista) clientes que están activos y compran al crédito en la empresa, luego de aplicar en la formula, arrojé el resultado por sector (66 minoristas y 48 mayoristas), de ello se tomó como muestra el total 114 clientes para el estudio de investigación.

Z: 1.96

N: 700 / 140

P: 0.95

Q: 0.05

E: 0.05

Total= 66 / 48

$$n_0 = \frac{Z^2 N \cdot P \cdot Q}{Z^2 P \cdot Q + (N - 1) E^2}$$

3.3.3. Muestreo: La técnica que se utiliza es el muestreo probabilístico aleatorio simple para Arias et al.(2022) involucra la selección de unidades con la misma probabilidad de ser elegidas. Se debe determinar qué sujetos o casos elegir para la recolección de datos una vez que se conoce el número de muestra. Por consiguiente, en la investigación solo se consideró a una cantidad de clientes mayorista y minorista.

3.3.4. Unidad de análisis: Las personas seleccionadas de la población para conformar la muestra son los clientes mayoristas y minoristas de la empresa distribuidora milenio S.A.C.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica que se usó para hacer la recolección de datos son los siguientes:

- **Encuesta:** Es una técnica que se lleva a cabo mediante el uso de un formulario conocido como cuestionario y está diseñada específicamente para recopilar información sobre las opiniones, conductas o percepciones de las personas (Arias et al., 2022). Se realizó la misma encuesta a cada cliente tanto presencial como virtual de manera personalizada.
- **Cuestionario:** es una herramienta comúnmente utilizada en trabajos de investigación científica para recopilar datos. Comprende en un conjunto de interrogantes que se presentan y se enumeran en una tabla, así como una serie de respuestas posibles que el encuestado debe responder (Arias et al., 2022). Para los cuestionarios se realizó con la escala de medición ordinal y se tomaron las alternativas: (1) Nunca, (2) Casi nunca, (3) A veces, (4) Casi siempre, (5) Siempre.
- **Validez:** el instrumento ha sido validado a través de un proceso que involucra la evaluación de cómo se interpretan los resultados o la información obtenida a partir del instrumento, a la luz de la evidencia respaldada por diversas fuentes (Medina y Verdejo, 2020). Siguiendo el presente estudio, en los cuestionarios de investigación de cada variable se aplicó la validación de juicios de 3 expertos (Anexo 10).
- **Confiabilidad:** La precisión o consistencia de los resultados o la información obtenida repetidamente utilizando un instrumento específico se refiere a la exactitud de los resultados o cualquier otra información proporcionada por un grupo de encuestados, con el menor número de errores posibles (Medina y Verdejo, 2020).

Se llevó a cabo una prueba de confiabilidad para los cuestionarios de las variables de Gestión de Cobranzas y Morosidad. Para ello, se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach dando como resultado 0.971 en el instrumento de la variable gestión de cobranzas y 0.938 en la variable Morosidad, para una medida comúnmente utilizada para evaluar la consistencia interna de un conjunto de ítems en un cuestionario. Los resultados obtenidos indican que los cuestionarios son

altamente confiables, lo cual sugiere que los datos recopilados son precisos y consistentes.

Los resultados presentados en el Anexo 11 indican que la fiabilidad del instrumento utilizado para medir la variable de Gestión de Cobranzas es de 0,971, mientras que para la variable de Morosidad es de 0,938. Estos valores sugieren que el instrumento propuesto es altamente confiable, ya que se acercan a la unidad, lo que indica una consistencia interna muy fuerte entre los ítems del cuestionario. En consecuencia, se puede concluir que el instrumento es adecuado para el análisis de ambas variables y que los resultados obtenidos son precisos y consistentes.

3.5. Procedimientos

Primero se realizó la solicitud a la empresa para conseguir el permiso y de esa manera poder recoger los datos, tener acceso a la información de la cartera de clientes, documentaciones de años anteriores para realizar la investigación. Así mismo, se inició a realizar el cuestionario dirigido a los clientes, seguidamente se procedió hacer la validación con los juicios de 3 expertos, para poder realizar la aplicación del cuestionario que se dio virtual como en campo, visitando y explicando a los clientes de dichos enunciados, por consiguiente luego de aplicar el instrumento a los encuestados se procedió a elaborar una matriz de datos y así organizar la información recabada, luego de ello se procesó la información a través del SPSS, para obtener los resultados en función de tabla y figuras, también se realizó la confiabilidad de los instrumentos que se utilizaron para el estudio.

3.6. Método de análisis de datos

La investigación se llevó a cabo en dos métodos diferentes.

- **Método descriptivo:** en este estudio se aplicará este tipo de método porque se describe las falencias de la empresa y buscar un método para reducir dicha variable según Arias y Covinos (2021) los estudios descriptivos pueden incluso comenzar a predecir un evento; Sin embargo, se requiere una base teórica suficiente
- **Método propositivo:** en la investigación realizada se aplicó la propositiva porque se propondrán métodos para reducir la morosidad, se facilitarán

datos y se determinará que la consolidación del modo de cobrar, ayudará a reducir la morosidad de la entidad (Cavero, 2020).

3.7. Aspectos éticos

La presente investigación se desarrolló con los siguientes principios éticos de acuerdo al Código de Ética de Investigación de la Universidad César Vallejo. Es importante seguir estos principios para garantizar la integridad y la ética en la investigación.

- **Autonomía:** los participantes de la investigación tienen el derecho de tomar una decisión informada sobre si desean o no participar en la investigación cuando se les solicite. Esto es importante para garantizar que los participantes estén debidamente informados y tengan la capacidad de tomar una decisión informada sobre su participación en la investigación.
- **Justicia:** la importancia de garantizar un trato equitativo para todos los participantes en la investigación, con el objetivo de promover un desarrollo óptimo de la misma. Esto implica asegurar que todos los participantes sean tratados de manera justa y sin discriminación, para garantizar la validez y la imparcialidad de los resultados de la investigación.
- **Beneficencia:** es importante que la investigación busque beneficios para los participantes del estudio. Esto significa que se debe tener en cuenta el bienestar de los participantes y se debe garantizar que los resultados de la investigación tengan un impacto positivo en su vida. De esta manera, se puede asegurar que la investigación tenga un enfoque centrado en las personas y que los participantes se sientan valorados y respetados.
- **Normas APA:** Salvaguarda la ética de quien escribe al evitar el plagio (tomar un texto, idea, entre otros, sin reconocer al autor a través de una cita) y el autoplagio (utilizar ideas o textos propios sin referenciar o citar en obras nuevas).

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis Descriptivo

Después de aplicar el instrumento de recolección de datos para ambas variables estudiadas, se presentaron los resultados correspondientes establecidos en los objetivos planteados. Estos hallazgos son el resultado de una investigación rigurosa que busca ofrecer una comprensión más profunda entre las variables estudiadas.

H1. Las estrategias de gestión de cobranza reducirán la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023.

H0. Las estrategias de gestión de cobranza no reducirán la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023.

Tabla 2

*Tabla cruzada Gestión de cobranzas (Agrupada)*Morosidad (Agrupada)*

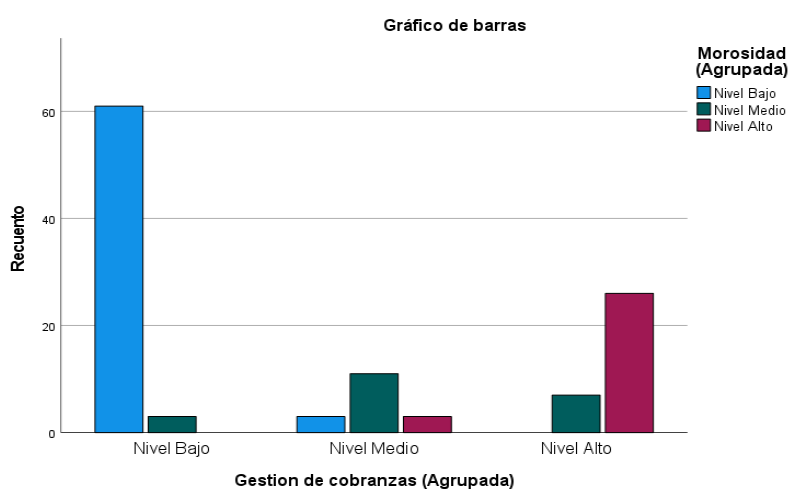
Recuento

		Morosidad (Agrupada)			Total
		Nivel Bajo	Nivel Medio	Nivel Alto	
Gestión de cobranzas (Agrupada)	Nivel Bajo	61	3	0	64
	Nivel Medio	3	11	3	17
	Nivel Alto	0	7	26	33
Total		64	21	29	114

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	120,576 ^a	4	,000

a. 2 casillas (22,2%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,13.



Interpretación: Como se muestra en la tabla 13 de pruebas de chi-cuadrado de Pearson, donde la significación asintótica es de <0.000, en la cual nos muestra que, si existe una asociación entre las variables gestión de cobranzas y la morosidad de manera significativa, por lo tanto, es factible que el plan que se elabora, mejore la situación de la empresa. Lo que indica que el Pvalor es <0.000 donde se rechaza a la hipótesis H_0 y se acepta la Hipótesis del investigador (H_1)

Tabla 3

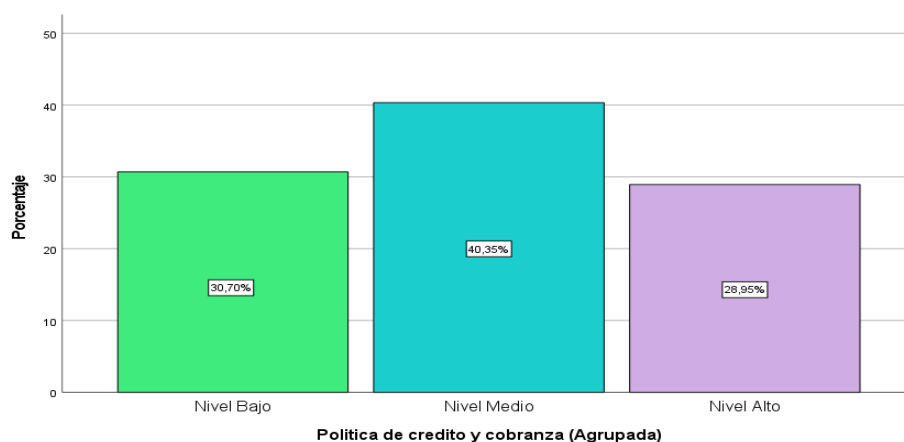
Políticas de créditos y cobranzas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	35	30,7
	Nivel Medio	46	40,4
	Nivel Alto	33	28,9
	Total	114	100,0

Nota: La tabla 5 representa los niveles de las políticas de crédito y cobranza en la variable gestión de cobranzas.

Figura 2

Políticas de créditos y cobranzas



Nota: La figura 1 representa los niveles de las políticas de crédito y cobranza en la variable gestión de cobranzas

Interpretación: Según los resultados presentados en la Tabla 5 y la Figura 1, se observa que la dimensión de políticas de créditos y cobranzas tiene un nivel bajo del 30.70%, un nivel alto del 30.70% y el nivel medio predomina en la empresa con un 40.40% del total de encuestados, en el cual indica los tipos de garantías, el volumen de compra y el periodo de créditos

Tabla 4

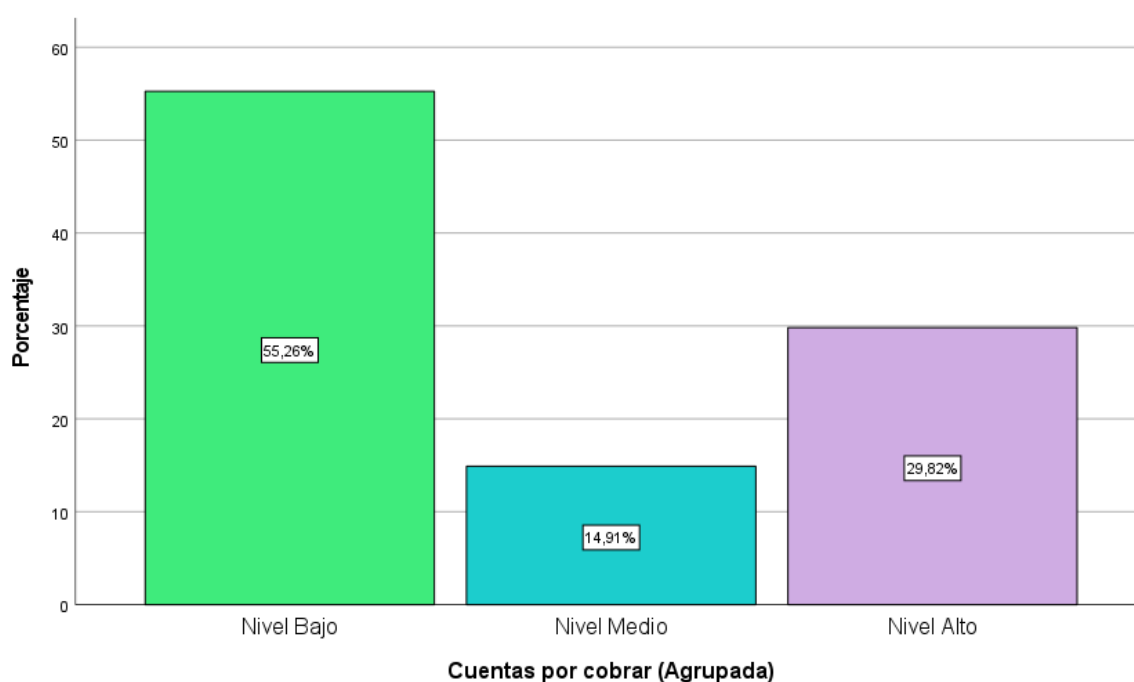
Cuentas por cobrar

		Frecuencia Porcentaje	
Válido	Nivel Bajo	63	55,3
	Nivel Medio	17	14,9
	Nivel Alto	34	29,8
	Total	114	100,0

Nota: La tabla 6 representa los niveles de las cuentas por cobrar en la variable gestión de cobranzas.

Figura 3

Cuentas por cobrar



Nota: La figura 2 representa los niveles de las cuentas por cobrar en la variable gestión de cobranzas.

Interpretación: Según los resultados presentados en la Tabla 6 y la Figura 2, se observa que la dimensión de cuentas por cobrar tiene un nivel medio del 14.90%, un nivel alto del 29.80% y el nivel bajo predomina en la empresa con un 55.30% del total de encuestados, lo cual indica al número de cuotas, índice de días vencidos, porcentaje de clientes morosos.

Tabla 5

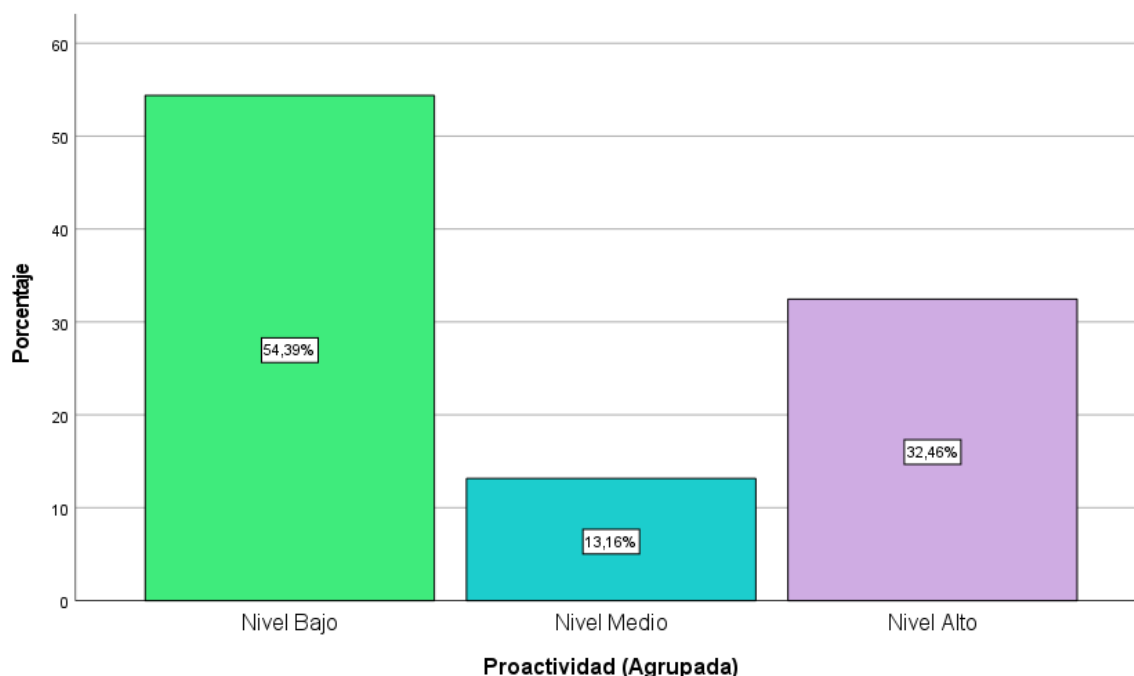
Proactividad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	62	54,4
	Nivel Medio	15	13,2
	Nivel Alto	37	32,5
	Total	114	100,0

Nota: La tabla 7 representa el nivel de proactividad en la variable gestión de cobranzas.

Figura 4

Proactividad



Nota: La figura 3 representa el nivel de proactividad en la variable gestión de cobranzas.

Interpretación: Según los resultados presentados en la Tabla 7 y la Figura 3, se observa que la dimensión de proactividad tiene un nivel medio del 13.20%, un nivel alto del 32.50% y el nivel bajo predomina en la empresa con un 54.40% del total de encuestados lo que implica identificación y solución de problemas, acciones y decisiones, anticipar y prevenir problemas.

Tabla 6

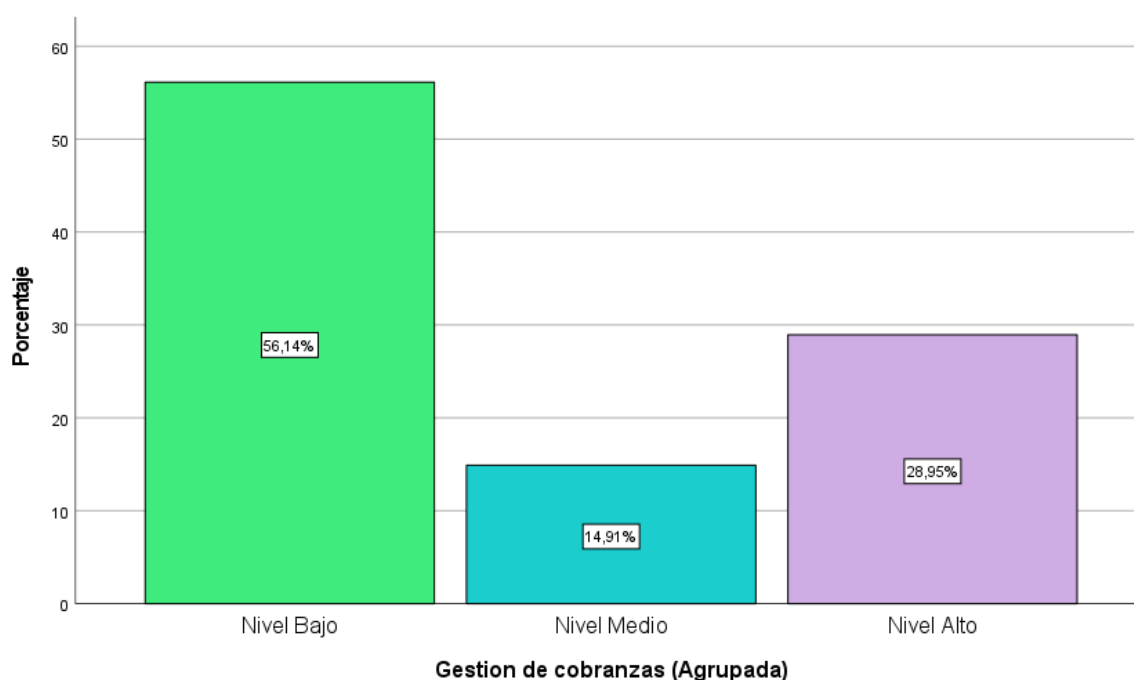
Gestión de cobranzas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	64	56,1
	Nivel Medio	17	14,9
	Nivel Alto	33	28,9
	Total	114	100,0

Nota: La tabla 8 representa el nivel de gestión de cobranzas.

Figura 5

Gestión de cobranzas



Nota: La figura 4 representa el nivel de gestión de cobranzas.

Interpretación: Según los resultados presentados en la Tabla 8 y la Figura 4, se observa que del total de los encuestados de la variable gestión de cobranzas tiene un nivel medio del 14.90%, un nivel alto del 28.90% y finalmente el nivel bajo predomina en la empresa con un 56.10%, en la cual indica a las políticas de crédito y cobranzas, cuentas por cobrar y la proactividad.

Tabla 7

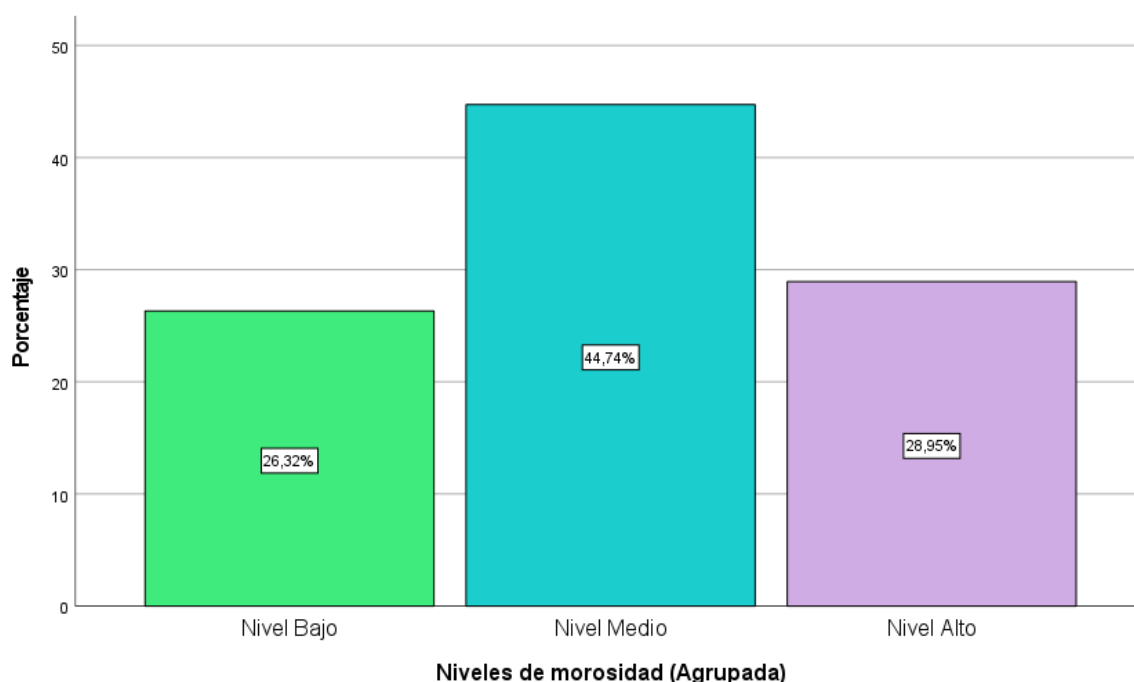
Niveles de morosidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	30	26,3
	Nivel Medio	51	44,7
	Nivel Alto	33	28,9
	Total	114	100,0

Nota: La tabla 9 representa los niveles de morosidad en la variable morosidad.

Figura 6

Niveles de morosidad



Nota: La figura 5 representa los niveles de morosidad en la variable morosidad.

Interpretación: Según los resultados presentados en la Tabla 9 y la Figura 5, se observa que la dimensión de niveles de morosidad tiene un nivel bajo del 26.30%, un nivel alto del 28.90% y el nivel medio predomina en la empresa con un 44.70% del total de encuestados, en la que indica las causas de morosidad, porcentaje de mora y la capacidad de pago.

Tabla 8

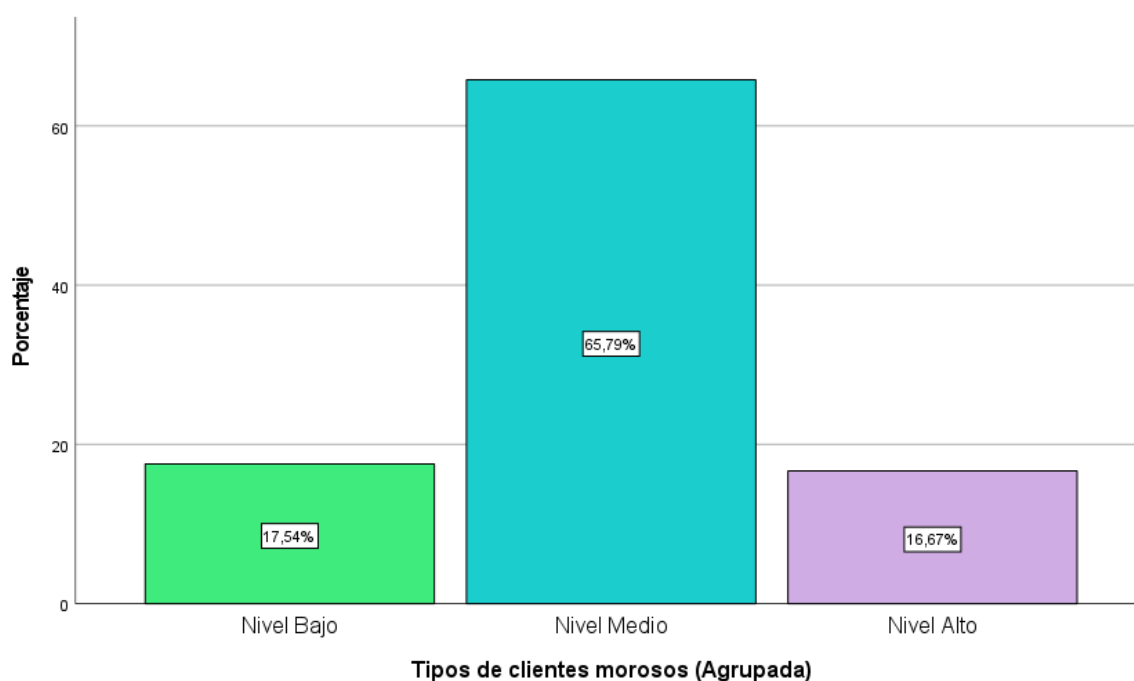
Tipos de clientes morosos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	20	17,5
	Nivel Medio	75	65,8
	Nivel Alto	19	16,7
	Total	114	100,0

Nota: La tabla 10 representa los tipos de clientes morosos en la variable morosidad.

Figura 7

Tipos de clientes morosos



Nota: La figura 6 representa los tipos de clientes morosos en la variable morosidad.

Interpretación: Según los resultados presentados en la Tabla 10 y la Figura 6, se observa que la dimensión de tipos de clientes morosos tiene un nivel alto del 16.70%, un nivel bajo del 17.50% y el nivel medio predomina en la empresa con un 65.80% del total de encuestados, en la cual indica a los clientes morosos negligentes, morosos desorganizados y los morosos intencionales.

Tabla 9

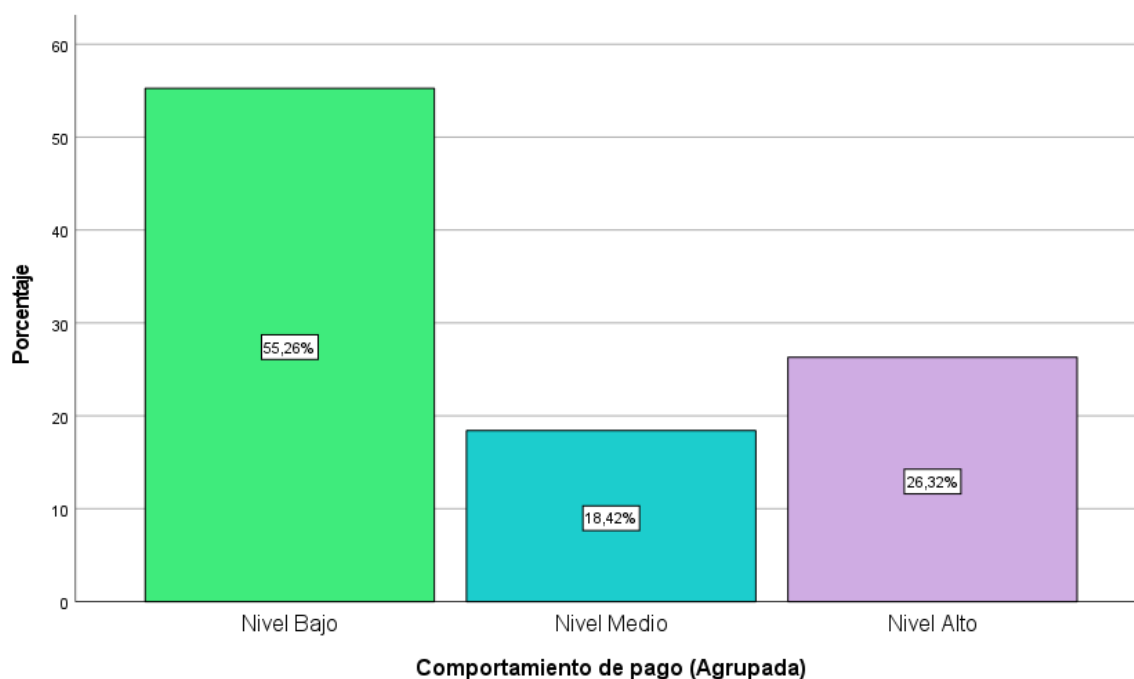
Comportamiento de pago

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	63	55,3
	Nivel Medio	21	18,4
	Nivel Alto	30	26,3
	Total	114	100,0

Nota: La tabla 11 representa el comportamiento de pago en la variable morosidad.

Figura 8

Comportamiento de pago



Nota: La figura 7 representa el comportamiento de pago en la variable morosidad.

Interpretación: Según los resultados presentados en la Tabla 11 y la Figura 7, se observa que la dimensión de comportamiento de pagos tiene un nivel medio del 18.40%, un nivel alto del 26.30% y el nivel bajo predomina en la empresa con un 55.30% del total de encuestados en la cual implica la situación actual del cliente, medir sus ventas, el pago contra entrega según la cantidad requerida.

Tabla 10

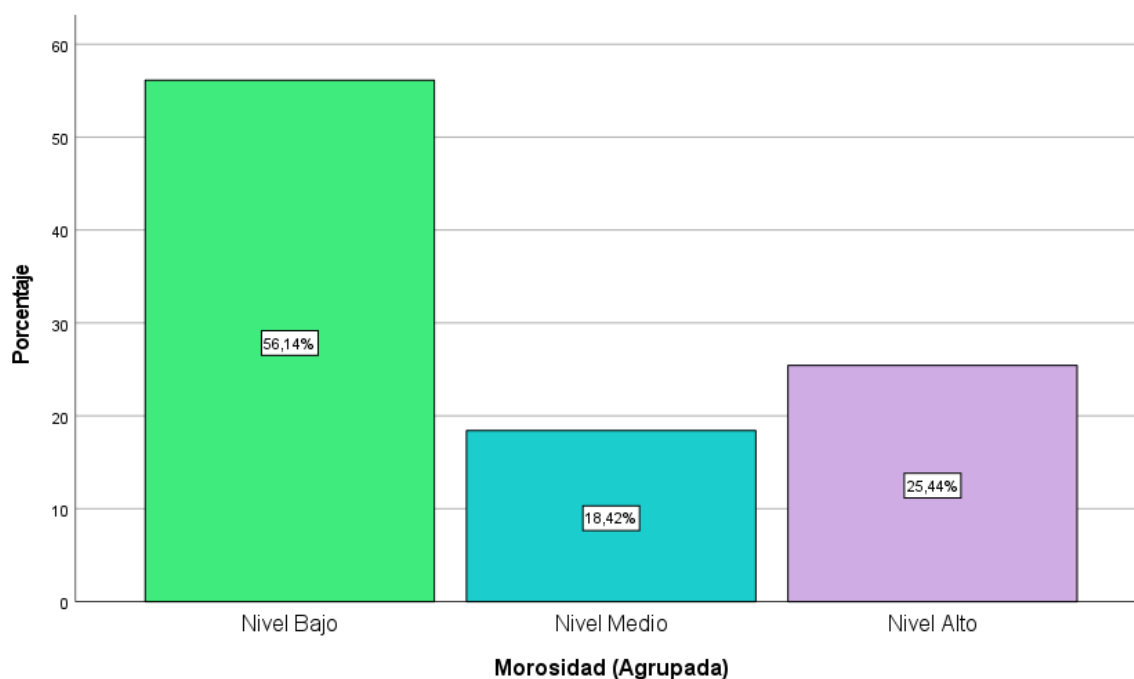
Morosidad

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Nivel Bajo	64	56,1
	Nivel Medio	21	18,4
	Nivel Alto	29	25,4
	Total	114	100,0

Nota: La tabla 12 representa el nivel de morosidad.

Figura 9

Morosidad



Nota: La figura 8 representa el nivel de morosidad.

Interpretación: Según los resultados presentados en la Tabla 12 y la Figura 8, se observa que del total de los encuestados de la variable morosidad tiene un nivel alto del 18.40%, un nivel medio del 25.40% y finalmente el nivel bajo predomina en la empresa con un 56.10%, lo que indica los niveles de morosidad, tipos de clientes morosos y el comportamiento de pago frente a la entidad.

V. DISCUSIÓN

En esta sección se aborda la discusión, la cual consiste en comparar e interpretar los datos obtenidos en la investigación con los antecedentes de otras investigaciones similares al tema de estudio. Además, se presentan explicaciones y sugerencias para futuras investigaciones. Esta fase es crucial para analizar los resultados obtenidos y contextualizarlos dentro del marco de conocimiento existente, lo que permite establecer conclusiones sólidas y fundamentadas.

Considerando los resultados de la investigación realizada en Distribuidora Milenio S.A.C., se ha identificado que muchos clientes no cumplen con el plazo de crédito establecido para el pago, lo que resulta en un aumento de la morosidad. Por esta razón, se ha llevado a cabo un estudio para determinar los factores que están contribuyendo a esta situación.

En cuanto al objetivo general de proponer estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023, se realizó un análisis de tabla cruzada para determinar la relación entre la gestión de cobranzas y la morosidad. Donde se indicaron que existe un bajo nivel de gestión de cobranzas en la empresa, lo que contribuye a la morosidad en sus cuentas por cobrar. Para validar, se realizó una prueba de chi-cuadrado de Pearson utilizando la Tabla 13. La significación asintótica fue de <0.000 , lo que indica que existe una asociación significativa entre las variables analizadas. Por lo tanto, es factible que el plan elaborado para mejorar la gestión de cobranzas pueda tener un impacto positivo en la situación de la empresa, lo que significa que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna del investigador (H_1). Estos resultados contrastan con las investigaciones de Fernández et al. (2022) y España y Togán (2022) la cual sugieren que la implementación de estrategias efectivas de gestión de cobranzas puede ser una solución viable para reducir la morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. y mejorar su situación financiera en general.

Esto se fundamenta con la Teoría de la gestión del cobro centrada en el cliente (Munevar, 2019) En el actual entorno empresarial, la atención al cliente y la recuperación de cartera son aspectos clave para el éxito de cualquier organización. En este sentido, las empresas han identificado la necesidad de establecer un

objetivo permanente de mejora en ambas áreas, con el fin de aumentar la satisfacción del cliente y, al mismo tiempo, reducir los riesgos financieros asociados a la morosidad. Además, para evitar la mora, es necesario tomar medidas preventivas que permitan anticiparse a los problemas. Esto implica establecer políticas claras de crédito y cobranza, realizar un seguimiento constante de los pagos y proponer planes de pago flexibles que se adapten a las necesidades del cliente. Asimismo, es importante contar con herramientas tecnológicas que permitan automatizar los procesos de cobranza y faciliten la identificación temprana de situaciones de riesgo.

Según los resultados del objetivo específico 1, se observó que la distribuidora Milenio S.A.C. tiene un nivel de gestión de cobranzas predominantemente bajo, representando el 56.10% de su gestión de cobranza en 2023, como se muestra en la tabla 8 y figura 4. Estos hallazgos contrastan con la investigación de Fernández et al. (2022), donde se evidenció una morosidad inadecuada del 50% en la empresa. Además, el estudio hecho por España y Togán (2022) reveló un nivel de riesgo del 48%, causado por diversos factores. Ambos estudios resaltan la falta de una gestión adecuada de cobranzas, lo cual afecta la morosidad.

Esto se fundamenta con la teoría de la gestión de las cobranzas (*Gestión de cobranza*, 2022), Es relevante resaltar que la administración de cobros es una labor fundamental en toda compañía, dado que tiene un impacto directo en la liquidez y rentabilidad de la misma. La gestión de cobros engloba una variedad de tareas y estrategias que deben ser aplicadas de forma eficiente para garantizar el pago de las deudas pendientes por parte de los clientes morosos.

La gestión de cobranzas abarca también la toma de decisiones relacionadas con la concesión de crédito a los clientes, la evaluación del riesgo crediticio, la determinación de los plazos y condiciones de pago, la implementación de políticas de cobranza y la negociación con los clientes para recuperar las deudas pendientes.

Además, es la importancia de llevar a cabo la gestión de cobranzas de manera cuidadosa y habilidosa, para garantizar que se mantenga una buena

relación con los clientes y no se dañe la imagen de la empresa. Por esta razón, es esencial contar con un equipo capacitado y competente en la gestión de cobranzas, así como con herramientas y tecnologías adecuadas para facilitar el proceso y mejorar los resultados.

En relación con el objetivo específico 2 de la empresa distribuidora Milenio S.A.C. en 2023, que busca describir el nivel de morosidad de sus clientes, los resultados presentados en la Tabla 12 y la Figura 8 indican que la mayoría de los encuestados se encuentra en el nivel bajo de morosidad, con un 56.10%. En cuanto a las dimensiones analizadas, se observa que el nivel medio de morosidad es del 44.70%, el nivel medio de clientes morosos es del 65.80% y el comportamiento de pago de los clientes tiene un nivel bajo del 55.30%. Estos resultados contrastan con las investigaciones de Fernández et al. (2022) y España y Togán (2022), donde se demostró que el nivel de morosidad y tipos de clientes representan un alto porcentaje en el nivel medio. Esto se debe a que la empresa no realiza una evaluación previa del cliente antes de otorgar un crédito y no evita extender el volumen de compra, lo que hace que su índice de morosidad se mantenga o incluso aumente según el periodo de días establecidos.

Esto se fundamenta en la Teoría de la economía del comportamiento (Denegri Coria et al., 2011) que es una rama de la economía que se enfoca en el estudio de cómo los individuos toman decisiones y cómo estos procesos son influenciados por factores emocionales y conductuales. A diferencia de la economía tradicional, que asume que las personas toman decisiones de manera racional y basada en la información disponible, la economía del comportamiento reconoce que los seres humanos a menudo toman decisiones basadas en factores psicológicos, sociales y emocionales.

Para comprender mejor los procesos de toma de decisiones y tratar de influir en ellos, la economía del comportamiento utiliza herramientas y técnicas de la psicología, la sociología y otras disciplinas relacionadas. Por ejemplo, se estudian las tendencias emocionales y conductuales que influyen en las decisiones de los individuos, como la aversión a la pérdida, el sesgo de confirmación y la heurística de disponibilidad.

VI. CONCLUSIONS

Primera: Para el objetivo general se concluye que es necesario implementar medidas para mejorar tanto el nivel de capacitación del personal en la gestión de cobranzas como el nivel de morosidad en la empresa. Esto permitirá fortalecer el proceso de cobranza y garantizar un flujo de efectivo más estable y una mayor liquidez. La cual mejorara la atención al cliente y los procesos de recuperación de cartera es un objetivo permanente para las empresas.

Segunda: En relación con el primer objetivo de la investigación, se ha determinado que la empresa presenta un nivel medio del 40.40% en cuanto a la aplicación de políticas claras, flexibles y precisas de créditos y cobranzas; este resultado indica que existe margen para mejorar la gestión de cobranzas en este aspecto. Por otro lado, se ha observado un nivel bajo del 55.30% en cuentas por cobrar, lo cual sugiere que el ingreso de efectivo es insuficiente y puede afectar la liquidez de la empresa. Finalmente, en cuanto a la proactividad, se ha validado un nivel bajo del 54.4%. Esto indica que se deben realizar seguimientos constantes de los clientes y sus pagos, establecer políticas claras y comunicarlas de manera efectiva, e identificar rápidamente las causas de los retrasos en los pagos. Como conclusión, se determinó que la empresa carece de estrategias de cobranza apropiadas y existe una falta de capacitación en los trabajadores para llevar a cabo eficazmente el proceso de cobro de deudas.

3. En lo que se refiere al segundo objetivo de la investigación, se ha establecido que el nivel de morosidad de los clientes en la empresa es de nivel medio del 44.70%. Este resultado se debe a causas que generan retrasos en los pagos, las cuales deben ser identificadas y abordadas para mejorar la gestión de cobranzas. En cuanto a los tipos de clientes morosos, se ha determinado que el nivel medio es del 65.80%. Este resultado sugiere que algunos clientes son desorganizados o prefieren destinar el dinero en otras cosas en lugar de pagar sus deudas. Por último, el comportamiento de pago de los clientes presenta un nivel bajo del 55.30%, lo

cual se debe a la situación actual del cliente y al ingreso de sus ventas diarias. Es importante tomar medidas para mejorar la proactividad en la gestión de cobranzas y garantizar el pago oportuno de las facturas.

4. Con relación al tercer objetivo de la investigación, se ha identificado que tanto el nivel de morosidad como el nivel de capacitación del personal en la gestión de cobranzas presentan un nivel bajo del 56.10%. Este resultado indica que el personal no está adecuadamente capacitado para realizar un cobro efectivo a los clientes y abordar las causas que generan la morosidad. Es fundamental diseñar estrategias de gestión de cobranzas que permitan reducir el nivel de morosidad en la empresa. Estas estrategias deben incluir acciones para mejorar la capacitación del personal en técnicas de cobranza, así como abordar las causas subyacentes de la morosidad, como problemas financieros o falta de comunicación efectiva con los clientes.

VII. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda para el objetivo general, implementar programas de formación y capacitación en técnicas de cobranza efectiva, comunicación con los clientes y manejo de situaciones difíciles. Además, es importante establecer indicadores de desempeño para evaluar el progreso del personal en la gestión de cobranzas.

Segunda: Se recomienda para la variable gestión de cobranza, implementar acciones como implementar incentivos de pago, pagos flexibles, capacitación al equipo de cobranza para mejorar la proactividad en la gestión de cobranzas, también es necesario tomar medidas para mejorar este aspecto de la gestión de cobranzas.

3. Se recomienda para la variable cobranzas, que las empresas establezcan más puntos de contacto con sus clientes en cada una de las etapas del proceso de cobranza. Esto implica no solo una mayor presencia en canales tradicionales como el teléfono o el correo electrónico, sino también una mayor presencia en canales digitales o las aplicaciones móviles. De esta manera, se logra una mayor cercanía con el cliente y se facilita la comunicación bidireccional, lo que permite identificar problemas y solucionarlos de manera más rápida y efectiva.

4. Se recomienda para el diseño de estrategias, establecer más puntos de contacto con los clientes, tomar medidas preventivas para evitar la mora y contar con herramientas tecnológicas que permitan automatizar los procesos y faciliten la toma de decisiones informadas.

5. Se recomienda al gerente general realizar capacitaciones constantes al personal de área de ventas, en cuanto a la modalidad de cobranza y como aplicar eficazmente las políticas de la empresa, es fundamental abordar estas deficiencias para mejorar la gestión financiera y garantizar la viabilidad a largo plazo de la distribuidora Milenio S.A.C.

6. Se recomienda realizar este tipo de investigación ya que muchas empresas y entidades tienen una cartera de morosos, lo que puede ser una de las principales razones por las cuales una empresa puede experimentar dificultades financieras o incluso fracasar. La morosidad puede afectar la capacidad de una empresa lo que puede limitar su capacidad para crecer y expandirse. Por lo tanto, es importante investigar y monitorear regularmente la cartera de morosidad para evitar problemas financieros a largo plazo.

VIII. PROPUESTA

Título

Diseñar estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023.

Introducción

La propuesta busca nuevas mejoras que permitan reducir el índice de morosidad en la empresa. La morosidad puede tener un impacto significativo en la situación financiera de la empresa, ya que puede afectar el flujo de efectivo y la liquidez. Una de las principales causas de la cartera de morosidad es la falta de una gestión adecuada de cobranzas. Si los clientes no pagan a tiempo, puede ser difícil para la empresa cumplir con sus obligaciones financieras y mantener su rentabilidad.

Por consiguiente, se busca identificar el origen de la morosidad y tomar medidas de acción concretas que permitan mejorar la gestión de cobranzas. Esto puede incluir la implementación de nuevos procesos y procedimientos para garantizar que las facturas se envíen y se paguen a tiempo, así como la capacitación del personal en técnicas efectivas de cobranza. Además, se pueden explorar opciones para mejorar la comunicación con los clientes y establecer relaciones más sólidas y duraderas.

Por lo tanto, la propuesta busca mejorar la gestión de cobranzas para reducir el índice de morosidad en la empresa. Al hacerlo, se espera mejorar la situación financiera y garantizar un flujo de efectivo más estable y una mayor liquidez.

Justificación

La propuesta se realiza con el objetivo de implementar estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. ya que se trabajó con una muestra de 114 clientes y con los resultados obtenidos con la variable gestión de cobranzas es de un nivel bajo de 56.10% debido a que el personal no tiene una capacitación constante en cuanto en el área de cobranzas y

un seguimiento continuo del retraso de pago, en cuanto a la variable morosidad un nivel bajo de 56.10% esto se debe a que existe diferentes causas que generan en retraso de los pagos y a la situación actual del cliente. Por tal motivo, con la propuesta se recomienda mejorar tanto el nivel de capacitación del personal en la gestión de cobranzas como el nivel de morosidad en la empresa esto permitirá fortalecer el proceso de cobranza y garantizar un flujo de efectivo más estable y una mayor liquidez.

Objetivo General:

Implementar estrategias de gestión de cobranzas en Distribuidora Milenio S.A.C. para reducir la cartera de morosidad.

Objetivos específicos:

- Realizar capacitaciones constantes al personal de ventas.
- Contratar un personal adecuado solo para el área de cobranzas.

Descripción de la propuesta

Estrategia 1: Realizar capacitaciones constantes al personal de ventas.

La propuesta contempla la realización de capacitaciones constantes para el personal de ventas, quienes son los encargados de evaluar a los clientes y otorgar créditos. Estas capacitaciones deben ser pertinentes y se llevarán a cabo cada tres meses. Además, se hará hincapié en las políticas de créditos y cobranzas, con el objetivo de que el personal esté alineado con la estrategia de reducción de morosidad.

Asimismo, se enfatizará en la importancia de mantener una adecuada postura al momento de cobrar, para lo cual se brindará el entrenamiento necesario. En caso de que el cliente supere el tiempo establecido para el pago, se aplicará un porcentaje de mora por días de retraso, después del tercer aviso.

El cronograma de capacitaciones será establecido con anticipación y se llevará a cabo en forma periódica, con el fin de garantizar que todo el personal esté actualizado y capacitado en la gestión de cobranzas.

Actividades a realizar:

- Realizar cursos y talleres especializados en gestión de cobranzas.
- Participar en foros y grupos de discusión en línea sobre gestión de cobranzas.
- Realizar investigaciones en línea sobre las mejores prácticas en gestión de cobranzas.
- Establecer políticas claras de crédito y cobranza para asegurar que los clientes comprendan los términos y condiciones del crédito.
- Como realizar una evaluación crediticia antes de ofrecer crédito a los clientes para minimizar el riesgo de impago.
- Establecer límites de crédito para cada cliente y monitorear el uso del crédito para evitar exceder los límites.
- Establecer políticas claras sobre cargos por pagos atrasados y otros cargos relacionados con la cobranza.
- Ofrecer descuentos por pronto pago para incentivar a los clientes a pagar sus facturas antes de la fecha de vencimiento.
- Establecer un sistema de incentivos para los clientes que pagan a tiempo, como descuentos o promociones exclusivas.

Tabla 11*Actividades y presupuesto de la primera estrategia*

Estrategia	Actividades	Meta	Duracion	Tiempo	Costo	Presupuesto
Realizar capacitaciones constantes al personal de ventas	Realizar cursos y talleres especializados en gestión de cobranzas			Trimestral		
	Participar en foros y grupos de discusión en línea sobre gestión de cobranzas.			Trimestral		
	Realizar investigaciones en línea sobre las mejores prácticas en gestión de cobranzas.	Enriquecer las habilidades y conocimientos del vendedor, para tener una buena actitud al momento de cobrar.	2 a 3 hrs con receso y reforzar según el tiempo establecido	Trimestral		
	Establecer políticas claras de crédito y cobranza para asegurar que los clientes comprendan los términos y condiciones del crédito.			Trimestral	S/ 350.00	S/ 1,400.00
	Como realizar una evaluación crediticia antes de ofrecer crédito a los clientes para minimizar el riesgo de impago.			Trimestral		
	Establecer límites de crédito para cada cliente y monitorear el uso del crédito para evitar exceder los límites.			Trimestral		

Establecer políticas claras sobre cargos por pagos atrasados y otros cargos relacionados con la cobranza.

Trimestral

Ofrecer descuentos por pronto pago para incentivar a los clientes a pagar sus facturas antes de la fecha de vencimiento.

Trimestral

Establecer un sistema de incentivos para los clientes que pagan a tiempo, como descuentos o promociones exclusivas.

Trimestral

Total

S/ 350.00 S/ 1,400.00

Nota: Elaboración Propia

Estrategia 2: Requerir un personal adecuado solo para cobranzas.

La propuesta sugiere la contratación de personal especializado exclusivamente para el área de cobranzas. Este personal deberá recibir capacitación sobre las políticas de créditos y cobranzas, así como sobre la postura adecuada de un buen cobrador.

Para llevar a cabo esta acción, se estableció un cronograma para contratar y capacitar al nuevo personal de cobranzas. Se espera que este personal sea proactivo y tenga la capacidad de resolver problemas relacionados con la gestión de cobranzas. Además, se les asignará la tarea de visitar a los clientes para realizar cobros antes de que el vendedor llegue. En caso de que el cliente no realice el pago, se le ofrecerá la opción de realizar el pedido de forma inmediata, pero solo bajo la modalidad de pago al contado.

Además, se informará al cliente sobre los días de retraso en su pago y se le notificará que se aplicará un cargo adicional por el tiempo de retraso. Es importante que el personal de cobranzas tenga la capacidad de lidiar con clientes especiales al momento de realizar los pagos, asegurando una comunicación efectiva y respetuosa.

Actividades a realizar:

- Capacita al personal en las políticas y procesos de cobranza de la empresa, así como en técnicas efectivas de cobranza.
- Proporciona retroalimentación para ayudarles a mejorar su desempeño y alcanzar sus objetivos.
- Establecer un proceso de seguimiento proactivo para identificar los clientes que tienen facturas pendientes de pago.
- Implementar un sistema de recordatorios de pago, a través de mensajes de texto, correo electrónico o llamadas telefónicas.
- Establecer un calendario de seguimiento para contactar a los clientes antes de que se venza la fecha de pago.

- Ofrecer opciones de pago flexibles para ayudar a los clientes a pagar sus facturas a tiempo.
- Realizar un análisis de la cartera de clientes y establecer prioridades de cobro, enfocándose en aquellos que tienen mayor riesgo de morosidad.
- Establecer un proceso de seguimiento a los clientes con pagos atrasados, con el objetivo de identificar las causas y ofrecer soluciones.

Tabla 12*Actividades y presupuesto de la segunda estrategia*

Estrategia	Actividades	Meta	Duracion	Tiempo	Costo	Presupuesto
Requerir un personal adecuado solo para cobranzas.	Capacita al personal en las políticas y procesos de cobranza de la empresa, así como en técnicas efectivas de cobranza	El personal capacitado solo para cobranza,	1 hora	trimestral	S/ 150.00	S/ 600.00
	Proporciona retroalimentación para ayudarles a mejorar su desempeño y alcanzar sus objetivos.	logre reducir la tasa de interés con las tareas a realizar	1 hora	trimestral	S/ 50.00	S/ 200.00
	Establecer un proceso de seguimiento proactivo para identificar los clientes que tienen facturas pendientes de pago.		1 hora	1ra semana	recursos propios de la empresa	-
	Implementar un sistema de recordatorios de pago, a través de mensajes de texto, correo electrónico o llamadas telefónicas		1 hora	semanalmente	recursos propios de la empresa	-
	Establecer un calendario de seguimiento para contactar a los clientes antes de que se venza la fecha de pago.		30min	al iniciar cada mes	S/ 20.00	S/ 240.00

Ofrecer opciones de pago flexibles para ayudar a los clientes a pagar sus facturas a tiempo.	30min	al iniciar cada mes	sin costo	-
Realizar un análisis de la cartera de clientes y establecer prioridades de cobro, enfocándose en aquellos que tienen mayor riesgo de morosidad.	2 horas	semanalmente	sin costo	-
Establecer un proceso de seguimiento a los clientes con pagos atrasados, con el objetivo de identificar las causas y ofrecer soluciones.	2 horas	Semanalmente	sin costo	-

Total			S/ 220.00	S/ 1,040.00
--------------	--	--	------------------	--------------------

Nota: Elaboración Propia

REFERENCIAS

- Alcala Gutierrez, L. B., & Sivipaucar Alvarado, Y. (2023). *Estrategias de cobranza para reducir la morosidad de clientes en una empresa agroindustrial distrito de Chorrillos 2021* [Tesis de Grado, Universidad Autonoma del Perú]. <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/2225>
- Arias Gonzáles, J. L., & Covinos Gallardo, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Enfoques Consulting EIRL. <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2260>
- Arias, J., Holgado, J., Tafur, T., & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis* (1.^a ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Arroba Salto, J. E., Morales Anguieta, J. A., & Villavicencio Peñaranda, E. J. (2018). Cuentas por cobrar y su relevancia en la liquidez. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, septiembre. <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/09/cuentas-cobrar-liquidez.html>
- Bances Acosta, D. E. (2021). *Estrategias de cobranza para mejorar la liquidez* [Tesis de Grado, Universidad Catolica Santo Toribio de Mogrovejo]. <http://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/4390>
- Barco Cóndor, G. S., & Douglas Parrales, M. de los Á. (2019). *Estrategias de Gestión de Cobranza para mejorar la liquidez de la empresa Carbones & Mar Marcarbo S.A.* [bachelorThesis, Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/42371>
- Barreto Gamarra, D. U. (2020). *Desarrollo de un modelo credit scoring para predecir el comportamiento de pagos de los clientes del segmento microempresa* [Tesis de Grado, Universidad Señor de Sipan]. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6687>
- Benavides Moyano, J. N. (2022). *Gestión de cobranza del centro comercial "Aguirre" en la ciudad de Babahoyo* [bachelorThesis, Babahoyo: UTB-FAFI. 2022]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11712>
- Cavero Rueda, J. (2020). *Estrategias de cobranza para reducir la morosidad de los clientes de la empresa Comercial Frionorte E.I.R.L, Chiclayo 2019* [Tesis de

- Grado, Universidad Señor de Sipan].
<http://repositorio.uss.edu.pe//handle/20.500.12802/6748>
- Chalco Calderon, A. (2021). *Estrategias de cobranza y morosidad de una empresa de cobranzas de Lima—2021* [Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/72750>
- Cruzado Cuzque, Y. Y., & Garcia Quintana, E. (2022). *Gestión de cobranza para mejorar la liquidez de la empresa El Aguila Import S.R.L., Chiclayo* [Tesis de Grado, Universidad Señor de Sipan].
<http://repositorio.uss.edu.pe//handle/20.500.12802/9837>
- Cubas Zavala, C. A. (2021). *PROCESOS DE COBRANZA Y LA GESTIÓN FINANCIERA EN LA EMPRESA IMPRESIONES & EDICIONES S.A.C. 2019* [Tesis de Grado, Universidad Peruana de Ciencias e Informática].
<http://repositorio.upci.edu.pe/handle/upci/278>
- Czerny, A. (2022, mayo 2). *Gestión de cobranza: ¡todo lo que necesitas saber sobre el tema!* <https://blog.nubox.com/empresas/que-es-gestion-de-cobranza>
- Denegri Coria, M., Cabezas Gaete, D., Del Valle Rojas, C., González Gómez, Y., & Sepúlveda Aravena, J. (2011). Escala de Actitudes hacia el Endeudamiento: Validez factorial y perfiles actitudinales en estudiantes universitarios chilenos. *Universitas Psychologica*, 11(2), 497-509.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy11-2.eaev>
- España Andrade, K. M., & Togán Murillo, B. F. (2022). *Diseño de un modelo de gestión de cobranza para reducir la morosidad en la empresa TRECX S.A. ubicada en la ciudad de Quito periodo 2018 – 2020 – estudio de caso.* [bachelorThesis, Quito : UCE].
<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/27263>
- Espinoza, C. H. H., Llacsahuache, A. C., Romero-Carazas, R., & Romero, I. A. (2022). Morosidad y su incidencia en la rentabilidad de una institución básica regular. *Revista Ñeque*, 5(12), Article 12.
<https://doi.org/10.33996/revistaneque.v5i12.81>
- Fernandez, F. M. M., Vargas, M. A. C., & Suárez, D. A. C. (2022). Estrategias de cobranza como instrumento para reducir la morosidad en la empresa Martyni Campestre, Garzón, Colombia. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(2), Article 2. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i2.1984

- García Guevara, P. S. (2022). *Desarrollo de un modelo predictivo para la detrmínación del comportamiento de pago de los clientes de un banco ecuatoriano*. [bachelorThesis, Quito: EPN, 2022.]. <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/23014>
- Guevara Perez, H. M. (2018). *Propuesta de estrategias de gestión de cobranza para la Institución Educativa Deportivo ADEU, Chiclayo*.
- Gutierrez Rubi, A. (2016, enero 2). *Método de negociación de Harvard*. DerechoPedia. https://derechopedia.cl/M%C3%A9todo_de_negociaci%C3%B3n_de_Harvard
- Heredia Espinoza, M. J., & Montenegro Cotrina, C. J. (2021). *Estrategias de cobranza para reducir la morosidad en “Mi Banco” sede en Cayalti, 2020* [Tesis de Grado, Universidad Señor de Sipan]. <http://repositorio.uss.edu.pe//handle/20.500.12802/8311>
- Hermoza, H. H. (2021). Gestión crediticia y la morosidad del Banco Pichincha del Perú, período 2019. *Quipukamayoc*, 29(59), Article 59. <https://doi.org/10.15381/quipu.v29i59.20354>
- Huaman Urcuhuaranga, P. M., & Moran Borda, E. C. (2023). *Estrategias de cobranza y la morosidad en Mibanco—Agencia Huancayo matriz en el contexto COVID-19* [Tesis de Grado, Universidad Continental]. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12817>
- La comunicación como aliado para una gestión de cobranza efectiva*. (2021, noviembre 19). <https://blog.nubox.com/empresas/gestion-de-cobranza-efectiva>
- LA fundacion Cotec. (2019, abril 8). *¿Qué es la economía del comportamiento?* Fundación COTEC para la Innovación. <https://cotec.es/noticia/que-es-la-economia-del-comportamiento/b04960c5-5b9f-4760-9a72-e3eaa8baadba>
- Maldonado Vargas, J. M., & Santillan Sinarahua, L. (2020). *Morosidad y su influencia en la rentabilidad de la Empresa Electro Oriente S.A., Tarapoto 2019*. [Tesis de Grado, Universidad Nacional de San Martín]. <http://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/4030>
- Mamani Ortiz, Y. (2021). *INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 2021*.

- Medina Díaz, M. del R., & Verdejo Carrión, A. L. (2020). Validez y confiabilidad en la evaluación del aprendizaje mediante las metodologías activas. *Alteridad: revista de educación*, 15(2), 270-284.
- Meza Vásquez, J. Y., & Ramírez Merino, M. P. (2021). *Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad de primas del canal GSP WORKSITE en Rimac Seguros, 2021* [Universidad César Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/76475>
- Mira Orozco, L. M. (2020). *Diseño de una estrategia para la gestión de cobranza, a través de Big Data Analytics en empresas de venta por catálogo*. <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/6378>
- Munevar, C. (2019, enero 17). *Conozca cómo incluir la gestión de cobro en su estrategia centrada en el cliente*. Open International. <https://www.openintl.com/es/incluya-gestion-de-cobro-estrategia-centrada-en-el-cliente/>
- Neyra, B. P. M. B., Ojeda, B. L. S. S., & Otero, M. R. C. O. (2021). Diseñar un manual de procedimientos de créditos y cobranzas para reducir la morosidad en la empresa darcell servicios integrados S.R.L. en la ciudad de Jaén en el periodo 2020. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(6), Article 6. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i6.1095
- Parra, J. O., Sarmiento, B. L., Zamora, G., & Cárdenas, J. Á. (2023). Modelo expertones para disminuir la morosidad de cartera en cooperativas de ahorro y crédito. *Revista Enfoques*, 7(25), Article 25. <https://doi.org/10.33996/revistaenfoques.v7i25.154>
- Pérez, G., Junnior, A., López, S., & Brayan, E. (2018). *CARACTERÍSTICAS DE LA CARTERA DE CLIENTES MOROSOS: CASO DE UNA EMPRESA IMPORTADORA PARA EL SECTOR SALUD UBICADA EN LIMA, PERIODO 2018—2019* [Tesis de Grado]. Universidad Privada del Norte.
- Puma Córdova, S. (2021). *Estrategias de gestión de cobranza para disminuir el nivel de morosidad en el banco Scotiabank, agencia Huánuco 2019* [Universidad Señor de Sipán]. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/9669>
- Quimi Mite, G. L. (2019). *Optimización en la gestión de cobranzas de la compañía DELCORP*.

- Romero Carazas, R., Torres Barrera, W., & Vásquez Villanueva, C. A. (2021). Propuesta de gestión de cobranza sistematizada para controlar la morosidad en Instituciones de Educación Básica. *Gestión Joven*, 22(4), 37-53.
- Uquillas, A., & González, C. (2017). Determinantes macro y microeconómicos para pruebas de tensión de riesgo de crédito: Un estudio comparativo entre Ecuador y Colombia basado en la tasa de morosidad. *Ensayos sobre Política Económica*, 35(84), 245-259. <https://doi.org/10.1016/j.espe.2017.11.002>
- Vásquez Ruiz, L. C. (2020). *La proactividad gerencial y la productividad en la empresa de telecomunicación distrito San Miguel, 2019* [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43124>
- Villena López, O. R., & Guerrero Velástegui, C. A. (2021). Gestión de cobranzas en empresas comercializadoras de electrodomésticos: Caso Marcimex, Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional*, 6(9), Article 9.
- Yagual Domínguez, T. G. (2022). *Políticas de crédito—Cobranzas y la liquidez de empresa pública UPSE, 2021* [masterThesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. 2022]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8176>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de Consistencia

Título de la investigación: Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general				Es de tipo aplicada, diseño no experimental: transversal, descriptivo propósito y bibliográfico.
¿De qué manera la gestión de cobranza reducirá la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023?	Proponer estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023	H ₁ . Las estrategias de gestión de cobranza reducirán la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023. H ₀ . Las estrategias de gestión de cobranza no reducirán la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023	Gestión de cobranzas	Políticas de crédito y cobranza	Tipos de garantías Volumen de compra Periodo de crédito (días)	
				Cuentas por cobrar	Numero de cuotas Índice de días vencidos Porcentaje de clientes morosos	
				Proactividad	Identificación y solución de problemas Acciones y decisiones Anticipar y prevenir problemas	

Problemas específicos	Objetivos específicos					
¿Cuál es el nivel de gestión de cobranzas de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023?	a) Indicar el de nivel gestión de cobranzas de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023		Morosidad	Niveles de morosidad	Causas de morosidad Porcentaje de mora Capacidad de pago	
¿Cuál es el nivel de morosidad que tienen los clientes de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023?	b) Describir el de nivel de morosidad que tienen los clientes de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023			Tipos de clientes morosos	Morosos negligente Morosos desorganizados Morosos intencional	
¿Cuál es el diseño de las estrategias de gestión de cobranzas que reducirán la morosidad de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023?	c) Diseñar las estrategias de gestión de cobranzas que reducirán la morosidad de la empresa distribuidora milenio S.A.C. en 2023			Comportamiento de pago	Situación actual Medir sus ventas Pago contra entrega	

Anexo 2: Cuadro de operacionalización de las variables

Estrategias de Gestión de Cobranzas para Reducir la Morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023				
Variables	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Gestión de Cobranzas	La gestión de cobranza es un proceso importante para poder generar relación con los clientes, inyectar la generación de hábitos y cultura de pago efectivo (Guevara Pérez, 2018)	Políticas de crédito y cobranza	Tipos de garantías	Escala Ordinal
			Volumen de compra	
			Periodo de crédito (días)	
		Cuentas por cobrar	Numero de cuotas	
			Índice de días vencidos	
			Porcentaje de clientes morosos	
		Proactividad	Identificación y solución de problemas	
			Acciones y decisiones	
			Anticipar y prevenir problemas	
Morosidad	Puede decirse que la morosidad es un tema muy común actualmente y que además reducir las tasas de los	Niveles de morosidad	Causas de morosidad	Escala Ordinal
			Porcentaje de mora	
			Capacidad de pago	

	clientes morosos resulta también toda una osadía en estos tiempos donde la crisis económica se ha extendido a nivel mundial (Romero Carazas et al., 2021)	Tipos de clientes morosos	Morosos negligente	
			Morosos desorganizados	
			Morosos intencional	
		Comportamiento de pago	Situación actual	
			Medir sus ventas	
			Pago contra entrega	

Anexo 3: Carta de Aceptación



DISTRIBUIDORA MILENIO SAC.

RUC: 20489155070

Jr. 25 de mayo # 449 - Moyobamba

Telf. 042-353307 / cel. 942626065

“AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO”

CARTA DE ACEPTACION

Moyobamba 12 de junio 2023

Yo, Alejandro Julca Paz, identificado con DNI N°00838340 representante legal de Distribuidora Milenio S.A.C., con RUC 20489155070, domiciliado en el Jr. 25 de Mayo N°449 – Moyobamba – Moyobamba – San Martín, autorizo a la estudiante Jhenifer Milagros Mendoza Cuipal, identificada con DNI N°47203851, estudiante del Proyecto de Investigación de la Universidad César Vallejo, a utilizar información confidencial de la empresa para el proyecto titulado “Estrategias de Gestión de Cobranzas para Reducir la Morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023”. Como condiciones contractuales, la estudiante está obligada a:

- No divulgar ni usar para fines personales la información.
- No proporcionar a terceras personas escrito o verbalmente la información confidencial de la empresa durante el estudio de investigación.

La estudiante asume la total responsabilidad que toda la información proporcionada para el estudio de investigación solo será para uso con fines académicos. La información y resultado que se obtenga del mismo pueden llegar a convertirse en herramienta didáctica que apoye la información de los estudiantes de la escuela de Administración.

En caso de que la estudiante incumpla con lo acordado líneas arriba, queda sujeto a responsabilidad civil por los daños y perjuicios que cause a la empresa Distribuidora Milenio S.A.C.

DISTRIBUIDORA MILENIO S.A.C.
ALEJANDRO JULCA PAZ
GERENTE GENERAL

ALEJANDRO JULCA PAZ
DNI: 00838340
GERENTE GENERAL
DISTRIBUIDORA MILENIO SAC.

ANEXO 5: Cuestionario



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CUESTIONARIO SOBRE: Estrategias de Gestión de Cobranzas para Reducir la Morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023.

El presente cuestionario forma parte de un estudio de investigación, cuyo propósito es recabar información de los clientes de la empresa Distribuidora Milenio S.A.C., Moyobamba, con la finalidad de reducir la morosidad en la empresa para este año y por ende continúe reduciendo.

Según la situación actual que presenta la empresa, marque con una "x" la alternativa que considere la adecuada:

Escala de valoración	1 (N) Nunca	2 (CS) Casi nunca	3 (AV) A veces	4 (CS) Casi siempre	5 (S) Siempre
----------------------	-------------------	-------------------------	----------------------	---------------------------	---------------------

Variable: Gestión de Cobranzas		Escala de valoración					
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5	
		N	CS	A V	CS	S	
Políticas de crédito y cobranza	Tipos de garantías						
	1	La empresa maneja mecanismo de garantías para reducir la gestión de cobranza.					
	2	La empresa milenio se preocupa por las garantías para las negociaciones con índice de riesgo.					
	Volumen de compra						
	3	La empresa maneja criterios de segmentación para sus clientes sobre el volumen de compra.					
	4	La empresa analiza su capacidad de pago frente al volumen de su compra					
	Periodo de crédito (días)						
	5	La empresa establece periodos de crédito.					
Cuentas por cobrar	6	La empresa gestiona políticas de crédito para otorgar periodos de créditos a los clientes.					
	Numero de cuotas						
	7	La empresa brinda el número de cuotas de acuerdo a la cantidad de compra del cliente.					
	8	La empresa realiza una buena gestión de venta para brindar el número de cuotas al cliente.					
	Índice de días vencidos						

	9	La empresa le brinda información sobre su récord de días de retraso en su pago.					
	10	La empresa mide la capacidad de compra del cliente para que pueda cumplir con la fecha límite de pago.					
	Porcentaje de clientes morosos						
	11	Conoce alguna estrategia que la empresa aplica para reducir el porcentaje de morosidad.					
	12	La empresa llama al cliente a recordar los días de retraso y esto ayuda a bajar su porcentaje de morosidad.					
Proactividad	Identificación y solución de problemas						
	13	La empresa brinda personal capacitado para ayudar a identificar y solucionar sobre sus días de pago.					
	14	La empresa le brinda soporte con personal capacitado para ayudar a resolver su retraso en su fecha límite de pagos.					
	Acciones y decisiones						
	15	Considera que el personal de cobranza de la empresa, aplica estrategias adecuadas de cobro.					
	16	Considera que el personal de cobranza de la empresa, gestiona adecuadamente el retraso de los días de pago.					
	Anticipar y prevenir problemas						
	17	Considera usted que la empresa tiene personal capacitado que anticipa y previene los riesgos de la gestión de cobranza.					

Variable: Morosidad		Escala de valoración				
Dimensiones	Indicadores	1	2	3	4	5
		N	CS	A V	CS	S
Niveles de morosidad	Causas de morosidad					
	1	La empresa otorga la información necesaria a sus clientes sobre lo que causa la morosidad.				
	2	La empresa le brinda información sobre los motivos que causa el retraso en sus fechas de pagos.				
	Porcentaje de mora					

	3	La empresa establece criterios en su volumen de compra para reducir su cartera de morosidad.					
	4	La empresa evita extender su volumen de compra y así no aumente su porcentaje de morosidad.					
	Capacidad de pago						
	5	La empresa brinda la información necesaria previa evaluación del cliente para su capacidad de pago de acuerdo a su compra					
	6	Considera Usted que la empresa debe brindar la información de su récord de pago, y así pedir lo necesario de acuerdo a ello.					
Tipos de clientes morosos	Morosos negligente						
	7	¿Considera usted que en alguna ocasión se descuidó en sus pagos, y la empresa le informo?					
	Morosos desorganizados						
	8	¿Considera usted que se organiza en sus pagos para quedar bien con la empresa?					
	Morosos intencional						
	9	¿Considera usted que en ocasiones teniendo efectivo para pagar a la empresa, destino el pago para otra cosa?					
Comportamiento de pago	Situación actual						
	10	La empresa conoce su situación actual en cuanto a su comportamiento de pago.					
	11	La empresa cuenta con personal capacitado para ayudar a reconocer su situación actual y de acuerdo a ello poder realizar su pedido.					
	Medir sus ventas						
	12	La empresa mide sus ventas de acuerdo al comportamiento de pago del cliente.					
	13	La empresa le pregunta sobre sus ventas diarias, para que pueda tener un comportamiento de pago bueno con la empresa.					
	Pago contra entrega						
	14	La empresa le brinda su condición de pago al momento de su compra.					
	15	La empresa le brinda la condición de pago contra entrega si su compra sobrepasa más del límite.					

ANEXO 6: Validez de instrumentos por el primer juicio de experto



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: **Dra. África del Valle Calanchez Urribarri.**

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023".

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dra. África del Valle Calanchez Urribarri		
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor	(x)
Área de formación académica:	Clinica ()	Social	(x)
	Educativa ()	Organizacional	()
Áreas de experiencia profesional:	Administración		
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo		
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()		
	Más de 5 años ()	x	
Experiencia en Investigación	Docente Investigador. 15 años de experiencia		

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023
Autor (a):	Mendoza Cuipal, Jhenifer Milagros (2023).
Procedencia:	Moyobamba
Administración:	Aplicación mediante formulario Google y Aplicación de campo
Tiempo de aplicación:	30 minutos
Ámbito de aplicación:	Población de clientes de venta al crédito.
Significación:	El objeto es medir las estrategias de gestión de cobranzas para así reducir el porcentaje de morosidad.

4. Soporte teórico

Área/Escala (Variable)	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de cobranzas Escala ordinal	Políticas de crédito y cobranza	Son instrucciones detalladas para el trabajo de crédito que ha diseñado la organización para reducir el riesgo asociado con los créditos (Quimi Mite, 2019).
	Cuentas por cobrar	Son los montos que los clientes deben a una empresa debido a la adquisición de bienes o servicios, o al obtener crédito en el transcurso de las operaciones comerciales (Arroba Salto et al., 2018).
	Proactividad.	Tener un pensamiento proactivo puede cambiar la forma en que su equipo recauda dinero de los clientes, lo que a su vez cambia la forma en que sus clientes perciben e interactúan con su negocio (<i>10 preguntas sobre la gestión proactiva de cobros</i> , 2021)
Morosidad Escala ordinal	Niveles de morosidad.	Se refiere al porcentaje de préstamos vencidos que se calcula como la relación entre el monto que existe al final del periodo considerado normalmente trimestral y el total de créditos concedidos (Guevara Pérez, 2018).
	Tipos de clientes morosos.	Son únicos e incómodos para todas las empresas que tienen un impacto directo en los métodos de cobranza (Cubas Zavala, 2021).
	Comportamiento de pago.	De un cliente de microcrédito requiere una base de datos extensa que recoge el historial de los préstamos que no se pagaron (Barreto Gamarra, 2020).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el "Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023" elaborado por Mendoza Cuipal, Jhenifer Milagros, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores le solicito que califique cada uno de los ítems según corresponda.

Criterio	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

Variable/categoría: **GESTION DE COBRANZA**

Primera dimensión / subcategoría: **POLITICAS DE CREDITO Y COBRANZA**

Objetivos de la dimensión: *Aplicar bien las políticas para tener una buena gestión de cobranza.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tipos de garantías	1.La empresa maneja mecanismo de garantías para reducir la gestión de cobranza. 2.La empresa milenio se preocupa por las garantías para las negociaciones con índice de riesgo.	4	4	4	-
Volumen de compra	3.La empresa maneja criterios de segmentación para sus clientes sobre el volumen de compra. 4. La empresa analiza su capacidad de pago frente al volumen de su compra.	4	4	4	-
Periodo de crédito (días)	5.La empresa establece periodos de crédito. 6.La empresa gestiona políticas de crédito para otorgar periodos de créditos a los clientes.	4	4	4	-

Segunda dimensión / subcategoría: **CUENTAS POR COBRAR**

Objetivos de la dimensión: *Las cuentas por cobrar genere más liquidez en la empresa.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Numero de cuotas	7. La empresa brinda el número de cuotas de acuerdo a la cantidad de compra del cliente. 8. La empresa realiza una buena gestión de venta para brindar el número de cuotas al cliente.	4	4	4	-
Índice de días vencidos	9.La empresa le brinda información sobre su récord de días de retraso en su pago. 10. La empresa mide la capacidad de compra del cliente para que pueda cumplir con la fecha límite de pago.	4	4	4	-
Porcentaje de clientes morosos	11. Conoce alguna estrategia que la empresa aplica para reducir el porcentaje de morosidad.	4	4	4	-

	12. La empresa llama al cliente a recordar los días de retraso y esto ayuda a bajar su porcentaje de morosidad.				
--	---	--	--	--	--

Tercera dimensión / subcategoría: PROACTIVIDAD

Objetivos de la dimensión: El personal este capacitado frente a diferentes adversidades del área encargada.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identificación y solución de problemas	13. La empresa brinda personal capacitado para ayudar a identificar y solucionar sobre sus días de pago.	4	4	4	-
	14. La empresa le brinda soporte con personal capacitado para ayudar a resolver su retraso en su fecha límite de pagos.				
Acciones y decisiones	15. Considera que el personal de cobranza de la empresa, aplica estrategias adecuadas de cobro.	4	4	4	-
	16. Considera que el personal de cobranza de la empresa, gestiona adecuadamente el retraso de los días de pago.				
Anticipar y prevenir problemas	17. Considera usted que la empresa tiene personal capacitado que anticipa y previene los riegos de la gestión de cobranza.	4	4	4	-

Variable/categoría: MOROSIDAD
Primera dimensión / subcategoría: NIVELES DE MOROSIDAD

Objetivos de la dimensión: Analizar los niveles de morosidad de los clientes, para verificar cuanto es el porcentaje.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Causas de morosidad	1. La empresa otorga la información necesaria a sus clientes sobre lo que causa la morosidad.	4	4	4	-
	2. La empresa le brinda información sobre los motivos que causa el retraso en sus fechas de pagos.				
Porcentaje de mora	3. La empresa establece criterios en su volumen de compra para reducir su cartera de morosidad.	4	4	4	-
	4. La empresa evita extender su volumen de compra y así no aumente su porcentaje de morosidad.				
Capacidad de pago	5. La empresa brinda la información necesaria previa evaluación del cliente para su capacidad de pago de acuerdo a su compra 6. Considera Usted que la empresa debe brindar la información de su récord de pago, y así pedir lo necesario de acuerdo a ello.	4	4	4	-

Primera dimensión / subcategoría: TIPOS DE CLIENTES MOROSOS
Objetivos de la dimensión: Evaluar los tipos de carteras de morosidad y cual es el motivo que lo causa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Morosos negligente	7. ¿Considera usted que en alguna ocasión se descuidó en sus pagos, y la empresa le informó?	4	4	4	-
Morosos desorganizados	8. ¿Considera usted que se organiza en sus pagos para quedar bien con la empresa?	4	4	4	-
Morosos intencional	9. ¿Considera usted que en ocasiones teniendo efectivo para pagar a la empresa, destino el pago para otra cosa?	4	4	4	-

Primera dimensión / subcategoría: COMPORTAMIENTO DE PAGO
Objetivos de la dimensión: Analizar su comportamiento de pago frente al volumen de compra.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Situación actual	10. La empresa conoce su situación actual en cuanto a su comportamiento de pago. 11. La empresa cuenta con personal capacitado para ayudar a reconocer su situación actual y de acuerdo a ello poder realizar su pedido.	4	4	4	-
Medir sus ventas	12. La empresa mide sus ventas de acuerdo al comportamiento de pago del cliente. 13. La empresa le pregunta sobre sus ventas diarias, para que pueda tener un comportamiento de pago bueno con la empresa.	4	4	4	-
Pago contra entrega	14. La empresa le brinda su condición de pago al momento de su compra. 15. La empresa le brinda la condición de pago contra entrega si su compra sobrepasa más del límite.	4	4	4	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

 Apellidos y nombres del juez evaluador: **Dra. África del Valle Calanchez Urribarri**

Especialidad del evaluador: Licenciada en Administración y Doctorado en Ciencias. Mención Gerencia.

11 de julio de 2023


 Dra. África Calanchez Urribarri
 CE: 000513626
 Docente investigadora

ANEXO 7: Validez de instrumentos por el segundo juicio de experto



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Dr. KERWIN JOSE CHAVEZ VERA

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023".

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dr. KERWIN JOSE CHAVEZ VERA	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (x)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa ()	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Administración	
Institución donde labora:	universidad Cesar Vallejo	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación	Docente Renacyt. (15 años de experiencia)	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023
Autor (a):	Mendoza Cuipal, Jhenifer Milagros (2023).
Procedencia:	Moyobamba
Administración:	Aplicación mediante formulario Google y Aplicación de campo.
Tiempo de aplicación:	30 minutos
Ámbito de aplicación:	Población de clientes de venta al crédito.
Significación:	El objeto es medir las estrategias de gestión de cobranzas para así reducir el porcentaje de morosidad.

4. Soporte teórico

Área/Escala (Variable)	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de cobranzas <i>Escala ordinal</i>	Políticas de crédito y cobranza	Son instrucciones detalladas para el trabajo de crédito que ha diseñado la organización para reducir el riesgo asociado con los créditos (Quimi Mite, 2019).
	Cuentas por cobrar	Son los montos que los clientes deben a una empresa debido a la adquisición de bienes o servicios, o al obtener crédito en el transcurso de las operaciones comerciales (Arroba Salto et al., 2018).
	Proactividad.	Tener un pensamiento proactivo puede cambiar la forma en que su equipo recauda dinero de los clientes, lo que a su vez cambia la forma en que sus clientes perciben e interactúan con su negocio (<i>10 preguntas sobre la gestión proactiva de cobros</i> , 2021).
Morosidad <i>Escala ordinal</i>	Niveles de morosidad.	Se refiere al porcentaje de préstamos vencidos que se calcula como la relación entre el monto que existe al final del periodo considerado normalmente trimestral y el total de créditos concedidos (Guevara Pérez, 2018).
	Tipos de clientes morosos.	Son únicos e incómodos para todas las empresas que tienen un impacto directo en los métodos de cobranza (Cubas Zavala, 2021).
	Comportamiento de pago.	De un cliente de microcrédito requiere una base de datos extensa que recoge el historial de los préstamos que no se pagaron (Barreto Gamarra, 2020).

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el "Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023" elaborado por Mendoza Cuipal, Jhenifer Milagros, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores le solicito que califique cada uno de los ítems según corresponda.

Criterio	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.

RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

Variable/categoría: GESTION DE COBRANZA
Primera dimensión / subcategoría: POLITICAS DE CREDITO Y COBRANZA

Objetivos de la dimensión: Aplicar bien las políticas para tener una buena gestión de cobranza.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tipos de garantías	1.La empresa maneja mecanismo de garantías para reducir la gestión de cobranza. 2.La empresa milenio se preocupa por las garantías para las negociaciones con índice de riesgo.	4	4	4	-
Volumen de compra	3.La empresa maneja criterios de segmentación para sus clientes sobre el volumen de compra. 4. La empresa analiza su capacidad de pago frente al volumen de su compra.	4	4	4	-
Periodo de crédito (días)	5.La empresa establece periodos de crédito. 6.La empresa gestiona políticas de crédito para otorgar periodos de créditos a los clientes.	4	4	4	-

Segunda dimensión / subcategoría: CUENTAS POR COBRAR

Objetivos de la dimensión: Las cuentas por cobrar genere más liquidez en la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Numero de cuotas	7. La empresa brinda el número de cuotas de acuerdo a la cantidad de compra del cliente. 8. La empresa realiza una buena gestión de venta para brindar el número de cuotas al cliente.	4	4	4	-
Índice de días vencidos	9.La empresa le brinda información sobre su récord de días de retraso en su pago. 10. La empresa mide la capacidad de compra del cliente para que pueda cumplir con la fecha límite de pago.	4	4	4	-
Porcentaje de clientes morosos	11. Conoce alguna estrategia que la empresa aplica para reducir el porcentaje de morosidad. 12. La empresa llama al cliente a recordar los días de retraso y esto ayuda a bajar su porcentaje de morosidad.	4	4	4	-

Tercera dimensión / subcategoría: PROACTIVIDAD
Objetivos de la dimensión: El personal este capacitado frente a diferentes adversidades del área encargada.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identificación y solución de problemas	13. La empresa brinda personal capacitado para ayudar a identificar y solucionar sobre sus días de pago. 14. La empresa le brinda soporte con personal capacitado para ayudar a resolver su retraso en su fecha límite de pagos.	4	4	4	-
Acciones y decisiones	15. Considera que el personal de cobranza de la empresa, aplica estrategias adecuadas de cobro. 16. Considera que el personal de cobranza de la empresa, gestiona adecuadamente el retraso de los días de pago.	4	4	4	-
Anticipar y prevenir problemas	17. Considera usted que la empresa tiene personal capacitado que anticipa y previene los riesgos de la gestión de cobranza.	4	4	4	-

Variable/categoría: MOROSIDAD
Primera dimensión / subcategoría: NIVELES DE MOROSIDAD
Objetivos de la dimensión: Analizar los niveles de morosidad de los clientes, para verificar cuanto es el porcentaje.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Causas de morosidad	1. La empresa otorga la información necesaria a sus clientes sobre lo que causa la morosidad. 2. La empresa le brinda información sobre los motivos que causa el retraso en sus fechas de pagos.	4	4	4	-
Porcentaje de mora	3. La empresa establece criterios en su volumen de compra para reducir su cartera de morosidad. 4. La empresa evita extender su volumen de compra y así no aumente su porcentaje de morosidad.	4	4	4	-
Capacidad de pago	5. La empresa brinda la información necesaria previa evaluación del cliente para su capacidad de pago de acuerdo a su compra 6. Considera Usted que la empresa debe brindar la información de su récord de pago, y así pedir lo necesario de acuerdo a ello.	4	4	4	-

Primera dimensión / subcategoría: TIPOS DE CLIENTES MOROSOS
Objetivos de la dimensión: Evaluar los tipos de carteras de morosidad y cuál es el motivo que lo causa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Morosos negligente	7. ¿Considera usted que en alguna ocasión se descuidó en sus pagos, y la empresa le informo?	4	4	4	-
Morosos desorganizados	8. ¿Considera usted que se organiza en sus pagos para quedar bien con la empresa?	4	4	4	-
Morosos intencional	9. ¿Considera usted que en ocasiones teniendo efectivo para pagar a la empresa, destino el pago para otra cosa?	4	4	4	-

Primera dimensión / subcategoría: COMPORTAMIENTO DE PAGO
Objetivos de la dimensión: Analizar su comportamiento de pago frente al volumen de compra.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Situación actual	10. La empresa conoce su situación actual en cuanto a su comportamiento de pago. 11. La empresa cuenta con personal capacitado para ayudar a reconocer su situación actual y de acuerdo a ello poder realizar su pedido.	4	4	4	-
Medir sus ventas	12. La empresa mide sus ventas de acuerdo al comportamiento de pago del cliente. 13. La empresa le pregunta sobre sus ventas diarias, para que pueda tener un comportamiento de pago bueno con la empresa.	4	4	4	-
Pago contra entrega	14. La empresa le brinda su condición de pago al momento de su compra. 15. La empresa le brinda la condición de pago contra entrega si su compra sobrepasa más del límite.	4	4	4	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

 Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

 Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. KERWIN JOSE CHAVEZ VERA

Especialidad del evaluador: Licenciado en Administración y Dr. en Gerencia.

11 de julio de 2023



 Dr. Kerwin José Chávez Vera
 C.E. 003058524
 Docente Investigador

ANEXO 8: Validez de instrumentos por el tercer juicio de experto



Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: **Dr. KARLWHITTEMBURY GARCIA**

Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023".

La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

Nombre del juez:	Dr. Karl Whittembury Garcia	
Grado profesional:	Maestría ()	Doctor (x)
Área de formación académica:	Clínica ()	Social ()
	Educativa (x)	Organizacional ()
Áreas de experiencia profesional:	Metodología de la Investigación Científica	
Institución donde labora:	Universidad Cesar Vallejo – Filial Moyobamba	
Tiempo de experiencia profesional en el área:	2 a 4 años ()	Más de 5 años (x)
Experiencia en Investigación	Jefe de Investigación Formativa y Docente – Filial Moyobamba	

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

3. Datos de la escala

Nombre de la Prueba:	Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023
Autor (a):	Mendoza Cuipal, Jhenifer Milagros (2023).
Procedencia:	Moyobamba
Administración:	Aplicación mediante formulario Google y Aplicación de campo.
Tiempo de aplicación:	30 minutos
Ámbito de aplicación:	Población de clientes de venta al crédito.
Significación:	El objeto es medir las estrategias de gestión de cobranzas para así reducir el porcentaje de morosidad.

4. **Soporte teórico**

Área/Escala (Variable)	Subescala (dimensiones)	Definición
Gestión de cobranzas <i>Escala ordinal</i>	Políticas de crédito y cobranza	Son instrucciones detalladas para el trabajo de crédito que ha diseñado la organización para reducir el riesgo asociado con los créditos (Quimi Mite, 2019).
	Cuentas por cobrar	Son los montos que los clientes deben a una empresa debido a la adquisición de bienes o servicios, o al obtener crédito en el transcurso de las operaciones comerciales (Arroba Salto et al., 2018).
	Proactividad.	Tener un pensamiento proactivo puede cambiar la forma en que su equipo recauda dinero de los clientes, lo que a su vez cambia la forma en que sus clientes perciben e interactúan con su negocio (<i>10 preguntas sobre la gestión proactiva de cobros</i> , 2021).
Morosidad <i>Escala ordinal</i>	Niveles de morosidad.	Se refiere al porcentaje de préstamos vencidos que se calcula como la relación entre el monto que existe al final del periodo considerado normalmente trimestral y el total de créditos concedidos (Guevara Pérez, 2018).
	Tipos de clientes morosos.	Son únicos e incómodos para todas las empresas que tienen un impacto directo en los métodos de cobranza (Cubas Zavala, 2021).
	Comportamiento de pago.	De un cliente de microcrédito requiere una base de datos extensa que recoge el historial de los préstamos que no se pagaron (Barreto Gamarra, 2020).

5. **Presentación de instrucciones para el juez:**

A continuación, a usted le presento el "Cuestionario para medir las Estrategias de gestión de cobranzas para reducir la morosidad en distribuidora milenio S.A.C. en 2023" elaborado por Mendoza Cuipal, Jhenifer Milagros, en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores le solicito que califique cada uno de los ítems según corresponda.

Criterio	Calificación	Indicador
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. No cumple con el criterio	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Moderado nivel	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Alto nivel	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.



RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

FORMATO DE VALIDACIÓN

Estimado Juez: leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente.

Variable/categoría: GESTION DE COBRANZA
Primera dimensión / subcategoría: POLITICAS DE CREDITO Y COBRANZA

Objetivos de la dimensión: Aplicar bien las políticas para tener una buena gestión de cobranza.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Tipos de garantías	1.La empresa maneja mecanismo de garantías para reducir la gestión de cobranza. 2.La empresa milenio se preocupa por las garantías para las negociaciones con índice de riesgo.	3	4	4	-
Volumen de compra	3.La empresa maneja criterios de segmentación para sus clientes sobre el volumen de compra. 4. La empresa analiza su capacidad de pago frente al volumen de su compra.	4	4	4	-
Periodo de crédito (días)	5.La empresa establece periodos de crédito. 6.La empresa gestiona políticas de crédito para otorgar periodos de créditos a los clientes.	4	4	4	-

Segunda dimensión / subcategoría: CUENTAS POR COBRAR

Objetivos de la dimensión: Las cuentas por cobrar genere más liquidez en la empresa.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Numero de cuotas	7. La empresa brinda el número de cuotas de acuerdo a la cantidad de compra del cliente. 8. La empresa realiza una buena gestión de venta para brindar el número de cuotas al cliente.	4	4	4	-
Índice de días vencidos	9.La empresa le brinda información sobre su récord de días de retraso en su pago. 10. La empresa mide la capacidad de compra del cliente para que pueda cumplir con la fecha límite de pago.	4	4	4	-
Porcentaje de clientes morosos	11. Conoce alguna estrategia que la empresa aplica para reducir el porcentaje de morosidad. 12. La empresa llama al cliente a recordar los días de retraso y esto ayuda a bajar su porcentaje de morosidad.	4	4	4	-

Tercera dimensión / subcategoría: PROACTIVIDAD

Objetivos de la dimensión: El personal este capacitado frente a diferentes adversidades del área encargada.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Identificación y solución de problemas	13. La empresa brinda personal capacitado para ayudar a identificar y solucionar sobre sus días de pago. 14. La empresa le brinda soporte con personal capacitado para ayudar a resolver su retraso en su fecha límite de pagos.	4	4	4	-
Acciones y decisiones	15. Considera que el personal de cobranza de la empresa, aplica estrategias adecuadas de cobro. 16. Considera que el personal de cobranza de la empresa, gestiona adecuadamente el retraso de los días de pago.	4	4	4	-
Anticipar y prevenir problemas	17. Considera usted que la empresa tiene personal capacitado que anticipa y previene los riesgos de la gestión de cobranza.	4	4	4	-

Variable/categoría: MOROSIDAD
Primera dimensión / subcategoría: NIVELES DE MOROSIDAD

Objetivos de la dimensión: Analizar los niveles de morosidad de los clientes, para verificar cuanto es el porcentaje.

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Causas de morosidad	1. La empresa otorga la información necesaria a sus clientes sobre lo que causa la morosidad. 2. La empresa le brinda información sobre los motivos que causa el retraso en sus fechas de pagos.	4	4	4	-
Porcentaje de mora	3. La empresa establece criterios en su volumen de compra para reducir su cartera de morosidad. 4. La empresa evita extender su volumen de compra y así no aumente su porcentaje de morosidad.	4	4	4	-
Capacidad de pago	5. La empresa brinda la información necesaria previa evaluación del cliente para su capacidad de pago de acuerdo a su compra 6. Considera Usted que la empresa debe brindar la información de su récord de pago, y así pedir lo necesario de acuerdo a ello.	4	4	4	-

Primera dimensión / subcategoría: **TIPOS DE CLIENTES MOROSOS**

Objetivos de la dimensión: *Evaluar los tipos de carteras de morosidad y cuál es el motivo que lo causa.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Morosos negligente	7. ¿Considera usted que en alguna ocasión se descuidó en sus pagos, y la empresa le informo?	4	4	4	-
Morosos desorganizados	8. ¿Considera usted que se organiza en sus pagos para quedar bien con la empresa?	4	4	3	-
Morosos intencional	9. ¿Considera usted que en ocasiones teniendo efectivo para pagar a la empresa, destino el pago para otra cosa?	4	4	4	-

Primera dimensión / subcategoría: **COMPORTAMIENTO DE PAGO**

Objetivos de la dimensión: *Analizar su comportamiento de pago frente al volumen de compra.*

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones/ Recomendaciones
Situación actual	10. La empresa conoce su situación actual en cuanto a su comportamiento de pago. 11. La empresa cuenta con personal capacitado para ayudar a reconocer su situación actual y de acuerdo a ello poder realizar su pedido.	4	4	4	-
Medir sus ventas	12. La empresa mide sus ventas de acuerdo al comportamiento de pago del cliente. 13. La empresa le pregunta sobre sus ventas diarias, para que pueda tener un comportamiento de pago bueno con la empresa.	4	4	4	-
Pago contra entrega	14. La empresa le brinda su condición de pago al momento de su compra. 15. La empresa le brinda la condición de pago contra entrega si su compra sobrepasa más del límite.	4	3	4	-

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

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

Apellidos y nombres del juez evaluador: Dr. **Karl Whittembury Garcia**

Especialidad del evaluador: Metodología de la Investigación Científica



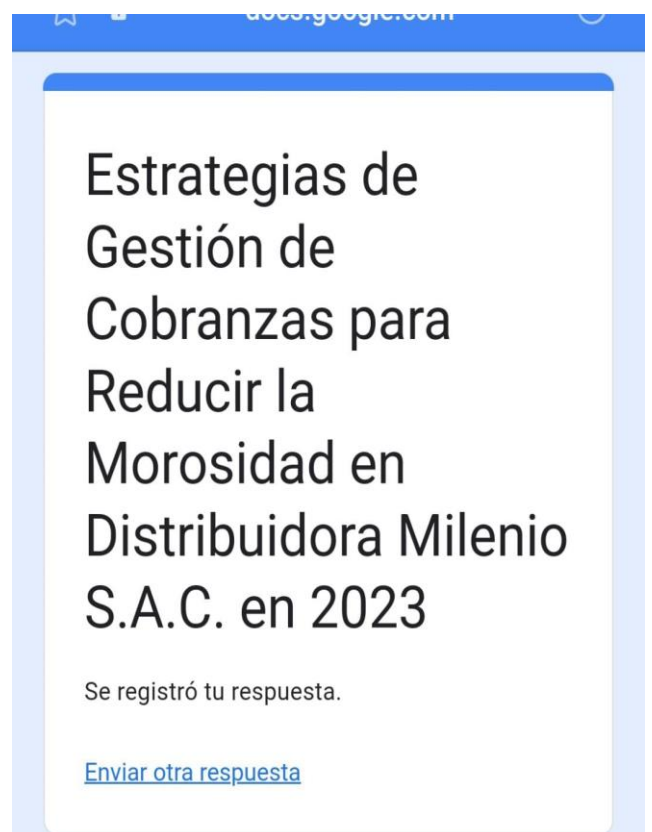
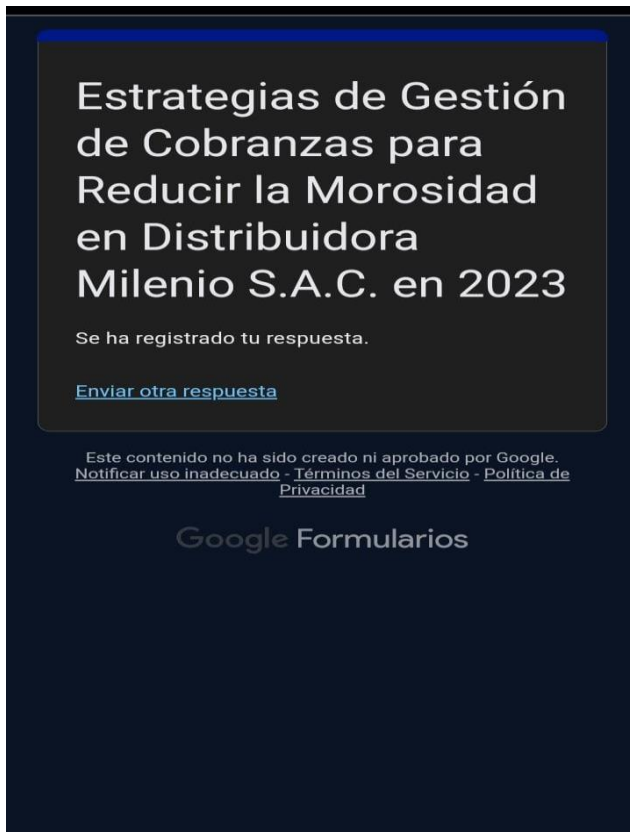
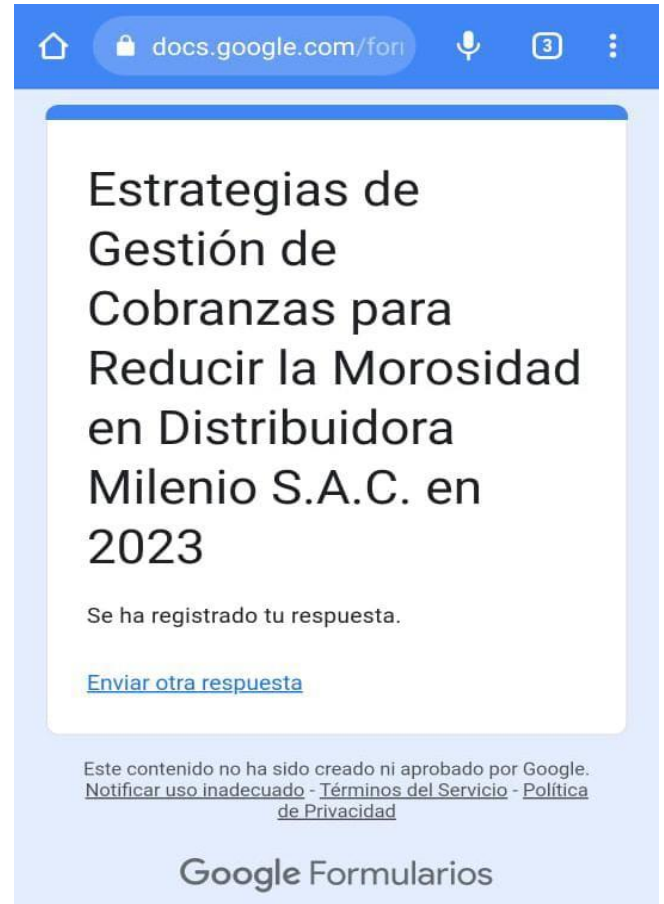
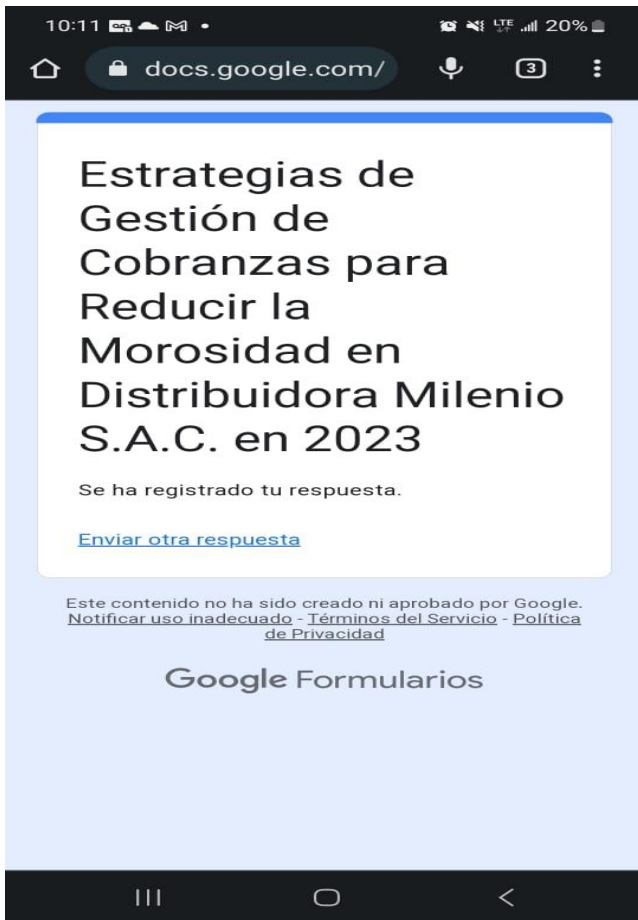
Dr. Karl Whittembury Garcia
INFORMACIÓN PÚBLICA / TRANSPARENCIA
CERSM 017

Firma del evaluador

DNI: 01162077

11 de julio de 2023

ANEXO 9: Evidencias de la encuesta por medio virtual y presencial





10:03 94%

docs.google.com

Estrategias de Gestión de Cobranzas para Reducir la Morosidad en Distribuidora Milenio S.A.C. en 2023

Proyecto de Tesis

lalejandriaf@ucvvirtual.edu.pe
Cambiar de cuenta

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *

Registrar lalejandriaf@ucvvirtual.edu.pe como el correo que se incluirá al enviar mi respuesta

11:43 20%

Milenio S.A.C. en 2023

Proyecto de Tesis

garaypereznavidad@gmail.com Cambiar cuenta

Guardando...

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *

Registrar garaypereznavidad@gmail.com como el correo electrónico que se incluirá en mi respuesta

1. La empresa maneja mecanismo de garantías para reducir la gestión de cobranza. *

Nunca
 Casi nunca
 A veces
 Casi siempre
 Siempre

2. La empresa milenio se preocupa por las garantías para las negociaciones con índice de riesgo. *

ANEXO 10: *Tabla de Juicio de expertos.*

Nombre de los validadores	Condición
Dra. África del Valle Calanchez Urribarri	Aceptable
Dr. Kerwin José Chávez Vera	Aceptable
DR. Karl Whittembury García	Aceptable

Nota: Elaboración propia.

ANEXO 11: Confiabilidad

Confiabilidad para el instrumento de la variable gestión de cobranzas

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,971	17

Nota: Elaboración propia en SPSS

Confiabilidad para el instrumento de la variable Morosidad

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,938	15

Nota: Elaboración propia en SPSS

ANEXO 12: Base de datos de gestión de cobranzas

EJEMPLO DE ESTADISTICA DESCRIPTIVA - Excel																											
Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda Power Pivot																											
Z123																											
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W					
1																											
2	5=(S) Siempre. 4=(CS) Casi siempre. 3=(AV) A veces. 2=(CS) Casi siempre. 1=(S) Siempre.																										
3	GESTION DE COBRANZAS																										
4	POLITICAS DE CREDITO Y COBRANZAS						SUMATORI	CUENTAS POR COBRAR						SUMATO	PROACTIVIDAD					SUMATO		SUMATORI					
5							A							RIA						RIA		A					
6	ENT.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17									
7	1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	15		51				
8	2	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	3	21		81				
9	3	3	3	4	3	3	4	20	4	4	4	3	2	4	21	4	3	4	2	2	15		56				
10	4	5	5	5	4	5	4	28	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	25		82				
11	5	5	5	3	5	1	1	20	1	4	4	5	4	1	19	3	3	3	3	4	16		55				
12	6	4	3	3	2	3	4	19	2	3	3	2	3	3	16	2	3	4	5	5	19		54				
13	7	4	5	5	5	3	5	27	5	5	2	5	3	5	25	2	2	5	5	3	17		69				
14	8	3	4	3	5	3	3	21	1	3	3	4	1	2	14	3	3	3	3	4	16		51				
15	9	4	3	3	4	3	2	19	1	1	1	1	1	1	6	1	1	3	3	2	10		35				
16	10	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25		85				
17	11	1	3	3	5	5	1	18	1	1	5	3	1	1	12	1	1	4	1	5	12		42				
18	12	3	4	4	4	5	5	25	5	5	5	5	3	5	28	5	5	5	4	5	24		77				
19	13	4	5	4	4	5	5	27	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	5	4	21		74				
20	14	4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	4	2	4	24	5	5	5	5	5	25		74				
21	15	2	3	4	3	5	4	21	2	2	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	15		54				
22	16	3	4	5	5	3	5	25	5	5	5	5	2	5	27	5	5	5	5	5	25		77				
23	17	3	3	4	5	5	2	22	3	3	3	3	2	5	19	3	3	3	4	3	16		57				
24	18	4	5	5	3	3	1	21	3	3	5	3	1	1	16	5	4	5	4	4	22		59				
25	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25		85				
26	20	1	2	2	4	2	2	13	2	2	2	2	2	2	12	2	2	2	2	2	10		35				
27	21	4	4	5	5	5	5	28	4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	5	4	24		79				
28	22	2	2	2	2	2	2	12	2	3	2	2	2	2	13	2	2	3	3	2	12		37				
29	23	2	2	2	2	3	3	14	2	2	2	2	1	3	12	2	2	3	2	2	11		37				
30	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25		85				
31	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20		68				

ANEXO 13: Base de datos de morosidad

EJEMPLO DE ESTADISTICA DESCRIPTIVA																					
Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Programador Ayuda Po																					
X113																					
5=(S) Siempre. 4=(CS) Casi siempre. 3=(AV) A veces. 2=(CS) Casi siempre. 1=(S) Siempre.																					
GESTION DE COBRANZAS																					
	Niveles de morosidad							SUMATORI A	Tipos de clientes morosos			SUMATO RIA	Comportamiento de pago					SUMATO RIA	SUMATORI A		
	ENT.	18	19	20	21	22	23		24	25	26		27	28	29	30	31			32	
1																					
2																					
3																					
4																					
5																					
6	ENT.	18	19	20	21	22	23	A	24	25	26	RIA	27	28	29	30	31	32	RIA	A	
7	1	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	18		45
8	2	5	5	5	5	5	5	30	5	3	3	11	3	5	5	4	4	5	26		67
9	3	4	2	4	4	2	4	20	3	3	3	9	3	1	5	4	2	3	18		47
10	4	5	4	4	3	5	3	24	2	5	3	10	5	5	5	3	4	5	27		61
11	5	3	4	4	5	3	1	20	3	1	2	6	1	4	3	3	3	5	19		45
12	6	5	3	3	3	3	2	19	2	3	3	8	2	2	3	1	1	4	13		40
13	7	3	4	2	3	2	5	19	5	5	1	11	5	3	4	2	4	5	23		53
14	8	4	3	3	3	3	3	19	2	4	2	8	3	4	3	4	4	3	21		48
15	9	1	1	1	4	2	5	14	1	5	1	7	1	3	1	2	4	2	13		34
16	10	5	5	5	5	5	5	30	5	5	2	12	5	5	5	5	5	5	30		72
17	11	1	1	3	3	3	5	16	1	5	1	7	5	5	5	1	5	1	22		45
18	12	5	5	4	5	5	5	29	5	5	3	13	2	4	4	5	5	3	23		65
19	13	4	4	4	5	5	5	27	4	5	4	13	4	5	5	4	4	5	27		67
20	14	5	4	4	4	4	3	24	3	4	2	9	4	5	4	4	5	5	27		60
21	15	3	4	3	3	2	5	20	3	3	3	9	3	2	3	4	2	3	17		46
22	16	5	5	5	5	5	3	28	2	5	2	9	5	5	5	5	5	5	30		67
23	17	2	2	2	2	2	4	14	3	3	4	10	4	3	2	3	3	3	18		42
24	18	3	5	1	3	3	3	18	5	5	3	13	5	5	5	5	5	5	30		61
25	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	13	5	5	5	4	5	5	29		72
26	20	2	2	2	2	2	4	14	1	5	1	7	1	1	4	2	3	2	13		34
27	21	4	4	3	5	4	5	25	3	4	3	10	4	4	4	3	4	5	24		59
28	22	3	3	2	2	2	2	14	1	1	1	3	1	3	1	2	4	3	14		31
29	23	3	2	2	3	2	5	17	3	4	4	11	3	3	4	3	3	3	19		47
30	24	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15	5	5	5	5	5	5	30		75
31	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24		60

Anexo 14: Resultados gestión de cobranzas y morosidad

Tabla

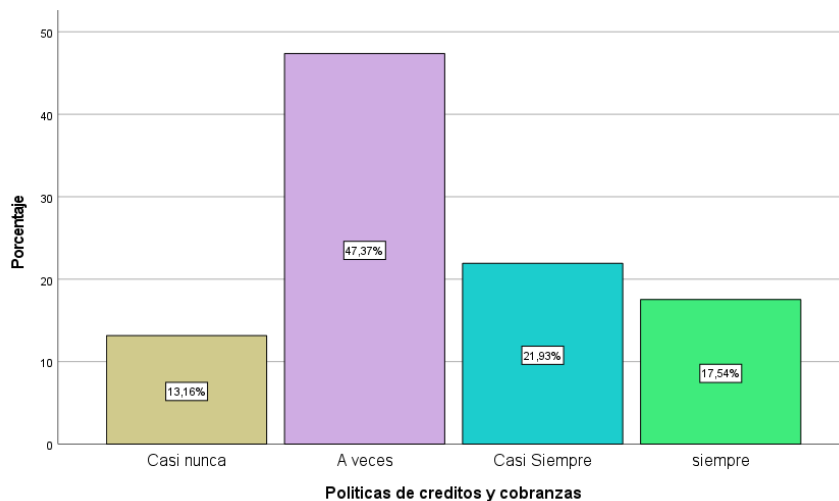
Políticas de créditos y cobranzas.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Válido	Casi nunca	15	13,2	13,2
	A veces	54	47,4	60,5
	Casi Siempre	25	21,9	82,5
	siempre	20	17,5	100,0
	Total	114	100,0	100,0

Nota: La tabla 5 representa las políticas de crédito y cobranza en la variable gestión de cobranzas.

Figura

Políticas de créditos y cobranzas.



Tabla

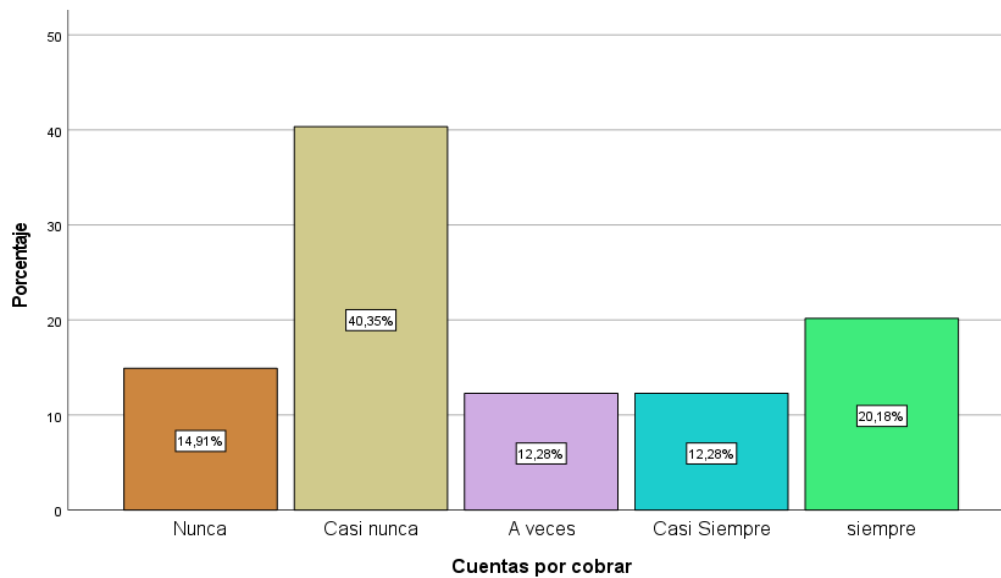
Cuentas por cobrar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	17	14,9	14,9	14,9
Casi nunca	46	40,4	40,4	55,3
A veces	14	12,3	12,3	67,5
Casi Siempre	14	12,3	12,3	79,8
siempre	23	20,2	20,2	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Nota: La tabla 6 representa las cuentas por cobrar en la variable gestión de cobranzas.

Figura

Cuentas por cobrar



Tabla

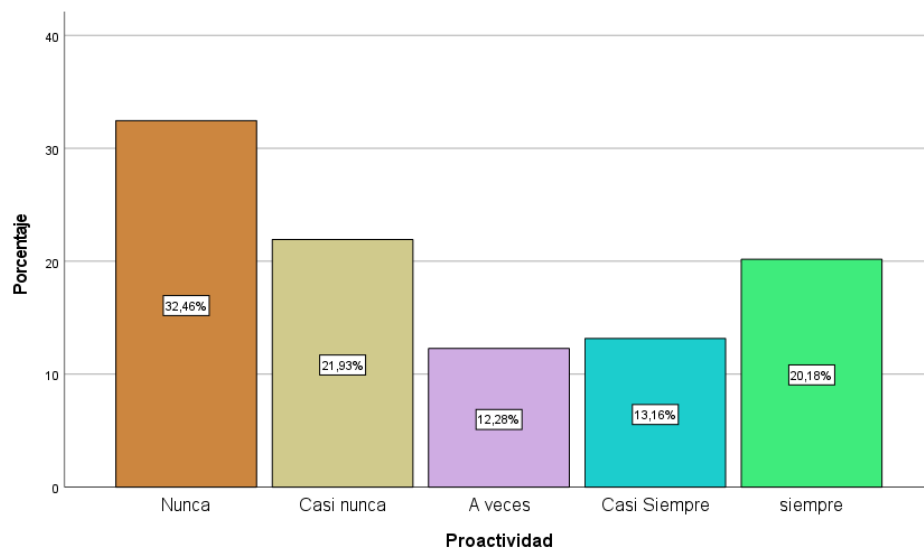
Proactividad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	37	32,5	32,5	32,5
Casi nunca	25	21,9	21,9	54,4
A veces	14	12,3	12,3	66,7
Casi Siempre	15	13,2	13,2	79,8
siempre	23	20,2	20,2	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Nota: La tabla 7 representa la proactividad en la variable gestión de cobranzas.

Figura

Proactividad.



Tabla

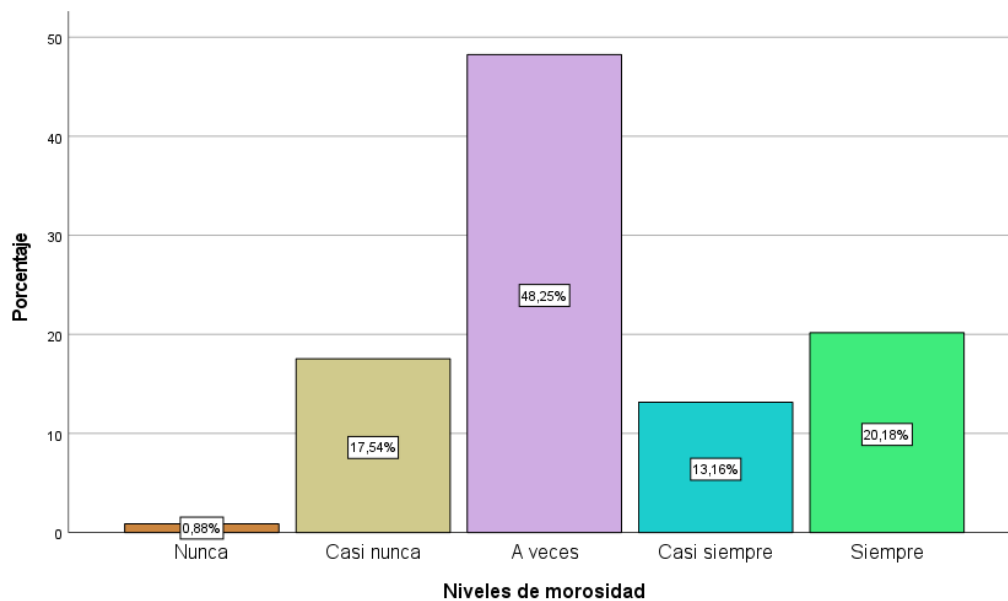
Niveles de morosidad.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
Válido	a	Porcentaje válido	válido	acumulado
Nunca	1	,9	,9	,9
Casi nunca	20	17,5	17,5	18,4
A veces	55	48,2	48,2	66,7
Casi siempre	15	13,2	13,2	79,8
Siempre	23	20,2	20,2	100,0
Total	114	100,0	100,0	

Nota: La tabla 8 representa niveles de morosidad en la variable morosidad.

Figura

Niveles de morosidad.



Tabla

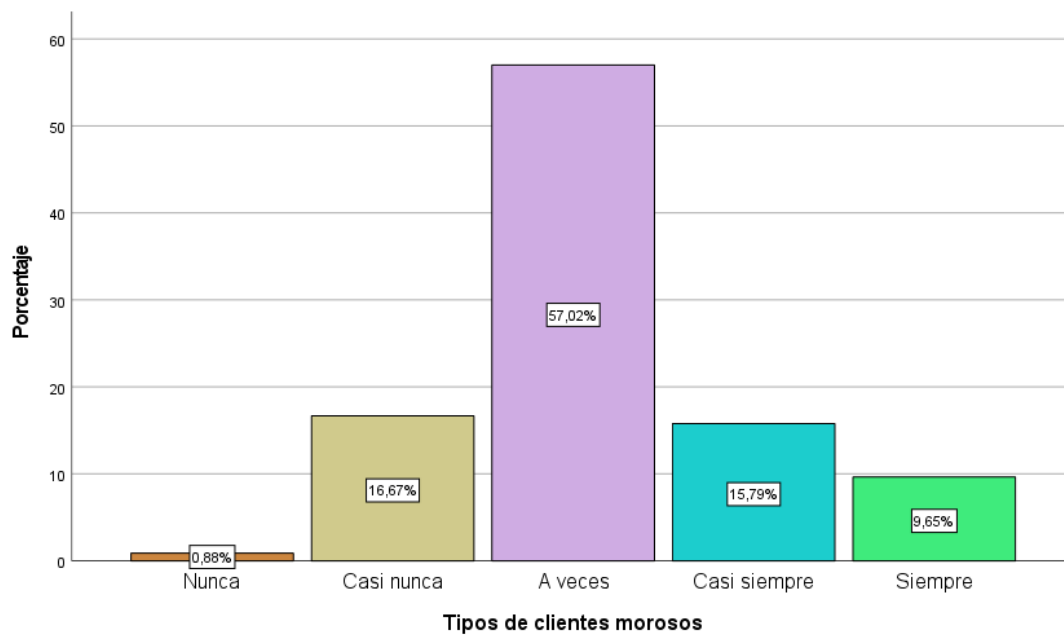
Tipos de clientes morosos.

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	,9	,9
Casi nunca	19	16,7	17,5
A veces	65	57,0	74,6
Casi siempre	18	15,8	90,4
Siempre	11	9,6	100,0
Total	114	100,0	100,0

Nota: La tabla 9 representa los tipos de clientes morosos en la variable morosidad.

Figura

Tipos de clientes morosos.



Tabla

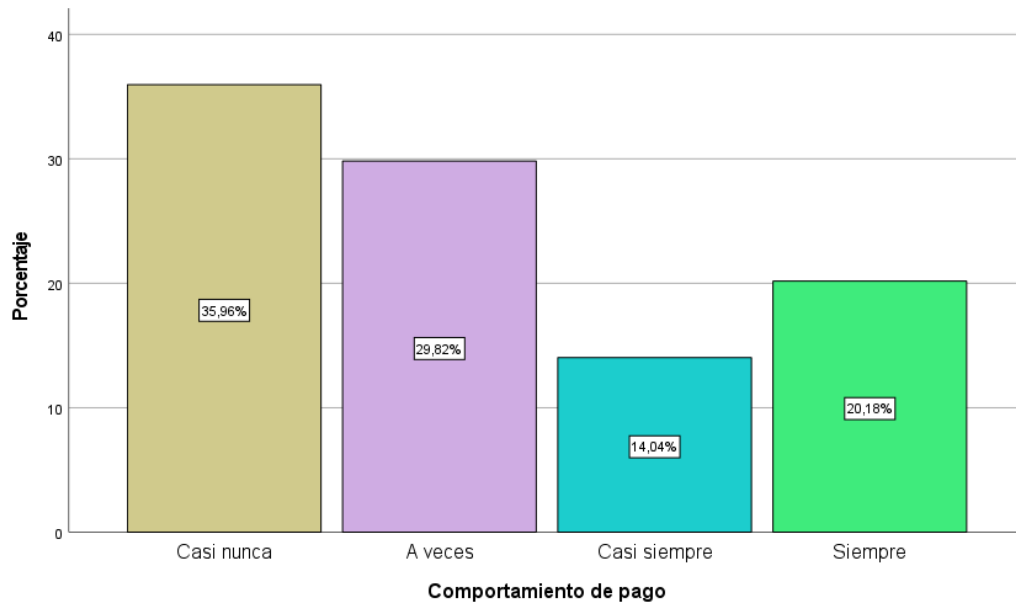
Comportamiento de pago.

			Porcentaje	Porcentaje
	Frecuencia	Porcentaje	válido	acumulado
Válido	Casi nunca	41	36,0	36,0
	A veces	34	29,8	65,8
	Casi siempre	16	14,0	79,8
	Siempre	23	20,2	100,0
	Total	114	100,0	100,0

Nota: La tabla 10 representa el comportamiento de pago en la variable morosidad.

Figura

Comportamiento de pago.



ANEXO 15: Pantallazo del envío de artículo científico

The screenshot shows a Gmail interface with the following details:

- Browser Tabs:** WhatsApp, TRILCE, Revista de Administración de Empresas.
- Address Bar:** mail.google.com/mail/u/1/7ogbl#inbox/FMfcgzGwHVSvWRNkbHrsRgzhJXGMsWhP
- Gmail Header:** "Gmail" logo, search bar, "Activo" status, and UCV logo.
- Navigation:** "Correo" (99+), "Charlar", "Espacios", "Encontrarse".
- Email Subject:** "Revista de Administración de Empresas - Manuscrito ID RAE-2023-0495" (Externo, Recibidos).
- Sender:** "RAE Redação <onbehalf@manuscriptcentral.com>" (para mí, 07-nov-2023).
- Recipient:** "Estimada Sra. Mendoza Culpal".
- Body Text:**

Su manuscrito titulado "ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE COBRANZA EN DISTRIBUIDORA MILENIO SAC PARA REDUCIR LA MORA EN LOS PAGOS Análise das estratégias de cobrança na distribuidora milenio sac para reduzir atrasos de pagamento." ha sido enviado exitosamente en línea y actualmente está siendo considerado plenamente en el proceso de revisión editorial en la Revista de Administración de Empresas.

Su ID de manuscrito es RAE-2023-0495.

Mencione la identificación del manuscrito anterior en toda correspondencia futura o cuando llame a la oficina si tiene preguntas. Si hay algún cambio en su dirección postal o dirección de correo electrónico, inicie sesión en ScholarOne Manuscripts en <https://mc04.manuscriptcentral.com/raescielo> y edite su información de usuario según corresponda.

Tenga en cuenta que el proceso de evaluación implica los siguientes pasos:

 1. Evaluación en términos de formato (adecuación a las normas y formatos de la RAE) para luego pasar por un sistema que detecte similitudes;
 2. Evaluación realizada por el Editor Jefe (EIC), quien examina si el trabajo se ajusta al alcance general de la revista y cumple al menos con un nivel mínimo de potencial de publicación;
 3. Revisión realizada por un editor asociado o un investigador especializado invitado, que busca identificar el aporte del artículo al área;
 4. Revisión realizada por dos árbitros, designados por el editor asociado;
 5. Revisión realizada por el mismo editor asociado (desde el paso 3): los informes de evaluación son nuevamente revisados por el editor asociado, quien puede agregar sugerencias para el desarrollo del artículo o recomendar su rechazo.

El proceso de revisión suele implicar varias rondas de reevaluaciones centradas en perfeccionar el artículo.

Puede ver el estado de su manuscrito en cualquier momento consultando su Centro de autores después de iniciar sesión en <https://mc04.manuscriptcentral.com/raescielo>.

The Windows taskbar at the bottom shows the search bar, task view, and system tray with the date 12/11/2023 and time 10:55.