



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión de cobranza y satisfacción del usuario en la empresa  
Hidrandina S.A. Huaraz, 2021

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciado en Administración**

**AUTORES:**

Chucchu Caballero Carla Ybet (ORCID: 0000-0002-8081-4252)

Montes Montes Edwin Jaime (ORCID: 0000-0002-3823-5943)

**ASESOR(A):**

Mtro. Cruz Tarrillo José Joel (ORCID: 0000-0002-6372-5055)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**Huaraz – Perú**

**2021**

## **DEDICATORIA**

A mis queridos padres y hermanos por acompañarme en todos mis logros, por ser mi soporte y quienes han guiado mi camino hacia el éxito profesional.

**Carla Ybet.**

A mis padres, por su apoyo incondicional, que me inspiran y motivan siempre a seguir adelante.

**Edwin Jaime.**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por bendecirme cada día y guiar mi camino, a mis padres por ser mi ejemplo para seguir adelante y culminar esta tesis, a los docentes quienes han guiado en mi formación profesional y lograr alcanzar mis metas.

**Carla Ybet.**

A Dios, a mis padres por su apoyo incondicional en los momentos en los que creía no poder conseguir mis objetivos.

**Edwin Jaime.**

## Índice de contenidos

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenido .....	iv
Índice de tablas .....	v
Resumen.....	vi
Abstract .....	vii
I. INTRODUCCIÓN .....	01
II. MARCO TEÓRICO .....	06
III. METODOLOGÍA .....	17
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	17
3.2 Variables 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 Procedimientos .....	22
3.6 Métodos de análisis de datos .....	22
3.7 Aspectos éticos .....	23
IV. RESULTADOS .....	24
V. DISCUSIÓN .....	36
VI. CONCLUSIONES .....	40
VII. RECOMENDACIONES.....	42
REFERENCIAS .....	43
ANEXOS .....	46

## Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de puntuaciones de las variables .....	24
Tabla 2: Distribución de frecuencias Gestión de cobranza .....	25
Tabla 3: Distribución de frecuencias Gestión de cobranza y dimensiones ....	25
Tabla 4: Matriz de puntuaciones de las variables .....	26
Tabla 5: Distribución de frecuencias satisfacción del usuario y dimensiones .	26
Tabla 6: Prueba de normalidad de datos .....	27
Tabla 7: Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y satisfacción del usuario .....	28
Tabla 8: Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y confiabilidad .....	29
Tabla 9: Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y capacidad de respuesta .....	31
Tabla 10: Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y seguridad .....	32
Tabla 11. Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y empatía .....	33
Tabla 12. Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y tangibilidad .....	34

## Resumen

La investigación llegó a tener como fin determinar la relación entre la gestión de cobranza y la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A., Huaraz, 2021. La población estuvo constituida por los usuarios de la empresa, obteniendo una muestra de 383 usuarios, la recopilación de la información se realizó por medio de los instrumentos a través del cuestionario de gestión de cobranzas y satisfacción del usuario. Llegamos a determinar el alfa de Cronbach para la gestión de cobranzas  $\alpha = 0,953$  y para la satisfacción del usuario  $\alpha = 0,958$  lo que nos permite inferir que los instrumentos cuentan con confiabilidad. También se llegó a determinar que existe relación entre ambas variables, pues se obtuvo el valor de  $p = 0.000$  y Rho de Spearman = 0,885, demostrándose que la correlación es positiva y considerable, Asimismo, la gestión de cobranzas alcanza el nivel malo con un 52% y la satisfacción del usuario llega al nivel insatisfecho con un 55%.

**Palabras clave:** Gestión, cobranza, satisfacción, usuario.

## Abstract

The purpose of the research was to determine the relationship between collection management and user satisfaction in the company Hidrandina SA, Huaraz, 2021. The population was made up of the company's users, obtaining a sample of 383 users, the compilation of the information was carried out by means of the instruments through the collection management and user satisfaction questionnaire. We came to determine Cronbach's alpha for collection management  $\alpha = 0.953$  and for user satisfaction  $\alpha = 0.958$ , which allows us to infer that the instruments have reliability. It was also determined that there is a relationship between both variables, since the value of  $p = 0.000$  and Spearman's Rho = 0.885 was obtained, showing that the correlation is positive and considerable. Likewise, the collection management reaches the bad level with a 52 % and user satisfaction reaches the unsatisfied level with 55%.

**Keywords:** Management, collections, satisfaction, user.

## **I.- INTRODUCCIÓN**

Los recibos incluyen la recuperación de créditos concedidos anticipadamente por la empresa, y actividades industriales, comerciales, financieras o de proveedores de servicios habituales (Calderón, 2021). Los efectos negativos generados por la pandemia han hecho que se multipliquen los esfuerzo por realizar una adecuada cobranza, la que se ha visto afectada, quienes más que antes, requiere establecer estrategias de recuperación de flujo de efectivo en la nueva normalidad (CONTPAQi, 2021).

Hoy en día, uno de las principales dificultades que afrontan las empresas a la hora de cobrar los pagos es reducir el período de recuperación. De hecho, el retraso del recaudo de las cuentas a cobrar es fundamentalmente por dificultades internas con que cuenta la empresa. Esto no significa que los clientes puedan estar exentos de fallas, pero si los gerentes están realmente interesados, harán todo lo posible para distinguir y cuantificarlos y brindar opciones de resolución adecuada para acelerar la recuperación de su cartera de inversiones. En mayor cantidad de empresas que trabajan con crédito y/o facturación, necesitan llevar a cabo investigaciones cuantitativas y cualitativas del usuario, a fin de revisar algunas consideraciones como la capacidad de pago que es relevante cuando se requiere otorgar un crédito o bien brindarle un servicio, habrá quienes refieran que se supedita al usuario y mercado donde se desarrollen a lo cual nos encontramos de acuerdo, por lo que se necesario instaurar ciertas políticas que puedan utilizarse para orientar y guiar a quienes toman decisiones insertándolas dentro de su proceso y política de cobranza (Calderón, 2021).

El COVID-19 ha permitido observar la sorprendente falta de preparación para una crisis de esta magnitud a nivel industrial. Algunas de las consecuencias negativas de la pandemia en América Latina son el deterioro del crédito y el aumento de la morosidad. Si bien la situación actual en la región enfrenta desafíos económicos, la pandemia es el fundamental estímulo para la transformación digital de todos los sectores, especialmente la industria de cobranza (Milla, 2021).

En este sentido, el informe de ICM Credit "Before Covid-19 and the Behavior of Latin American Credit Portfolios under the New Normal" confirma que las



condiciones operativas del banco han sufrido severos daños este año y las previsiones apuntan a una lenta recuperación. Se señaló que, debido a la pandemia, la digitalización se ha acelerado, lo que ha llevado a la reestructuración del crédito y promoviendo la consolidación de la deuda. A diferencia de años anteriores, es mucho más difícil y complicado para las instituciones especializadas en cobranza judicial o extrajudicial recuperar sus carteras de inversión, y también se encuentra entre actividades económicas lentas la falta de liquidez e incertidumbre. Los avances en la vacunación dificultan una recuperación más rápida, lo que hace que sea un arte cobrar y recuperar carteras de pequeñas y medianas empresas endeudadas (Leyva, 2021).

La realidad de la cobranza en Latinoamérica, se acentúa el impacto negativo que la pandemia tuvo en el área de cobranza y recuperación en los países de la región, saltando a la vista los niveles alarmantes del incremento de la morosidad en el primer mes de cuarentena. Un impacto positivo de la pandemia fue la celeridad digital en curso, y se subrayó la necesidad en esta nueva realidad de seguir con la transformación digital, buscando mayor agilidad, flexibilidad y adopción de tecnología (Milla, 2021). La situación futura de la región es incierta. En este sentido, la nueva proyección de crecimiento proporcionada por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, 2021) destaca cambios estructurales de mediano plazo en la organización de la producción, el comercio internacional y los patrones de globalización actuales.

La morosidad de cobro en las empresas en el Perú ha llegado a convertirse en un gran problema que genera impacto fuerte en la economía de la organización. El cobro a destiempo de las facturas viene a ser un dilema para las empresas de hoy llegan a enfrentar, haciendo peligrar incluso la quiebra de la empresa. Desafortunadamente, debido a la pandemia generada en pasado año, nadie se encuentra exento de caer en problemas económicos que le impida realizar sus pagos pendientes de los diversos servicios, préstamos, etc. hechos que se atribuyen al confinamiento obligatorio sufrido por todos, obligando a las empresas a seguir prestando sus servicios a los clientes, poniendo a prueba la capacidad de reacción y la continuidad de sus

operaciones, de la misma manera la disposición a renovarse a fin de alcanzar sus objetivos. Para ello es de vital importancia la transformación digital de las organizaciones, siendo una facultad creativa del sector, que le permita hacer frente a la ya de por sí complicada situación compleja que exige al recurso humano de plantear soluciones innovadoras. Ante la difícil situación generada, las casas de cobranzas se han visto en la necesidad de otorgar descuentos hasta del 40% en el pago de las deudas morosas, llegando a condonar los intereses a fin de recuperar deudas impagas. Así como el Gobierno peruano se haría cargo de unos US\$2.200 millones de deudas de empresas que adquirieron créditos con garantía estatal y que no podrán ser pagados a causa de la crisis del coronavirus (Economía, 2021), este problema también se evidencia en los ciudadanos.

Asimismo, la satisfacción del usuario por seguir percibiendo los servicios ofrecidos por la organización ha decrecido, en la medida en que se ha modificado la oferta de los servicios, el usuario va a modificar su nivel de satisfacción, la que debe de prestar especial atención de parte de la organización. Dicha satisfacción se basa en una apreciación personal, la que podría diferir de la realidad, la misma que será la que cuente al momento de comprar o renovar el servicio. De otro lado, la empresa Hidrandina no ha sido ajena a esta problemática, mucho más por el tipo de servicio que presta ha sido blanco de críticas constantes de parte de los usuarios, quienes han hecho ver su disconformidad por la calidad del servicio que presta como las fluctuaciones de la energía, el corte del servicio de manera intempestiva, retorno del servicio con mayor potencia que conlleva a malograr equipos y electrodoméstico del hogar, etc. aspectos que deberá ser tomado en consideración por la empresa a fin de mejorarlas.

Pese a los múltiples esfuerzos que realiza Hidrandina como inversiones en el mejoramiento y ampliación de redes de energía a nivel de la región Ancash, donde la ciudadanía demanda mayor potencia y la búsqueda de menores pérdidas de transmisión, etc. (Hidrandina, 2020) , la calidad de sus servicios aun genera interrupciones, fluctuaciones y otros, requiriendo cambios urgentes.

Ante lo referido, llegamos a plantearnos la interrogante siguiente: ¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021?, y como problemas específicos: a) ¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la confiabilidad?, b) ¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la capacidad de respuesta?, c) ¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la seguridad?, d) ¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la empatía? y e) ¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la tangibilidad?

La investigación se justifica teóricamente debido a que permite comparar diversos estudios que se han desarrollado en países del exterior y en nuestro territorio respecto a nuestras variables de estudio, asimismo, las empresas hoy en día cuentan con diversidad de problemas y que el centro de su existencia se basa en el cliente, pues ha de orientar sus esfuerzos a lograr su satisfacción. En relación a la metodología, se pudo establecer las variables gestión de cobranzas y satisfacción del usuario, llegando a conocerlas y analizar el problema, resultados que nos llevará a mejorar ambos aspectos a través de la aplicación de las recomendaciones planteadas que conlleven a lograr los objetivos organizacionales. A nivel social, nuestra investigación beneficiará a la organización en tomar decisiones acertadas en relación a la satisfacción del usuario a través de la generación de condiciones adecuadas y un mejor servicio que valore el usuario para concretar el precio contratado.

A ello, planteamos el objetivo general: Explicar la relación de la gestión de cobranza con la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021; y como objetivos específicos se formularon: 1) Determinar la relación de la gestión de cobranza con la confiabilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. 2) Explicar la relación de la gestión de cobranza con la capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. 3) Analizar la relación de la gestión de cobranza con la seguridad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. 4) Determinar la relación de la gestión de cobranza con la empatía en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. 5) Explicar la relación de la gestión de cobranza con la tangibilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

Lo que nos permitió plantear la siguiente hipótesis: Existe relación entre la gestión de cobranza con la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. Y las hipótesis específicas fueron: 1) Existe relación entre la gestión de cobranza con la confiabilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. 2) Existe relación entre la gestión de cobranza con la capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. 3) Existe relación entre la gestión de cobranza con la seguridad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. 4) Existe relación entre la gestión de cobranza con la empatía en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021. 5) Existe relación entre la gestión de cobranza con la tangibilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

## II.- MARCO TEÓRICO

Después de realizar la indagación de estudios relacionados a las variables planteadas, referimos a Lemoine et al. (2017) en su estudio Gestión de cobranza que busca disminuir la cartera incobrable del crédito por la entidad financiera en Ecuador, llegó a demostrarse el sentimiento de insatisfacción con que contaban los clientes atribuido a elementos como factibilidad y acceso a información del asesor. En tanto los clientes del crédito del sector agrícola sentían escasa satisfacción basados en la empatía y reparo a reclamos calificados como pésimos. Información que permitió generar el modelo de gestión de cobranzas, que involucre analizar el comportamiento organizacional, evolución de crédito, valoración de costos, estrategias corporativas, planificación y control.

Gutiérrez et al. (2021) llegaron a realizar su estudio sobre políticas de crédito y cobranza, Nicaragua, donde concluyeron que las políticas que se vienen aplicando no cuenta con una guía de orientación, no se llega a analizar a los sujetos de crédito, la determinación de límites y responsabilidades de un deudor especificada en su contrato, etc. requiriéndose de manera urgente su formulación y ejecución orientada a la gestión de recuperación de la cartera.

Chiriani et al. (2020) en su estudio referido a la gestión de las políticas de cobranzas, Paraguay, llegaron a determinar que la mayoría de empresas llegan a comercializar a crédito, otra mayoría no aplican políticas de cobranzas y otro porcentaje similar no conocen políticas crediticias. Es fundamental llegar a determinarlas a fin de dar sustento de mejor control en las distintas empresas con la concesión de créditos, llevando a una óptima forma de recuperar los créditos en función a los tiempos otorgados.

Carrera et al. (2019) en su estudio crédito y cobranza, Ecuador, tuvo por objetivo analizar el área de crédito y cobranza en Seguros Equinoccial, luego del análisis situacional, las líneas de seguros más ofrecidas son multirriesgo industrial, accidentes personales y riesgo de vehículos, la gestión de recuperación de cartera vencida se encuentra en niveles bajos de eficiencia sin alcanzar el 50% de ellos, cuenta con una inadecuada gestión.

Rivera (2021) en su estudio referido al rango de satisfacción y otros elementos en compradores en un centro de salud en Ecuador, llegó a determinar que existió un alto nivel de satisfacción al haber obtenido el valor de  $p = 0.012$ , en referencia a las características clínicas, ésta no llega a ser significativa al haber obtenido el  $p$  valor mayor al 0.05.

Romero (2018) en su estudio hace referencia a la gestión de cobranzas y la satisfacción del comprador llega a determinar existencia de correlación entre ambas variables luego de haber realizado la prueba estadística Rho de Spearman = 0.973 y hallando el valor de  $p = 0.000$  que condujo a admitir la hipótesis de alterna y rechazar la nula, es decir, existe relación significativa entre ellas.

Samillán y Gonzáles (2017) al estudiar la gestión de cobranza en clientes, estudio no experimental. Llegaron a plantear estrategias proactivas que disminuya la posibilidad de deuda e incrementen la probabilidad de que el cliente pague generando estrategias como cruzadas de divulgación de lo significativo que es cancelar oportunamente, implementación de líneas telefónicas y plataformas virtuales que le permita aportar postulados en pos de mejorar el servicio con los trabajadores de la oficina de cobranzas y se implemente la ISO 10002 gestión de quejas y reclamos a fin de reducir las tasas de morosidad. En las estrategias de productividad, se planteó mejorar los procedimientos de cobranzas, que involucre capacitación e incentivos para el personal.

Gonzales y Sanabria (2020) en su estudio realizado en el Perú, donde tuvo por objetivo establecer las repercusiones en cuentas por cobrar sobre la liquidez, lo hallado refirieron que el proceso crediticio ( $p$ -valor = 0.025), el de cobro ( $p$ -valor = 0.015) y la ratio de actividad ( $p$ -valor = 0.065) son los que afectan a la liquidez, las que se reflejan en las ratios como la liquidez corriente, ácida, de razón, capital y otros.

Montalvo et al. (2020) llegaron a estudiar la calidad del servicio y satisfacción del usuario, Perú, obtuvieron un 45% de usuarios se encontraban de manera parcial satisfechos, así como determinaron la correlación moderada y directa entre sus variables luego de hallar Spearman = 0.590 y el valor de  $p = 0.000$ , demostrando su relación.

Campodónico y Arévalo (2019) realizaron un estudio sobre la gestión de cobro, quienes determinaron que ésta involucra examinar la clientela, desarrollar métodos de cobranza y seguir los pagos, actividades que alcanzan el 64% como inadecuadas, las deficiencias halladas son la carencia al emitir y aplicar notificaciones, carencia en llamadas telefónicas, cronograma de mensajería de prevención del vencimiento, llegando a influir de manera negativa a la liquidez de la empresa.

Febres et al. (2020) en su investigación relacionada a la satisfacer al usuario y calidad de atención, Perú, llegaron a determinar la satisfacción global de 60,3%. Atribuido primordialmente de las dimensiones seguridad y empatía, alcanzando el 87% y 80% de satisfacción en cada una. La categoría superior de insatisfacción se ubicó en los aspectos tangibles obteniéndose 57% de compradores insatisfechos, el siguiente fue la capacidad de respuesta en la prestación de servicios comprendiendo 56% de insatisfacción.

Tito et al. (2020) en su estudio referido a la categoría de satisfacción del consumidor del servicio de agua, Perú, los resultados llegaron a demostrar que el nivel mínimo de satisfacción, alcanzando el 53% de insatisfacción, resultados atribuido a su escasa cobertura, la baja presión del líquido elemento y la demora en la atención al usuario, los cuales también generan desconfianza.

Respecto a la gestión según Münch (2010) refiere que hay otro término empleado con regularidad a la administración (management): gestión. Por lo común, administración y gestión tienen idéntico significado. La Real Academia de la Lengua Española (2021) la conceptualiza a manera de tramitación inevitable a fin de obtener algo o solucionar algún problema, usualmente de índole administrativo o contiene documentación. Otro significado de gestión refiere que es función de la institución, genérica que integra el trabajo esforzado desarrollado en la empresa.

Respecto a gestión de cuentas por cobrar Morales y Morales, (2014) refieren al proceso de la cobranza empieza luego de haber dado el crédito y el usuario tiene que hacerlo efectivo; por tanto, se dará cuando éste lo haga efectivo en el tiempo y modo establecido o cuando ha incumplido con ella, es así que, la

cobranza inicia con el proceso de devolución. En tanto, Del Valle, (2005) refiere que una acción determinante es prevenir, por medio de conocer mejor al cliente, y tomando las precauciones necesarias al otorgar créditos, a fin de que su gestión de recuperación o cobranza llegue a ser eficiente Debitia, (2021) refiere que es el procedimiento responsable por donde se llega a dar trámite del cobro de una cuenta dada por haber vendido un bien o prestado un servicio, se asienta en procesos ordenados de pasos que se tendrá que ajustar a la clase de empresa, debido a las diferencias existentes en las empresas y de en las morosas también. Tapia (2018) la gestión de cobranza es parte de la gestión financiera del capital de trabajo, que por medio de conducirla adecuadamente conllevará a reducir el riesgo de crisis de liquidez y ventas. Brachfield (2009) la correcta gestión debe de ejecutarse siempre y cuando la coyuntura de la economía es perjudicial.

El procedimiento de gestionar la cobranza contempla: gestionar documentos, facturas, pagarés y valores, establecer y utilizar políticas y procedimientos de gestión de cobros, coordinar y emplear indicadores, utilizar informes de cobranza para medir la gestión de cobros, hacer uso de procesos o flujos de trabajo de gestión de cobros, utilizar procesos de automatización del sistema de gestión de cobros (Debitia, 2021). Rocamundi, (2013) refiere que la gestión por cobranzas es desarrollar actividades y estrategias que permitan cobrar las deudas, para lo cual deberá de ser efectiva para lo cual deberá de tener en consideración la relación, comunicación y el contexto donde se desarrolla el negocio.

Respecto a las estrategias de cobranza Morales y Morales, (2014) refieren que a fin de establecer la estrategia, es necesario dividir la cartera de clientes de acuerdo con las particularidades generales del cliente y la cuenta (edad, suma, producto, región, perfil o deuda), que determine la adecuada estrategia para el segmento de mercado con las siguientes características: Las características de cada puntaje definen estrategias de cobranza, estas establecerán métodos de cobranza y estándares de negociación, tales como plazos, condonación y deducción, que aplican a los puntajes definidos.



Morales y Morales, (2014) hacen referencia al ciclo de cobranza, destacando a la prevención: es una medida destinada a evitar que los clientes incumplan el pago, reducir el riesgo de incumplimiento en la cartera de cuentas por cobrar y asegurar que se tomen las medidas necesarias cuando el riesgo aumenta por un aumento de clientes que no pagan. Es una acción con el objetivo de recuperar deudas en caso de incumplimiento anticipado, en este caso, la empresa aún espera continuar su relación comercial con los clientes, porque aún es posible realizar negocios para obtener ganancias. La recuperación, todo esto es con el fin de tener suficiente tiempo para recuperar las deudas crediticias por defecto. Es posible que la empresa no quiera continuar su relación comercial con los clientes porque cree que los clientes no pagarán las deudas, al igual que tirar buen dinero después de las deudas incobrables. Y la extinción, estas operaciones están diseñadas para registrar las cuentas por cobrar como liquidadas cuando el cliente paga la deuda correspondiente.

Gálvez y Pinilla, (2008) refieren que el fin de gestionar cuentas por cobrar es incentivar ventas y adquirir clientes, existe una tendencia a tratar la gestión de cobranza como instrumento de generación de ventas de bienes y aventajar a la competencia proporcionando facilidad de crédito como componente del servicio ofrecido por la empresa generando facilidades al cliente. En tanto Morales y Morales, (2014) la finalidad principal del cobro es mantener el fondo de comercio de todos los deudores, es decir, asegurarse de que paguen el crédito otorgado, pero quieren hacerlo de forma espontánea. Por ello, es necesario conocer a fondo la técnica recaudatoria y saber hacer y cuándo aplicarlos.

Gálvez y Pinilla, (2008) la administración de cuentas por cobrar se utiliza como instrumento de marketing para fomentar ventas y ganancias y proteger su posicionamiento en el mercado, resulta importante ésta al establecer estrecha relación con lo extraordinario para la organización que resulta el capital de trabajo.

Morales y Morales, (2014) a la política de cobranza como proceso seguido por la organización que le permite cobrar el crédito dado a sus clientes. Todo

sistema de cobranza exitoso debe cobrar los pagos en base a las metas establecidas por la organización. La referencia a la línea de crédito del cliente receptor se utilizará como modelo a fin de incrementar la política de cobranza. Se recomienda seguir la situación de la empresa y la necesidad de analizar periódicamente la política de cobranza. Besley,(2009) significa que la organización sigue exigiendo el pago de la deuda pactada, por lo que se debe determinar la fecha y forma de venta a crédito, cuanto antes se realice la liquidación, antes se realizará el pago.

¿Cómo hacer una buena gestión de cobranza? Debitia, (2021) refiere que el proceso de realizar el cobro tiene como base en el uso de la política de cobranza, usualmente utilizando diferentes medios (teléfono, correo electrónico, SMS, carta, WhatsApp) para notificarles la situación de la factura o crédito, obligaciones de pago, y brindarles estandarización integrada y opciones de pago. El proceso de pago logra un equilibrio entre la carga rápida y el sostenimiento de la conexión con el cliente.

La gestión de una administración de cobranza efectiva se centra en cuatro pilares fundamentales como se muestra a continuación.

### Figura 1

*Pilares de la cobranza efectiva.*



**Fuente:** Debitia, 2021.

El satisfacer al cliente implica el nivel del estado mental de un individuo de obtenerse al establecer la comparación el rendimiento recibido del bien o servicio respecto a sus expectativas Kotler (2008). García, (2011) hace referencia a que satisfacer al cliente implica conseguir que el cliente llegue a

tener aprecio por el esfuerzo realizado para él, llegar a valorar la prestación o producto que se adquirió. Si se desea satisfacerlo se tiene que conocer sus motivaciones y necesidades, para lo que deberá de emplearse un cuestionario. Paride (2017) el estándar del sistema de calidad se basa e insiste en "centrado en el cliente", y este principio de gestión se considera la piedra angular de cualquier gestión empresarial. Secretaría central de ISO (2015) la organización debe monitorear las percepciones de los clientes sobre el grado en que se han cumplido sus necesidades y expectativas.

Los requisitos de los clientes son cada vez más altos, por lo que un buen servicio al cliente establecerá un enlace de confianza generada por la organización y clientes, y también conducirá a una mayor seguridad del producto o servicio. Su satisfacción no se puede medir objetivamente, porque generalmente tiene un componente subjetivo, es decir, puede estar satisfecho con un cliente y parece ser defectuoso para otro cliente. Si el cliente conoce el producto o servicio, entonces su modificación no es un problema a corto plazo. La empresa necesita trabajar duro para permitir que los clientes muestren cierto grado de satisfacción. También se debe considerar que los clientes satisfechos con bienes o servicios de la organización estarán dispuestos a manejar errores recibidos dentro del servicio de manera más flexible Díaz, (2014).

La satisfacción significa superar las expectativas de los clientes, la satisfacción moviliza una emoción e implica una comparación entre sus expectativas y el valor percibido de los productos o servicios que reciben. A su vez, el valor percibido está formado por la suma de los beneficios del producto o servicio entregado más las emociones generadas por la relación con la organización; la suma de los costos de todas estas mudanzas y el malestar e incertidumbre asociados que traen a la organización López, (2014).

La baja accesibilidad, el exceso de burocracia, el personal no cualificado que no es determinante en la transacción, las formas de pagar que no ofrecen garantías generales, etc., han aumentado el malestar e incertidumbre que

puede provocar la relación con los clientes. La satisfacción del cliente determina por las compras repetidas y las recomendaciones, así como los ingresos actuales y futuros de la organización. Por tanto, no hay duda de que cualquier empresa está interesada en encontrar clientes muy satisfechos lo mismo que las empresas públicas como privadas, con fin lucrativo o no, sin llegar a sobrevivir por el servicio al cliente. La satisfacción del usuario afectará directamente el presupuesto, el potencial de desarrollo, la imagen y la reputación pública de cada organización. Esto es reconocido e incorporado por el modelo de gestión principal. Por lo tanto, el objetivo básico de la organización debe ser satisfacer al cliente con un cierto tipo de auditor en cada "momento crítico" en cada contacto que mantienen a lo largo del proceso de servicio. A fin de alcanzar este objetivo, se consideran 4 elementos: No eludir la responsabilidad de la memoria histórica (experiencia pasada). Recuerde, los clientes siempre esperan más cuando se comunican con ellos. No olvide que la publicidad engañosa puede crear expectativas falsas, lo que puede llevar a la insatisfacción del cliente. Instante en que se afronta la insatisfacción.

A fin de alcanzar satisfacción del cliente, todos los miembros en la organización pueden jugar un papel importante, ella se hace ostensible en personas que tienen enlace directo con la clientela (oficinas de venta, hoteles de recepción, restaurantes, call center, etc.). Como logro positivo de las necesidades de conciencia emocional, la satisfacción del cliente es fundamental para el futuro, la competitividad y la sostenibilidad de todas las organizaciones. Clientes satisfechos: Son muy leales, llegan a ser mensajeros de marca. Es más probable que cuenten con propensión a obtener otros productos y servicios de la empresa. Constituye el origen de la motivación el recurso humano de la institución.

Para saber con exactitud, si un cliente siente bien la atención y el trato recibido, si está satisfecho, si está agradecido por todos los esfuerzos que ha realizado y pedirle su fidelidad a la empresa, es necesario: Comprende sus motivaciones y necesidades. Pues constituyen un punto de partida muy importante para comprender sus expectativas sobre los servicios prestados o

los productos consumidos. Utilice cuestionarios de satisfacción del cliente para medir la satisfacción de una manera específica.

Respecto a las utilidades de alcanzar la satisfacción del Cliente: Aunque la empresa alcanza a obtener múltiples beneficios al lograr satisfacer al cliente, pueden resumirse en 3 beneficios fundamentales, ilustran expresamente lo importante que resulta la satisfacción del cliente: Kotler y Keller, (2012)

Primer Beneficio: el cliente satisfecho acostumbra retornar por una compra. Entonces, ganar su lealtad es un beneficio para la empresa, por lo que puede llegar a realizar la venta similar u otro bien requerido.

Segundo Beneficio: un cliente satisfecho transmitirá su experiencia positiva del producto o servicio a otros, por lo que la empresa se beneficia al difundir los clientes satisfechos a su familia, amigos u otros de forma gratuita.

Tercer Beneficio: clientes satisfechos se retirarán de la competencia. Por tanto, la organización se ha posicionado en una parte del mercado como interés. En última instancia, alguna organización al alcanzar la satisfacción del cliente alcanzará ganancias como lealtad del cliente (futuras ventas), gratuidad de comunicación (clientes nuevos) y determinada proporción del mercado.

García, (2011) refiere a elementos que componen la satisfacción del cliente: Desempeño percibido: menciona al desempeño (entregar valor) que los clientes piensan que se ha alcanzado luego de adquirir un producto o servicio. sus características hacen referencia a que se establece a partir del criterio del cliente y no de la organización; teniendo como base lo alcanzado por el cliente en el bien o servicio; fundamentada en el parecer del comprador, no forzosamente lo real; la opinión de otras personas afectadas por el cliente depende de su mentalidad y su razonamiento; dado lo complejo el desempeño percibido ha de alcanzarse luego de investigaciones detalladas que comienzan y terminan en el cliente.

En cuanto a las expectativas García, (2011) manifiesta que es el deseo del cliente de lograr algo, y la expectativa del cliente es generada por una o más de las siguientes 4 posiciones: Compromiso, compromiso de la misma entidad con los beneficios que otorga el bien o servicio, la experiencia de pre-pedido: opinión, amigos, familia, conocidos y líderes de opinión.

Los competidores deben prestar atención a establecer el nivel correcto de expectativas en la parte que depende de la empresa. Si las perspectivas son muy bajas, no podrán atraer muchos compradores; empero al ser altas, los compradores llegarán a sentirse desilusionado posterior a lo comprado. Un fragmento importante es si se reduce la satisfacción del cliente no necesariamente quiere decir que la calidad del bien o servicio se haya reducido; usualmente, resulta ser por las altas expectativas del cliente, atribuidas a las acciones de marketing (publicidad y ventas personales). Es sumamente importante controlar de manera regular las expectativas del cliente para establecer: si se encuentran inmersos de lo que la entidad les proporcione; si se ubican a la par, abajo o sobre las expectativas generadas por la competencia; si convergen a nivel promedio con lo esperado por el cliente que permita generar ánimo de compra.

García, (2011) menciona al grado de satisfacción posterior de comprar o el haber obtenido determinado bien o servicio, el cliente experimentará uno de los siguientes 3 grados de satisfacción: Insatisfacción: llega a ocurrir en tanto el rendimiento recibido del bien no llega a cumplir con las perspectivas del comprador. Satisfacción: esto sucede en tanto lo rendido recibido del bien llega a cumplir las perspectivas del comprador. Complacencia: esto sucede en tanto lo desempeñado llega a superar las perspectivas del comprador. De acuerdo a la satisfacción del comprador, llega a entender la lealtad hacia la marca o empresa, vale referir a los insatisfechos llegan a cambiar al instante la marca o de proveedor (la traición está sujeta a la propia organización). En lo que a ellos respecta, los clientes satisfechos continuarán con su lealtad hasta hallar algún proveedor que ofrezca mayores ofertas (fidelidad condicionada). Contrariamente, los complacidos llegan a ser leales a la marca o proveedor debido al apego emocional sentido supera con creces el favoritismo racional (lealtad sin condición). Por esta razón, las organizaciones con inteligencia exploran llegar a la complacencia de sus clientes prometiendo lo que puedan proporcionar y luego brindando mucho más de lo prometido. La satisfacción del comprador llega a relacionarse con el concepto de calidad de servicio, donde su nivel es el de servicio a los clientes, especialmente 2 factores: sus expectativas y su experiencia. Creen cuando la experiencia

específica del cliente en la empresa iguala o supera sus expectativas iniciales, creen que el servicio es de alta calidad, por lo que su concepción clásica es la definición de Parasuraman, Zeithaml y Berry, (1988) consumidores el juicio general de la excelencia o superioridad general del producto.

Al referir a las dimensiones de los servicios, Parasuraman, Zeitham y Berry, (1988), refieren que el servicio tiene características especiales y los clientes considerarán estas para formarse un juicio sobre su calidad. Ellas se integran en 5 dimensiones: Elementos tangibles: manifiesta las particularidades físicas y el aspecto del proveedor, o sea, instalaciones, equipos, personal y demás componentes que el comprador toca al firmar un contrato de servicio. Fiabilidad: significa que la organización tiene la capacidad de realizar de forma completa y coherente el servicio prometido. Los factores que constituyen la dimensión de confiabilidad son: eficiencia, es necesario aprovechar al máximo el tiempo y los materiales para utilizarlo de la mejor manera. Por ejemplo, si el baño necesita ser reparado en la casa, el cliente espera que la decoración, piso y/o pared no se dañen innecesariamente, y que la obra se termine en menos periodo a fin de prevenir problemas de comodidad. Eficacia, no importa qué método o recurso se utilice, está decidido a obtener el servicio requerido. Como ejemplo, la entrega de pedidos; para un mismo usuario solo le importa la llegada de sus artículos comprados a la hora especificada, no considera cómo los recogen, empaquetan y distribuyen, siempre y cuando cumplir con sus expectativas. Capacidad de respuesta: los representantes están dispuestos a asistir a clientes y brindarles servicio oportuno. Seguridad (garantía): son conocimiento y atención que muestran los trabajadores a los servicios que brindan y su capacidad para infundir confianza y credibilidad. En algunos servicios, la seguridad simboliza el sentido de protección del comprador, acciones o transacción por medio del servicio. Empatía: este es el nivel de atención personalizada brindada por la organización a sus compradores.

### III. METODOLOGÍA:

#### 3.1 Tipo y diseño de investigación:

La investigación fue aplicada, el Concytec, (2018) refiere que cuenta con la finalidad de determinar las maneras (métodos, protocolos y técnicas) que satisfaga requerimientos específicos reconocidos por medio del conocimiento científico.

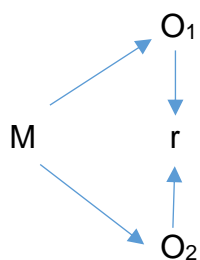
La investigación llegó a ser cuantitativa, Hernández y Mendoza, (2018) mencionan que este tipo de estudio representa una serie de procesos que de manera organizada secuencialmente verifica hipótesis. Cada una de las etapas precede a la siguiente sin que se puedan evitar, sin embargo, alguna de ellas podría ser redefinida.

Se estableció al estudio como no experimental a lo cual Hernández y Mendoza, (2018) refieren su desarrollo sin modificar las variables, la medición del fenómeno y variable se realiza en el momento que ocurre naturalmente y ser analizados.

Se desarrolló la investigación de manera transversal a lo cual Hernández y Mendoza, (2018) mencionan que puede recopilarse información en un solo momento y una sola vez. Asimismo, fue descriptivo, puesto que procura concretar atributos, particularidades y perfil de individuos, grupos, sociedades, procedimientos, objetos u otro fenómeno a ser analizado, llega a medir o recolectar información, reportando conceptos, variables, aspectos, dimensiones, fenómenos o problemas a investigarse.

El diseño considerado en el estudio fue correlacional Hernández y Mendoza, (2018) refieren que su fin es entender la correlación de 2 o más conceptos o variables en un entorno característico. Es así que el fin de la presente fue verificar la correlación de la gestión de cobranza y la satisfacción del usuario.

Cuyo diseño es:





En la que:

M = muestra

O<sub>1</sub> = observación de la variable 1

r = relación

O<sub>2</sub> = observación de la variable 2

### 3.2 Variables y Operacionalización

#### **Gestión de cobranza:**

Definición conceptual: son estrategias establecidas y aplicadas de manera oportuna por una empresa para lograr la recuperación de los créditos en el menor tiempo posible, con el objetivo de reactivar la relación comercial con el cliente, así los tenga canceladas oportunamente. (Consortio Consultor de Crédito, 2018, citado por Montalvo, (2020)

Definición operacional: la variable fue medida por sus dimensiones y sus indicadores.

Indicadores: nivel de fijación de metas de cobranzas, metas de cobranzas alcanzables, nivel de ajuste de metas asignadas, Frecuencia de la disponibilidad de files de los clientes, Nivel de cumplimiento de los tiempos en procesos de demanda judicial, frecuencia del seguimiento de reclamos, cumplimiento del perfil requerido por parte del persona, nivel de compromiso del equipo de cobranza, nivel de negociación con los clientes, cumplimiento de políticas de cobranza, cumplimiento del proceso de cobranza personalidad, cumplimiento de los estándares establecidos según manual de recuperaciones, frecuencia de evaluación de la gestión de cobranza, frecuencia de elaboración de reportes de gestión, nivel de ajuste de estrategias cobranza.

Escala de medición: para medirla se recurrió a la escala ordinal.

#### **Satisfacción del Usuario:**

Definición conceptual: considera el vínculo existente de la calidad del servicio y satisfacción del usuario, porque la categoría de ésta última se realiza de manera directa, sencilla y barata de establecer si sus expectativas,

necesidades y deseos de los usuarios comerciales están en línea, y de acuerdo a lo referido por los especialistas Hoffman y Bateson (2002) y Zeithaml y Bitner (2002), Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) la calidad del servicio repercute sobre la satisfacción del usuario y al contrario (citado por Morillo, (2009).

Definición operacional: la variable se llegó a medir por sus dimensiones e indicadores.

Indicadores: promesa, tiempo, errores, condiciones del servicio, rapidez, confianza, seguridad, apoyo, necesidades, atención individualizada, horarios flexibles, tecnología, equipos, instalaciones físicas, apariencia, elementos materiales.

Escala de medición: para medirla se recurrió a la escala ordinal.

### 3.3 Población, muestra y muestreo

#### **Población:**

Refieren Hernández y Mendoza, (2018) como serie de eventos que se relacionan con ciertas características. En la investigación fueron los usuarios de la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, que llegó a ser una población de 132 495.

**Criterio de Inclusión:** se llegó a incluir al total de usuarios que hacen uso de los servicios que brinda la empresa de manera frecuente.

**Criterio de exclusión:** se llegó a excluir a usuarios que no mostraron interés y sentirse poco dispuestos en colaborar voluntariamente con la encuesta.

#### **Muestra:**

La muestra utilizada en la investigación fue determinada de acuerdo al uso de la fórmula siguiente:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{(E^2(N-1) + Z^2 pq)}$$

Donde:

N = usuarios de la empresa Hidrandina S.A. - Huaraz.

$Z = 1.96 =$  a un nivel de confianza del 95%.

$E = 5\% =$  error estándar.

$p = 50\%$  probabilidad a favor.

$q = 50\%$  probabilidad en contra.

Reemplazando de la siguiente manera:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(132495)}{(0.05)^2(132495 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)} = \frac{127248.198}{332.1954} = 383.0522 \approx 383$$

### **Muestreo:**

Se llegó a determinar la estrategia de muestreo probabilístico simple, Hernández y Mendoza, (2018) la definen como subgrupo de la población donde cualquiera de los elementos de ella, cuentan con la probabilidad de ser seleccionados. La unidad de análisis fueron los usuarios de la empresa Hidrandina de la provincia de Huaraz, que mantienen contrato con la referida entidad.

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

### **Técnica:**

Según refiere Supo, (2012) la técnica busca comprender la reacción de un conjunto de personas respecto a una muestra o población, siendo cuantitativa y requiriendo un instrumento que induzca una respuesta a quien se encuesta. En el estudio y con la finalidad de recabarla se empleó la encuesta.

### **Instrumento:**

Con la finalidad de recopilar la información se hizo uso del cuestionario, la que estuvo estructurada y adaptada adecuadamente respecto a la gestión de cobranza y la satisfacción del usuario.

Cuestionario de nivel de gestión de cobranza

Procedencia : Perú

Autores : Altamirano y Castro (2013)

Administración : Particular.  
Duración : 25 minutos.  
Aplicación : trabajadores.  
Objetivo : determinar la categoría de la gestión de cobranza.  
Año : Su aplicación fue en el Perú, 2020.  
Dimensiones : Fijación de metas de cobranza, control documentario, gestión de personal, proceso de cobranza y seguimiento y control.  
Contienen 20 ítems que fueron cualificados como: Nunca (1), rara vez (2), a veces (3), casi siempre (4) y siempre (5). Para los datos normativos: mala (0, 20), regular (21, 40) buena (41, 60) excelente (61 - 80)

#### Cuestionario de satisfacción de los usuarios

Procedencia : Perú  
Autores : Morillo (2009)  
Administración : Particular.  
Duración : entre 20 a 30 minutos.  
Aplicación : Usuarios.  
Objetivo : Hallar el nivel de gestión de cobranza.  
Año : Su aplicación fue en México, 2009.  
Dimensiones : confiabilidad, responsabilidad o capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad.  
Contiene 21 ítems a ser calificados de la siguiente manera: totalmente insatisfecho (1), moderadamente insatisfecho (2), ligeramente insatisfecho (3), ligeramente satisfecho (4) y totalmente satisfecho (5). Para los datos normativos: baja (0, 20), media (21, 40) alta (41, 60) muy alta (61 - 80)

#### **Validez:**

Para validar el instrumento se procedió a realizarla a través del juicio de expertos, por la que determinamos que es aceptable, contando para ello con la formulación adecuada de las interrogantes en función a las dimensiones establecidas.

**Confiabilidad:**

La confiabilidad de instrumentos se desarrolló a través del SPSS, para la variable gestión de cobranza se realizó la prueba estadística inferencial, alcanzando el valor de Alpha de Cronbach = 0.953, y para la satisfacción del usuario el valor de Alpha de Cronbach = 0.958.

**3.5 Procedimientos:**

Habiendo tomado conocimiento acerca de la calidad del servicio que proporciona la empresa se recurrió a contrastarla con los clientes, quienes refirieron los diversos problemas que le genera la empresa como la calidad de energía que reciben, contando con fluctuaciones intempestivas que malogran sus artefactos eléctricos, cortes en cualquier momento, desatención a reclamos, cobros excesivos, etc. lo que nos llevó a plantear el problema e inferencia para luego solicitar la autorización correspondiente a la empresa que nos permita recabar la información requerida, quienes accedieron a brindarnos las facilidades. Para realizar la encuesta a los usuarios se realizó una breve explicación sobre el estudio y el procedimiento para contestar la encuesta no sin antes reiterar que la información brindada fue anónima y confidencial, las que nos permitieron procesarlas en el estadístico SPSS y obtener información relevante para arribar a conclusiones y realizar recomendaciones a la empresa a fin de contar con información que mejore la toma de decisiones respecto a sus servicios y mejorar la satisfacción del usuario.

**3.6 Métodos de análisis de datos:**

En la estadística inferencial recurrimos a dos procedimientos que se vinculan, probar hipótesis y establecer parámetros, al recurrir a una prueba de hipótesis se debe considerar si se trabaja con pruebas paramétricas o las no paramétricas recurriendo a realizar la prueba de normalidad, de obtener una distribución normal entonces se aplica pruebas para datos paramétricos, de lo contrario las no paramétricas. Para medir la relación o asociación de variables la prueba paramétrica se halla  $r$  de Pearson y en las no paramétricas con Chi cuadrado, Rho de Spearman y Tau  $b$  de Kendall. Para trabajar con el

coeficiente de correlación de acuerdo a la medición de variables a asociar, se hizo uso de la relación de Rho de Spearman, Hernández y Mendoza (2018) refieren que se puede usar con múltiples rangos de variables ordinales para variables nominales u ordinales, es decir, tiene algunas categorías, chi-cuadrado.

Para analizar la información obtenida se procesó en el Excel, para luego ser trasladados al estadístico SPSS, que nos permitió analizar los datos, determinar su confiabilidad y en la correlación de nuestras variables se realizó la prueba estadística de Spearman.

### **3.7 Aspectos éticos:**

Al desarrollar la presente se tuvo el compromiso de seguir con los lineamientos éticos de la objetividad, la honestidad, privacidad de la información, responsabilidad, es así que se obtuvo autorización de la empresa a fin de recabar la información, para lo cual se dio a conocer a los encuestados quienes decidieron de manera personal contribuir con la investigación, recalcando la confidencialidad de los datos proporcionados. Se tomó en cuenta la normatividad en investigación de la universidad, demostrando su autenticidad. Asimismo, se consideró lo emanado por sus artículos 27° al 31° Código de Ética Profesional del Licenciado en Administración, Perú, estableciéndose secreto profesional y confidencialidad que regulan el desarrollo de nuestras acciones. En aplicación del principio de beneficencia, la investigación desarrollada proporciona información relevante a la empresa a fin de mejorar sus servicios a la población en su conjunto, incrementando su calidad de vida.

## IV. RESULTADOS

### Estadística descriptiva:

**Tabla 1**

*Matriz de puntuaciones de la gestión de cobranzas y la satisfacción del usuario.*

Variable / Dimensión	Rango de Puntuación	Evaluación de la puntuación			Puntuación	Evaluación	Rango [0-1]	Prioridad
		Mala	Regular	Buena				
<b>V1 Gestión de cobranza</b>	<b>de 20 a 101</b>	<b>&lt; 47</b>	<b>de 47 a 74</b>	<b>&gt; 74</b>	<b>46.64</b>	<b>Mala</b>	<b>0.46640</b>	
D1 Fijación de metas de cobranza	de 3 a 15	< 7	de 7 a 11	> 11	6.98	Mala	0.46562	3
D2 Control documentario	de 3 a 15	< 7	de 7 a 11	> 11	6.98	Mala	0.46510	2
D3 Gestión del personal	de 5 a 26	< 12	de 12 a 19	> 19	11.76	Mala	0.47029	4
D4 Proceso de cobranza	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	8.95	Mala	0.44726	1
D5 Seguimiento y control	de 5 a 26	< 12	de 12 a 19	> 19	11.98	Mala	0.47906	5

Variable / Dimensión	Rango de Puntuación	Evaluación de la puntuación			Puntuación	Evaluación	Rango [0-1]	Prioridad
		Insatisfecho	Satisfecho	Complacido				
<b>V2 Satisfacción del usuario</b>	<b>de 21 a 105</b>	<b>&lt; 49</b>	<b>de 49 a 77</b>	<b>&gt; 77</b>	<b>48.97</b>	<b>Insatisfecho</b>	<b>0.46642</b>	
D1 Confiabilidad	de 5 a 26	< 12	de 12 a 19	> 19	11.51	Insatisfecho	0.46037	3
D2 Responsabilidad	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	9.68	Insatisfecho	0.48381	5
D3 Seguridad	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	9.58	Insatisfecho	0.47898	4
D4 Empatía	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	9.05	Insatisfecho	0.45274	1
D5 Tangibilidad	de 4 a 22	< 10	de 10 a 16	> 16	9.15	Insatisfecho	0.45770	2

**Fuente:** Encuesta de la gestión de cobranza y la satisfacción del usuario.

### Interpretación:

En la tabla 1 se observa la definición de rangos establecidos para cada categoría de la variable gestión de cobranza y sus dimensiones, obteniendo a la dimensión con mayor valor al seguimiento y control con 0.47906, siendo dentro de su evaluación en el nivel malo, sucediendo lo mismo con las demás dimensiones, donde muestra la evaluación de los rangos en el nivel malo, requiriéndose una atención a cada una de ellas de acuerdo al orden de prioridad. En tanto que la variable llega a obtener un valor de 0.46640 y en la evaluación de su puntuación alcanza el nivel malo.

En la Satisfacción del usuario, se obtiene el valor de 0.46642, en su evaluación alcanza el nivel insatisfecho, sucediendo lo mismo con sus dimensiones, requiriéndose su atención inicial a la dimensión empatía, seguido de la tangibilidad, confiabilidad, seguridad y responsabilidad, cada una de ellas alcanza en su evaluación el nivel insatisfecho, aspectos que requieren prestar la debida atención de acuerdo a la prioridad mencionada.

### **Análisis descriptivo de las variables:**

**Tabla 2**

*Distribución de frecuencias de gestión de cobranza.*

<b>Gestión de cobranza</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mala	198	51.7%
Regular	164	42.8%
Buena	21	5.5%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0%</b>

**Fuente:** Encuesta de la gestión de cobranza.

### **Interpretación:**

De la tabla 2 observamos el 52% de encuestados ubican a la gestión de cobranza en el nivel malo, seguido del 43% que la ubica en el nivel regular, y un 5% refieren que es buena.

**Tabla 3**

*Distribución de frecuencias de gestión de cobranza y sus dimensiones.*

<b>Variable y dimensiones</b>	<b>Mala</b>		<b>Regular</b>		<b>Buena</b>		<b>Total</b>	
	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Gestión de cobranza	259	67.62	78	20.37	46	12.01	383	100.00
Fijación de metas de cobranza	259	67.62	78	20.37	46	12.01	383	100.00
Control documentario	222	57.96	132	34.46	29	7.57	383	100.00
Gestión del personal	218	56.92	143	37.34	22	5.74	383	100.00
Proceso de cobranza	282	73.63	97	25.33	4	1.04	383	100.00
Seguimiento y control	218	56.92	145	37.86	20	5.22	383	100.00

**Fuente:** Encuesta de la gestión de cobranza.



**Tabla 4***Distribución de frecuencias de satisfacción del usuario.*

<b>Satisfacción del usuario</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Insatisfecho	211	55.1%
Satisfecho	143	37.3%
Complacido	29	7.6%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100.0%</b>

**Fuente:** Encuesta de la satisfacción del usuario.**Interpretación:**

En la tabla 4 se observa 55% manifiestan a la satisfacción del usuario en el nivel insatisfecho, seguido del 37% que la ubica en el nivel satisfecho, y un 8% la ubican en el nivel complacido.

**Tabla 5***Distribución de frecuencias de satisfacción del usuario y sus dimensiones.*

<b>Variable y dimensiones</b>	<b>Insatisfecho</b>		<b>Satisfecho</b>		<b>Complacido</b>		<b>Total</b>	
	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
<b>Satisfacción del usuario</b>	211	55.09	143	37.34	29	7.57	383	100.00
Confiabilidad	248	64.75	110	28.72	25	6.53	383	100.00
Responsabilidad	234	61.10	141	36.81	8	2.09	383	100.00
Seguridad	238	62.14	132	34.46	13	3.39	383	100.00
Empatía	268	69.97	103	26.89	12	3.13	383	100.00
Tangibilidad	241	62.92	132	34.46	10	2.61	383	100.00

**Fuente:** Encuesta de la satisfacción del usuario.

## Estadística Inferencial:

### Prueba de la Hipótesis:

Para contrastar la hipótesis se realizó a través de la correlación de Spearman para muestras dependientes, se hace uso de la prueba cuando en ambos grupos no llegan a cumplir la normalidad, si no resulta de esa manera se utiliza la prueba de coeficiente de Pearson en uno o ambos grupos.

**Tabla 6**

*Prueba de normalidad de datos*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Prueba a usarse
	Estadístico	gl	Sig.	
Gestión de Cobranza	0.271	383	0.000	Spearman
Confiabilidad	0.289	383	0.000	Spearman
Capacidad de respuesta	0.288	383	0.000	Spearman
Seguridad	0.281	383	0.000	Spearman
Empatía	0.321	383	0.000	Spearman
Tangibilidad	0.313	383	0.000	Spearman
Satisfacción del Usuario	0.277	383	0.000	Spearman

a. Corrección de significación de Lilliefors

**Fuente:** Base de datos.

### Prueba de hipótesis general:

Ante el planteamiento de la hipótesis general se llegó a realizar lo siguiente:

#### Planteamiento de la hipótesis:

A fin de probar la hipótesis general se utilizó la prueba de Rho de Spearman, requiriéndose plantearse la siguiente hipótesis.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**Nivel de significancia:** El nivel es de 0.05 y la confiabilidad 95%.

**Función de la prueba:** La prueba fue no paramétrica y la correlación Rho de Spearman (ver tabla 6).

**Regla de decisión:**

Llegamos a rechazar  $H_0$  cuando  $p$  es inferior al alfa ( $\alpha$ ).

No llegamos a rechazar  $H_0$  cuando  $p$  es superior al alfa ( $\alpha$ ).

**Cálculo:**

**Tabla 7**

*Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y satisfacción del usuario.*

		Satisfacción del Usuario	
Rho de Spearman	Gestión de Cobranza	Coefficiente de correlación	.885**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	383

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a lo observado en la tabla 7 se deduce que existe relación entre la gestión de cobranza y la satisfacción del usuario.

**Dedución:**

Habiendo considerado el valor de significancia  $p = 0.000$  menor al valor de  $\alpha = 0.05$ , se rechaza la hipótesis nula, es decir, la gestión de cobranza se relaciona positivamente con la satisfacción del usuario. De esta manera aceptamos la hipótesis general de la investigación.

### Prueba de hipótesis específicas:

Ante el planteamiento de la primera hipótesis específica, se realizó lo siguiente:

### Planteamiento de la primera hipótesis específica:

A fin de probar la hipótesis general se utilizó la prueba de Rho de Spearman, requiriéndose plantearse la siguiente hipótesis.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la confiabilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la confiabilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**Nivel de significancia:** El nivel es de 0.05 y la confiabilidad 95%.

### Función de la prueba:

La prueba fue no paramétrica y la correlación Rho de Spearman (ver tabla 6).

### Regla de decisión:

Llegamos a rechazar H<sub>0</sub> cuando  $p$  es inferior al alfa ( $\alpha$ ).

No llegamos a rechazar H<sub>0</sub> cuando  $p$  es superior al alfa ( $\alpha$ ).

### Cálculo:

#### Tabla 8

*Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y confiabilidad.*

		Confiabilidad	
Rho de Spearman	Gestión de Cobranza	Coefficiente de correlación	.815**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	383

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 8 deducimos que se encontró relación entre la gestión de cobranza y la confiabilidad.

**Deducción:**

Habiendo considerado el valor de  $p = 0.000$  inferior al  $\alpha = 0.05$ , refutamos la hipótesis nula, es decir, la gestión de cobranza tiene relación positiva con la confiabilidad en la empresa Hidrandina S.A., 2021. De esta manera aceptamos la primera hipótesis específica.

**Segunda hipótesis específica:**

Ante el planteamiento de la primera hipótesis específica, se realizó lo siguiente:

**Planteamiento de la segunda hipótesis específica:**

A fin de probar la hipótesis general se utilizó la prueba de Rho de Spearman, requiriéndose plantearse la siguiente hipótesis.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**Nivel de significancia:** El nivel es de 0.05 y la confiabilidad 95%.

**Función de la prueba:**

La prueba fue no paramétrica y la correlación Rho de Spearman (ver tabla 6).

**Regla de decisión:**

Llegamos a rechazar  $H_0$  cuando  $p$  es inferior al alfa ( $\alpha$ ).

No llegamos a rechazar  $H_0$  cuando  $p$  es superior al alfa ( $\alpha$ ).

### **Cálculo:**

#### **Tabla 9**

*Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y capacidad de respuesta.*

		Capacidad de respuesta	
Rho de Spearman	Gestión de Cobranza	Coefficiente de correlación	.745**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	383

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

De acuerdo a la tabla 9 se deduce que existe relación entre la gestión de cobranza y la capacidad de respuesta.

### **Deducción:**

Habiendo considerado el valor de  $p = 0.000$  inferior al  $\alpha = 0.05$ , desestimamos la hipótesis nula, es decir, la gestión de cobranza tiene relación positiva con la capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina S.A., 2021. De esta manera aceptamos la segunda hipótesis específica.

### **Tercera hipótesis específica:**

Ante el planteamiento de la primera hipótesis específica, se realizó lo siguiente:

### **Planteamiento de la tercera hipótesis específica:**

A fin de probar la hipótesis general se utilizó la prueba de Rho de Spearman, requiriéndose plantearse la siguiente hipótesis.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la seguridad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la seguridad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**Nivel de significancia:** El nivel es de 0.05 y la confiabilidad 95%.

**Función de la prueba:**

La prueba fue no paramétrica y la correlación Rho de Spearman (ver tabla 6).

**Regla de decisión:**

Llegamos a rechazar  $H_0$  cuando  $p$  es inferior al alfa ( $\alpha$ ).

No llegamos a rechazar  $H_0$  cuando  $p$  es superior al alfa ( $\alpha$ ).

**Cálculo:**

**Tabla 10**

*Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y seguridad.*

		Seguridad	
		Coefficiente de correlación	.802**
Rho de Spearman	Gestión de Cobranza	Sig. (bilateral)	0.000
		N	383

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Fuente:** base de datos.

Lo que se observa en la tabla 10 deducimos que existe relación entre la gestión de cobranza y la seguridad.

**Deducción:**

Habiendo considerado el valor de  $p = 0.000$  inferior al  $\alpha = 0.05$ , desestimamos la hipótesis nula, es decir, la gestión de cobranza se relaciona considerablemente con la seguridad en Hidrandina S.A., 2021. De esta manera aceptamos la tercera hipótesis específica.

**Cuarta hipótesis específica:**

Ante el planteamiento de la primera hipótesis específica, se realizó lo siguiente:

**Planteamiento de la cuarta hipótesis específica:**

A fin de probar la hipótesis general se utilizó la prueba de Rho de Spearman, requiriéndose plantearse la siguiente hipótesis.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la empatía en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la empatía en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**Nivel de significancia:** El nivel es de 0.05 y la confiabilidad 95%.

**Función de la prueba:**

La prueba fue no paramétrica y la correlación Rho de Spearman (ver tabla 6).

**Regla de decisión:**

Llegamos a rechazar H<sub>0</sub> cuando  $p$  es inferior al alfa ( $\alpha$ ).

No llegamos a rechazar H<sub>0</sub> cuando  $p$  es superior al alfa ( $\alpha$ ).

**Cálculo:**

**Tabla 11**

*Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y empatía.*

		Empatía	
Rho de Spearman	Gestión de Cobranza	Coefficiente de correlación	.794**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	383

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Fuente:** base de datos.

De lo que se observa en la tabla 11 se deduce que existe relación entre la gestión de cobranza y la seguridad.

**Deducción:**

Habiendo considerado el valor de  $p = 0.000$  inferior al  $\alpha = 0.05$ , desestimamos la hipótesis nula, lo que significa que la gestión de cobranza tiene relación positiva con la empatía en la empresa Hidrandina S.A., 2021. De esta manera aceptamos la cuarta hipótesis específica de la investigación.



### Quinta hipótesis específica:

Ante el planteamiento de la primera hipótesis específica, se realizó lo siguiente:

### Planteamiento de la quinta hipótesis específica:

A fin de probar la hipótesis general se utilizó la prueba de Rho de Spearman, requiriéndose plantearse la siguiente hipótesis.

**H<sub>0</sub>:** No existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la tangibilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la tangibilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.

**Nivel de significancia:** El nivel es de 0.05 y la confiabilidad 95%.

### Función de la prueba:

La prueba fue no paramétrica y la correlación Rho de Spearman (ver tabla 6).

### Regla de decisión:

Llegamos a rechazar H<sub>0</sub> cuando  $p$  es inferior al alfa ( $\alpha$ ).

No llegamos a rechazar H<sub>0</sub> cuando  $p$  es superior al alfa ( $\alpha$ ).

### Cálculo:

#### Tabla 12

*Correlación de Rho de Spearman entre la gestión de cobranza y tangibilidad.*

		Tangibilidad	
Rho de Spearman	Gestión de Cobranza	Coefficiente de correlación	.762**
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	383

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Fuente:** base de datos.

De acuerdo a la tabla 12 deducimos la existencia de relación de la gestión de cobranza con la tangibilidad.

**Deducción:**

Habiendo considerado el valor de  $p = 0.000$  inferior al  $\alpha = 0.05$ , desestimamos la hipótesis nula, vale decir la gestión de cobranza tiene relación positiva con la tangibilidad en la empresa Hidrandina S.A., 2021. De esta manera aceptamos la quinta hipótesis específica.

## V. DISCUSIÓN:

De los efectos de la investigación se consiguió hallar que existe relación de la gestión de cobranza con la satisfacción del usuario, pues del análisis de la información recabada se obtuvo el p-valor = 0.000, menor al valor de significancia y de otro lado, el valor de Rho de Spearman = 0.885 lo que demuestra la relación considerable entre las ambas variables analizadas. En concordancia con lo referido por Romero (2018) en su estudio hace referencia a la gestión de cobranzas y la satisfacción del cliente llega a determinar la existencia de correlación entre ambas variables luego de haber realizado la prueba estadística Rho de Spearman = 0.973 y hallando el valor de  $p = 0.000$  que permitió admitir la hipótesis de alterna, es decir, existe relación significativa entre ellas. Ante lo hallado Del Valle (2005) refiere que la política de cobranza es la acción primordial al prevenir, por medio de conocer mejor al cliente, y sosteniendo especial cuidado al dar créditos, a fin de generar eficiencia en la gestión de cobranza. En tanto García (2011) al referirse a la satisfacción del usuario manifiesta que satisfacer al cliente implica conseguir que el cliente llegue a tener aprecio por el esfuerzo realizado para él, llegar a valorar la prestación o producto que se adquirió.

En función a la primera hipótesis específica, la información nos permite referir la existencia de relación significativa de la gestión de cobranza y la confiabilidad, luego de haber obtenido el p-valor = 0.000, menor al valor de significancia y el valor de Spearman = 0.815, la que evidencia relación considerable de la variable gestión de cobranza y la dimensión confiabilidad. Ante ello, Chiriani et al. (2020) en su estudio referido a la gestión de las políticas de cobranzas determinaron que el 88% tienden a comercializar las sus ventas con crédito, 56% no aplican políticas cobranzas, donde resulta de suma importancia determinar políticas adecuadas que le den sustento de mejor control para las diversas empresas al concesionar créditos, llevando a recuperar óptimamente los créditos en función a periodos determinados. A lo obtenido Parasuraman, Zeitham y Berry (1998), refieren que la fiabilidad significa que la organización tiene la capacidad de realizar de forma completa y coherente el servicio prometido, siendo sus factores que la constituyen la

eficiencia, que busca es necesario aprovechar al máximo el tiempo y los materiales para utilizarlo de la mejor manera y la eficacia, no importa qué método o recurso se utilice, está decidido a obtener el servicio requerido. Las empresas han de preocuparse por generar confianza en sus clientes a través de la proporción de los servicios ofrecidos, si ésta no cumple, se verá afectada la confianza, por ende, empezará a realizar reclamos, de no ser subsanado el problema buscará otras opciones mejores.

De acuerdo a la segunda hipótesis específica, luego del análisis de los resultados nos permiten afirmar la hay relación significativa de la gestión de cobranza y la capacidad de respuesta, al haber obtenido el valor de  $p = 0.000$ , siendo menor al de significancia y el valor de Rho Spearman = 0.745, lo que significa que la relación es media de la variable gestión de cobranza y la capacidad de respuesta. Al respecto, Gutiérrez et al. (2021) en su investigación concluyen que las políticas que se vienen aplicando no cuenta con una guía de orientación, no se llega a analizar a los sujetos de crédito, la determinación de límites y responsabilidades de un deudor especificada en su contrato, etc. se necesita de forma urgente su formulación y ejecución orientada a la gestión de recuperación de la cartera. Febres et al. (2020) en su investigación ultiman que la capacidad de respuesta de servicios prestados muestra 56% de insatisfacción. Ante lo señalado, Parasuraman, Zeitham y Berry (1998), refieren que la Capacidad de respuesta, permite a los representantes estar dispuestos a generar ayuda a los usuarios y brindarles servicio oportunamente. Una adecuada gestión de cobranzas debe llevarnos a tener capacidad de respuesta ante los requerimientos de los clientes, de no contar con ella, va a generar gran insatisfacción por el servicio recibido.

De acuerdo a la tercera hipótesis específica, al haber desarrollado el análisis de los resultados nos permiten afirmar la existencia de relación de la gestión de cobranza y la seguridad, luego de haber obtenido el  $p$ -valor = 0.000, que es menor al valor de significancia y el valor de Rho Spearman = 0.805, lo que quiere decir que la relación es considerable entre la gestión de cobranza y la seguridad. Asimismo, Febres et al. (2020) en su estudio determinaron la

satisfacción, atribuido primordialmente a la dimensión seguridad con 87% de satisfacción. Ante lo cual Parasuraman, Zeitham y Berry (1998), refieren que la seguridad (garantía) son el conocimiento y la atención que muestran los empleados a los servicios que brindan y su capacidad para infundir tranquilidad y fiabilidad. En algunos servicios, ésta manifiesta el sentido de protección del cliente en sus acciones o transacciones a través del servicio. La seguridad juega papel importante en la proporción de ella, pues el personal de la empresa requiere conocer adecuadamente los servicios que brinda, proporcionar a los clientes la información necesaria respecto al servicio ofrecido.

De acuerdo a la cuarta hipótesis específica, después de analizar lo hallado nos permiten afirmar que hay relación significativa de la gestión de cobranza y la empatía, luego de haber obtenido el p-valor = 0.000, que es menor al valor de significancia y el valor de Rho Spearman = 0.794, lo que quiere decir que la relación es considerable entre variable gestión de cobranza y la empatía. Asimismo, Febres et al. (2020) al haber estudiado la satisfacción del usuario determina que la empatía se muestra con un 80% de satisfacción. Por otro lado, Campodónico y Arévalo (2019) determinaron que la gestión de cobranza involucra analizar la clientela, aplicar estrategias de cobranza y seguir al pago, actividades que alcanzan el 64% como inadecuadas. Es así que Parasuraman, Zeitham y Berry (1998), refieren que la empatía refiere el nivel de atender personalmente que desarrolla la organización con usuarios, mostrando su participación de manera afectiva sobre lo que siente el cliente. Cuando el cliente sepa que la empresa se preocupa por el sentimiento negativo que le haya generado y busca la solución inmediata, elevará el nivel de satisfacción de este.

En función a la quinta hipótesis específica, posterior al análisis de los resultados nos permiten afirmar que hay relación significativa de la gestión de cobranza y la tangibilidad, luego de haber obtenido el p-valor = 0.000, que es menor al valor de significancia y el valor de Rho Spearman = 0.762, siendo la relación considerable entre la gestión de cobranza y la dimensión tangibilidad.

Por su parte Rivera (2021) en su estudio referido al nivel de satisfacción y otros elementos en usuarios de un centro de salud, pudo hallar que existió un alto nivel de satisfacción al haber obtenido el valor de  $p = 0.012$  en referencia a las características clínicas, no siendo significativa luego de haber obtenido el  $p$  valor mayor al 0.05. Parasuraman, Zeitham y Berry (1998), refieren que la tangibilidad figura las particularidades físicas y el aspecto del proveedor como instalaciones, equipos, personal y demás componentes que el usuario toca al establecer conexión con el servicio. Las instalaciones con que cuente la empresa prestadora del servicio, es de vital importancia para el cliente, pues ella genera las comodidades en la permanencia y desplazamiento del cliente en las instalaciones, asimismo sobre los equipos que hace uso en la prestación del servicio y contar con personal sumamente capacitado para la atención.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 1.- La investigación permitió determinar que la gestión de cobranza se relaciona con la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina de Huaraz, en función a la información obtenida la relación es considerable entre ambas, llegando a concluir que una gestión de cobranza permitirá elevar el grado de satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina, puesto que las actividades que demanda la gestión de cobranza le corresponden a la dirección en la empresa.
- 2.- Se determinó que la gestión de cobranza se relaciona con la dimensión confiabilidad en la empresa Hidrandina de Huaraz, de acuerdo a la información obtenida la relación es considerable entre la gestión de cobranza y la confiabilidad, lo que permite concluir que una adecuada gestión de cobranza permitirá elevar el nivel de confiabilidad del usuario en la empresa Hidrandina.
- 3.- Se determinó que la gestión de cobranza se relaciona con la dimensión capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina de Huaraz, en función a la información obtenida la relación es media entre ambas, resultados que nos permite referir que una adecuada gestión de cobranza permitirá elevar el nivel de capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina.
- 4.- Se estableció que la gestión de cobranza se relaciona con la dimensión seguridad en la empresa Hidrandina de Huaraz, de acuerdo a los resultados de la información analizada la relación es considerable entre la variable y la dimensión, es así que nos permite referir que una adecuada gestión de cobranza permitirá elevar el nivel de seguridad de la empresa Hidrandina.
- 5.- Se determinó que la gestión de cobranza se relaciona con la dimensión empatía en la empresa Hidrandina de Huaraz, de acuerdo a los resultados de la información analizada la relación es considerable entre la variable y la dimensión, por lo que una adecuada gestión de cobranza nos llevará a elevar el nivel de empatía en la empresa Hidrandina.

6.- Se estableció que la gestión de cobranza se relaciona con la dimensión tangibilidad en la empresa Hidrandina de Huaraz, en función a los resultados obtenidos la relación es considerable entre la variable y la dimensión, lo que nos lleva a manifestar que una adecuada gestión de cobranza nos llevará a elevar el nivel de tangibilidad en la empresa Hidrandina.



## **VII. RECOMENDACIONES:**

- 1.- Se ha de mejorar la gestión de cobranzas en la empresa Hidrandina de Huaraz, pues el desarrollar la planificación de las actividades de cobranza, su organización, llevarlas a cabo y su posterior evaluación y control de las mismas permitirá elevar el nivel de satisfacción de los usuarios, apoyándose en los resultados obtenidos se generará retroalimentación a fin de corregir los errores.
- 2.- La empresa debe mejorar la gestión de cobranzas en la empresa Hidrandina de Huaraz, tomando en consideración las actividades que demanda su aplicación y estableciendo una política de capacidad de respuesta y la seguridad ante la necesidad de atención de los usuarios, proporcionando al cliente la imagen del conocimiento de la empresa y sus procesos como al cliente y sus necesidades.
- 3.- Se deberá de capacitar al personal en temas de atención al usuario, dotándole de las herramientas necesarias que permita llevar a cabo una interrelación y comprensión hacia éste.
- 4.- Se deberá de implementar ambientes adecuados para la atención al cliente como el brindar las múltiples alternativas de cobranza para facilitar su acceso y prontitud del pago, generando canales de atención, así como considerar el tiempo y flexibilidad para realizar la recuperación de la deuda.

## REFERENCIAS

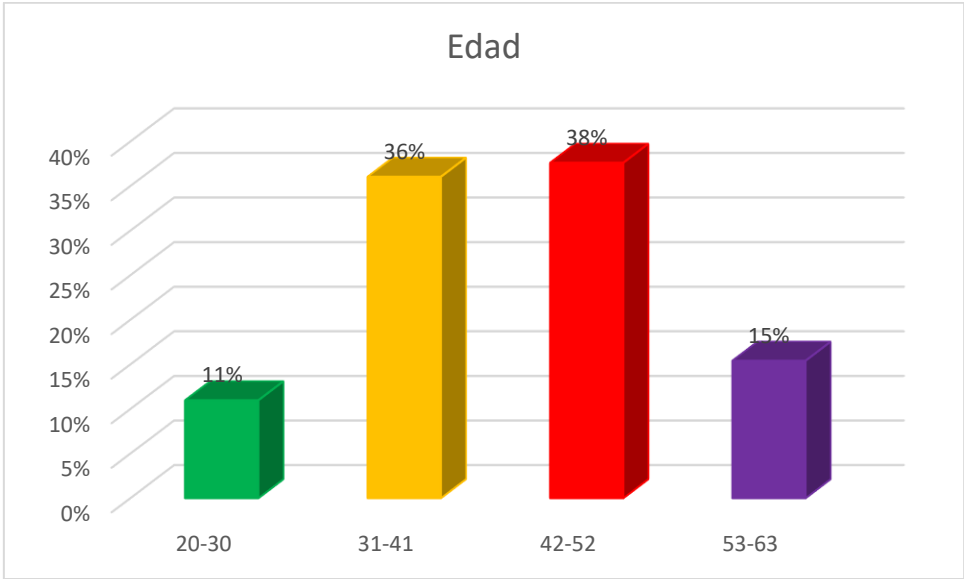
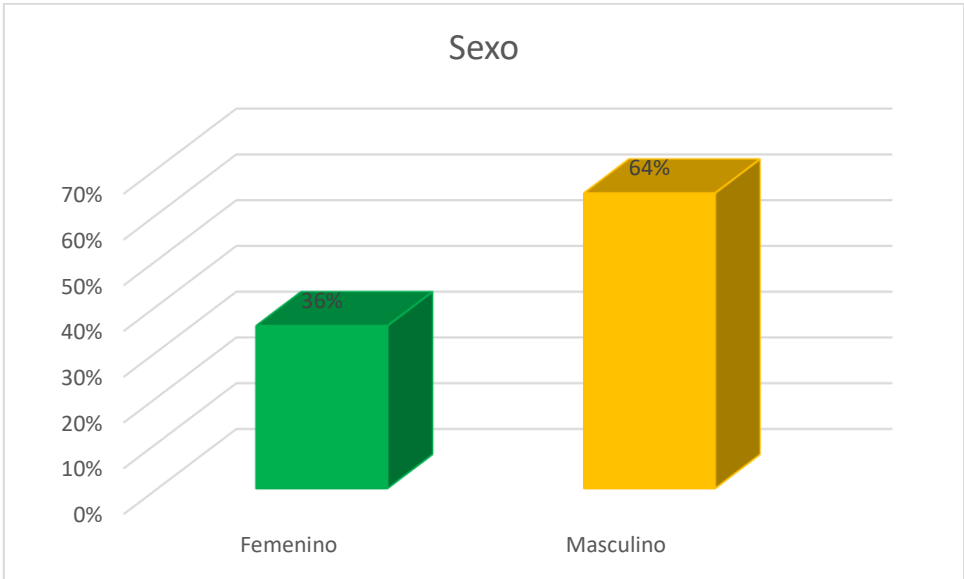
- Besley, S., & Brigham, E. (2009). Fundamentos de Administración Financiera (Catorceava). Cengage Learning.
- Brachfield, P. (2009). Gestión del crédito y cobro. Profit editorial.
- Calderón, B. (2021). La Cobranza. Centro de Estudios Fiscales.
- Campodónico, S. (2019). Gestión de cobranza y liquidez de la empresa Berean Service S.A.C. En la ciudad de Tarapoto periodos 2017-2018.
- Carrera, P., Valenzuela, C., Morillo, E., & Noboa, J. (2019). Crédito y cobranza. Un análisis en Seguros Equinoccial. 89.
- CEPAL. (2021). Panorama Fiscal de América Latina y el Caribe 2021.
- Chiriani-Cabello, J. E., Alegre-Brítez, M. Á., & Chung, C. (2020). Management of the credit and collection policies of the MIPYMES for their financial sustainability, Asunción, 2017. Revista Científica de La UCSA, 7(1). <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2020.007.01.023-030>
- Concytec. (2018). Ley que modifica diversos artículos de la ley 28303, Ley Marco de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica; y de la Ley 28613, Ley del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica. In El Peruano.
- CONTPAQi. (2021). ¿Problemas con el pago de tus clientes?
- Debitia. (2021). Proceso de cobranza eficiente o efectiva. Cobranza Simples y Efectivas.
- Del Valle, E. (2005). Crédito y Cobranzas. Universidad Autónoma de México.
- Díaz, M. (2014). Atención Básica al Cliente (Segunda). Editorial CEP S.L.
- Economía, A. (2021). Perú estima que asumirá US\$ 2.200M de deudas de empresas en problemas por la pandemia.
- Febres-Ramos, R. J., & Mercado-Rey, M. R. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Fac. Med. Hum. Julio, 20(3).
- Gálvez, C., & Pinilla, K. (2008). Gestión de cuentas por cobrar, teoría y aplicación.
- García, M. (2011). Gestión de la atención al cliente/consumidor (Primera). Innovación y Cualificación Editorial.

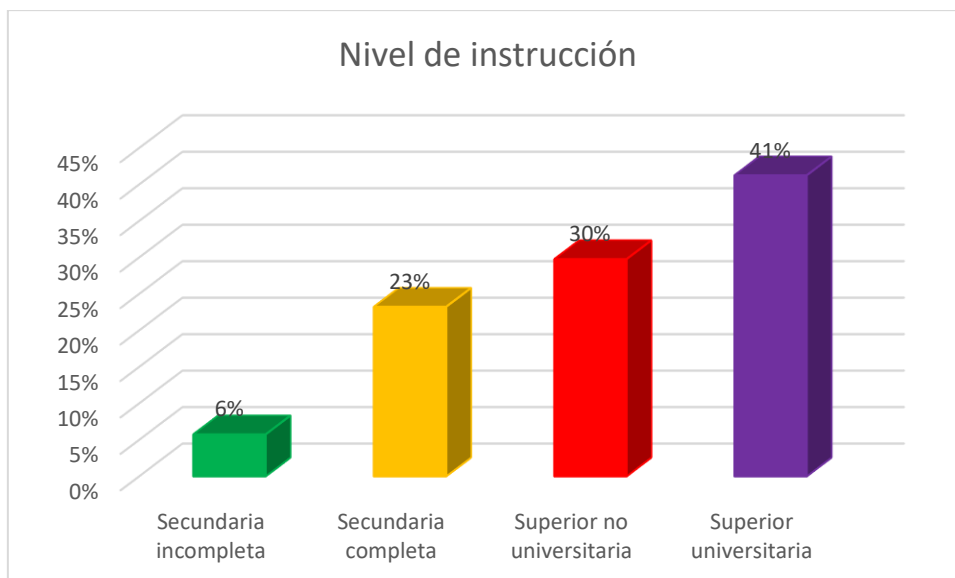
- Gonzales Pisco, E., & Sanabria Bolaños, S. W. (2020). Gestión de cuentas por cobrar y sus efectos en la liquidez en la facultad de una universidad particular, Lima, periodo 2010-2015. *Revista de Investigación Valor Contable*, 3(1). <https://doi.org/10.17162/rivc.v3i1.1232>
- Gutiérrez Peralta, S. D., Peralta Castillo, A. L., & Mayrena Bellorín, M. U. (2021). Incidencia de la aplicación de las políticas de crédito y cobranza en la recuperación de cartera del Súper Las Segovias, S.A. de la ciudad de Estelí, Nicaragua, durante el primer semestre del año 2020. *Revista Científica de FAREM-Estelí*, 38. <https://doi.org/10.5377/farem.v0i38.11949>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. (Primera)*. Mc Graw Hill Education.
- Hidrandina. (2020). *Memoria Anual 2020*. <https://www.distriluz.com.pe/hidrandina/images/nosotros/docs/MEMORIA-HIDRANDINA-2020.pdf>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing (14°)*. Pearson Educación.
- Lemoine, F., Varela, W., Zambrano, J., & Castellanos, G. (2017). Gestión de cobranza para reducir cartera incobrable del crédito otorgado por el Banco Nacional de Fomento. *IX (2018)*, 189–206.
- Leyva, J. (2021). La cobranza, todo un “dolor de cabeza. *El Financiero*.
- Milla, A. (2021). La cobranza en Latinoamérica: el día después de la pandemia. *Forbes Centroamérica*.
- Montalvo, R. (2020). Gestión de cobranza y su influencia en la recuperación de cartera castigada en las empresas de provincia del Banco Falabella Perú, 2019.
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Crédito y Cobranza (Primera)*. Grupo Editorial Patria.
- Morales, J., & Morales, A. (2014). *Crédito y Cobranza (Primera)*. Patria, Grupo Editorial.
- Morillo, M. (2009). La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida. *Economía*, 27(199–223).

- Münch, L. (2010). *Administración: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. Pearson Educación.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., & Berry, L. (1988). *Calidad total en la Gestión de Servicios*. Díaz de Santos.
- Paride, B. (2017). *La satisfacción del cliente*. Thema.
- Rivera, K. (2021). *Nivel de satisfacción y factores asociados a la atención en usuarios externos del Centro de Salud Yaguachi, Ecuador, 2020*.
- Rocamundi, M. (2013). *Gestión de cobranza*.
- Romero, J. (2018). *Gestión de cobranzas y la satisfacción del cliente en la empresa presto SERVICES S.A.C. Lima – 2016*.
- Samillán, A., & Gonzáles, G. (2017). *Mejora de los sistemas de gestión de cobranza a los usuarios del EPSEL S.A. del distrito de Chiclayo - 2015*.
- Secretaría Central de ISO. (2015). *Norma Internacional ISO 9001. Sistemas de gestión de la calidad — Requisitos*.
- Supo, J. (2012). *Seminario de Investigación Científica. (Primera). Bioestadístico*.
- Tapia, I. (2018). *Como entender finanzas sin ser financiero*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Tito, J., Quispe, R., Contreras, A., Casani, M., Huayhua, E., & Zegarra, J. (2020). *Nivel de Satisfacción del Servicio de Agua Potable en la Ciudad de Juliaca, El Caso de la Urbanización Jorge Chávez. Ñawparisun - Revista de Investigación Científica, 3 (Vol. 3, Num. 1), 97–102. <https://doi.org/10.47190/nric.v3i1.131>*

## **ANEXOS**

# Ficha Sociodemográfica





### **Análisis de confiabilidad de los instrumentos:**

#### **Gestión de cobranza**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
<b>,953</b>	<b>20</b>

#### **Satisfacción del usuario**

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de elementos</b>
<b>,958</b>	<b>21</b>

**SOLICITO:** Permiso para realizar tesis.

**Señor:**

Administrador

**Hidrandina S.A. – Huaraz.**

Edwin Jaime Montes Montes identificado con  
DNI N° 46665379 y Carla Chucchu Caballero identificado con DNI N° 47837030,

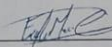
Ante usted con el debido respeto nos presentamos y exponemos lo siguiente:

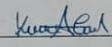
En calidad de estudiantes del taller de titulación para obtener el grado de licenciado en administración de la Universidad Cesar Vallejo, nos dirigimos a usted para manifestarle que venimos realizando el siguiente trabajo de investigación:

**"Gestión de cobranzas y satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021"**

Por lo cual solicitamos a Usted la autorización correspondiente para realizar la aplicación de encuestas a los usuarios de la institución relacionadas a nuestro estudio, con el compromiso a vuestro despacho los resultados del citado trabajo de investigación.

Sin otro particular, a la espera de ser atendidos le hacemos presente las muestras de nuestra consideración y estima personal.

  
**Edwin Jaime Montes Montes**  
D.N.I: 46665379

  
**Carla Chucchu Caballero**  
D.N.I: 47837030

Huaraz, 20 de Agosto del 2021.

**Hidrandina S.A.**

Huaraz

20132023540

**BOLETA DE ATENCIÓN**

SOLICITUD Nro. : 63000668246

Gestor Comercial :

Enrique Daniel Carrión Aliaga

Suministro : 0

Titular : Montes Montes, Edwin Jaime	Medidor :	Serie :	-
Dirección : Pj. Huaraz Huayl Nº s/n Centro Huaraz-May		Marca :	-
Teléfono :		Modelo :	-
Pto. Atención : Atención al cliente - Modulo 03 Huaraz	Modalidad :	Tarifa :	Carta
Motivo : Otras Solicitudes	Recepción :		23/08/2021 15:20:15
Área Encargada : Jefatura Unidad de Negocio	Posible Rpta. :		21/09/2021 15:20:15

Periodos :

Petitorio : Sr. Edwin Jaime Montes Montes identificado con DNI N° 47837030, mediante solicitud requiere permiso para realizar tesis.  
Telf: 996655047. Adjunta: Solicitud (01 folio).

Observación : Usuario verifico los datos en la boleta de Atención, la cual procede a firmar dando la conformidad de los datos Señalados".



REPRESENTANTE

Ante usted con el debido respeto nos presentamos y exponemos lo siguiente:





*"Año del Bicentenario del Perú: 200 Años de Independencia"*

Huaraz, 28 de octubre de 2021.

**CARTA N° 231-2021-H/JUE-HZ.**

**Señor:**

**Montes Montes Edwin Jaime**

Estudiante de la Universidad Cesar Vallejo.

**Huaraz.-**

**ASUNTO** : Autorización.

**REFERENCIA** : Solicitud Nro. 63000668246.

De mi consideración.

Es grado dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y a la vez comunicarle que de acuerdo al documento de la referencia y en atención a lo solicitado el pasado 23 de agosto de presente año, comunicarle que se autoriza el permiso solicitado para la aplicación de encuestas a los usuarios de la empresa.

Finalmente señalarle que deberá de proporcionar un informe detallado de los resultados alcanzados en su investigación.

Atentamente;

**Ing. Genderson Marín Hernández**  
**Jefe de la Unidad Empresarial**  
**Huaraz**

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis		Técnica e Instrumentos
<b>Problema general</b>	<b>Objetivo general</b>	<b>Hipótesis general</b>		<b>Técnica</b>
¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021?	Explicar la relación de la gestión de cobranza con la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021	Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.		Encuesta
<b>Problemas específicos:</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		
¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la confiabilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021?	Determinar la relación de la gestión de cobranza con la confiabilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.	Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la confiabilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.		<b>Instrumentos</b>  Cuestionario
¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021?	Explicar la relación de la gestión de cobranza con la capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.	Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la capacidad de respuesta en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.		
¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la seguridad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021?	Analizar la relación de la gestión de cobranza con la seguridad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.	Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la seguridad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.		
¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la empatía en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021?	Determinar la relación de la gestión de cobranza con la empatía en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.	Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la empatía en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.		
¿Cuál es la relación entre la gestión de cobranza y la tangibilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021?	Explicar la relación de la gestión de cobranza con la tangibilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.	Existe relación positiva entre la gestión de cobranza con la tangibilidad en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021.		
<b>Diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Variables y dimensiones</b>		
No experimental, descriptivo, correlacional	<b>Población</b>			
	La población fue infinita constituida por 132495 clientes de la empresa Hidrandina, Huaraz.	<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>	
		Gestión de cobranza	Fijación de metas de cobranza	
			Control documentario	
Gestión del personal				
Proceso de cobranza				

		Seguimiento y control
<b>Muestra</b>		
Se llegó a establecer una muestra de 383 usuarios.	Satisfacción del usuario	Confiabilidad
		Responsabilidad o capacidad de respuesta
		Seguridad
		Empatía
		Tangibilidad

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Gestión de cobranza	Son estrategias establecidas y aplicadas de manera oportuna por una empresa para lograr la recuperación de los créditos en el menor tiempo posible, con el objetivo de reactivar la relación comercial con el cliente, para que tenga sus créditos al día. (Consorcio Consultor de Crédito, 2018, citado por Montalvo, 2020)	La variable llegó a operacionalizarse a través de sus dimensiones, para lo cual se formuló sus indicadores permitiendo desarrollar el instrumento de medición, tomando en cuenta la escala de Likert.	Fijación de metas de cobranza	Nivel de fijación de metas de cobranza	Las metas mensuales de cobranza se corresponden con el crecimiento proyectado	Ordinal
				Metas de cobranza alcanzables	Las metas mensuales establecidas por la jefatura son específicas y alcanzables	
				Nivel de ajuste de metas asignadas	Según los resultados obtenidos del mes en curso, se reajustan las metas de cobranza de los meses subsiguientes.	
			Control documentario	Frecuencia de la disponibilidad de información de clientes	La información de los clientes se mantiene actualizada y disponible	
				Nivel de cumplimiento de tiempos en proceso de demanda judicial	Se cumple con los tiempos en los procesos de demanda judicial de las deudas no pagadas	
				Frecuencia del seguimiento de reclamos	Se realiza un adecuado seguimiento de los reclamos presentados por los clientes	
			Gestión del personal	Cumplimiento del perfil requerido por parte del personal	Considera que el personal cuenta con los conocimientos, competencias y habilidades para desarrollar la gestión de cobranza de manera eficiente Se cuenta con el personal suficiente para las actividades de gestión de cobranza	
				Nivel de compromiso del equipo de cobranza	El equipo de cobranza se encuentra comprometido y motivado para realizar una gestión responsable y eficiente El personal del área de cobranza se desempeña de manera comprometida en gestionar de acuerdo a las normas vigentes del país	
				Nivel de negociación con los clientes	Los integrantes del equipo de cobranza muestran buen desempeño en la negociación (manejo de objeciones) con el cliente	
			Proceso de cobranza	Cumplimiento de políticas de cobranza	El área de cobranza realiza sus acciones de acuerdo con las políticas establecidas por la empresa.	

		Se hace uso del protocolo y de las normas del país para comunicarse correctamente con los clientes
	Cumplimiento del proceso de cobranza personalizada	Se delega una determinada cantidad de deudas a cada gestor para una cobranza personalizada
	Cumplimiento de los estándares establecidos según el manual de recuperaciones	Considera que las empresas tercerizadas de cobranza cumplen el proceso de cobranza con los estándares establecidos en el manual de recuperaciones
	Frecuencia de evaluación de la gestión de cobranza	Se lleva a cabo periódicamente el comité de cobranza para evaluar la gestión mediante los indicadores de cobranza Se evalúan los resultados y la efectividad de la gestión por cada gestor de cobranza
Seguimiento y control	Frecuencia de elaboración de reportes de gestión	Se elaboran diferentes reportes que permitan ver cómo se está desarrollando la gestión de cobranza mediante indicadores de seguimiento de las metas a alcanzar
	Nivel de efectividad de la recuperación de deuda	Se realiza un análisis periódico de la recuperación de deudas con el fin de realizar los ajustes y actualizaciones correspondientes Se ajustan los procesos, estrategias y metas de cobranza con base a los resultados obtenidos

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Satisfacción del usuario	Considerando la vinculación existente entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en cuanto a que los niveles de satisfacción del usuario es una forma directa, fácil y económica de medir la complacencia de las expectativas, necesidades y deseos de los clientes o usuarios del establecimiento, y que según especialistas como Hoffman y Bateson (2002) y Zeithaml y Bitner (2002), Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993) la calidad del servicio incide	La variable se operacionalizó por medio de sus dimensiones, habiendo formulado los indicadores que permitiendo desarrollar el instrumento de medición, considerando la escala de Likert.	Confiabilidad	Promesa	Cuando en la agencia se le promete algo, en cierto tiempo lo ejecutan	Ordinal
				Sinceridad	Cuando los clientes tienen un problema, en la empresa muestran un sincero interés de solucionarlo	
					La empresa presta habitualmente bien el servicio.	
			Tiempo	La empresa Hidrandina presta el servicio en el tiempo acordado		
				Hidrandina mantiene sus registros de los clientes sin errores		
			Condiciones de servicio	La empresa brinda información puntual y sincera acerca de todas las condiciones del servicio		
			Responsabilidad o capacidad de respuesta	Rapidez	Cuando se acude a la empresa el servicio es rápido y ágil de parte de los empleados	
				Disponibilidad de ayuda	Los trabajadores de la empresa Hidrandina siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes	
				Respuesta	En la empresa no importa si están demasiado ocupados para responder rápidamente a las preguntas de sus clientes	
			Seguridad	Confianza	Los clientes son capaces de tener confianza con los empleados de la empresa	
					Los clientes son capaces de sentirse seguros en sus trámites al ser atendidos por los empleados	
				Amabilidad	Los trabajadores de la empresa Hidrandina siempre son amables	
			Apoyo	Los empleados reciben el apoyo adecuado de la empresa para desarrollar bien su trabajo		
Empatía	Atención individualizada	La empresa brinda una atención individualizada a cada cliente				
	Necesidades	Los empleados de la empresa conocen cuáles son las necesidades específicas de sus clientes				
Los empleados de la empresa buscan lo mejor para los intereses de sus clientes						

en la  
satisfacción del  
usuario y  
viceversa  
(citado por  
Morillo, 2009)

Tangibilidad

Horarios flexibles	La empresa tiene horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes
Tecnología y equipos	La empresa tiene equipos y nueva tecnología de apariencia moderna
Instalaciones físicas	Las instalaciones físicas de la empresa son cómodas y visualmente atractivas
Apariencia	Los trabajadores de la empresa tienen apariencia pulcra
Elementos materiales	Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrece la empresa son visualmente atractivas y sencillas

---

# ENCUESTA

Venimos realizando una investigación, que cuenta con el objetivo de explicar la relación de la gestión de cobranza con la satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021; solicitamos su colaboración contestando con veracidad las interrogantes planteadas, la cual se utilizará de forma confidencial. Muchas Gracias por su colaboración.

<b>Primera parte</b>	
Lea atentamente las preguntas y marque con un aspa (X) en los recuadros que considere pertinente su respuesta.	

<b>1 Sexo</b>	Femenino	<input type="checkbox"/>	Masculino	<input type="checkbox"/>
<b>2 Edad:</b>	De 20-30	<input type="checkbox"/>	De 31-41	<input type="checkbox"/>
	De 53-63	<input type="checkbox"/>	De 64-más	<input type="checkbox"/>
<b>3 Nivel de instrucción:</b>	Secundaria incompleta	<input type="checkbox"/>	Superior no universitaria	<input type="checkbox"/>
	Secundaria completa	<input type="checkbox"/>	Superior universitaria	<input type="checkbox"/>

<b>Segunda parte</b>	
ESCALA DE MEDICIÓN: En esta parte, marque la alternativa que se ajuste a su opinión.	
1: Totalmente en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3: Indiferente, 4: De acuerdo, 5: Totalmente de acuerdo.	

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
	<b>GESTIÓN DE COBRANZA</b>					
	<b>DIMENSIÓN FIJACIÓN DE METAS DE CONFIANZA</b>					
1	Se puede ver que las metas mensuales de cobranza se han incrementado pues refieren en la factura el período de corte del servicio					
2	Las metas mensuales de cobro establecido por la empresa son alcanzables					
3	Considero que la empresa reajusta sus metas de cobranza si no obtienen los resultados					
	<b>DIMENSIÓN CONTROL DOCUMENTARIO</b>					
4	La empresa Hidrandina muestra información sistematizada de sus clientes.					
5	La empresa recurre a realizar demanda judicial si el cliente no cumple con cancelar su deuda					
6	Se realiza una adecuada atención de los reclamos presentados por los clientes					
	<b>DIMENSIÓN GESTIÓN DEL PERSONAL</b>					
7	Considera que el personal cuenta con los conocimientos, competencias y habilidades para desarrollar las labores de cobranza de manera eficiente					
8	La empresa cuenta con el personal suficiente para las actividades de gestión de cobranza					
9	Considera que el personal de cobranza se encuentra comprometido y motivado para realizar una labor responsable y eficiente					
10	El personal del área de cobranza realiza su labor comprometiéndose en respetar la normatividad vigente y sin abusos					



11	El personal de cobranza muestra buen desempeño en la negociación (manejo de objeciones) con el cliente					
<b>DIMENSIÓN PROCESO DE COBRANZA</b>						
12	Considero que el área de cobranza realiza sus acciones de acuerdo con las políticas establecidas por la empresa.					
13	La empresa Hidrandina hace uso del protocolo y de las normas establecidas por el estado para comunicarse correctamente con los clientes					
14	La empresa Hidrandina ha delegado adecuadamente al personal para que realice el cobro de deudas de manera personalizada					
15	Considera que la empresa Hidrandina ha terciarizado sus cobranzas que cumplen con lo planificado en su plan de recuperaciones					
<b>DIMENSIÓN SEGUIMIENTO Y CONTROL</b>						
16	Se evidencia que la empresa lleva a cabo periódicamente la evaluación de su gestión de cobranza pues se recibe advertencia de corte					
17	Considera que la empresa Hidrandina evalúa los resultados y efectividad de la gestión de cobro al personal que realiza la cobranza					
18	Cree que la empresa Hidrandina elaboran reportes que permite ver cómo se está desarrollando la gestión de cobranza					
19	Considera que la empresa realiza un análisis periódico de la recuperación de deudas con el fin de realizar ajustes al sistema de cobro					
20	La empresa Hidrandina ajusta sus procesos, estrategias y metas de cobranza con base a los resultados obtenidos					

N°	ITEMS	1	2	3	4	5
<b>SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>						
<b>DIMENSIÓN CONFIABILIDAD</b>						
1	Cuando en la agencia se le promete algo, en cierto tiempo lo ejecutan					
2	Cuando los clientes tienen un problema, en la empresa muestran un sincero interés de solucionarlo					
3	La empresa presta habitualmente bien el servicio.					
4	La empresa Hidrandina presta el servicio en el tiempo acordado					
5	Hidrandina mantiene sus registros de los clientes sin errores					
<b>DIMENSIÓN RESPONSABILIDAD O CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>						
6	La empresa brinda información puntual y sincera acerca de todas las condiciones del servicio					
7	Cuando se acude a la empresa el servicio es rápido y ágil de parte de los empleados					
8	Los trabajadores de la empresa Hidrandina siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes					
9	En la empresa no importa si están demasiado ocupados para responder rápidamente a las preguntas de sus clientes					
<b>DIMENSIÓN SEGURIDAD</b>						

10	Los clientes son capaces de tener confianza con los empleados de la empresa					
11	Los clientes son capaces de sentirse seguros en sus trámites al ser atendidos por los empleados					
12	Los trabajadores de la empresa Hidrandina siempre son amables					
13	Los empleados reciben el apoyo adecuado de la empresa para desarrollar bien su trabajo					
<b>DIMENSIÓN EMPATÍA</b>						
14	La empresa brinda una atención individualizada a cada cliente					
15	Los empleados de la empresa conocen cuáles son las necesidades específicas de sus clientes					
16	Los empleados de la empresa buscan lo mejor para los intereses de sus clientes					
17	La empresa tiene horarios flexibles y adaptados a los diversos tipos de clientes					
<b>DIMENSIÓN TANGIBILIDAD</b>						
18	La empresa tiene equipos y nueva tecnología de apariencia moderna					
19	Las instalaciones físicas de la empresa son cómodas y visualmente atractivas					
20	Los trabajadores de la empresa tienen apariencia pulcra					
21	Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrece la empresa son visualmente atractivas y sencillas					

# VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

### X. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. Reyes López René Alcides

Institución donde labora : Universidad San Pedro

Especialidad : Administración.

Instrumento de evaluación : Satisfacción del usuario.

Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime.

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

### XII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.5

Huaraz, 15 de noviembre del 2021

  
 Mg. Rene Alcides Reyes Lopez  
 REG. C. D. 004175 firma

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**IX. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mg. Reyes López René Alcides

Institución donde labora : Universidad San Pedro.

Especialidad : Administración.

Instrumento de evaluación : Gestión de cobranza.

Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Gestión de cobranza</b> . en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión de cobranza</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión de cobranza</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**XI. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.5

Huaraz, 15 de noviembre del 2021



Mg. Rene Alcides Reyes Lopez  
REG. CLAD: 004115

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**  
**VII. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mg. Osorio Espinoza Yuri Roger

Institución donde labora : UGEL - Recuay

Especialidad : Administración.

Instrumento de evaluación : Gestión de cobranza.

Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Gestión de cobranza</b> . en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.				X	
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión de cobranza</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión de cobranza</b> .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IX. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

---



---



---

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.7

Huaraz, 12 de noviembre del 2021



  
 Mg. Osorio Espinoza Yuri Roger  
 C.I.A.O. N° 004141

Sello personal y firma

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**  
**VIII. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mg. Osorio Espinoza Yuri Roger

Institución donde labora : UGEL - Recuay

Especialidad : Administración.

Instrumento de evaluación : Satisfacción del usuario.

Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					x
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**X. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

---



---



---

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.6

Huaraz, 12 de noviembre del 2021



Mg. Osorio Espinoza Yuri Roger  
 CLAO N° 004141

Sello personal y firma



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

## I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. González Lucero Juan Roosevelt.

Institución donde labora : Universidad San Pedro.

Especialidad : Administración.

Instrumento de evaluación : Gestión de cobranza.

Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime.

## II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Gestión de cobranza</b> , en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión de cobranza</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión de cobranza</b> .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

## III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

4.6

Huaraz, 17 de noviembre del 2021

  
 Mag. Juan Roosevelt González Lucero  
 CLAD REGUC. 14374  
 DNI: 31666798

Sello personal y firma

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mg. González Lucero Juan Roosevelt.

Institución donde labora : Universidad San Pedro.

Especialidad : Administración.

Instrumento de evaluación : Satisfacción del usuario.

Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

---



---



---

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.6

Huaraz, 17 de noviembre del 2021



Mag. Juan Roosevelt González Lucero  
CLAD REGUC. 14374  
DNI: 31666798

Sello personal y firma



**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**VI. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mg. Broncano Díaz. Deysi Gladys

Institución donde labora : Universidad Santiago Antúnez de Mayolo

Especialidad : Administración

Instrumento de evaluación : Satisfacción del usuario

Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**VIII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

---



---



---

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.6

Huaraz, 17 de noviembre del 2021




---

Mg. Broncano Díaz Deysi Gladys  
DNI 40714125 Reg. CLAD 06197

Sello personal y firma

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**V. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mg. Broncano Díaz. Deysi Gladys  
 Institución donde labora : Universidad Santiago Antúnez de Mayolo  
 Especialidad : Administración  
 Instrumento de evaluación : Gestión de cobranza  
 Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.				X	
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Gestión de cobranza</b> , en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión de cobranza</b> .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión de cobranza</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**VII. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.5

Huaraz, 17 de noviembre del 2021

Mg. Broncano Díaz Deysi Gladys  
 DNI 40714125 Reg. CLAD 06197

Sello personal y firma

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**III. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mg. Gonzalez Lucero Anddy David

Institución donde labora : Municipalidad de Independencia, Universidad San Pedro

Especialidad : Administración

Instrumento de evaluación : Gestión de cobranza

Autor (s) del instrumento (s): Chucchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**


CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Gestión de cobranza.</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Gestión de cobranza.</b>					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Gestión de cobranza.</b>				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.				X	
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.5

Huaraz, 20 de noviembre del 2021

  
 Mg. Anddy Gonzalez Lucero  
 CI AD N° 01022

Sello personal y firma

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**IV. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto: Mg. Gonzalez Lucero Anddy David

Institución donde labora : Municipalidad de Independencia, Universidad San Pedro

Especialidad : Administración

Instrumento de evaluación : Satisfacción del usuario

Autor (s) del instrumento (s): Chuchu Caballero Carla Ybet y Montes Montes Edwin Jaime

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

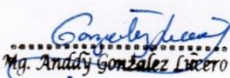
CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Satisfacción del usuario</b> .				X	
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
<b>PUNTAJE TOTAL</b>						

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**VI. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 4.6

Huaraz, 20 de noviembre del 2021

  
 Mg. Anddy Gonzalez Lucero  
 CLAD N° 04628  
 Sello personal y firma



## Gestión de cobranza y satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz, 2021

Estamos realizando un estudio respecto a la Gestión de cobranza y satisfacción del usuario en la empresa Hidrandina S.A. Huaraz. Marque la alternativa que crea conveniente. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Las respuestas serán anónimas. Gracias.



(no se comparten) [Cambiar cuenta](#)



**\*Obligatorio**

Sexo \*

Masculino

Femenino



