



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**“ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y LA MOROSIDAD EN CAJA
HUANCAYO SEDE PUCALLPA, 2020”**

PRESENTADO POR:

BACH. ALDER GUIOP HUAMÁN

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ASESOR:

MG. ALIPIO SANTIAGO CAMPOS

PUCALLPA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
INTRODUCCIÓN	xi
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1. Planteamiento del problema.....	12
1.2. Formulación del problema	14
1.2.1. Problema general	14
1.2.2. Problemas específicos.....	14
1.3. Objetivos de la investigación	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos.....	14
1.4. Justificación de la investigación	15
1.5. Limitaciones de la investigación	15
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	16
2.1. Antecedentes de la investigación	16

2.1.1.	Antecedentes internacionales	16
2.1.2.	Antecedentes nacionales.....	17
2.2.	Bases teóricas.....	19
2.2.1.	Estrategias de cobranza	19
2.2.2.	Dimensiones de las estrategias de cobranza	20
2.2.3.	Morosidad	22
2.2.4.	Clasificación de los deudores	22
2.2.5.	Definición de términos básicos	23
2.3.	Hipótesis.....	24
2.3.1.	Hipótesis general	24
2.3.2.	Hipótesis específicas	24
2.4.	Variables	25
2.4.1.	Definición conceptual.....	25
2.4.2.	Definición operacional.....	26
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....		27
3.1.	Tipo y nivel de investigación.....	27
3.1.1.	Tipo de investigación	27
3.1.2.	Nivel de investigación	27
3.1.3.	Diseño de investigación	27
3.2.	Descripción del ámbito de la investigación.....	28
3.3.	Población y muestra	28

3.4. Técnicas e instrumentos.....	28
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento	28
3.5.1. Validez	28
3.5.2. Confiabilidad	29
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos	29
3.7. Aspectos éticos	29
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	30
4.1. Análisis e interpretación del resultado de las variables	30
4.2. Método de consistencia interna Chi Cuadrado/Spearman	34
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN.....	37
5.1. Discusión.....	37
5.2. Conclusiones.....	38
5.3. Recomendaciones.....	39
Referencias.....	40
ANEXO	42

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables	26
Tabla 2. Validez del instrumento	28
Tabla 3. Plan de recolección de datos	29
Tabla 4. Cruzada entre estrategias de cobranza y la morosidad	30
Tabla 5. Cruzada entre la segmentación de clientes y la morosidad	31
Tabla 6. Cruzada entre la acción motivadora y la morosidad	32
Tabla 7. Cruzada entre las alternativas de pago y la morosidad.....	33
Tabla 8. Prueba de hipótesis general.....	34
Tabla 9. Prueba para la 1ra hipótesis específica	34
Tabla 10. Prueba para la 2da hipótesis específica.....	35
Tabla 11. Prueba para la 3ra hipótesis específica	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Cruzada entre estrategias de cobranza y la morosidad.....	30
Gráfico 2. Cruzada entre la segmentación de clientes y la morosidad.....	31
Gráfico 3. Cruzada entre la acción motivadora y la morosidad	32
Gráfico 4. Cruzada entre las alternativas de pago y la morosidad	33

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo determinar la relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020. La investigación es de tipo aplicada, desarrollándose bajo el enfoque cuantitativo, nivel correlacional y el diseño no experimental de corte transversal. La muestra está representada por 29 trabajadores de Caja Huancayo Sede Pucallpa, donde mediante un cuestionario de 21 preguntas son evaluados, asimismo, se demuestra la validez y confiabilidad del instrumento.

El 65.52% considera regular las estrategias de cobranza que aplica la empresa, el 27.59% bueno y el 6.9% malo. Asimismo, el 55.18% considera regular la morosidad de sus clientes, el 31.03% bueno y el 13.8% malo.

La conclusión de la investigación considera que las estrategias de cobranza se correlacionan altamente con la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020, ($r_s = 0.794^{**}$, $\alpha = 0.05 > p = 0.00$)

Palabras claves: Clientes, morosidad y tipologías.

ABSTRACT

The present study aims to determine the relationship between collection strategies and delinquency in Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020. The research is of an applied type, developed under the quantitative approach, correlational level and non-experimental cross-sectional design. The sample is represented by 29 workers from Caja Huancayo Sede Pucallpa, where a 21-question questionnaire is evaluated, and the validity and reliability of the instrument is also demonstrated.

65.52% consider to regulate the collection strategies applied by the company, 27.59% good and 6.9% bad. Likewise, 55.18% consider the delinquency of their clients to be regular, 31.03% good and 13.8% bad.

The conclusion of the research considers that the collection strategies are highly correlated with the delinquency in Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020, ($r_s = 0.794^{**}$, $\alpha = 0.05 > p = 0.00$)

Keywords: Clients, delinquencies and typologies.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el índice de morosidad por créditos creció abismalmente, debido a factores como la falta de empleo, problemas de salud, problemas económicos, etc.

Por eso, es importante que las empresas del rubro financiero, comiencen a crear estrategias de cobranza, con la finalidad que los clientes sigan aportando sus cuotas y crezca su fidelización.

El reglamento de grados y títulos de la universidad, estipula en 5 capítulos la investigación:

En el capítulo I, se desarrolla el planteamiento del problema, se formula los problemas, se realiza los objetivos y se explica la justificación y limitaciones del estudio.

En el capítulo II, se redacta los antecedentes de la investigación y las bases teóricas, asimismo, se realiza las hipótesis y la operacionalización de las variables.

En el capítulo III, se explica el tipo, nivel, diseño, ámbito, población, muestra, técnicas, instrumentos, validez, confiabilidad, plan de recolección y aspecto éticos.

En el capítulo IV, se explica el análisis descriptivo de los resultados y la prueba de hipótesis mediante el Rho de Spearman.

En el capítulo V, se discute los resultados obtenidos con el marco teórico, también se realiza las conclusiones y recomendaciones.

Por último, se finaliza con las referencias y anexos respectivos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad existen instituciones financieras que otorgan créditos con modalidades de pago diferentes, para lo cual se determinan políticas, procedimientos, y herramientas que logren mantener en equilibrio a la entidad. Muchas empresas tanto de ámbito industrial, comercial y de servicio, buscan desarrollar estrategia que les permitan incrementar sus ventas y garantizar su permanencia en el mercado.

En Perú es habitual que exista un incremento de morosidad por créditos destinados a sus clientes, debido a que las instituciones financieras como otros negocios no desarrollan estrategias para reducir la morosidad, además de continuar efectuando procesos desfasados para realizar sus actividades, es donde la sistematización se convierte en clave fundamental para solucionar dicha problemática. Para muchas organizaciones sus actividades son un obstáculo; debido al poco seguimiento y monitoreo en créditos brindados. Es decir, las cobranzas no se dan en su debido tiempo ocasionando problemas latentes en la economía de la organización; por lo cual los niveles de morosidad incrementan cada año.

Caja Huancayo, es una entidad financiera que busca mantener una relación de plazo largo con sus clientes; en aras de cumplir con sus propósitos se enfocan en mejorar día con día la oferta de sus servicios

financieros, estableciendo políticas que incrementen su eficiente en los procesos y beneficios que puedan brindar.

Sin embargo, una de las problemáticas encontradas en la entidad es no contar con un plan de procesos operativos, el cual impide tener mejoras en las actividades que realizan los colaboradores; asimismo se encuentran los créditos sin garantía, a consecuencia de una mala evaluación de los clientes, lo que causa riesgos crediticios por deudas caducadas y con atraso. Otra traba es el no tener un límite de créditos establecidos, que trae como consecuencias perdidas elevadas que proceden de la morosidad; dichos problemas se dan a causa de la falta de estrategias para la recuperación de créditos provocados por incumplimiento de los pagos. Además, la informalidad de funciones que realiza el asistente de cobranza genera no contar con efectivo requerido; dichos procedimientos no apropiados refieren que el cliente no cumpla con sus pagos y tenga incremento de cobranza. En tanto, se concluye que el índice de morosidad se debe a la deficiente cartera brida por caja Huancayo.

El crédito financiero puede ser una estrategia para atraer más clientes e incrementar las utilidades de una organización. Sin embargo, recuperarlo necesita de mayores estrategias y procesos correctos empleados para la cobranza; la falta de estrategias para realizar una cobranza adecuada ocasiona gastos de los saldos tornándolos incobrables con el tiempo.

Por lo descrito con anterioridad las entidades financieras tienden a ser muy minuciosas y cautas en la autorización de créditos; no obstante, existe el riesgo de morosidad y créditos que se tornen incobrables. La cobranza, es un servicio necesario que permite mantener a los clientes con posibilidades de nuevos préstamos, por lo que se busca emplear un proceso estratégico que sea clave para generar una cultura de pago. Cabe señalar, que la cobranza es vista como un área de negocio, donde el objetivo es generar rentabilidad trasformando las perdidas en ingresos. Es por tanto, que las estrategias de cobranza se deben emplear mucho antes de observar

morosidad, además de implementar estrategias proactivas que logren evitar créditos morosos.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es la relación entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa?
- b) ¿Cuál es la relación entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa?
- c) ¿Cuál es la relación entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020.

1.3.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la relación entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.
- b) Determinar la relación entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.
- c) Determinar la relación entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.

1.4. Justificación de la investigación

La investigación tiene como finalidad destacar la influencia que tienen las estrategias de cobranza en la morosidad de los clientes en la entidad financiera Caja Huancayo; teniendo en cuenta que una gestión adecuada de cobranza se encuentra basada en las estrategias que permitan mantener relación estrecha entre el cliente y la entidad.

Cabe señalar que las estrategias de cobranza en una organización son fundamentales para mantener las finanzas y el control en las operaciones. Las finanzas pueden verse afectadas en caso no se tenga una estrategia sólida de cobranza, limitándose en generar ingresos necesarios para operar.

Por otro lado, el estudio servirá de referente para futuras investigaciones académicas relacionadas con las variables; estrategias de cobranza y la morosidad de los clientes.

1.5. Limitaciones de la investigación

Falta de información con respecto al tema de investigación en la biblioteca de la Universidad Alas Peruanas, Filial Pucallpa.

La empresa mantiene su información financiera reservada, solo se realizará el cuestionario de preguntas para conocer la opinión del personal.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales

López (2018): *“Estrategia para la recuperación de la cartera morosa de ENACALMATAGALPA del periodo 2017-2018”*, concluye: (a) Las causas de morosidad en su mayoría son clientes de escasos recursos económicos y por desempleo siendo las más afectadas las mujeres que son las que realmente utilizan más el servicio de agua por sus quehaceres domésticos, la preocupación por mantener el hogar aseado, mantener a los hijos con higiene y salud, (b) Se plantea un plan estratégico paso a paso para que sea aplicado con tiempo de inicio y final, con el objetivo de lograr la recuperación de la cartera morosa en 1 año y análisis de cartera vencida para toma de decisiones y limpieza de la cartera no recuperable, para bajar la mora.

Coronel (2019): *“Diseño de un modelo para la gestión de cobranzas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle”*, concluye: (a) El indicador de morosidad de la cartera de crédito de consumo se lo ha mantenido estable artificialmente a través del castigo de cartera, o mediante la absorción por nueva colocación, por lo que dicho indicador, por sí solo no constituye una descripción confiable

del nivel de incumplimiento que tienen los socios respecto a la cooperativa, (b) La gran cantidad de instituciones financieras, tanto privadas como populares y solidarias, ha incidido para que el usuario busque otras opciones distintas a las que se le puede ofrecer, y por tal razón se tiene un bajo nivel de fidelización.

Ortigosa (2011): *“Implementación de una metodología de cobranza sistematizada en una empresa de financiamiento”*, concluye: (a) La gestión de cobranza consiste en el desarrollo de actividades y estrategias para alcanzar el cobro de deudas de una manera eficiente además de cuidar la relación comercial entre la empresa y el cliente, (b) Los canales de comunicación entre los vendedores y los clientes, son deficientes, ya que existen casos en los cuales, éstos últimos no conocen en su totalidad la información y las condiciones del servicio.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Ramírez (2020): *“Estrategias de cobranza y la morosidad en el Colegio Adventista Fernando Stahl, 2019”*, concluye: (a) A mayor uso de acciones de cobranza como son el análisis de caso, contacto con el cliente, diagnóstico, generación de alternativa, obtención del compromiso de pago, cumplimiento del compromiso de pago y el seguimiento de caso entonces menor será la morosidad en el colegio Adventista Fernando Stahl, (b) A mayor uso de formas de cobranza como son la cobranza personal, intermediarios, correo electrónico, entonces menor será la morosidad en el colegio Adventista Fernando Stahl.

Rojas (2018): *“La estrategia de cobranza y la morosidad de los usuarios de agua en la Junta de Usuarios del Distrito de Huarmey, 2018”*, concluye: (a) Existe una relación inversa significativa entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los Usuarios de Agua en la Junta de Usuarios del Distrito de Huarmey, 2018, (b) Existe

relación inversa y significativa entre las fases de cobranza y la morosidad de los Usuarios de Agua en la Junta de Usuarios del Distrito de Huarmey, 2018, (c) Existe una relación inversa y significativa entre la clasificación de clientes y la morosidad de los Usuarios de Agua en la Junta de Usuarios del Distrito de Huarmey, 2018.

Cavero (2020): *“Estrategias de cobranza para reducir la morosidad de los clientes de la empresa Comercial Frionorte E.I.R.L, Chiclayo 2019”*, concluye: (a) Que con las estrategias de cobranza propuestas se desea disminuir la mora en un 30% y con ello esperamos ir disminuyendo las cuentas por cobrar y se espera la disponibilidad para mejorar la gestión, además se reforzara su efectividad con una estrategia preventiva basada en herramientas en el conocimiento técnico en los clientes llamada EQUIFAX, y que el sinceramiento de las cuentas por cobrar le beneficiara a la empresa en la deducción del gasto a efectos tributarios en un 66.90% de la renta neta imponible.

Núñez & Pinedo (2018): *“Implementación de estrategias de cobranza para reducir el índice de morosidad de los créditos en la empresa Inversiones y Servicios Horizonte S.A.C. de Trujillo, 2018”*, concluyen: (a) Se determinó que la cartera vencida de S/ 388,800.00, se ha generado al 31 de diciembre del año 2017, una morosidad elevada que equivale al 78.14% con respecto a la cartera total, lo cual indica que se tiene que realizar diversos cambios como reestructuración desde un crédito a otorgar hasta recuperar ese crédito otorgado, (b) A la vez, se aplicó la estrategia de refinanciamiento de deudas según sus clientes captados y en lo que se refiere a la cobranza a corto, mediano y largo plazo en la empresa, el asistente de créditos y cobranzas, reporta al área de ventas, los clientes con deuda y en el caso que el cliente solicite adquirir un nuevo crédito, este sería denegado ya que tendría que cumplir con pagos pendientes de pagos atrasados.

Barrueto & Cueva (2018): *“Estrategias de cobranza para reducir la tasa de morosidad del impuesto predial en la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo – Ferreñafe”*, concluye: (a) Las estrategias de cobranza del Impuesto Predial para su aplicación en la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo - Ferreñafe son: notificaciones según el Ministerio de Economía y Finanzas; estímulos como sorteos de electrodomésticos, medios de comunicación social como redes sociales, llamadas telefónicas y charlas sobre educación tributaria, (b) El modelo de estrategias de cobranza formulado se constituyó en un instrumento orientado a la reducción de tasa de morosidad del Impuesto Predial en la Municipalidad Distrital Pueblo Nuevo - Ferreñafe.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Estrategias de cobranza

Para determinar las estrategias es fundamental segmentar la cartera de clientes, de acuerdo con las características comunes de los clientes y las cuentas, por ejemplo: antigüedad, monto, producto, geografía, perfil del cliente o la deuda, para así determinar las estrategias que son adecuadas para segmento de clientes que tienen problemas similares. En función de las características de cada segmento, se definen las estrategias y políticas de cobranza. Las estrategias establecen las formas de cobrar, los criterios de negociación como los plazos, condonaciones, quitas, todos ellos adecuados al segmento que se haya definido y que seguramente tendrán un efecto más preciso de conseguir que los clientes cumplan con los pagos de sus adeudos (Morales & Morales, 2014).

Las estrategias de cobranza son el plan de acción para alcanzar los objetivos planteados. Lo cual depende del empleo adecuado de los recursos de negociación. Es necesario aprender a utilizar cada

tipo de cobranza que promueva el uso de determinados recursos. Todo esto con la finalidad de disminuir la morosidad por parte del cliente (Rosas, 2010).

La cobranza es fundamental para el éxito de cualquier entidad que brinda cualquier tipo de producto o servicio, cualquiera que sea, las técnicas aplicadas a las organizaciones para el cobro de las cuentas por cobrar deben ser en la fecha ya establecida, de lo contrario encarece el bien o servicio tanto para el contribuyente como para la institución (Ettinger & Goliet, 2010).

2.2.2. Dimensiones de las estrategias de cobranza

Segmentación de clientes

No todos los clientes son iguales, como tampoco las condiciones en que se les otorgó el crédito ni las razones que los llevaron a entrar en mora. Por lo tanto, resulta prudente segmentarlos con base en su intención de pago, causa del atraso, capacidad de pago, solvencia y ubicación. De esta manera, puedes determinar con mayor precisión los canales de comunicación y las soluciones de pago que más se ajusten a sus necesidades.

Por ejemplo, si se trata de un moroso dispuesto a saldar la deuda y con el capital para hacerlo, bastará con darle una fecha de pago nueva. En la mayoría de las veces, las razones por las que este tipo de clientes dejan de cumplir con la obligación no tienen relación con su voluntad o capacidad económica, sino que obedecen al olvido y la no recepción de la factura.

Por otro lado, si el cliente tiene disposición a pagar, pero tiene problemas de liquidez, puedes ofrecer una refinanciación de la deuda con una reducción de los intereses por mora. En cambio, si se muestra reacio a todo tipo de negociación, tal vez resulte necesaria una gestión más dura, incluido el cobro judicial.

En la medida en que la intención de pago disminuye, también se reduce la posibilidad de recobrar la deuda. En consecuencia, las acciones de cobro deben ser más fuertes y de mayor impacto.

Acciones motivadoras

Se trata de la implementación de acciones y mensajes empleados para incentivar al cliente a realizar el pago de la deuda.

Estas acciones pueden ser un tanto persuasivas, como el corte de la línea que hacen las compañías de telefonía celular; o de refuerzo positivo, como la promesa de no reportarlo ante las centrales de riesgo crediticio o de ampliar su crédito.

Ofrecer diferentes alternativas de pago

Las alternativas de pago son excelentes herramientas de negociación. Lo ideal es diseñarlas en base a las necesidades y situación de cada segmento de clientes, y ofrecerlas en la medida que la gestión del cobro avanza. Esto implica ir más allá de la refinanciación y la reestructuración de la deuda. Soluciones como aceptar cuotas mínimas durante un período acotado, conceder meses de gracia y rebajar los intereses suelen ofrecer muy buenos resultados.

En todo caso, las alternativas de pago deben basarse en un juicioso análisis del costo beneficio, tanto para el deudor como para el acreedor.

Lo importante en cualquier estrategia de gestión de cobranzas es que la comunicación con el moroso sea respetuosa y sin vulnerar las buenas prácticas de cobranza extrajudicial establecidas por la ley, en las cuales destaca el no contactar al deudor en horarios no hábiles ni comunicarse con terceros ajenos a la deuda (Duemint, 2018).

2.2.3. Morosidad

El término moroso es a veces confuso, puesto que se utiliza indistintamente para referirse a conceptos diferentes. Por un lado, el retraso en el cumplimiento de una obligación se denomina jurídicamente mora, y por consiguiente se considera moroso al deudor que se demora en su obligación de pago (Marzo, Wicijo, & Rodríguez, 2008).

Para ser reconocido legalmente como moroso debe obrar en poder de ambas partes un documento legalmente reconocido donde el deudor esté obligado a efectuar dichos pagos, por ejemplo un contrato.

Consecuentemente se considera que el cliente se halla en mora cuando su obligación está vencida y retrasa su cumplimiento de forma culpable. La mora del deudor en sí, desde el punto de vista formal, no supone un incumplimiento definitivo de la obligación de pago, sino simplemente un cumplimiento tardío de la obligación.

La consecuencia inmediata de la constitución en mora del deudor es el devengo de intereses moratorios como indemnización de los daños y perjuicios que causa al acreedor el retraso en el cobro (González, 2012).

Entiéndase por morosidad todo incumplimiento en los pagos que se genere por parte de los clientes de una entidad financiera en alguno de los productos que estos adquieren, generalmente los créditos, tarjetas de crédito, entre otros (Predisoft, 2016).

2.2.4. Clasificación de los deudores

Lo clasifica al deudor principalmente por su capacidad de pago dependiendo del tipo de créditos, así mismo teniendo en cuenta la calificación en pequeñas empresas, microempresas de consumo revolvente y consumo no revolvente; lo que está definida por el flujo

de fondos y el grado de cumplimiento de sus obligaciones. La clasificación alude a cinco categorías: normal (0), cuando tiene una calificación de 0 a 8 días de atraso en el pago de su cuota; problemas potenciales (1), cuando posee de 9 a 30 días de atraso en su cuota; deficiente (2) cuando cuenta con 31 a 60 días de atraso en su cuota; dudoso (3) cuando tiene 61 a 120 días de atraso y perdida (4) cuando cuenta de 121 a más (Peralta, 2009).

2.2.5. Definición de términos básicos

Acción: Ejecución de un hecho o efecto que produce un determinado suceso.

Amortización: Hace referencia al reembolso del préstamo, con un proceso de distribución de gasto en determinado tiempo.

Causas emocionales: Conducta improcedente que tiene un deudor, ocasionando molestia e incomodidad al proveedor.

Crédito: referido a la operación financiera que efectúa un individuo al realizar un préstamo a otra persona, con forma de pago a futuro.

Cobranza: Acción enfocada cobrar y recaudar dinero de deudas, denominada cobrador de deudas o agencia de cobros.

Despreocupados: Conducta de un cliente al realizar una acción, es decir persona con poca responsabilidad y escasa diligencia, lo que genera incumplimiento de los objetivos de una organización.

Estrategias: Serie de procesos planificados que conllevan a tomar decisiones acertadas, alcanzando los objetivos de la empresa por medio de cumplimiento de pautas.

Incumplimiento de la obligación: Factores que intervienen ocasionando retraso, por causa de la poca solvencia generada, ocasionando que el deudor no cumpla con sus pagos en las fechas establecidas.

Liquidez: Referido al capital efectivo con el que cuenta la empresa para realizar un desembolso de deudas contraídas, es decir cualidad de los activos para ser transformados en efectivos sin pérdida de valor significativas.

Prevención: Estrategias direccionadas al incumplimiento de pago, que tienen la finalidad de disminuir los riesgos de mora.

Seguros: Es un contrato que tiene como propósito brindar beneficios al asegurado por medio de la póliza de seguro. El cual consiste en transferir los riesgos a una aseguradora que se encargue de indemnizar parte o todo el perjuicio producido en un evento previsto en el contrato.

2.3. Hipótesis

2.3.1. Hipótesis general

Existe relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020.

2.3.2. Hipótesis específicas

- a) Existe relación entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.
- b) Existe relación entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.
- c) Existe relación entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.

2.4. Variables

2.4.1. Definición conceptual

Variable 1: Estrategias de cobranza.

- Dimensión 1: Segmentación de clientes.
- Dimensión 2: Acción motivadora.
- Dimensión 3: Alternativas de pago.

Variable 2: Morosidad.

- Dimensión 1: Tipologías.
- Dimensión 2: Tipo de créditos.

2.4.2. Definición operacional

Tabla 1. Operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL				
	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	RANGOS Y NIVELES	
ESTRATEGIAS DE COBRANZA	Segmentación de clientes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contacto con el cliente. ▪ Diagnóstico. ▪ Seguimiento del cliente. ▪ Capacidad económica. ▪ Negligentes. 	(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo	Malo (5 – 11) Regular (12 – 18) Bueno (19 – 25)	Malo (12 – 27) Regular (28 – 43) Bueno (44 – 60)
	Acción motivadora	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Generación de alternativas. ▪ Cumplimiento del compromiso. ▪ Promociones al cliente. ▪ Reducción de los intereses por mora. 	(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) De acuerdo	Malo (4 – 9) Regular (10 – 15) Bueno (16 – 20)	
	Alternativas de pago	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cobranza por correo electrónico. ▪ Cobranza preventiva. ▪ Facilidades de pago. 	(5) Totalmente de acuerdo	Malo (3 – 6) Regular (7 – 10) Bueno (11 – 15)	
MOROSIDAD	Tipologías	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intencionales. ▪ Fortuitos. ▪ Negligentes. ▪ Circunstanciales. ▪ Despreocupados 		Malo (5 – 11) Regular (12 – 18) Bueno (19 – 25)	Malo (9 – 20) Regular (21 – 32) Bueno (33 – 45)
	Tipo de créditos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consumo. ▪ Hipotecario. ▪ Vehicular. ▪ Microcrédito. 		Malo (4 – 9) Regular (10 – 15) Bueno (16 – 20)	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

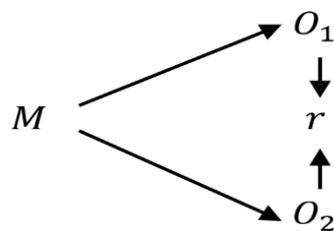
Aplicada, porque el investigador, a través de los conocimientos que adquirió por medio de la teoría, piensa dar una solución de forma práctica a una problemática que conoce (Carrasco, 2019).

3.1.2. Nivel de investigación

Correlacional, porque se mide la relación existente entre variables para conocer el grado de asociación entre ambos, y así analizar su vinculación (Carrasco, 2019).

3.1.3. Diseño de investigación

No experimental de corte transversal, porque no se manipulan ninguna de las variables como estrategias de cobranza y morosidad, asimismo los datos que se recojan serán en un determinado tiempo (Carrasco, 2019).



Dónde:

- M: Muestra.
- O_1 : Estrategias de cobranza.
- O_2 : Morosidad.
- r: Relación.

3.2. Descripción del ámbito de la investigación

Se desarrolla en las instalaciones de Caja Huancayo Sede Pucallpa, ubicado en Jirón Coronel Portillo #630.

3.3. Población y muestra

Corresponde a 29 trabajadores de Caja Huancayo Sede Pucallpa, que serán considerado para la muestra de estudio.

3.4. Técnicas e instrumentos

La encuesta es una técnica, que se usa en investigaciones sociales, para indagar, explorar y recolectar datos, con preguntas que se encuentren bien formuladas para que sean respondidos por la muestra de estudio (Carrasco, 2019).

El cuestionario consiste en la presentación un instrumento ordenado y detallado con preguntas coherentes, con el propósito que sean resueltos (Carrasco, 2019).

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

3.5.1. Validez

Tabla 2. Validez del instrumento

N°	Grado académico	Nombre y apellidos	Dictamen
1	Maestro	Freddy Elar Ferrari Fernández	Excelente
2	Maestro	Luis Enrique Huamani Gabancho	Excelente
3	Maestro	Baldomero León Tafur	Excelente

3.5.2. Confiabilidad

El indicador de alfa de Cronbach arrojó un valor de 0.862, con lo cual, el cuestionario de preguntas es confiable para realizar el análisis descriptivo de los resultados.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

Tabla 3. Plan de recolección de datos

Fuentes	Técnicas	Instrumentos	Agentes
Primaria	Encuesta	Cuestionario	Dirigido a la muestra de estudio.

El recojo de datos se realizó por el cuestionario de preguntas, para ser procesados en el SPSS, y así obtener gráficos y tablas que permitan interpretar los resultados para las variables y dimensiones.

3.7. Aspectos éticos

Se presenta en el anexo una declaratoria de autenticidad de la investigación realizada.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación del resultado de las variables

Tabla 4. Cruzada entre estrategias de cobranza y la morosidad

			VAR2 MOROSIDAD			Total
			Malo	Regular	Bueno	
VAR1 ESTRATEGIAS DE COBRANZA	Malo	Recuento	2	0	0	2
		% dentro de VAR1	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Regular	Recuento	2	14	3	19
		% dentro de VAR1	10,5%	73,7%	15,8%	100,0%
	Bueno	Recuento	0	2	6	8
		% dentro de VAR1	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
Total		Recuento	4	16	9	29
		% dentro de VAR1	13,8%	55,2%	31,0%	100,0%

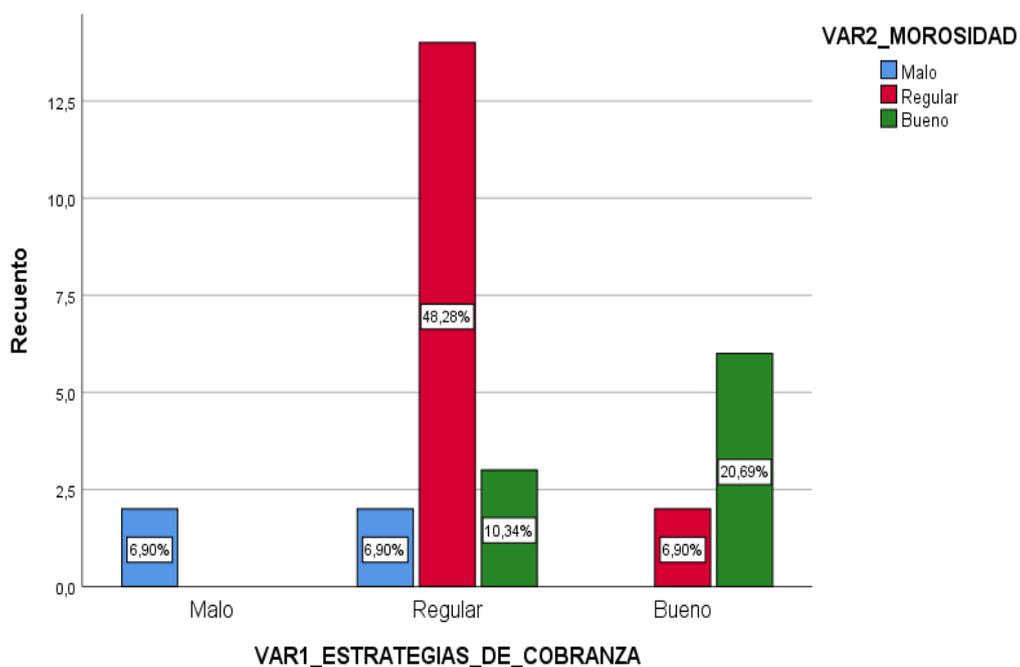


Gráfico 1. Cruzada entre estrategias de cobranza y la morosidad

Los 29 trabajadores de Caja Huancayo Sede Pucallpa encuestados dicen: el 65.52% considera regular las estrategias de cobranza que aplica la empresa, el 27.59% bueno y el 6.9% malo. Asimismo, el 55.18% considera regular la morosidad de sus clientes, el 31.03% bueno y el 13.8% malo.

Tabla 5. Cruzada entre la segmentación de clientes y la morosidad

			VAR2 MOROSIDAD			Total
			Malo	Regular	Bueno	
DIM1 SEGMENTACIÓN DE CLIENTES	Malo	Recuento	2	2	0	4
		% dentro de DIM1	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
	Regular	Recuento	2	12	4	18
		% dentro de DIM1	11,1%	66,7%	22,2%	100,0%
	Bueno	Recuento	0	2	5	7
		% dentro de DIM1	0,0%	28,6%	71,4%	100,0%
Total		Recuento	4	16	9	29
		% dentro de DIM1	13,8%	55,2%	31,0%	100,0%

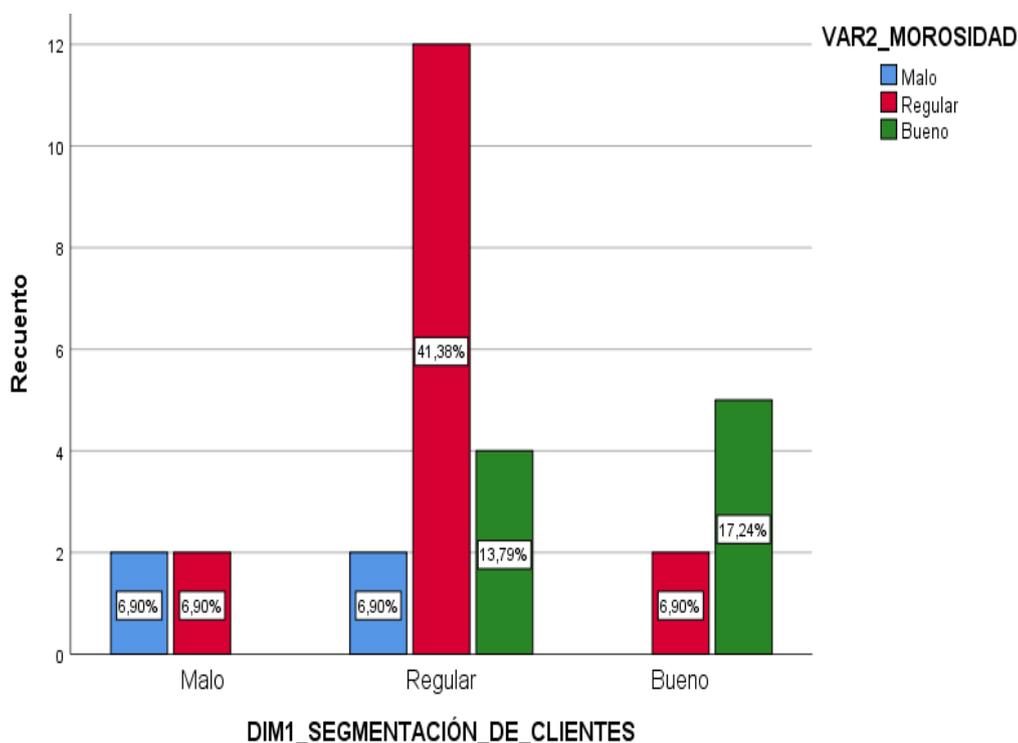


Gráfico 2. Cruzada entre la segmentación de clientes y la morosidad

Los 29 trabajadores de Caja Huancayo Sede Pucallpa encuestados dicen: el 62.07% considera regular la segmentación de clientes que aplica la empresa, el 24.14% bueno y el 13.8% malo. Asimismo, el 55.18% considera regular la morosidad de sus clientes, el 31.03% bueno y el 13.8% malo.

Tabla 6. Cruzada entre la acción motivadora y la morosidad

		VAR2 MOROSIDAD			Total	
		Malo	Regular	Bueno		
DIM2 ACCIÓN MOTIVADORA	Malo	Recuento	2	3	0	5
		% dentro de DIM2	40,0%	60,0%	0,0%	100,0%
	Regular	Recuento	2	12	4	18
		% dentro de DIM2	11,1%	66,7%	22,2%	100,0%
	Bueno	Recuento	0	1	5	6
		% dentro de DIM2	0,0%	16,7%	83,3%	100,0%
Total		Recuento	4	16	9	29
		% dentro de DIM2	13,8%	55,2%	31,0%	100,0%

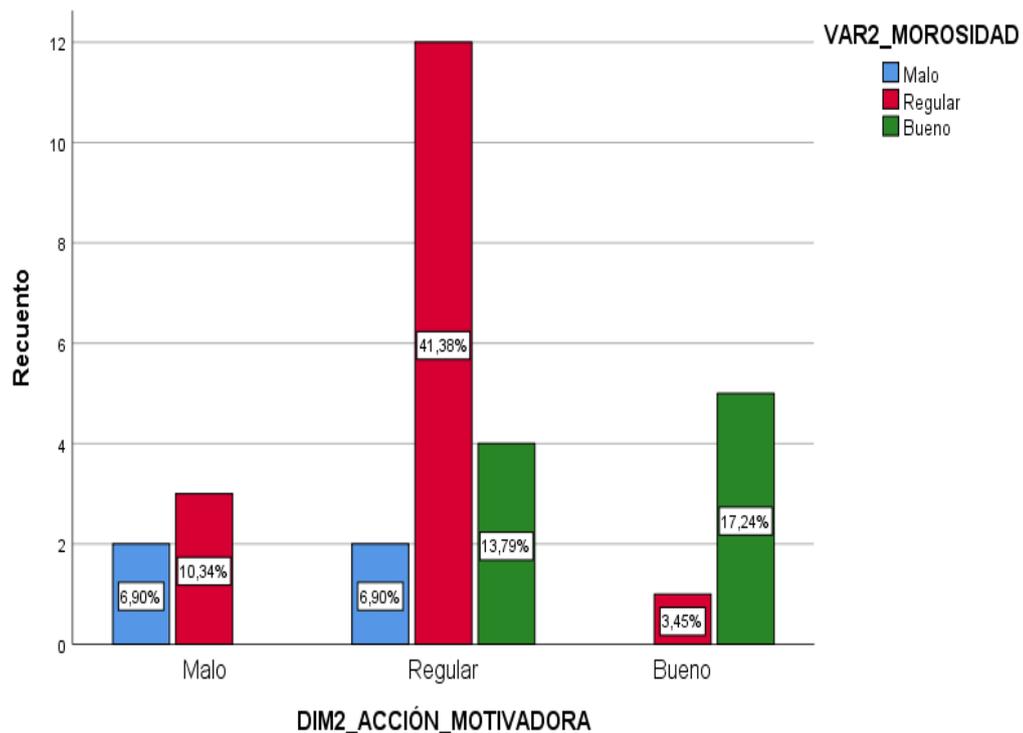


Gráfico 3. Cruzada entre la acción motivadora y la morosidad

Los 29 trabajadores de Caja Huancayo Sede Pucallpa encuestados dicen: el 62,07% considera regular la acción motivadora que aplica la empresa, el 20,69% bueno y el 17,24% malo. Asimismo, el 55,17% considera regular la morosidad de sus clientes, el 31,03% bueno y el 13,8% malo.

Tabla 7. Cruzada entre las alternativas de pago y la morosidad

		VAR2 MOROSIDAD			Total	
		Malo	Regular	Bueno		
DIM3 ALTERNATIVAS DE PAGO	Malo	Recuento	3	0	0	3
		% dentro de DIM3	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Regular	Recuento	1	13	1	15
		% dentro de DIM3	6,7%	86,7%	6,7%	100,0%
	Bueno	Recuento	0	3	8	11
		% dentro de DIM3	0,0%	27,3%	72,7%	100,0%
Total		Recuento	4	16	9	29
		% dentro de DIM3	13,8%	55,2%	31,0%	100,0%

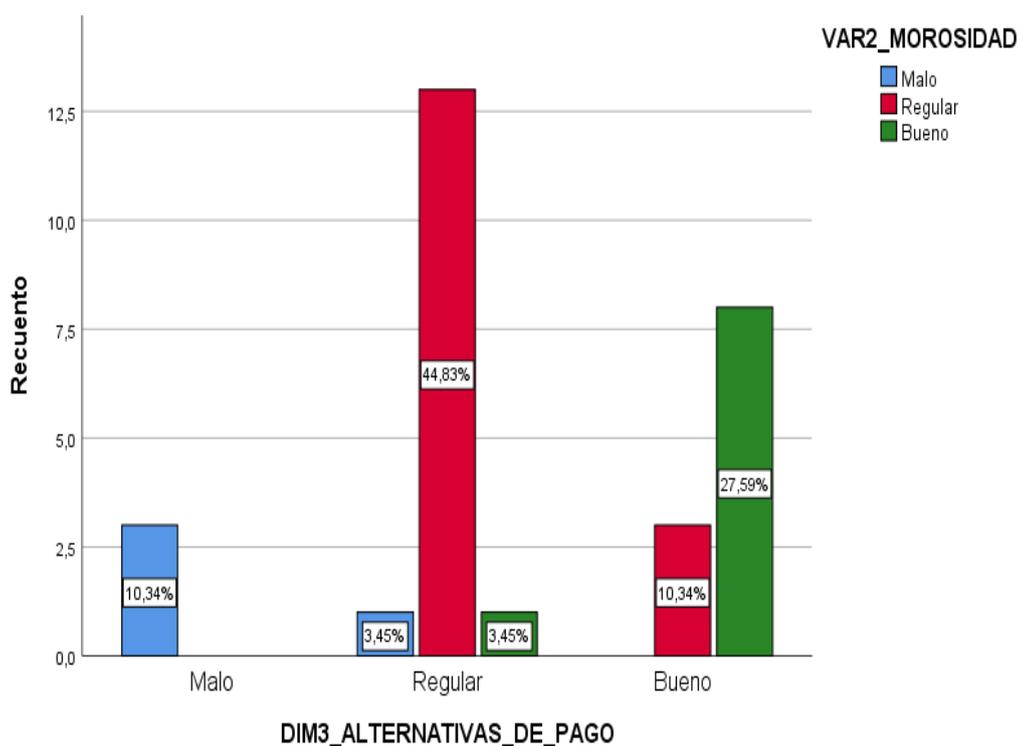


Gráfico 4. Cruzada entre las alternativas de pago y la morosidad

Los 29 trabajadores de Caja Huancayo Sede Pucallpa encuestados dicen: el 51.73% considera regular las alternativas de pago que aplica la empresa, el 37.93% bueno y el 10.34% malo. Asimismo, el 55.17% considera regular la morosidad de sus clientes, el 31.04% bueno y el 13.79% malo.

4.2. Método de consistencia interna Chi Cuadrado/Spearman

Hipótesis general

Ha: Existe relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020.

Ho: No existe relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020.

Tabla 8. Prueba de hipótesis general

		Morosidad
Estrategias de cobranza	Rho de Spearman	0,794**
	Sig. (bilateral) = p	0,000
	N	29

El resultado que se obtuvo en la tabla 8, explica de la existencia de correlación positiva alta ($r_s = 0.794^{**}$) entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020; asimismo el valor de $p = 0.00$ es menor que $\alpha = 0.05$, es decir, rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la alterna.

#01

Ha: Existe relación entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.

Ho: No existe relación entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.

Tabla 9. Prueba para la 1ra hipótesis específica

		Morosidad
Segmentación de clientes	Rho de Spearman	0,669**
	Sig. (bilateral) = p	0,000
	N	29

El resultado que se obtuvo en la tabla 9, explica de la existencia de correlación positiva moderada ($r_s = 0.669^{**}$) entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa; asimismo el valor de $p = 0.00$ es menor que $\alpha = 0.05$, es decir, rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la alterna.

#02

Ha: Existe relación entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.

Ho: No existe relación entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.

Tabla 10. Prueba para la 2da hipótesis específica

		Morosidad
Acción motivadora	Rho de Spearman	0,677**
	Sig. (bilateral) = p	0,000
	N	29

El resultado que se obtuvo en la tabla 10, explica de la existencia de correlación positiva moderada ($r_s = 0.677^{**}$) entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa; asimismo el valor de $p = 0.00$ es menor que $\alpha = 0.05$, es decir, rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la alterna.

#03

Ha: Existe relación entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.

Ho: No existe relación entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.

Tabla 11. Prueba para la 3ra hipótesis específica

		Morosidad
Alternativas de pago	Rho de Spearman	0,676**
	Sig. (bilateral) = p	0,000
	N	29

El resultado que se obtuvo en la tabla 11, explica de la existencia de correlación positiva moderada ($r_s = 0.676^{**}$) entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa; asimismo el valor de $p = 0.00$ es menor que $\alpha = 0.05$, es decir, rechazamos la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de la alterna.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión

De acuerdo a lo apreciado en el análisis estadístico, se demuestra correlación positiva alta de 0.794** según el Rho de Spearman, entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020, coincidiendo este resultado con la investigación de Ramírez (2020) donde manifiesta que A mayor uso de acciones de cobranza como son el análisis de caso, contacto con el cliente, diagnóstico, generación de alternativa, obtención del compromiso de pago, cumplimiento del compromiso de pago y el seguimiento de caso entonces menor será la morosidad en el colegio Adventista Fernando Stahl, por su parte, Rojas (2018) en la investigación que realizó considera que existe una relación inversa significativa entre la estrategia de cobranza y la morosidad de los Usuarios de Agua en la Junta de Usuarios del Distrito de Huarmey, 2018, por último, Barrueto & Cueva (2018) indica que el modelo de estrategias de cobranza formulado se constituyó en un instrumento orientado a la reducción de tasa de morosidad del Impuesto Predial en la Municipalidad Distrital Pueblo Nuevo - Ferreñafe.

5.2. Conclusiones

1. Se concluye que las estrategias de cobranza se correlacionan altamente con la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020, ($r_s = 0.794^{**}$, $\alpha = 0.05 > p = 0.00$)
2. Se concluye que la segmentación de clientes se correlaciona moderadamente con la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, ($r_s = 0.669^{**}$, $\alpha = 0.05 > p = 0.00$)
3. Se concluye que la acción motivadora se correlaciona moderadamente con la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, ($r_s = 0.677^{**}$, $\alpha = 0.05 > p = 0.00$)
4. Se concluye que las alternativas de pago se correlacionan moderadamente con la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, ($r_s = 0.676^{**}$, $\alpha = 0.05 > p = 0.00$)

5.3. Recomendaciones

1. Se recomienda aplicar acciones de cobranza para el cumplimiento de los pagos, por ejemplo: contacto con el cliente, análisis de los casos, diagnóstico y alternativas de pago, entre otros.
2. Se recomienda avisar a los clientes, mediante su correo electrónico, mensaje de texto, WhatsApp y llamadas telefónicas, para informar que su cuota esta por vencerse.
3. Se recomienda premiar a los clientes puntuales con promociones y descuentos, con la finalidad de fidelizarlos.
4. Se recomienda la revisión de las políticas de cobranza, para tener un control adecuado de los créditos financieros que realizan los clientes.

Referencias

- Barrueto, M., & Cueva, G. (2018). *Estrategias de cobranza para reducir la tasa de morosidad del impuesto predial en la Municipalidad Distrital de Pueblo Nuevo – Ferreñafe*. Perú: UCV.
- Carrasco, S. (2019). *Metodología de la investigación científica. Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Perú: Editorial San Marcos.
- Cavero, J. (2020). *Estrategias de cobranza para reducir la morosidad de los clientes de la empresa Comercial Frionorte E.I.R.L, Chiclayo 2019*. Pimentel: USS.
- Coronel, M. (2019). *Diseño de un modelo para la gestión de cobranzas en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle*. Quito: UASB.
- Duemint. (2018). *Estrategias de gestión de cobranza*. Obtenido de <https://blog.duemint.com/estrategias-de-gestion-de-cobranza/>
- Ettinger, R., & Goliet, D. (2010). *La cobranza y sus estrategias*. España: Gestión.
- González, I. (2012). *Morosidad en las entidades financieras*. España: UNIZAR.
- López, T. (2018). *Estrategia para la recuperación de la cartera morosa de ENACALMATAGALPA del periodo 2017-2018*. Nicaragua: UNAN.
- Marzo, C., Wicijo, C., & Rodríguez, L. (2008). *Prevención y cura de la morosidad*. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/UNJFSC/2509/VIKTOR%20LICH%20ROJAS%20JARA%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morales, J., & Morales, A. (2014). *Crédito y cobranza*. México: Grupo Editorial Patria.

- Núñez, D., & Pinedo, A. (2018). *Implementación de estrategias de cobranza para reducir el índice de morosidad de los créditos en la empresa Inversiones y Servicios Horizonte S.A.C. de Trujillo, 2018*. Trujillo: UNP.
- Ortigosa, J. (2011). *Implementación de una metodología de cobranza sistematizada en una empresa de financiamiento*. Guatemala: USAC.
- Peralta, A. (2009). *Las centrales de riesgo y las categorías de riesgo*.
- Predisoft. (2016). *¿Qué es la morosidad bancaria?* Obtenido de <http://predisoft.com/que-es-la-morosidad-bancaria/>
- Ramírez, F. (2020). *Estrategias de cobranza y la morosidad en el Colegio Adventista Fernando Stahl, 2019*. Juliaca: UPEU.
- Rojas, V. (2018). *La estrategia de cobranza y la morosidad de los usuarios de agua en la Junta de Usuarios del Distrito de Huarmey, 2018*. Huacho: UNJFSC.
- Rosas, E. (2010). *La estrategia en la cobranza*. Obtenido de <https://degerencia.com/articulo/la-estrategia-en-la-cobranza/>

ANEXO

Anexo 1. Base de datos

MUESTRA	VARIABLE 1: ESTRATEGIAS DE COBRANZA												VARIABLE 2: MOROSIDAD								
	DIMENSIÓN: SEGMENTACIÓN DE CLIENTES					DIMENSIÓN: ACCIÓN MOTIVADORA				DIMENSIÓN: ALTERNATIVAS DE PAGO											
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	2	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3	3
2	3	3	5	5	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	5	2	4	2	5
3	3	3	2	3	2	4	2	GG	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	4	2	
4	5	3	3	5	4	5	3	4	5	3	5	5	4	3	3	4	5	3	4	5	5
5	3	2	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	3	5	4	4	2	4	2	3	5
6	4	4	2	4	2	4	4	4	2	2	4	4	2	4	3	4	3	3	4	2	2
7	1	1	4	1	5	3	2	3	3	2	2	3	1	4	3	1	3	3	1	1	3
8	4	3	2	3	1	3	3	4	4	2	2	1	3	3	3	1	2	1	2	1	4
9	5	2	3	2	2	4	5	2	4	2	5	5	4	5	4	5	5	3	2	2	4
10	4	3	3	4	3	3	2	4	2	4	4	4	3	3	2	2	2	4	4	4	2
11	3	5	3	3	4	4	3	5	3	5	3	5	4	3	3	5	4	3	5	3	3
12	3	5	2	3	5	5	2	4	3	4	3	3	5	3	4	4	2	5	2	5	2
13	4	2	3	4	3	3	4	3	2	2	2	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4
14	2	4	5	5	1	1	3	5	3	3	2	2	2	2	4	2	5	1	4	5	5
15	2	1	3	3	1	1	4	2	2	3	2	4	4	3	3	2	4	2	2	4	2
16	5	5	5	3	4	3	2	2	4	5	4	3	2	4	3	2	2	5	3	5	3
17	3	4	3	4	2	3	2	2	4	4	3	2	4	2	4	2	4	3	2	2	2
18	3	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	3	1	1	2	3	3	2	3	2
19	4	3	4	4	5	5	5	5	2	2	5	2	4	3	3	5	5	2	2	3	2
20	2	2	4	4	2	2	2	3	4	4	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	3
21	5	4	5	3	4	5	3	4	5	5	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	3
22	5	2	3	4	5	5	3	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	4	2	3	4
23	4	2	4	2	4	2	3	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	2	4
24	2	1	4	5	2	2	4	4	5	5	1	1	3	4	1	3	1	5	2	1	1
25	3	2	1	1	4	1	3	3	1	4	3	3	2	4	3	4	3	1	2	3	2
26	2	3	2	5	3	5	4	3	3	4	2	5	5	5	4	5	5	3	4	2	3
27	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	4	2	3	2	3	4
28	4	3	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	3	4	5	5	5	3	3
29	3	5	2	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	2	4	2	3	2	5	5

Anexo 2. Matriz de consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN						
¿Cuál es la relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020?	Determinar la relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020.	Existe relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa, 2020.	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN APLICADA.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN CORRELACIONAL.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA Corresponde a 29 trabajadores de Caja Huancayo Sede Pucallpa, que serán considerado para la muestra de estudio.</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL DE CORTE TRANSVERSAL</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph LR M --> O1 M --> O2 O1 <--> r O2 </pre> </div>						
a) ¿Cuál es la relación entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa?	a) Determinar la relación entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.	a) Existe relación entre la segmentación de clientes y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.							
b) ¿Cuál es la relación entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa?	b) Determinar la relación entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.	b) Existe relación entre la acción motivadora y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.							
c) ¿Cuál es la relación entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa?	c) Determinar la relación entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.	c) Existe relación entre las alternativas de pago y la morosidad en Caja Huancayo Sede Pucallpa.							
			<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #00a0e3; color: white;">Fuentes</th> <th style="background-color: #00a0e3; color: white;">Técnicas</th> <th style="background-color: #00a0e3; color: white;">Herramientas</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Primaria</td> <td>Encuesta</td> <td>Cuestionario</td> </tr> </tbody> </table>	Fuentes	Técnicas	Herramientas	Primaria	Encuesta	Cuestionario
Fuentes	Técnicas	Herramientas							
Primaria	Encuesta	Cuestionario							

Anexo 3. Cuestionario de preguntas



N° de cuestionario: _____

Fecha: _____

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

PREGUNTAS ESPECÍFICAS

N°	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
VARIABLE 1: ESTRATEGIAS DE COBRANZA						
DIMENSIÓN: SEGMENTACIÓN DE CLIENTES						
PREG 01	¿Qué opina del contacto con el cliente que realiza el personal de Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 02	¿Qué opina del diagnóstico al cliente que realiza el personal de Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 03	¿Qué opina del seguimiento al cliente que realiza el personal de Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 04	¿Qué opina de la capacidad financiera del cliente de Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 05	¿Considera que existen clientes negligentes con los préstamos que proporciona Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
DIMENSIÓN: ACCIÓN MOTIVADORA						
PREG 06	¿Caja Huancayo Sede Pucallpa genera alternativas para el pago de préstamos de sus clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 07	¿Caja Huancayo Sede Pucallpa cumple con sus promesas?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 08	¿Caja Huancayo Sede Pucallpa entrega promociones a sus clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 09	¿Existe facilidades en Caja Huancayo Sede Pucallpa para reducir intereses por mora a sus clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
DIMENSIÓN: ALTERNATIVAS DE PAGO						
PREG 10	¿Qué opina de la cobranza que realiza Caja Huancayo Sede Pucallpa por correo electrónico?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

PREG 11	¿Considera buena idea la cobranza preventiva que realiza Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 12	¿Caja Huancayo Sede Pucallpa entrega facilidades pago a sus clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
VARIABLE 2: MOROSIDAD						
DIMENSIÓN: TIPOLOGÍAS						
PREG 13	¿Existe intencionalidad de los clientes para no cumplir con los préstamos que realiza Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 14	¿Qué opina de los casos fortuitos de los clientes, cuando no pueden cumplir con el pago del préstamo que realiza Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 15	¿Considera que el cliente es negligente con los pagos en los préstamos que realiza Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 16	¿Los raros casos que los clientes demoran en pagar los préstamos que realiza Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 17	¿Considera que el cliente es despreocupado al pagar los préstamos que realiza Caja Huancayo Sede Pucallpa?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
DIMENSIÓN: TIPO DE CRÉDITOS						
PREG 18	¿Qué opina de los préstamos por consumo que realizan los clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 19	¿Qué opina de los préstamos hipotecarios que realizan los clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 20	¿Qué opina de los préstamos vehiculares que realizan los clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PREG 21	¿Qué opina de los microcréditos que realizan los clientes?	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Anexo 4. Documento de validación del instrumento

Anexo 5. Declaración personal de autenticidad y no de plagio

Yo, ALDER GUIOP HUAMÁN identificado con D.N.I. _____, de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES, autor(a) de la tesis titulada: ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y LA MOROSIDAD EN CAJA HUANCAYO SEDE PUCALLPA, 2020.

DECLARO QUE

El tema de tesis es auténtico, siendo resultado de mi trabajo personal, que no se ha copiado, que no se ha utilizado ideas, formulaciones, citas integrales e ilustraciones diversas, sacadas de cualquier tesis, obra, artículo, memoria, etc., (en versión digital o impresa), sin mencionar de forma clara y exacta su origen o autor, tanto en el cuerpo del texto, figuras, cuadros, tablas u otros que tengan derechos de autor.

En este sentido, soy consciente de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, son objeto de sanciones universitarias y/o legales.

Pucallpa, enero de 2021

Alder Guiop Huamán
D.N.I. _____