



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**La estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes del  
Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración

**AUTOR:**

Otoya Minaya, Carlos Raúl (ORCID: 0000-0002-4595-1323)

**ASESOR:**

Mg. Cervantes Ramón, Edgard Francisco (ORCID: 0000-0003-1317-6008)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de organizaciones

LIMA - PERÚ

2021

## **Dedicatoria**

Dedico este trabajo con gran amor a mi hija, mis padres y familia en general, mi enamorada, por haber confiado siempre en mí e impulsarme a ser mejor y lograr con éxito mi carrera.

## **Agradecimiento**

De igual forma, agradezco a mi asesor de Tesis, por su paciencia, dedicación y profesionalismo, sobre todo en estos tiempos difíciles que estamos afrontando.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de figuras .....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	17
3.2. Variable y operacionalización.....	18
3.3. Población muestra y muestreo .....	19
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	20
3.5. Procedimiento .....	24
3.6. Método de análisis de datos.....	24
3.7. Aspectos éticos .....	25
IV. RESULTADOS.....	26
V. DISCUSIÓN .....	35
VI. CONCLUSIONES .....	37
VII. RECOMENDACIONES.....	38
REFERENCIAS.....	39
ANEXOS .....	43

## Índice de Tablas

Tabla 1 Escala de valoración de Likert.....	21
Tabla 2 Técnica e instrumento de recolección de datos.....	21
Tabla 3 Validación de juicios de expertos: estrategia de cobranza .....	21
Tabla 4 Validación de juicio de expertos: morosidad de los clientes .....	22
Tabla 5 Datos de expertos para validación.....	22
Tabla 6 Escala de confiabilidad .....	23
Tabla 7 Estadísticas de fiabilidad del Alfa de Cronbach para las dos variables.....	23
Tabla 8 Estadísticas de fiabilidad del Alfa de Cronbach de la variable estrategia de cobranza .....	23
Tabla 9 Estadísticas de fiabilidad del Alfa de Cronbach de la variable morosidad de los clientes.....	23
Tabla 10 Resultado descriptivo de la variable estrategia de cobranza .....	26
Tabla 11 Resultado descriptivo de la variable morosidad de los clientes .....	27
Tabla 12 Resultado descriptivo de fases de la cobranza.....	28
Tabla 13 Resultado descriptivo de clasificación de clientes .....	29
Tabla 14 Prueba de normalidad de estrategia de cobranza y morosidad de los clientes .....	30
Tabla 15 Coeficiente de correlación por jerarquías de Rho de Spearman.....	31
Tabla 16 Prueba de hipótesis correlacional entre la estrategia de cobranza y morosidad de los clientes .....	32
Tabla 17 Prueba de hipótesis correlacional entre fases de la cobranza y la morosidad de los clientes .....	33
Tabla 18 Prueba de hipótesis correlacional entre la clasificación de clientes y morosidad de los clientes .....	34

## Índice de figuras

Figura 1 Estrategia de cobranza .....	26
Figura 2 Morosidad de los clientes.....	27
Figura 3 Fases de la cobranza .....	28
Figura 4 Clasificación de clientes .....	29

## RESUMEN

El desarrollo de la investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera la estrategia de cobranza se relaciona con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021. La metodología empleada en esta investigación fue de tipo aplicada, de diseño no experimental, corte transversal, con enfoque cuantitativo de nivel correlacional. Se investigaron a 30 clientes como población total, al ser pequeña se aplicó una muestra censal al total. La recolección de datos se llevó a cabo mediante la encuesta a través de cuestionarios de escala tipo Likert. La validez fue demostrada a través de la técnica de juicio de expertos y la confiabilidad del Alfa de Cronbach de 0.898. La prueba de hipótesis se realizó mediante el coeficiente de correlación Rho de Spearman. Se obtuvo como resultado: 0.468 y una significancia bilateral de 0.000. La conclusión final encontrada es que existe relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes.

Palabras clave: Estrategia de cobranza, morosidad de los clientes, fases de la cobranza.

## **ABSTRACT**

The purpose of the research was to determine how the collection strategy is related to the late payment of the Monteza Abogados S.C.R.L. Client's, Lima 2021. The methodology used in this investigation was an applied type, non-experimental designed, cross-sectional, with a quantitative approach of the correlational level. A total of thirty clients were investigated as the total population; it was a small population, so a census sample was applied to the total. Data collection was carried out by survey through Likert-type scale questionnaires. The validity was demonstrated through the expert judgment technique and Cronbach's Alpha reliability of 0.898. Hypothesis testing was carried out using Spearman's Rho correlation coefficient. It was obtained as a result: 0.468 and a bilateral significance of 0.000. The final conclusion found that there is a correlation between the collection strategy and late payment's customers

Keywords: collection strategy, customer late payment, late payment's phases.

## I. INTRODUCCIÓN

Una cartera de clientes con morosidad forma parte de cualquier negocio en el mundo. El problema es cuando el porcentaje excede el límite esperado. Resolver el problema lo antes posible siempre ha sido una de las mejores estrategias para acortar la morosidad. A continuación, se presenta la contextualización del problema a investigarse.

A nivel internacional, según Daly (2016), en un estudio del U.S Bank, alrededor del 82% de las pequeñas empresas quiebran debido a una mala gestión del flujo de caja. Aunque las organizaciones más grandes pueden absorber mejor las pérdidas, el incumplimiento puede deteriorar las ganancias, truncar los planes de crecimiento e inclusive cerrar una pequeña empresa. De igual forma sostiene que la mayoría de las empresas realizan el esfuerzo de evaluar y hacer un seguimiento sobre la solvencia de sus clientes; sin embargo, esto puede requerir mucho tiempo. En acuerdo con Chavarín (2015), sostiene que, una posible explicación para el condicionamiento de los límites de crédito por parte del banco es que, dado el sistema actual de identificación y solicitudes de crédito, la tasa de morosidad del deudor se convierte en una variable que tiene un impacto negativo en la rentabilidad del banco. En definitiva, las empresas deben asegurarse de que las prácticas de gestión del crédito de sus clientes sean óptimas. Al respecto, Mariscal (2015), la morosidad por parte de los clientes ya es un problema importante para los bufetes de abogados en la actualidad. Los incumplimientos ocurrieron más tarde que a la gran mayoría de sectores. A diferencia de otras industrias, hasta hace poco, los atrasos eran casi nulos para los bufetes de abogados. Los grandes despachos confirmaron que ni siquiera tienen un departamento destinado a la gestión de cobros, se ocupaban de ello los gestores administrativos que ocasionalmente llamaban a los clientes. Pero la gravedad del problema ha pasado a ocupar un lugar entre las cuestiones prioritarias de los grandes despachos de abogados españoles y extranjeros, de hecho, algunos despachos de abogados españoles han demostrado que su índice de morosidad se sitúa en torno al 1,5%, en el que nunca pensaron hace unos años, por lo que dedican a abogados litigantes a tiempo completo a disputar contra sus clientes y se personan en concursos como acreedores. Asimismo, Audera (2014), sostiene que, las pymes españolas han

sufrido hace un tiempo atrás, y aunque la situación va mejorando, siguen sufriendo atrasos e insuficiencia de fondos, lo que ha llevado a sufrir graves retrasos en los pagos y sufrir de igual forma períodos extensos de cobro. Esto conllevó a altas tasas de morosidad interempresarial, y posteriormente, debido al primer ataque de la crisis, tuvieron que ser muy cuidadosos al iniciar operaciones de crédito comercial. Finalmente, Molina (2013), menciona que los pagos atrasados de España en transacciones comerciales han alcanzado una tasa nunca imaginada en la historia del país. Este comportamiento ilegal afecta a todos los ámbitos de la economía, además, en la industria de servicios también existen servicios prestados por bufetes de abogados, que no solo provocaron cambios en sus negocios de acuerdo con las condiciones económicas actuales, sino que también sufren en primera persona las secuelas de la agravante crisis económica que azotó a España.

A nivel nacional, Castillo (2018) señaló que, si bien el proceso de recuperación económica ha comenzado a reflejarse en la alta tasa de crecimiento de los préstamos comerciales, esto no ha sucedido en algunas industrias, donde el incumplimiento de pago continúa aumentando, como se puede apreciar en los últimos datos proporcionado por los bancos a la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. Estas entidades manifiestan que, al cierre del primer semestre del año, la tasa de morosidad real de los préstamos otorgados a las empresas alcanzó el 5,1%, la tasa de morosidad más elevada de los últimos cinco años. Al respecto, García (2017) cree que en la gestión de cobranzas es muy importante aplicar una serie de estándares que permitan a las empresas desarrollar políticas de recuperación exitosas. Finalmente, el autor señala que toda organización que vende a crédito debe tener una política de crédito debidamente establecida. De esta manera, los clientes tendrán términos y condiciones claros, estos términos y condiciones incluyen: si hay descuento por pago instantáneo, si hay suscripción o no de las letras y garantía para la factura. Asimismo, Ugarte (2016), señaló que la cobranza moderna y el incesante aumento en la morosidad de los préstamos, ha llevado a la mayoría de las instituciones a modificar sus políticas de recuperación crediticia. "La cobranza no es solo un proceso que requiere estrategia y sustancial para desarrollar buenas prácticas habituales de pago, sino también una oportunidad para que los clientes se reintegren a la vida económica".

A nivel local, el Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., ubicado en el distrito de Miraflores, dedicada a la asesoría legal y acompañamiento permanente a los departamentos legales y abogados in house de sus clientes, presenta problemas en la recaudación del cobro de sus facturas, siendo esta la principal fuente de ingresos que posee el Estudio, ya que le permite financiar sus costos de administración y operativos para cumplir con sus requerimientos presupuestarios. Actualmente, algunos clientes no pagan dentro del plazo establecido. Esto puede suceder por varias razones, incluida la falta de una estrategia de cobranza adecuada. De mantenerse el problema, y no tomar las acciones pertinentes, el estudio podría presentar niveles de morosidad que hagan insostenible su funcionamiento. Por consiguiente, con esta investigación se buscó identificar los problemas del incumplimiento de los pagos de facturas y su relación con la morosidad, para plantear estrategias de gestión de cobros reduciendo así la tasa de incumplimiento.

A continuación, se formuló el problema general:

¿Cómo la estrategia de cobranza se relaciona con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021?

Seguidamente, se plantearon los problemas específicos:

- ¿De qué manera las fases de la cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021?
- ¿De qué manera la clasificación de clientes se relaciona con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021?

En este punto, se formuló la justificación del estudio en términos prácticos, teórico, social y metodológico, las cuales corresponden a la finalidad de la investigación.

La investigación se justifica desde la perspectiva práctica, dado que la investigación buscó conocer como se viene dando la estrategia de cobranza en el Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., y así poder establecer de qué manera la

estrategia de cobranza se relaciona con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., siendo esto muy sustancial para el mismo Estudio.

Además, la investigación se justifica, desde el aspecto teórico, dado que su base cuenta con conceptos y teorías sobre las dos variables de estudio, por lo que se ha tomado aportes de diferentes autores. Asimismo, por medio de la investigación se ha determinado que existe relación entre las variables estrategia de cobranza y morosidad, siendo esta la base en la que se fundamenta la investigación. La investigación se justifica socialmente, dado que estos resultados serán referentes de consulta local y nacional para estudios de abogados y otros investigadores en los campos administrativo y financiero, y que pueden ser usados para mejorar la gestión de cobranzas dentro de una organización.

Finalmente, el estudio también se justifica en términos metodológicos, puesto que se han utilizado fuentes y autores confiables con rigurosidad científica, técnicas e instrumentos, los cuales han sido validados y analizados en su consistencia interna, lo cual posibilitará ser usado en futuras investigaciones y por otros investigadores que pretendan estudiar las mismas variables de estudio.

A continuación, el objetivo general es el siguiente:

Determinar de qué manera la estrategia de cobranza se relaciona con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021.

La investigación tuvo como objetivos específicos los siguientes:

- Identificar de qué manera las fases de la cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021.
- Identificar de qué manera la clasificación de clientes se relaciona con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021.

En la investigación se planteó la siguiente hipótesis general:

- Existe relación entre la estrategia de cobranza con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021.

De la misma forma, la investigación cuenta con las siguientes hipótesis específicas:

- Las fases de la cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021.
- La clasificación de clientes se relaciona con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., Lima 2021.

## II. MARCO TEÓRICO

Se tomaron en consideración trabajos previos internacionales que se mencionan a continuación:

Alejandro & Avilés (2017), en su investigación: *“Propuesta de procedimientos para disminuir la cartera vencida de la empresa Samisa, Guayaquil”*. Tuvo como objetivo implementar procedimientos de crédito y cobranza para reducir los préstamos vencidos de la empresa Samisa. La metodología ha sido de tipo aplicada, descriptivo, cualitativo con enfoque cuantitativo. Al momento que se aplicó la investigación de campo, de una muestra de 12 personas encuestadas relacionadas con el área de crédito y cobranza, los encuestados argumentaron que la empresa no realiza ningún tipo de contrato donde se exponga las condiciones y plazo de crédito, y que únicamente se envían notificaciones como gestión de cobranza. Finalmente se concluyó que se debe mejorar la operación y gestión del departamento, se debe restablecer el valor en las condiciones de las instrucciones de la empresa y se debe mantener una buena relación con el deudor de manera que se incrementen las ventas y se establezca una buena reputación corporativa.

Acosta & Gualpa (2014), en su investigación: *“Diseño de un sistema de control para disminuir la cartera vencida de las cooperativas de ahorro y crédito ubicadas en el Cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, controladas por el Ministerio de Inclusión Económica y Social, para el ejercicio económico 2012”*. Tuvo como objetivo analizar los métodos de concesión de cartera y el control del sistema de recuperación y reducción de tasas de incumplimiento. La metodología ha sido de tipo básica, descriptivo con enfoque cuantitativo, se utilizó la encuesta y entrevistas a personas en áreas crediticias (es decir, población censal). Finalmente, se concluyó que las cooperativas presentaban deficiencias en la estructura organizativa en el área crediticia y no existían procedimientos para otorgar préstamos lo cual incide en el recupero de cartera. La insuficiencia de estos procedimientos pone la estabilidad institucional en alto riesgo en un futuro próximo. Porque aumenta la cartera vencida a niveles peligrosos amenazando los ratios principales de la cooperativa.

Parrales (2013), en su investigación: *“Análisis del índice de morosidad en la cartera de créditos del Instituto Ecuatoriano de Crédito Educativo y Becas – Guayaquil y propuesta de mecanismos de prevención de morosidad y técnicas eficientes de cobranza”*. Su objetivo fue determinar por qué los clientes de crédito están demorando el pago, como también los mecanismos preventivos y las técnicas de cobro para el cobro de deudas. La metodología ha sido no experimental y descriptivo, se emplearon técnicas de muestreo probabilístico y muestras aleatorias simples, un total de 1.800 beneficiarios de préstamos y 236 muestras. Los resultados mostraron que el 55,90% de los beneficiarios de préstamos educativos tienen cuotas atrasadas; el 35,20% tiene 02 cuotas atrasadas; el 8,90% tiene 03 cuotas atrasadas. Finalmente, se concluyó que existe un 95% de nivel de confianza para demostrar que el monto de pagos a plazos que debe tener el beneficiario de un préstamo educativo depende de la información obtenida durante la firma del contrato sobre sus pagos de crédito.

Asimismo, como complemento se consideró estudios previos nacionales que dieron sustento a nuestra investigación.

Casasola & Ramos (2020), en su investigación: *“Políticas de crédito y gestión de cobranza en Laboratorios SMA S.A.C., Ate Vitarte”*. Su objetivo fue describir en qué medida las políticas de crédito se relacionan con la gestión de cobranza. La metodología ha sido de tipo aplicada, de diseño no experimental, corte transversal, con enfoque cuantitativo de nivel correlacional. La población estuvo conformada por 541 trabajadores y se obtuvo una muestra no probabilística por conveniencia de 50 elementos. Se comprobaron las hipótesis mediante el Rho de Spearman, donde se obtuvo por resultado 0.755, por tanto, se concluyó que existe relación entre las variables de estudio política de crédito y gestión de cobranza.

Cáceres (2018), en su investigación: *“Gestión financiera y morosidad en las instituciones educativas privadas de nivel secundaria del distrito de Independencia, 2018”*. Tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión financiera de la morosidad en las instituciones educativas. La metodología ha sido de tipo aplicada, de diseño no experimental, corte transversal, con enfoque cuantitativo de nivel correlacional. La encuesta se aplicó a través de cuestionarios

Likert verificados por juicios de expertos, y se obtuvo la confiabilidad a través del Alfa de Cronbach mediante el software SPSS versión 25. La población de estudio fue conformada por las 42 instituciones, de las cuales se obtuvo una muestra censal. La comprobación de hipótesis se llevó a cabo mediante el Rho de Spearman, donde se obtuvo por resultado 0.66, por tanto, se concluyó que existe relación positiva moderada entre las variables de estudio.

Miranda (2018), en su investigación: *“Estrategias de cobranzas y la morosidad de los clientes de la empresa Talma, Callao - 2017”*. Tuvo como objetivo general determinar la relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad de los clientes de la empresa Talma. A través de un diseño no experimental, la muestra de investigación fue determinada por 73 empleados en los campos de crédito, cobranza, facturación y comercial, y 62 empleados de Talma fueron muestreados por muestreo aleatorio simple. La encuesta se aplicó a través de cuestionarios Likert verificados por juicios de expertos, y se obtuvo la confiabilidad a través del Alfa de Cronbach. Utilizando el software SPSS versión 23 para procesar los resultados, se encontró que el alfa de Cronbach fue 0.816 para la variable estrategia de cobranza y para la morosidad fue 0.875, ambos con 9 ítems.

Ugalde (2018), en su investigación: *“La gestión de cobranza y su influencia en los índices de morosidad crediticia en MiBanco S.A., agencia Ancón – Lima, 2018”*. Tuvo como objetivo determinar la influencia en la gestión de cobranza en los índices de morosidad de la empresa Mi Banco S.A. La población fue conformada por 40 colaboradores, se aplicó la muestra censal. La metodología ha sido de tipo aplicada, diseño no experimental, de corte transversal, nivel explicativo – causal. Se empleó el cuestionario como instrumento de recolección de datos y se aplicó la encuesta, se procesaron los datos mediante el software SPSS versión 23 y analizados mediante la estadística descriptiva e inferencial. Según el análisis de fiabilidad para la variable independiente y dependiente dió como resultado 0.920 y 0.924 respectivamente, lo cual refiere que el instrumento es confiable. Por tanto, se llegó a demostrar que la gestión de cobranza influye significativamente con los índices de morosidad, puesto que, el Rho de Spearman es de 0.717, lo que indica que entre las dos variables la correlación es positiva alta.

Flores (2018), en su investigación: *“Estrategias de cobranza para disminuir la morosidad en la empresa Electronorte S.A. unidad de negocios sucursales – Lambayeque – 2017”*. Tuvo como objetivo proponer una estrategia de cobranza para minorar la morosidad. La metodología ha sido de enfoque cuantitativo, de alcance descriptivo y diseño no experimental. La población y la muestra estuvieron compuestas por colaboradores de la empresa; las herramientas de recolección de datos utilizando técnicas de encuesta y entrevista por cuestionario. Finalmente, según el análisis de fiabilidad se obtuvo como resultado 0.830, lo que hace al instrumento confiable.

Contreras (2017), en su investigación: *“Estrategias de cobranza para disminuir la morosidad de los clientes de la empresa Despensa Peruana S.A., Chiclayo 2016”*. Tuvo como objetivo general desarrollar un plan que incluya estrategias para promover la mejora del proceso de cobros de la empresa Despensa Peruana S.A. Fue de diseño no experimental, corte transversal, con enfoque cuantitativo de nivel correlacional. Su población fue de 1560 clientes y una muestra de 308 (172 hombres y 136 mujeres). Una vez que se completó el desarrollo del instrumento, se seleccionó una muestra piloto para la prueba del instrumento, y luego se realizó el procesamiento estadístico obteniendo un Alfa de Cronbach de 0.945, que se considera muy confiable. Con todo, una de las realidades más sombrías es que el 25% de los clientes cree que la estrategia de cobranza es inadecuada y puede pertenecer a cualquier tipo de morosidad, lo que supone una dificultad para la organización, pero no solo el problema del no pago del cliente, puesto que la estrategia empresarial es una estrategia que perjudica a la organización.

Coronel (2016), en su investigación: *“Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera Mi Banco – Jaén”*. Tuvo como objetivo determinar la estrategia de cobranza para reducir la incidencia de morosidad por parte de la institución financiera. Fue de diseño no experimental, corte transversal, con enfoque cuantitativo de nivel correlacional, se empleó la escala Likert para preparar e investigar, la cual fue diseñada de forma específica para el desarrollo de la institución financiera. Las variables dependientes e independientes se correlacionan. Se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.801 y 0.792 para la variable

independiente y dependiente respectivamente, lo que hace al instrumento confiable. Finalmente, la estrategia de cobranza se relaciona con el decrecimiento de la morosidad, puesto que, el Rho de Spearman es de 0.823, indicador que supera el 0.5 que demuestra el grado de correlación, entre ambas variables.

Con el desarrollo de los trabajos de investigación surgen teorías sobre el tema, para ello se consideraron la opinión de diferentes autores que definen de forma específica las variables a investigar. Por consiguiente, conoceremos las teorías de la primera variable estrategia de cobranza.

Según Hartman (2020), manifiesta que, al tener una empresa de cobranzas, las estrategias desempeñarán un rol importante en el futuro de la organización. Considerando que la estrategia comercial es buena, la estrategia correcta tiene que ser eficiente y maximizar los recursos al menor costo posible. Con este fin, las agencias deben emplear tecnología y métodos modernos de cobranzas que permitan tener una visión firme, legal y de largo plazo. Al respecto, Bragg (2021), sostiene que, se requieren adoptar estrategias de cobros con la finalidad de que el equipo de cobranza sea más eficiente y efectivo. Al final, en relación con los esfuerzos de recaudación de fondos invertidos, el resultado tendría que ser una mayor recaudación. Por el lado de Morales & Morales (2014), definen: Para establecer la estrategia, la cartera de clientes debe estar segmentada según las características comunes del cliente y la cuenta (como antigüedad, cantidad, producto, ubicación geográfica, perfil del cliente o deuda) para poder establecer la estrategia. Aplicable a algunos clientes con problemas similares. De acuerdo con las características de cada segmento de mercado, se define la estrategia y política de cobros. Estas estrategias determinan métodos de cobro, los criterios de negociación (como términos, condonaciones, deducciones, etc.), todos los cuales se aplican a segmentos definidos. Asimismo, Rodríguez (2012), define: Al analizar las cuentas por cobrar, entre otras cosas, se deben tener en cuenta los posibles problemas, ya que la empresa puede no tener suficientes recursos dedicados al cobro o el proceso de cobro no se lleva a cabo de manera efectiva; además, otra razón que puede afectar a los clientes es que los clientes no pagaron a tiempo, porque no tenían recursos suficientes, porque la empresa le otorgó el crédito a quien no debía, porque no realizó un análisis crediticio correcto, o la política de crédito y

cobranza es muy endeble. En esa línea, Ettinger & Golieb (2012) citado por Miranda (2018), sostienen que, la cobranza es clave y fundamental para cualquier empresa que genera ventas al crédito, independientemente de su tamaño, y su beneficio depende en particular del ciclo y la frecuencia en que se reinvierte el capital. Seguidamente, Rosas (2010), define: La estrategia de cobranza es el propósito principal para lograr los objetivos establecidos. El éxito del proceso de cobranza depende del uso correcto de los recursos de negociación. Es necesario aprender a utilizar cada tipo de cobranza que promueva el uso de determinados recursos. Todos estos propósitos son para reducir los incumplimientos por parte del cliente. Finalmente, Molina (2005) citado por Miranda (2018), define la estrategia de cobranza como el comienzo de una tarea que requiere de mucha energía, poco después se abandona esta labor hasta el momento que la gestión de recuperación no continúa; cobrar cobrando es la única forma confiable de recuperar una cuenta.

Las dimensiones que comprenden la variable estrategia de cobranza son fases de la cobranza y clasificación de clientes.

La primera dimensión de la variable estrategia de cobranza son fases de la cobranza. Según Morales & Morales et al. (2014), categorizan las fases de la cobranza en: a) La prevención, es una acción dirigida a evitar que los clientes incumplan en los pagos, reducir el riesgo de incumplimiento en la cartera de cobros, asegurando que se tomen las acciones necesarias cuando éstas aumentan. El riesgo se debe a un aumento de clientes que no pagan (lo mismo que una acción legal por parte del abogado de una empresa o a través de una empresa que se especializa en recuperar carteras morosas)

a) El cobro, es una acción encaminada a la recuperación de deudas en etapa temprana de incumplimiento, en este caso la empresa aún espera seguir estableciendo relaciones comerciales con los clientes porque aún es posible lograr negocios rentables.

b) La recuperación, es una acción destinada a recuperar las deudas crediticias vencidas en tiempo suficiente. Es posible que la empresa no quiera continuar estableciendo relaciones comerciales con los clientes porque cree que los clientes no pagarán las deudas, lo que es como romper un buen dinero.

c) La extinción, es una operación destinada a registrar las cuentas por cobrar que se han liquidado después de que el cliente haya pagado la deuda correspondiente.

A continuación, la dimensión clasificación de clientes. Según Morales & Morales et al. (2014), clasifican a los clientes en 11 grupos:

a) Clientes que malinterpretaron honestamente los términos de venta, este grupo no supone problema alguno de cobranza. La interpretación de las condiciones de venta suele conducir a una remesa de fondos precisa. Normalmente, el vendedor es responsable de no haber explicado completamente las condiciones de venta antes de que ocurra el malentendido.

b) Clientes que descuidan sus cuentas, debido a negligencia o métodos de trabajo deficientes: solo es necesario recordar a los clientes de este grupo que la cuenta ha vencido. Si el cliente es un infractor endémico, el acreedor debe hacer todo lo posible por señalar la importancia de pagar sus cuentas de manera constante.

c) Los clientes que ignoran la fecha de vencimiento, debido a pocas cuentas, especialmente minoristas, se encuentran dentro de este grupo. Abrieron una cuenta por unos pocos dólares y planean incluir esta cantidad en el próximo pago mensual.

d) Clientes que están temporalmente atrasados, pero que generalmente pagan a tiempo, cuando la fecha de vencimiento en la cuenta del acreedor coincide con la temporada alta de su negocio, los clientes de este grupo pagan a tiempo y, cuando estos períodos son inconsistentes, deje que el acreedor espere.

e) Clientes que se retrasan temporalmente, debido a las condiciones comerciales locales, las condiciones locales, las huelgas o los desastres naturales a menudo reducen la recaudación del comerciante y por lo tanto le impiden cumplir con sus obligaciones.

f) Clientes que siempre se están quedando atrás, estos clientes están forzando demasiado su negocio para cubrir los gastos personales, o compradores y cobradores deficientes, lo que reduce el capital de trabajo disponible.

g) Clientes que pueden pagar a tiempo, pero ignoran la fecha de vencimiento porque creen que es más rentable usar el dinero de los acreedores que usar su propio dinero, este grupo plantea uno de los problemas más desagradables al momento de la recaudación. Los acreedores deben tomar medidas firmes contra los morosos, incluso a riesgo de disgustarlos.

h) Clientes sobre extendidos, generadores de la mayoría de los problemas de crédito minorista. Son honestos, pero optimistas y compran demasiado. Cuando se encuentran con emergencias como enfermedad, muerte de un miembro de la familia o desempleo, no pueden pagar independientemente de su amabilidad.

i) Clientes que no recibieron un descuento, cada caso de este grupo es un problema de facturación independiente. La estrategia de cobranza depende de las circunstancias involucradas en cada situación.

j) Clientes que están a punto de irse a la quiebra o que realmente lo han hecho, el administrador de cobranza no tiene más remedio que utilizar métodos de cobranza severos para este grupo de clientes, en su mayoría. De no poder cobrar el dinero mediante letra de cambio, entregue la deuda a un abogado de cobranza de inmediato.

k) Clientes que deliberadamente cometen dolo, es difícil demandar a los deudores de este grupo, pero los abogados o las agencias de cobranza a veces pueden demandar a través de métodos poderosos.

De igual manera se procedió con la segunda variable, siendo esta la morosidad para la cual se cuenta con diversas definiciones por parte de los autores. Según Pedrosa (2016), define: La morosidad se refiere a la práctica del deudor - persona física o jurídica – que no cumple con las normas de pago cuando la deuda vence. Por lo general, una vez que una persona u organización no cumple con sus obligaciones, obtiene las condiciones del moroso. En esa línea, Schizas (2015), define a la morosidad como un sub producto común de uno de los mercados financieros a nivel mundial. El creciente mercado del crédito comercial, que respalda casi la mitad de todas las transacciones entre empresas en todo el mundo. El término "morosidad" refiere a diferentes tipos de comportamiento, sin embargo;

la forma más común parece que ocurre cuando los clientes saludables simplemente pagan las facturas después de que esta ya venció. Desde la posición de Connell (2014), afirma que la morosidad se mide por la duración absoluta del retraso en relación con el número de días acordados en las condiciones de pago. El hecho de que se utilice la morosidad como variable explicativa, significa que el impacto en la salida se debe a cambios imprevistos en la duración de los pagos, dado que las condiciones del contrato son un componente más de la empresa. Asimismo, Brachfield (2014), manifiesta: Según tengo entendido, el término "morosos" debe utilizarse para referirse a los clientes que se retrasaron en el cumplimiento de sus obligaciones y fueron diligentes en el pago, pero finalmente cancelaron el total de la deuda. Por tanto, los deudores morosos son los morosos que finalmente pagan, es decir, no están en última instancia incumpliendo sus obligaciones, sino demorados en el cumplimiento tardío de las mismas. Seguidamente, Marzo, Wicijowski & Rodríguez (2008) citado por Contreras, Calderón & Aliaga (2019), el término "moroso" suele ser confuso muchas veces, porque se puede usar indistintamente para hacer referencia a diferentes conceptos. En cierta medida, el incumplimiento de una deuda se llama legalmente mora, por tanto, un deudor que incumpla con las obligaciones de pago se le considera moroso. Finalmente, Westley & Branch (2000) citado por Guillen (2020), sostienen que la morosidad suele ser la causa principal de la insuficiencia de capital y la quiebra de las cooperativas de ahorro y crédito, y se considera el principal exterminador de estas instituciones a nivel de Latam.

Las dimensiones que comprenden la variable morosidad son causas principales y tipo de morosos.

La primera dimensión de la variable morosidad viene a ser las causas principales. Según Díaz et al. (2014), define: Los motivos de la morosidad son variados y complejos. Se han realizado investigaciones a nivel de la Unión Europea al respecto. A grandes rasgos, estos son los motivos del retraso en el pago:

a) La actividad económica es negativa, sin duda, habrá default una vez que la economía se comience a contraer o decrezca. Actualmente la mayoría de

economías están sufriendo los embates de la crisis: quiebras de empresas, desempleos, etc. Suficiente para hacer que la tasa de morosidad se eleve.

b) Extensión de los pagos, en situaciones complejas, la mayoría de organizaciones esperan dilatar el plazo de pago. Esto significa que utilizan estos términos para recaudar fondos para sí mismos en lugar de pedir a los bancos que otorguen préstamos.

c) Cultura de la morosidad, en diversos países se ha implantado la costumbre de pagar con retraso y mal. Esto no obedece a algo estrictamente económico, sino a un hábito.

Asimismo, Brachfield et al. (2014), define: Las principales razones del incumplimiento de pagos se pueden dividir en las siguientes 6 categorías:

A continuación, la dimensión tipo de morosos. Según Brachfield (2014), define: Estudiando profundamente los tipos de deudores me permitió observar múltiples tipos de morosos, según el origen del incumplimiento y las cualidades del moroso. En esta esta investigación, dividí a los deudores en diferentes escalas según sus cualidades, revelé los problemas que representan los deudores y expliqué la forma de negociar con cada deudor para el recupero de la deuda:

a) Los clientes mal informados de los términos de pago, son aquellos que malinterpretaron los términos de venta y el método de pago o no recibieron la información adecuada del vendedor durante la transacción.

b) Los clientes distraídos, son aquellos clientes que han olvidado que la factura no está liquidada, o que carecen de un sistema de control eficaz para realizar pagos y trabajar con proveedores

c) Los clientes con incumplimientos técnicos, es causado por un error en los datos del domicilio o una fecha de pago errónea, dado que muchos clientes sólo tienen unos días para pagar a sus proveedores y sus bancos no lograron el efecto de diferentes fechas de vencimiento.

d) Los clientes solventes, pero con barreras de pago, son aquellos que tienen disputas comerciales o descubren incidentes en sus facturas – teniendo razón en muchos casos - reteniendo el pago para obligar al proveedor a resolver el inconveniente.

e) Un deudor accidental es un deudor que sufre problemas específicos de caja por algún motivo imprevisto, por lo que su insolvencia es temporal. Estos deudores actúan de buena fe y están dispuestos a cumplir con sus pagos, por lo que los acreedores confían en que pagarán cuando superen la crisis de liquidez.

f) Clientes solventes y con liquidez, pero con un mal manejo administrativo, afirman que han extraviado la factura, no ha sido recibida o por último no pueden encontrarla.

g) Clientes solventes, con una enorme burocracia interna, en su mayoría son grandes empresas o instituciones públicas, que, al tener una burocracia enorme, dificulta el cobro, pues las órdenes de pago primero deben pasar por múltiples departamentos y áreas para obtener la conformidad para el pago.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

##### **3.1.1. Enfoque de investigación**

Se ha empleado el enfoque cuantitativo, que incluye el uso de dos variables que se midieron mediante operacionalización.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), afirman que el método cuantitativo (que representan lo que llamamos un grupo de procesos) es secuencial y demostrativo. Cada etapa precede a la siguiente. No es posible “saltarnos o evitar” las instrucciones. Aunque siendo estricta la secuencia de trabajo, ciertamente podemos redelinear una determinada etapa.

##### **3.1.2. Nivel de investigación**

De nivel correlacional porque ha medido la relación entre el nivel de la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.

Según Hernández et al. (2014), definen dando a conocer la correlación entre la coexistencia de dos variables de investigación en la muestra o contexto. Específicamente, a veces hay dos variables relacionadas, pero generalmente hay tres, cuatro o más.

##### **3.1.3 Tipo de investigación**

La naturaleza de la investigación ha sido de tipo aplicada, porque utilizando un marco teórico, se lograron resolver problemas reales y brindar soluciones alternativas. En acuerdo con Lozada (2014), la investigación aplicada se esfuerza por aplicar directamente el conocimiento a los problemas de la sociedad o los que se dan en el sector productivo.

##### **3.1.4. Diseño de investigación**

Tuvo un diseño no experimental porque refiere al estado actual y natural de los eventos, se pueden observar sin que intervenga el investigador. No se ha

manipulado la variable dependiente, solo se ha descrito y analizado la incidencia y correlación de las variables en un momento determinado.

Además, ha sido de corte transversal porque se ha medido en un determinado período de tiempo, lo que dió soporte a la investigación. Según Hernández et al. (2014), sostienen que el diseño de investigación transversal recoge datos en el instante. Su finalidad es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un determinado momento. Por ejemplo, tomar fotos de un evento suscitado.

### **3.2. Variable y operacionalización**

Según Espinoza (2018), una variable es una palabra que indica un cambio o algún tipo de cambio. Se caracteriza por ser inestable, voluble y cambiante. Asimismo, sostiene que, la variable es un objeto con una identidad específica, pero su entorno circundante lo obliga a cambiar según las condiciones que se presenten.

Asimismo, las variables cualitativas, en términos de Carballo (2016), son aquellas que representan una singularidad o atributo del individuo o el objeto en cuestión. Su representación no es numérica. Matriz de operacionalización (ver anexo 1)

#### **3.2.1. Estrategia de cobranza (variable 1)**

##### **Definición conceptual**

Según Morales et al. (2014), estas estrategias determinan los métodos de cobro y las condiciones de negociación, como plazos, condonaciones, deducciones, etc., que son todas adecuadas para los segmentos de mercado definidos y sin duda producirán resultados más precisos para que los clientes cumplan con sus compromisos de pago.

##### **Definición operacional**

La variable estrategia de cobranza ha sido medida en base a la encuesta aplicando como instrumento el cuestionario en escala de Likert.

### **3.2.2. Morosidad de los clientes (variable 2)**

#### **Definición conceptual**

Según Brachfield (2014), define: Según tengo entendido, el término "morosos" debe utilizarse para referirse a los clientes que se retrasaron en el cumplimiento de sus obligaciones y fueron diligentes en el pago, pero finalmente cancelaron el total de la deuda. Por tanto, los deudores morosos son los morosos que finalmente pagan, es decir, no están en última instancia incumpliendo sus obligaciones, sino demorados en el cumplimiento tardío de las mismas.

#### **Definición operacional**

La variable morosidad ha sido medida en base a la encuesta aplicando como instrumento el cuestionario en escala de Likert.

### **3.3. Población muestra y muestreo**

#### **3.3.1. Población**

Se investigó a 30 clientes los cuales pertenecen a la cartera del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., por consiguiente, se denominó a este universo como población finita.

Según Arias, Villasís & Miranda (2016), la población de estudio viene a ser un conjunto de casos definidos, limitados y accesibles, que proporcionará referencia para seleccionar la muestra que cumpla con un conjunto de criterios predeterminados. Finalmente, Arias et al. (2016), definen como población finita al universo en que se definen y miden los elementos que lo componen.

No se realizó el cálculo del tamaño de la muestra y el muestreo, dado que la población es muy pequeña, se aplicó una muestra censal, al total de la población. Este criterio es viable, porque la población es pequeña, por lo tanto, debido a que los datos fueron recolectados del total, no se consideró el cálculo de la muestra, ni el muestreo correspondiente. (Arias et al., 2016).

### **3.3.2. Criterios de selección**

Inclusión, para la investigación se consideró como parte de la población a clientes con los que mantiene relación comercial el Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.

Exclusión, para la investigación no se consideró como población al personal administrativo, fuerza de ventas y practicantes.

### **3.3.4. Unidad de análisis**

Se ha tomado en cuenta como unidad de análisis a cada cliente del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., 2021.

## **3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **3.4.1. Técnica**

La recolección de datos se ha llevado a cabo mediante técnicas de recopilación de información denominadas encuestas.

En acuerdo con López-Roldán & Fachelli (2015), la encuesta se consideró inicialmente como una técnica de recolección de datos, mediante el cuestionamiento de los encuestados, cuya finalidad es obtener de manera sistemáticamente medidas sobre los conceptos que provienen de un problema de investigación previamente construido.

### **3.4.2. Instrumento**

Se empleó como instrumento el cuestionario, agrupado por preguntas en escala ordinal, cuya finalidad fue conocer la relación entre las variables.

Según López-Roldán et al. (2015), el cuestionario constituye una herramienta de recolección de datos donde las preguntas aparecen de manera sistemática y ordenada, y las respuestas se registran a través de un sistema de registro simple establecido.

El instrumento fue tipo Likert, contiene 5 escalas que ha permitido llevar a cabo la medición, y de la misma se ha contado con 30 preguntas.

**Tabla 1**  
*Escala de valoración de Likert*

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

**Tabla 2**  
*Técnica e instrumento de recolección de datos*

Variable	Técnica	Instrumento
Estrategia de cobranza	Encuesta	Cuestionario
Morosidad de los clientes	Encuesta	Cuestionario

### Validez

La ejecución del instrumento fue llevada a cabo a través de la técnica de juicio de expertos, siendo revisado por tres especialistas, se tuvo en cuenta los criterios de relevancia, pertinencia y claridad, con la finalidad de ser aplicado una vez sea validado.

De manera general, la validez menciona al grado en que el instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Dando un ejemplo, se debe medir con precisión un método que pueda determinar el beneficio que traen consigo las acciones de una organización y no la imagen de esta como tal. (Hernández et al., 2014).

**Tabla 3**  
*Validación de juicios de expertos: estrategia de cobranza*

Criterios	Expo. 1	Expo. 2	Expo. 3	Total
Claridad	88%	91%	92%	271%
Objetividad	88%	91%	92%	271%
Pertinencia	88%	91%	92%	271%
Actualidad	88%	91%	92%	271%
Organización	88%	91%	92%	271%
Suficiencia	88%	91%	92%	271%
Intencionalidad	88%	91%	92%	271%
Consistencia	88%	91%	92%	271%
Coherencia	88%	91%	92%	271%
Metodología	88%	91%	92%	271%
			<b>TOTAL</b>	2710%
			<b>CV</b>	90.33%

**Tabla 4***Validación de juicio de expertos: morosidad de los clientes*

<b>Criterios</b>	<b>Expo. 1</b>	<b>Expo. 2</b>	<b>Expo. 3</b>	<b>Total</b>
Claridad	92%	89%	88%	269%
Objetividad	92%	89%	88%	269%
Pertinencia	92%	89%	88%	269%
Actualidad	92%	89%	88%	269%
Organización	92%	89%	88%	269%
Suficiencia	92%	89%	88%	269%
Intencionalidad	92%	89%	88%	269%
Consistencia	92%	89%	88%	269%
Coherencia	92%	89%	88%	269%
Metodología	92%	89%	88%	269%
			<b>TOTAL</b>	2690%
			<b>CV</b>	89.67%

Además, se muestra la tabla con el nombre y grado de cada docente que formó parte de la validación.

**Tabla 5***Datos de expertos para validación*

<b>Datos de expertos</b>	
Experto N° 01:	Mg. Gonzales Figueroa, Iris Katherine
Experto N° 02:	Dr. Bardales Cárdenas, Miguel
Experto N° 03:	Dr. Navarro Tapia, Javier Félix

**Confiabilidad**

Se determinó la confiabilidad, a través del software SPSS versión 25 que midió la confiabilidad del instrumento.

Es confiable un instrumento de medición, una vez que se aplica de manera repetida a la misma persona para obtener el mismo resultado. (Hernández et al., 2014).

Para poder hallarlo, se ha empleado el coeficiente del Alfa de Cronbach. Por tanto, según Hernández et al. (2014), el coeficiente alfa de Cronbach es aceptable, estando por encima de 0,70.

**Tabla 6**  
*Escala de confiabilidad*

Valores	Niveles
> 0.9	Elevada
> 0.8	Aceptable
> 0.7	Regular
> 0.6	Baja
> 0.5	Muy baja
< 0.5	Nula

**Tabla 7**  
*Estadísticas de fiabilidad del Alfa de Cronbach para las dos variables*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,898	30

Según la tabla 7 el nivel que presenta el Alfa de Cronbach es de 0,898, por lo que se define, que la escala de confiabilidad se encuentra en un nivel aceptable.

**Tabla 8**  
*Estadísticas de fiabilidad del Alfa de Cronbach de la variable estrategia de cobranza*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,836	15

Según la tabla 8, en relación al Alfa de Cronbach que presenta la primera variable es de 0,836, en la que según la escala de confiabilidad indica que se encuentra en un nivel aceptable, lo cual convierte a esta variable en un instrumento aplicable.

**Tabla 9.**

*Estadísticas de fiabilidad del Alfa de Cronbach de la variable morosidad de los clientes*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,817	15

Según la tabla 9, en relación con el Alfa de Cronbach que presenta la segunda variable, tuvo como resultado el 0,817, en la que según la escala de confiabilidad indica que se encuentra en un nivel aceptable, lo cual convierte a esta variable en un instrumento aplicable.

### **3.5. Procedimiento**

El proceso de análisis de datos se basó en el siguiente contenido:

La investigación parte del análisis del problema existente en Monteza Abogados S.C.R.L., basándonos en la información obtenida se elaboró la matriz de operacionalización con la descomposición de sus variables, dimensiones e indicadores. Seguidamente, se diseñó un cuestionario con 30 preguntas, de escala Likert, que se aplicó a los clientes, luego los datos recabados en las encuestas se ordenan y suman por indicadores, dimensiones y variables en un Excel. Posteriormente, mediante el software estadístico SPSS versión 25 esta fue procesada y se realizó la prueba estadística del p-valor en conjunto con la regla de decisión de manera que se puedan contrastar las hipótesis de trabajo. Finalmente, fueron presentados los resultados en gráficos y tablas para establecer la discusión y conclusión.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Se empleó la estadística descriptiva e inferencial para analizar los datos. Se presentaron gráficos y tablas para el caso de la estadística descriptiva. Del mismo modo, para la estadística inferencial se llevó a cabo a través de pruebas de hipótesis de normalidad y correlación.

#### **3.6.1. Análisis de datos descriptivo**

Los resultados de la información recolectada han sido procesados a través del software SPSS versión 25, obteniendo los datos de manera detallada y concreta mediante tablas y gráficos de expresión.

En acuerdo con Diz (2016), la estadística descriptiva se refiere a un conjunto

de métodos que van a permitir describir una serie de datos de manera simplificada y ordenada como lo indica su nombre.

### **3.6.2. Análisis de datos inferencial**

Este método estadístico se ha empleado para sacar conclusiones en base a datos que se obtuvieron en la encuesta realizada a clientes, con la finalidad de brindar soluciones a las deficiencias encontradas en Monteza Abogados S.C.R.L.

Desde la posición de Diz et al. (2016), la estadística inferencial es un método mediante el cual se pueden extraer conclusiones de un conjunto de datos más grande, y una pequeña parte de él se puede observar como una muestra.

### **3.7. Aspectos éticos**

La investigación es de carácter original teniendo en cuenta los aspectos éticos y ha sido desarrollada conforme a las directrices de investigación y ética indicados por la Universidad César Vallejo teniendo en consideración el reglamento de la norma APA para la redacción de la tesis. En lo social, las personas que son parte del estudio investigativo han tenido la disposición para ser encuestados, puesto que no han sido obligados. Finalmente, el cuestionario se ha resuelto de manera estrictamente confidencial, garantizando que no existan actos que perjudiquen a los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., asegurando su comodidad al momento de responder la encuesta, cabe resaltar que dicha encuesta ha sido realizada con fines académicos, donde se respetan los derechos de autor.

## IV. RESULTADOS

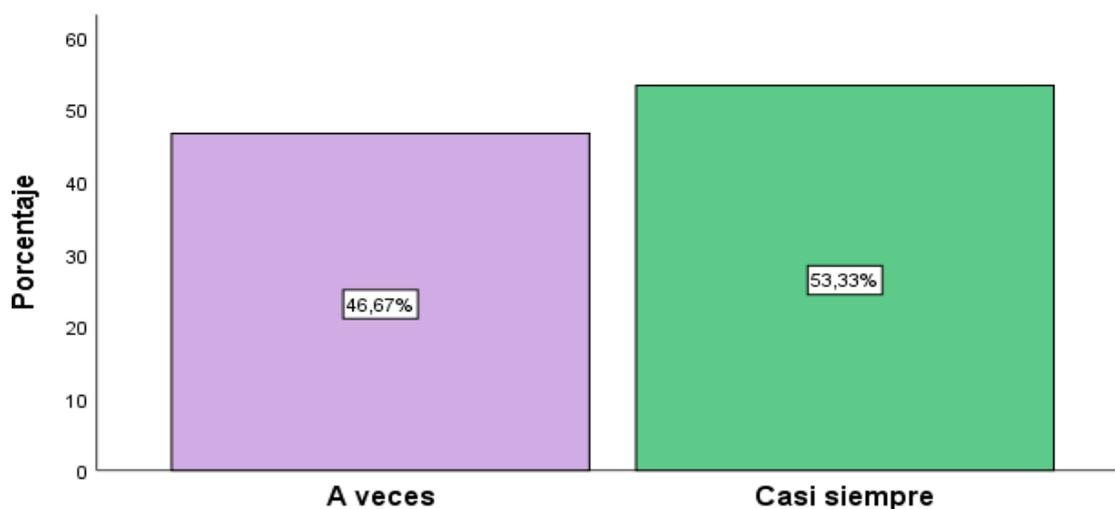
### 4.1. Análisis descriptivos de los resultados estadísticos

#### 4.1.1. Estadística descriptiva de la estrategia de cobranza

**Tabla 10**

*Resultado descriptivo de la variable estrategia de cobranza*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	14	46.7	46.7	46.7
Casi siempre	16	53.3	53.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	



**Figura 1.** Estrategia de cobranza

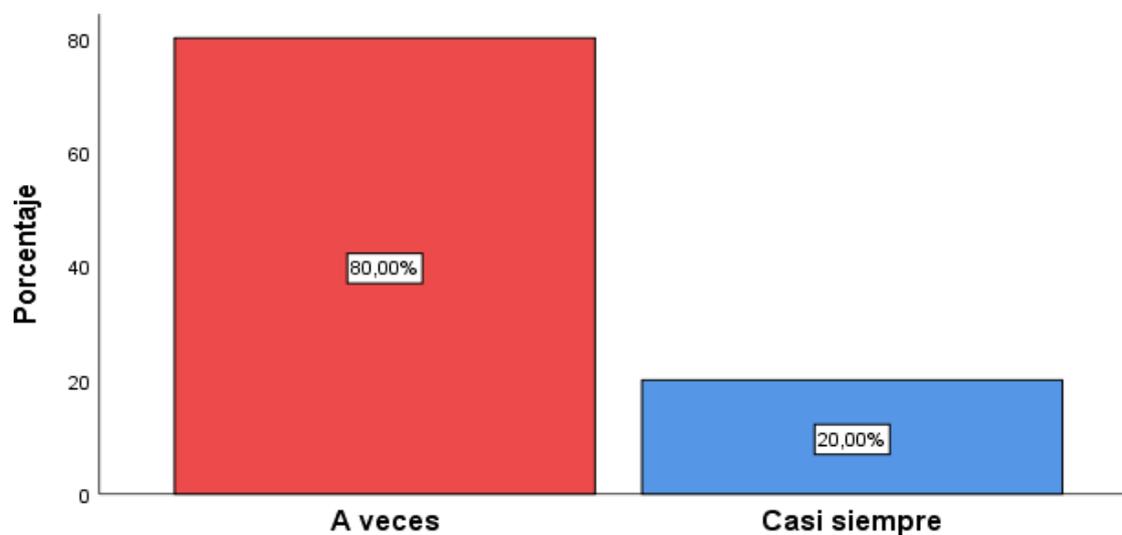
En la tabla 10 se aprecia que, del total de encuestados que son 30, respecto a la primera variable respondieron a veces el 46.67% con una cantidad de 14 clientes, de igual forma el otro 53.33% indican casi siempre con un total de 16 clientes.

#### 4.1.2. Estadística descriptiva de la morosidad de los clientes

**Tabla 11**

*Resultado descriptivo de la variable morosidad de los clientes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	24	80	80	80
Casi siempre	6	20	20	100
Total	30	100	100	



**Figura 2.** Morosidad de los clientes

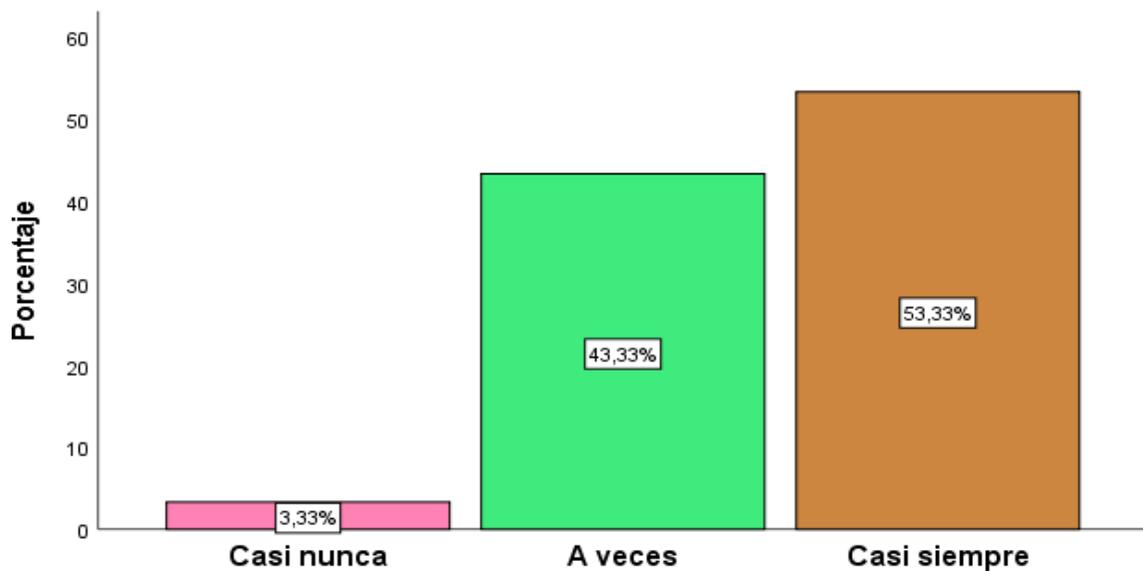
En la tabla 11 apreciamos que, del total de encuestados que son 30, respecto a la segunda variable respondieron a veces el 80% con una cantidad de 24 clientes, de igual forma el otro 20% indican casi siempre con un total de 6 clientes.

#### 4.1.3. Estadística descriptiva de fases de la cobranza

**Tabla 12**

*Resultado descriptivo de fases de la cobranza*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Casi Nunca	1	3	3	3
A veces	13	43	43	47
Casi siempre	16	53	53	100
Total	30	100	100	



**Figura 3.** Fases de la cobranza

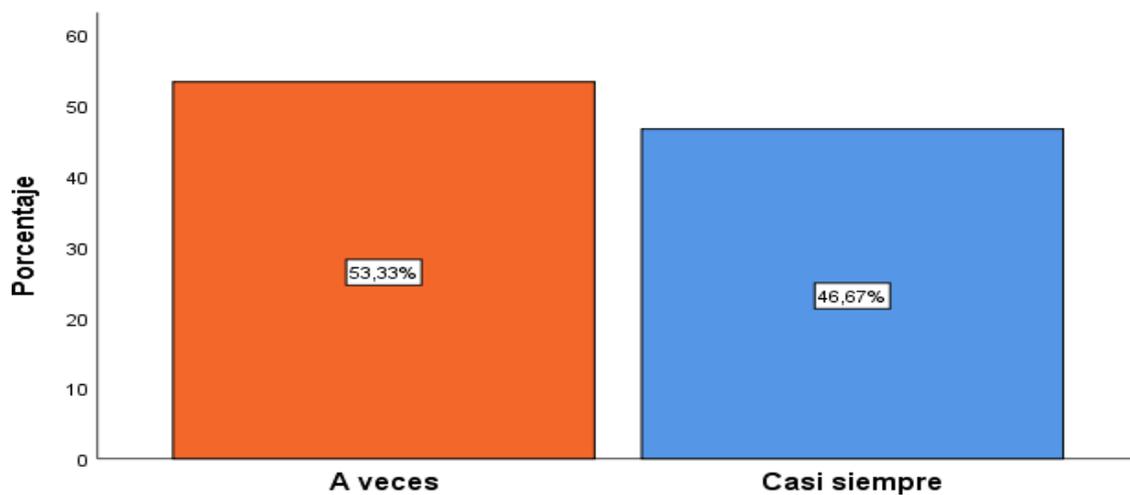
En la tabla 12 apreciamos que, de los 30 encuestados, respecto a las fases de la cobranza respondieron casi nunca el 3.33% con participación de 01 cliente, mientras que el 43.33% indican que es a veces con la participación de 13 clientes y finalmente el 53.33% indican que casi siempre.

#### 4.1.4. Estadística descriptiva de clasificación de clientes

**Tabla 13**

*Resultado descriptivo de clasificación de clientes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
A veces	16	53	53	53
Casi siempre	14	47	47	100
Total	30	100	100	



**Figura 4.** Clasificación de clientes

En la tabla 13 se aprecia que, de los 30 encuestados, respecto a la clasificación de clientes respondieron a veces el 53.33% con participación de 16 clientes, mientras que el 46.67% indican que casi siempre con la participación de 14 clientes.

## 4.2. Análisis inferencial de los resultados estadísticos

### 4.2.1. Prueba de normalidad

Es importante conocer que, los datos recolectados tengan un comportamiento de distribución normal para cuando se emplea una herramienta estadística donde se relacionan variables cuantitativas o continuas.

#### Hipótesis de normalidad

- H0: La distribución estadística de la muestra es normal
- H1: La distribución estadística de la muestra no es normal

#### Decisión

- Sig. p valor  $\geq 0,05$  se acepta la hipótesis nula.
- Sig. p valor  $< 0,05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 14**

*Prueba de normalidad de estrategia de cobranza y morosidad de los clientes*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Estrategia de cobranza	,354	30	,000	,637	30	,000
Morosidad de los clientes	,488	30	,000	,492	30	,000

### 4.2.2. Estadística no paramétrica

Según Hernández et al. (2014), sostienen que, en la estadística no paramétrica, la mayoría de los análisis no tienen una distribución normal, dado que se aceptan la de distribución libre y por consiguiente se pueden analizar datos nominales u ordinales. Finalmente, tiene un análisis paramétrico, debido que la investigación ha tenido como objetivo utilizar el Shapiro-Wilk y para medir la relación entre las variables se empleó el Rho Spearman.

### 4.3. Prueba de hipótesis

**Tabla 15**

*Coeficiente de correlación por jerarquías de Rho de Spearman*

<b>Rango</b>	<b>Relación</b>
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.26 a -0.50	Correlación negativa media
-0.11 a -0.25	Correlación negativa débil
-0.01 a -0.10	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva muy débil
+0.11 a +0.25	Correlación positiva débil
+0.25 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

**Fuente:** Adaptado de Hernández et al. (2014).

#### 4.3.1. Prueba de hipótesis general

##### **Prueba de hipótesis correlacional entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes**

H0: No existe relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.

H1: Existe relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.

##### **Estrategia de la prueba:**

- Si el valor sig. es  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis nula.
- Si el valor sig. es  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 16**

*Prueba de hipótesis correlacional entre la estrategia de cobranza y morosidad de los clientes*

			<b>Estrategia de Cobranza</b>	<b>Morosidad de los clientes</b>
Rho de Spearman	Estrategia de cobranza	Coeficiente de correlación	1.000	,468**
		Sig. (bilateral)		,0009
		N	30	30
Morosidad de los clientes		Coeficiente de correlación	,468**	1.000
		Sig. (bilateral)	,0009	
		N	30	30

En la tabla 16 se muestra el valor de sig. (bilateral) equivale a 0.009, esto indica que es menor a  $p = 0.05$  por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde se puede apreciar que existe relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes.

Por consiguiente, existe suficiente respaldo estadístico para afirmar la relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes en el Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., dando un Rho de Spearman 0.468, donde se puede deducir que hay una correlación positiva media.

#### **4.3.2. Prueba de hipótesis específicas**

##### **Prueba de hipótesis correlacional entre las fases de la cobranza y morosidad de los clientes**

H0: No existe relación entre las fases de la cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.

H1: Existe relación entre las fases de la cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.

**Estrategia de la prueba:**

- Si el valor Sig. es  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis nula.
- Si el valor sig. es  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 17**

*Prueba de hipótesis correlacional entre fases de la cobranza y la morosidad de los clientes*

		Fases de la cobranza	Morosidad de los clientes
Rho de Spearman	Fases de la cobranza	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,461**
		N	30
Morosidad de los clientes		Coeficiente de correlación	,461**
		Sig. (bilateral)	,010
		N	30

En la tabla 17 se muestra el valor de sig. (bilateral) equivale a 0.010, esto indica que es menor a  $p = 0.05$  y es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde se puede apreciar que hay relación entre las fases de cobranza y la morosidad de los clientes.

Por consiguiente, existe suficiente soporte estadístico para afirmar la relación entre las fases de la cobranza y la morosidad de los clientes en el Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., dando un Rho de Spearman 0.461, donde se puede deducir que hay una correlación positiva media.

### **Prueba de hipótesis correlacional entre clasificación de clientes y morosidad de los clientes**

H0: No existe relación entre la clasificación de clientes y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.

H1: Existe relación entre la clasificación de clientes y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.

### Estrategia de la prueba:

- Si el valor sig. Es  $\geq 0.05$  se acepta la hipótesis nula.
- Si el valor sig. Es  $< 0.05$  se rechaza la hipótesis nula.

**Tabla 18**

*Prueba de hipótesis correlacional entre la clasificación de clientes y morosidad de los clientes*

		Clasificación de clientes	Morosidad de los clientes
Rho de Spearman	Clasificación de clientes	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,367*
		N	30
	Morosidad de los clientes	Coeficiente de correlación	,367*
		Sig. (bilateral)	,046
		N	30

En la tabla 18 se muestra el valor de sig. (bilateral) equivale a 0.046, esto indica que es menor a  $p = 0.05$  y es por ello que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde se puede apreciar que hay relación entre la clasificación de clientes y la morosidad de los clientes.

Por consiguiente, existe suficiente soporte estadístico para afirmar la relación entre la clasificación de clientes y la morosidad de los clientes en el Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., dando un Rho de Spearman 0.367, donde se puede deducir que hay una correlación positiva media.

## V. DISCUSIÓN

La investigación muestra que los resultados obtenidos de la estrategia de cobranza y morosidad de clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L., nos ayuda a contrastar con los trabajos previos que se presentaron en la primera parte, dado que se precisa de forma más clara.

Según el objetivo general, determinar de qué manera la estrategia de cobranza se relaciona con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L. El resultado obtenido en la tabla 16, se muestra un coeficiente de correlación de Rho de Spearman equivalente a 0.468, donde se puede deducir que hay una correlación positiva media entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes, en comparación con los datos encontrados por Miranda (2018), en su investigación titulada *“Estrategias de cobranza y la morosidad de los clientes de la empresa Talma”*, quien evidencia que según el resultado obtenido (Rho=0.396) hay una correlación positiva media hallada entre la variables estrategia de cobranza y morosidad, propone que, cuanto mejor es la estrategia de cobranza menor es la morosidad. Con base en los resultados se afirma coincidentemente que la estrategia de cobranza se relaciona significativamente con la morosidad de los clientes. Además, se discrepa tal como se muestra en la tabla 11 el 80% indican que a veces se describe la morosidad de los clientes. En esa línea, Morales & Morales et al. (2014) definen: Para establecer la estrategia, la cartera de clientes debe estar segmentada según las características comunes del cliente y la cuenta (como antigüedad, cantidad, producto, ubicación geográfica, score del cliente o deuda) para establecer la estrategia.

Seguidamente veremos el primer objetivo específico, identificar de qué manera las fases de la cobranza se relacionan con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L. Los resultados obtenidos en la tabla 17, se muestra un Rho de Spearman equivalente a 0.461, donde se puede deducir que, hay una correlación positiva media entre las fases de cobranza y la morosidad de los clientes, en comparación con los datos encontrados por Ugalde (2016) en su tesis titulada *“La gestión de cobranza y su influencia en los índices de morosidad crediticia en Mi Banco S.A., Agencia Ancón – Lima, 2018”* quien evidencia que

según el resultado obtenido ( $Rho=0.725$ ) hay una correlación positiva alta entre la dimensión diseño del sistema de cobranza y la variable índices de morosidad, lo que indica que, el diseño del sistema de cobranza si se relaciona de manera significativa con los índices de morosidad. Con base en los resultados se afirma coincidentemente que las fases de la cobranza se relacionan significativamente con la morosidad de los clientes. Según Brachfield (2014), define: El término "morosos" debe utilizarse para referirse a los clientes que se retrasaron en el cumplimiento de sus obligaciones y fueron diligentes en el pago, pero finalmente cancelaron el total de la deuda.

Seguidamente veremos el segundo objetivo específico, identificar de qué manera la clasificación de clientes se relacionan con la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L. Los resultados obtenidos en la tabla 18, se muestra un coeficiente de correlación de Rho de Spearman equivalente a 0.367, donde se deduce que hay una correlación positiva media entre la clasificación de clientes y la morosidad de los clientes, en comparación con los datos encontrados por Cáceres (2018) en su tesis titulada "*Gestión financiera y morosidad en la instituciones educativas privadas de nivel secundaria del distrito de Independencia, 2018*" quien evidencia que según el resultado obtenido ( $Rho=0.666$ ) existe correlación positiva moderada entre gestión financiera y morosidad, lo que indica que, existe correlación entre ambas. Con base en los resultados se afirma coincidentemente que la clasificación de clientes si se relaciona de manera significativa con la morosidad de los clientes. Además, Schizas (2015) define: El término "morosidad" refiere a diferentes tipos de comportamiento, sin embargo; la forma más común parece que ocurre cuando los clientes saludables simplemente pagan las facturas después de que esta ya venció.

## **VI. CONCLUSIONES**

Al mismo tiempo, se exponen los objetivos y los resultados obtenidos.

Primera. Se logró identificar que existe una correlación positiva media con un Rho de Spearman equivalente a 0.468, y un nivel de significancia de 0.000 entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.; por consiguiente, mientras no se implanten estrategias de acuerdo con el modelo de negocio en que se encuentra, no serán visibles las mejoras respecto a la morosidad. Se concluye que existe relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes.

Segunda. Se logró identificar que existe una correlación positiva media con un Rho de Spearman equivalente a 0.461, y un nivel de significancia de 0.010 entre las fases de la cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.; por consiguiente, el objetivo final de llevar a cabo un buen procedimiento de cobranza es tener una cartera de cobros saludable con niveles de morosidad aceptables. Se concluye que existe relación entre las fases de la cobranza y la morosidad de los clientes.

Tercera. Se logró identificar que existe una correlación positiva media con un Rho de Spearman equivalente a 0.367, y un nivel de significancia de 0.046 entre la clasificación de clientes y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L.; por consiguiente, es importante entender y comprender los elementos de juicio de la evaluación al momento de clasificar a los clientes, siendo esto fundamental para mantener niveles de morosidad aceptables. Se concluye que existe relación entre la clasificación de clientes y la morosidad de los clientes.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Basándose en la evaluación y los resultados, se formularon las siguientes recomendaciones:

Primera. Al hallarse una correlación positiva media entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L. Se sugiere establecer estrategias de cobranza, de forma preventiva, envío de recordatorios, mostrando siempre empatía y comunicación con el cliente, esto ayudará a anticipar cualquier suceso o posible retraso en el pago.

Segunda. Al hallarse una correlación positiva media entre las fases de la cobranza y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L. Se sugiere reducir a lo más mínimo las cobranzas que han sido llevadas a etapa judicial. La optimización de la tasa de morosidad va a permitir estrechar relaciones comerciales duraderas con los clientes.

Tercera. Al hallarse una correlación positiva media entre la clasificación de los clientes y la morosidad de los clientes del Estudio Monteza Abogados S.C.R.L. Se sugiere conocer los tipos de clientes, ver de qué manera esto ayudará a conocer la mejor forma de recuperar una deuda, sin que la empresa se vea perjudicada en sus ratios de morosidad al cierre de cada periodo.

## REFERENCIAS

- Acosta, J., & Gualpa, N. (2014). *Diseño de un sistema de control para disminuir la cartera vencida de las cooperativas de ahorro y crédito ubicadas en el cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, controladas por el MIES, para el ejercicio económico 2012*. Obtenido de <https://bit.ly/3rwrWNp>
- Alejandro, J., & Avilés, T. (2017). *Propuesta de procedimientos para disminuir la cartera vencida de la Empresa Samisa, Guayaquil*. Obtenido de <https://bit.ly/3bpMmSJ>
- Arias, J., Villasís, M., & Miranda, M. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México 2016*, 201-206. Obtenido de <https://bit.ly/3kWmwc4>
- Audera, V. (2014). La morosidad inter empresarial. *Boletín de Morosidad y Financiación Empresarial*, 4-5. Obtenido de <https://bit.ly/38nl3FI>
- Benedet, M. (2020). *Toma de decisiones en la empresa en crisis*. Obtenido de Lemontech: <https://bit.ly/38pBZfX>
- Brachfield, P. (2014). Los sinónimos de moroso en los países hispanohablantes. *Brachfield Credit & Risk Consultants*, 1. Obtenido de <https://bit.ly/3qvvq1k>
- Bragg, S. (2021). Debt collection strategies. *Accounting Tools*, 1. Obtenido de Accounting Tools: <https://bit.ly/3t2wETD>
- Cáceres, J. (2018). *Gestión Financiera y Morosidad en las Instituciones Educativas Privadas de Nivel Secundaria del Distrito de Independencia, 2018*. Obtenido de <https://bit.ly/2OeWqoT>
- Carballo, M. (2016). Algunas consideraciones acerca de las variables en las investigaciones que se desarrollan en educación. *Universidad y Sociedad*. Obtenido de <https://bit.ly/3rwB4BE>
- Casasola, G., & Ramos, G. (2020). *Políticas de crédito y gestión de cobranza en laboratorios SMA S.A.C., Ate Vitarte*. Obtenido de <https://bit.ly/3ejFisD>
- Castillo, N. (2018). Morosidad de empresas en el Perú sube a niveles récord. *El Comercio*. Obtenido de <https://bit.ly/3cblcx3>
- Chavarín, R. (2015). Morosidad en el pago de créditos y rentabilidad de la banca comercial en México. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 71-83. Obtenido de <https://bit.ly/2N1IRcU>

- Connell, W. (2014). The Economic Impact of Late Payments. *Economics Papers* 531, 17. Obtenido de <https://bit.ly/30rPUOf>
- Contreras, C., Calderón, C., & Aliaga, K. (2019). *La gestión del riesgo crediticio y la morosidad de los microempresarios de Compartamos Financiera S.A., periodo 2017-2018*. Obtenido de <https://bit.ly/38ULgNk>
- Contreras, R. (2017). *Estrategias De Cobranza Para Disminuir La Morosidad De Los Clientes De La Empresa Despensa Peruana S.A, Chiclayo 2016*. Obtenido de <https://bit.ly/3v5GZ2U>
- Coronel, L. (2016). *Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera Mi Banco - Jaén 2015*. Obtenido de <https://bit.ly/3cdndtR>
- Daly, J. (2016). 10 Keys to Reducing Late Payments and Improving Cash Flow. *CFO*, 1. Obtenido de <https://bit.ly/38invyn>
- Díaz, M. (2014). *La Morosidad cobro y prevención*. España: Formación Alcalá, S.L. Obtenido de <https://bit.ly/3t4AXxU>
- Diz, E. (2016). *Estadística básica, introducción a la estadística con R*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <https://bit.ly/3kYQPz0>
- Espinoza, E. (2018). Las variables y su operacionalización en la investigación educativa. *Revista Conrado*, 37-38. Obtenido de <https://bit.ly/3v9VyCu>
- Ettinger, R., & Golieb, D. (2012). *Credits and collections*. México: Editorial Continental.
- Flores, M. (2018). *Estrategias de cobranza para disminuir la morosidad en la empresa Electronorte S.A. Unidad de Negocios Sucursales – Lambayeque - 2017*. Obtenido de <https://bit.ly/3tbThoO>
- García, A. (2017). *Criterios básicos para la gestión de cobranzas*. Obtenido de ESAN: <https://bit.ly/2MXrSY2>
- Guillen, M. (2020). Auditoría de gestión crediticia y la rentabilidad de la Cooperativa de ahorro y crédito Microfinanzas Prisma (2014-2017). *Quipukamayoc*, 17-23. Obtenido de <https://bit.ly/3tuGZb8>
- Hartman, J. (2020). Four Keys Of A Successful Debt Collection Strategy. *Forbes*, 1. Obtenido de <https://bit.ly/3qnJsCk>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México: McGRAW-HILL. Obtenido de <https://bit.ly/2XlwBo2>

- López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: Dipòsit Digital de Documents, Universitat Autònoma de Barcelona. Obtenido de <https://bit.ly/2O5iX7H>
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada. Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *Cienciamérica*, 34-39. Obtenido de <https://bit.ly/3kXw7zk>
- Mariscal, I. (2015). Los despachos de abogados también sufren morosidad. *ICIREDA*, 1. Obtenido de <https://bit.ly/3emFveQ>
- Marzo, C., Wicijowski, C., & Rodríguez, L. (2008). *Análisis y evolución futura de la morosidad en España*. España: Barcelona School of Management. Obtenido de <https://bit.ly/38p3RAH>
- Miranda, R. (2018). *Estrategias de cobranzas y la morosidad de los clientes de la empresa Talma, Callao - 2017*. Obtenido de <https://bit.ly/3etK46X>
- Molina, P. (2013). Claves para lograr el cobro de los clientes morosos en los despachos de abogados. *Economist and Jurist*, 1. Obtenido de <https://bit.ly/3kYunG3>
- Molina, V. (2005). *Estrategia de Cobranza en Épocas de Crisis*. México: Ediciones México. Obtenido de <https://bit.ly/3t2AgVH>
- Morales, A., & Morales, J. A. (2014). *Crédito y Cobranza*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de <https://bit.ly/3cbaUyc>
- Parrales, C. (2013). *Análisis del índice de morosidad en la cartera de créditos del IECE - Guayaquil y propuesta de mecanismos de prevención de morosidad y técnicas eficientes de cobranzas*. Obtenido de <https://bit.ly/3btH48Y>
- Pedrosa, S. (Enero de 2016). Morosidad. *Economipedia.com*, 1. Obtenido de <https://bit.ly/2Oyqv2H>
- Rosas, E. (2010). *La estrategia en la cobranza*. Obtenido de [degerencia.com: https://bit.ly/3briZ2j](https://bit.ly/3briZ2j)
- Schizas, M. (2015). Ending Late Payment. *The Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)*, 5. Obtenido de <https://bit.ly/3emLujJ>
- Ugalde, A. (2016). *La gestión de cobranza y su influencia en los índices de morosidad crediticia en Mi Banco S.A., Agencia Ancón - Lima 2018*. Obtenido de <https://bit.ly/3cqEuj8>

Ugarte, H. (2016). Las empresas de cobranzas tienen que lograr que el cliente recupere su tranquilidad. *Más Finanzas*, 1. Obtenido de <https://bit.ly/3ryRqKm>

Westley, G., & Branch, B. (2000). *Building Effective Credit Unions in Latin America*. Estados Unidos de América: Editorial IDB Bookstore. Obtenido de <https://bit.ly/3rvjvIE>

## ANEXOS

### ANEXO 1: Matriz de operacionalización de variables

Cuadro de operacionalización de la variable estrategia de cobranza

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición
Según Morales et al. (2014), estas estrategias determinan los métodos de cobro y las condiciones de negociación, como plazos, condonaciones, deducciones, etc., que son todas adecuadas para los segmentos de mercado definidos y sin duda producirán resultados más precisos para que los clientes cumplan con sus compromisos de pago.	La variable estrategia de cobranza ha sido medida en base a la técnica de la encuesta aplicando el instrumento del cuestionario en base a la escala de Likert.	Fases de la cobranza	Prevención	1,2	Ordinal Medición: Likert  (1) Nunca (2) Casi Nunca  (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
			Cobranza	3,4	
			Extinción	5,6	
		Clasificación de clientes	Clientes negligentes	7,8	
			Clientes atrasados temporalmente	9,10	
			Clientes sobre extendidos	11,12	

Cuadro de operacionalización de la variable morosidad

Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Items	Escala de medición	
Brachfield (2014), tengo entendido, el término "morosos" debe utilizarse para referirse a los clientes que se retrasaron en el cumplimiento de sus obligaciones y fueron diligentes en el pago, pero finalmente cancelaron el total de la deuda.	La variable morosidad ha sido medida en base a la técnica de la encuesta aplicando el instrumento del cuestionario en base a la escala de Likert.	Causas principales	Problemas financieros	1,2	Ordinal Medición: Likert  (1) Nunca (2) Casi Nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	
			Nivel intelectual	3,4		
			Causas emocionales	5,6		
		Tipos de morosos			Mal informados	7,8
					Distraídos	9,10
					Accidentales	11,12
					Mal manejo administrativo	13,14

## ANEXO 2

### Instrumento de recolección de datos

#### Cuestionario de estrategia de cobranza

Estimado usuario, este cuestionario ha sido diseñado con fines académicos, dado que forma parte de un trabajo de investigación. La información brindada será de carácter estrictamente confidencial y reservado. Se le agradece de antemano por brindarnos su tiempo y colaboración.

Seleccione la respuesta que sea más adecuada para usted.

#### Instrucciones:

Marque con una X el número que mejor considere según la escala a continuación:

Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

N°	Items	Escala				
		1	2	3	4	5
1	¿Está usted de acuerdo con los plazos otorgados para efectuar la cobranza?					
2	¿Está usted de acuerdo en pasar un filtro de evaluación para el otorgamiento de un crédito?					
3	¿Está usted de acuerdo en que se le notifique días previos al vencimiento de su factura?					
4	¿Está de acuerdo con las políticas de cobranzas del Estudio Monteza Abogados?					
5	¿Considera que el Estudio Monteza Abogados cuenta con herramientas de comunicación efectivas para la cobranza?					
6	¿Considera que se debe mejorar la forma en que gestiona las cobranzas?					
7	¿El área de cobranzas del Estudio Monteza Abogados le notifica por escrito la cancelación de su deuda?					
8	¿Considera importante la calificación en una central de riesgo, una vez que la deuda se extingue?					
9	¿Considera que las deudas deben pagarse puntualmente?					
10	¿Considera que se le brinda un trato cordial al momento de recordarle su deuda?					
11	¿Está de acuerdo en que se le otorgue un período de gracia para el pago de sus facturas?					
12	¿Considera el refinanciamiento una alternativa para solucionar el retraso de la deuda?					
13	¿Considera pertinente que se recurra a tomar acciones judiciales debido a un incumplimiento en el pago de la deuda?					
14	¿Cree que el Estudio Monteza Abogados está siendo flexible en la gestión de cobranzas?					
15	¿Considera una crisis económica un motivo para no cumplir con sus obligaciones?					

## Cuestionario de morosidad de los clientes

Estimado usuario, este cuestionario ha sido diseñado con fines académicos, dado que forma parte de un trabajo de investigación. La información brindada será de carácter estrictamente confidencial y reservado. Se le agradece de antemano por brindarnos su tiempo y colaboración.

Seleccione la respuesta que sea más adecuada para usted.

Instrucciones:

Marque con una X el número que mejor considere según la escala a continuación:

<b>Nunca</b>	<b>Casi Nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

N°	Items	Escala				
		1	2	3	4	5
16	¿Cree que el período promedio de cobros afecta en el cumplimiento de sus obligaciones?					
17	¿Considera que el incumplimiento de sus pagos se debe a un mal manejo presupuestario?					
18	¿Conoce realmente las implicancias de la morosidad?					
19	¿Considera que la educación financiera es fundamental para no caer en morosidad?					
20	¿Considera que la deuda no es justa y por tal motivo no la paga?					
21	¿Cree que el área de cobranza muestra empatía al momento de cobrar la deuda?					
22	¿Cree conveniente que se lleve a cabo un seguimiento permanente a través del teléfono?					
23	¿Cree que la información sobre su deuda ha sido lo más detallada posible?					
24	¿Cree que el área de cobranzas debe realizar visita personal para recordar la deuda?					
25	¿Cree que no cuenta con un sistema eficaz para el pago de sus obligaciones?					
26	¿Considera que la actual crisis sanitaria ha afectado sus flujos de ingresos?					
27	¿Cree que el atraso en sus pagos obedece a problemas de caja?					
28	¿Considera que el envío de las facturas, no están siendo canalizadas con el área correspondiente?					
29	¿Considera que se cumplen los términos comerciales en relación a su deuda?					
30	¿Cree que el área de cobranzas cumple con enviar las facturas de manera oportuna?					

## ANEXO 3

### Validación de los instrumentos



#### INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

##### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. GONZALES FIGUEROA IRIS KATHERINE
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a Tiempo Completo-UCV
- I.3. Especialidad del experto: ADMINISTRACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor(es) del instrumento: OTOYA MINAYA CARLOS RAUL

##### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 -40%	Bueno 41 -60%	Muybueno 61 -80%	Excelente 81 -100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					92
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					92
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					92
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					92
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					92
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					92
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					92
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					92
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					92
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					92
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>92%</b>

##### ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: ESTRATEGIA DE COBRANZA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

---

---

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

92%

Lima, 03 de febrero del 2021



----- Firma de experto informante -----  
DNI N° 46461881

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Mg. GONZALESFIGUEROA IRISKATHERINE
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a Tiempo Completo- UCV
- I.3. Especialidad del experto: ADMINISTRACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor(es) del instrumento: OTOYA MINAYA CARLOS RAUL

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 -40%	Bueno 41 -60%	Muybueno 61 -80%	Excelente 81 -100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					92
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					92
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					92
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					92
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					92
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					92
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					92
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					92
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					92
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					92
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>92%</b>

### ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: MOROSIDAD DE LOS CLIENTES

ITEM	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

---

---

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

92%

Lima, 03 de febrero del 2021



----- Firma de experto informante -----

DNI N° 46461881

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. BARDALES CARDENAS MIGUEL
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a Tiempo Completo - UCV
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor(es) del instrumento: OTOYA MINAYA CARLOS RAUL

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 -40%	Bueno 41 -60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 -100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					91
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					91
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					91
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					91
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					91
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					91
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					91
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					91
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					91
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					91
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>91%</b>

### ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: ESTRATEGIA DE COBRANZA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

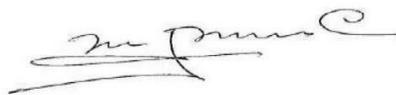
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

91%

Lima, 03 de febrero del 2021



----- Firma de experto informante -----  
DNI N° 08437636

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. BARDALES CARDENAS MIGUEL
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a Tiempo Completo - UCV
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor(es) del instrumento: OTOYA MINAYA CARLOS RAUL

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 - 40%	Bueno 41 - 60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					89
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					89
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					89
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					89
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					89
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					89
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					89
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					89
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					89
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					89
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>89%</b>

### ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: MOROSIDAD DE LOS CLIENTES

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	✓			
14	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. PROMEDIO DE VALORACION:

89%

Lima, 03 de febrero del 2021



-----  
Firma de experto informante  
DNI N° 08437636

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. NAVARRO TAPIA JAVIER FELIX
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor(es) del instrumento: OTOYA MINAYA CARLOS RAUL

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 -40%	Bueno 41 -60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 -100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					88
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					88
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					88
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					88
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					88
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					88
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					88
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>88%</b>

### ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE: ESTRATEGIA DE COBRANZA

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

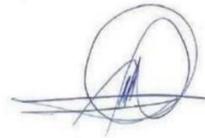
---

---

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

88%

Lima, 03 de febrero del 2021



-----  
Firma de experto informante  
DNI N° 08814139

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr. NAVARRO TAPIA JAVIER FELIX
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Docente a tiempo Parcial - UCV
- I.3. Especialidad del experto: INVESTIGACIÓN
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor(es) del instrumento: OTOYA MINAYA CARLOS RAUL

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0 - 20%	Regular 21 -40%	Bueno 41 -60%	Muy bueno 61 - 80%	Excelente 81 -100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					88
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica.					88
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					88
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora					88
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					88
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					88
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					88
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					88
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					88
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					88
<b>PROMEDIO DE VALORACIÓN</b>						<b>88%</b>

### ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE: MOROSIDAD DE LOS CLIENTES

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			

13	✓			
14		✓		

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

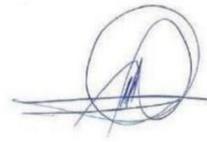
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Aplicable

IV. PROMEDIO DEVALORACION:

88%

Lima, 03 de febrero del 2021



----- Firma de experto informante -----

DNI N° 08814139

