



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad de primas del canal GSP WORKSITE en Rimac Seguros, 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración

**AUTORAS:**

Meza Vásquez, Julia Yanina (ORCID: 0000-0003-2534-1517)

Ramírez Merino, Mariela Paola (ORCID: 0000-0002-3499-5398)

**ASESORA:**

Dra. Flores Fernández, Mileydi (ORCID: 0000-0002-6257-1795)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LIMA - PERÚ  
2021**

## **Dedicatoria**

*Agradezco primeramente a Dios por todo; luego a mi hermosa madre, Olguita y familia, quienes han confiado en mí y me han brindado un ejemplo de superación, humildad y sacrificio, enseñándome a valorar cada cosa y a seguir luchando por mis metas.*

*Julia Yanina Meza Vásquez*

*A mi hijo, Alessandro, por ser mi fortaleza y mi mayor motivación.*

*A mi esposo, Abel, por su apoyo constante en ayudarme a conseguir mis metas.*

*A mi mamita, en el cielo, por sus eternas enseñanzas.*

*Mariela Paola Ramirez Merino*

## **Agradecimiento**

*Las autoras deseamos brindar agradecimiento a la Universidad Cesar Vallejo por ser nuestra alma máter y en especial a nuestra asesora la Dra. Mileydi Flores por su impulso permanente y aportaciones a esta tesis y desde luego cada una de las personas que nos han brindado su apoyo para concluir con nuestra investigación.*

## Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figuras .....	vi
Resumen.....	viii
Abstract .....	ix
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	16
3.1 Tipo y diseño de investigación .....	18
3.2 Variables, Operacionalización.....	19
3.3 Población .....	20
3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos .....	22
3.5 Procedimientos .....	26
3.6 Método de análisis de datos .....	26
3.7 Aspectos éticos.....	28
IV. RESULTADOS .....	29
V. DISCUSIÓN .....	59
VI. CONCLUSIONES.....	61
VII. RECOMENDACIONES .....	63
REFERENCIAS .....	65
ANEXOS .....	69

## Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de la variable Estrategia de cobranza. ....	20
Tabla 2. Operacionalización de la variable Morosidad .....	20
Tabla 3. Niveles de confiabilidad utilizados en los instrumentos de medición.....	24
Tabla 4. Índice de confiabilidad alfa de Cronbach: Estrategia de cobranza .....	25
Tabla 5. Índice de confiabilidad alfa de Cronbach: variable Morosidad.....	25
Tabla 6. Nivel de Estrategias de Cobranza .....	48
Tabla 7. Nivel de Morosidad.....	49
Tabla 8. Estrategia de cobranza y morosidad. ....	50
Tabla 9. Estrategia de cobranza (agrupada) y gestión de la morosidad. ....	51
Tabla 10. Estrategia de cobranza y herramientas de cobro de deudas. ....	52
Tabla 11. Estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas. ....	53
Tabla 12. Estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros - Coeficiente RHO de Spearman .....	55
Tabla 13. Estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros - Coeficiente RHO de Spearman. ....	56
Tabla 14. Estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros. - Coeficiente RHO de Spearman... ..	57
Tabla 15. Estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros - Coeficiente RHO de Spearman .....	58

## Índice de figuras

Figura 1. Evolución de Morosidad Acumulada .....	4
Figura 2. Tipos de investigación según su nivel o alcance.....	17
Figura 3. Esquematización referida al diseño descriptivo relacional. ....	19
Figura 4. Segmentación por rango etario. ....	29
Figura 5. Segmentación por género. ....	29
Figura 6. Resultado de la sensibilización de los objetivos.....	30
Figura 7. Resultado de la sensibilización de los objetivos.....	30
Figura 8. El uso de los canales de comunicación en la cobranza. ....	31
Figura 9. La comunicación oportuna con los clientes.....	31
Figura 10. Nivel de los OBJETIVOS (Agrupada).....	32
Figura 11. Estableciendo un flujo de procesos eficientes para los pagos. ....	33
Figura 12. Del uso de indicadores en la gestión de cobro de primas retrasadas. ....	33
Figura 13. Política de recobros y cumplimiento de pagos. ....	34
Figura 14. Claridad en la política de recobros y pronto pago. ....	34
Figura 15. Nivel de las POLÍTICAS (Agrupadas) .....	35
Figura 16. Organización del trabajo diario.....	36
Figura 17. La organización y los niveles de productividad. ....	36
Figura 18. Segmentación de la Cartera Morosa.....	37
Figura 19. Segmentación dinámica de clientes. ....	37
Figura 20. Nivel de las MEJORES PRÁCTICAS (Agrupada) .....	38
Figura 21. Planificación oportuna de la cobranza morosa.....	39
Figura 22. Capacitaciones orientadas a la reducción de la morosidad. ....	39
Figura 23. Control de los planes de reducción de la morosidad.....	40
Figura 24. Evaluación periódica de resultados.....	40
Figura 25. Nivel de Gestión de la Morosidad.....	41
Figura 26. Implementación de sistemas de cobranza. ....	42
Figura 27. Sistemas informáticos y su seguridad en la nube. ....	42
Figura 28. Reportes y productividad.....	43
Figura 29. Calidad en los reportes de cobranza.....	43
Figura 30. Nivel de Herramientas de cobro de deudas. ....	44
Figura 31. Análisis periódico de los programas.....	45
Figura 32. Reducción del riesgo por morosidad.....	45

Figura 33. Programas orientados a la reprogramación de deudas.....	46
Figura 34. Reducción de la cartera morosa.....	46
Figura 35. Nivel de Programas de Cobro de deudas. ....	47
Figura 36. Nivel de Estrategias de Cobranza. ....	48
Figura 37. Nivel de Morosidad.....	49
Figura 38. Estrategias de cobranza y morosidad. ....	50
Figura 39. Estrategias de cobranza y gestión de la morosidad. ....	52
Figura 40. Estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas. ....	53
Figura 41. Estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas. ....	54

## Resumen

La presente investigación Estrategias de Cobranza y su Relación con la Morosidad de Primas del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, tiene como finalidad investigar y estudiar a uno de los canales de cobranza de la compañía RIMAC Seguros, el canal GSP Worksite, el cual opera la gestión de cobranza a nivel empresa considerando descuento por planilla con una recaudación mensual. Desarrollando la problemática general, siendo este el principal objetivo, para determinar: ¿Cuál es la relación que existe entre estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros? Los propósitos específicos para desarrollar son: a) Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas, b) Determinar la relación que existe entre la estrategia de cobranza y las herramientas de cobro de deudas de primas, y c) Determinar la relación que existe entre la estrategia de cobranza y los programas de cobro de deudas de primas. La hipótesis general queda demostrada estadísticamente comprobando que si existe relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros en el año 2021.

**Palabras clave: Estrategias de cobranza, morosidad**



## Abstract

The present research Collection Strategies and their Relationship with the Delinquency of Premiums of the GSP Worksite channel in RIMAC Seguros, aims to investigate and study one of the collection channels of the company RIMAC Seguros, the GSP Worksite channel, which operates the collection management at the company level considering payroll discount with a monthly collection. Developing the general problem, being this the main objective, to determine: What is the relationship between collection strategies and premium delinquency of the GSP Worksite channel in RIMAC Seguros? The specific purposes to be developed are: a) To determine the relationship between collection strategies and premium delinquency management, b) To determine the relationship between collection strategy and premium debt collection tools, and c) To determine the relationship between collection strategy and premium debt collection programs. The general hypothesis is statistically demonstrated by proving that there is a relationship between the collection strategy and the premium delinquency of the GSP Worksite channel in RIMAC Seguros in the year 2021.

Keywords: Collection strategies, delinquency, premium delinquency

## I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación nos llevará rápidamente a un viaje en la historia para así ubicarnos en el año 1895, fecha en la cual se inicia por primera vez la actividad aseguradora en el Perú. (Apeseg,17 de enero 2019) Y es que hoy, con un poco más de 125 años en el mercado la primera compañía aseguradora se mantiene aún vigente, consolidada y líder en el mercado asegurador peruano.

Según la SBS y AFP, en el Perú hay 20 compañías de seguros, dándonos a conocer también que RIMAC es la compañía aseguradora que lidera el mercado peruano con un 30.4%. La empresa Pacífico le sigue con 26.39%, en tercer lugar, esta Mapfre con un 13.44 seguida por La Positiva con solo el 11.87%. Las empresas antes mencionadas todas estas empresas agrupan el 82.1% de las ventas.

Lo que da entrada a la curiosidad, de querer saber cómo una compañía con más de 125 años en el mercado se mantiene sostenible y más aún líder en el mercado asegurador. RIMAC Seguros (2020) Memoria Anual 2020, dice:

“Nuestra estrategia de gestión sostenible, se sustenta en el compromiso de generar valor compartido desde la esencia de nuestro negocio: la prevención. Dicha estrategia se alinea de manera orgánica con nuestro propósito como Compañía - “Protegemos tu mundo, impulsamos tu bienestar”, y se evidencia en cada una de nuestras líneas de negocio, a través de diversas iniciativas...” (p.6).

En relación con lo citado, lo que nos dan a conocer es cada una de sus áreas y canales, se encuentran alineadas a las estrategias y propósitos de la compañía, dando a entender que las estrategias aplicadas están brindando los resultados esperados; ahora bien, continuando en sus memorias, RIMAC hace mención a que como compañía mantienen en gestión, procesos judiciales, administrativos y arbitrales; en algunos casos actuando como demandante o demandado, lo que termina precisando como cobranza de primas a deudores morosos, rentas de inmuebles, entre otros, que bien es cierto lo viene manejando su departamento legal. (RIMAC Seguros,2020); lo que nos lleva a una interrogante, ¿qué sucede con aquellos asegurados que incumplen con el compromiso de pago y terminan convirtiéndose en parte de la cartera morosa?, en algunos casos, llegando hasta

una cobranza legal. Lo que nos lleva a realizar la siguiente pregunta: ¿Cuál es la estrategia de cobranza?, o como se define conceptualmente, ¿Cuáles son las gestiones organizadas tempranamente para que las cuentas pendientes de pago en una institución se conviertan en dinero líquido rápida y eficientemente? (Acción International Headquarters, 2008)

Así también, será necesario preguntar ¿cómo va la morosidad?, que según su definición conceptual, es cuando el pago no se realiza antes del vencimiento o al final del “período de gracia” establecido en un préstamo o acuerdo de pago, en el caso de que una deuda se pague en cuotas. La fecha de morosidad es la fecha de vencimiento del pago (Delinquent Debt Collection, 2015).

Dicho de otra manera, según afirma la ILO's Impact Insurance (2021), los asegurados deben tener las facilidades necesarias para cumplir con el pago de sus primas, o es posible que esta misma acción, pueda llevar al rechazo del producto a pesar de saber su valor. Precisa también, que los sistemas de cobranza que trabajan de manera eficiente brindan la seguridad que el asegurado necesita al saber que cuentan con su cobertura, a diferencia de aquel que falla y termina generando una falsa morosidad por no registrar los pagos, logrando en muchos casos romper toda relación entre asegurado y compañía de un día para otro.

Por dicha razón, esta investigación desarrolla como finalidad investigar y analizar a uno de los canales de cobranza de la compañía RIMAC Seguros que es el canal GSP Worksite, el cual maneja una gestión de cobranza a nivel empresa, bajo un proceso de descuento por planilla y con un flujo mensual de recaudo, para así evitar la caída por morosidad desde los 30, 60 y 90 días con posible disolución del contrato.

En relación con todo lo mencionado, la presente investigación plantea a modo de pregunta una problemática general; ¿Cuál es la relación que existe entre estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros?, y de manera más específica el poder determinar: a) ¿Cuál es la relación que existe entre la estrategia de cobranza y la gestión de la morosidad de primas?, b) ¿Cuál es la relación que existe entre la estrategia de cobranza y herramientas

de cobro de deudas de primas?, y c) ¿Cuál es la relación que existe entre la estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas?.

El objetivo o propósito principal de esta tesis, es Evidenciar la relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, para lo cual cumpliremos con los siguientes propósitos en específico: a) Establecer la relación que existe entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas, b) Evidenciar la relación entre la estrategia de cobranza y las herramientas de cobro de deudas de primas, y c) Evidenciar la relación que existe entre la estrategia de cobranza y los programas de cobro de deudas de primas. Para así poder llegar a una hipótesis general que es el comprobar si existe relación entre la estrategia de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite.

La presente indagación se orienta en fundamentar el estudio de la relación de la variable estrategia de cobranza que será medido a través de los objetivos, políticas y las mejores prácticas en la cobranza y de la variable morosidad que será medido a través de la gestión de la morosidad, así como de las herramientas y programas del cobro de deudas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Para Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez (2014, p.164), justificar “es explicar el motivo del estudio, en otras palabras, argumentar las razones por las que se desarrolla la averiguación”. Las razones pueden ser: teórica, práctica, metodológica.

Sobre la justificación teórica, Valderrama (2015), se refiere a la “interrogante que se manifiesta en el investigador por analizar una o varias teorías relacionadas a lo que se pretende explicar” (p.140). En la investigación, a través del conocimiento existente se determinará la relación entre las estrategias de cobranza y la morosidad; lo cual, nos permitirá conocer en qué grado la funcionalidad de las diversas estrategias de cobranza cumpliendo con el descenso de la morosidad para alcanzar los objetivos del del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros.

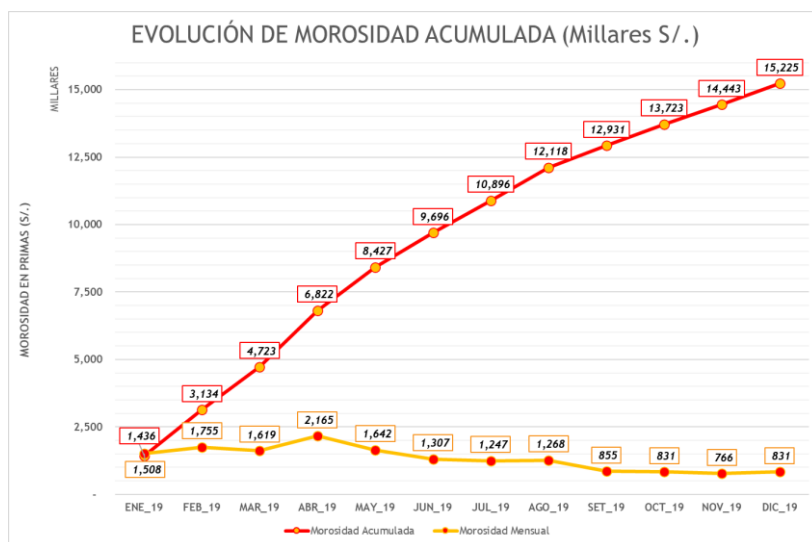
Con respecto a la justificación práctica, para Carrasco (2017), está referida “a solucionar el problema que es materia de estudio, es decir, que el resultado del estudio será utilizado para la resolución del problema práctico presentando” (p.119).

La investigación está orientada a la aplicación de los conocimientos necesarios referidos a las estrategias de cobranza y su relación con la morosidad del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros.

Se desarrolla las estrategias de cobranza, desde la perspectiva de sus objetivos, políticas y mejores prácticas; así como de la probabilidad de ocurrencia de los niveles de morosidad desde una mirada de la gestión de la morosidad, herramientas de cobro de deudas y programas de cobro de deudas; para verificar estadísticamente la relación entre las variables.

Finalmente, la justificación metodológica, para Bernal (2010), es cuando “se propone desarrollar una nueva estrategia o un nuevo método a través del cual se genere conocimiento válido y confiable” (p.107). A partir de la verificación de la relación que existe entre las variables, servirá de base para futuras investigaciones a fin de desarrollar modelos que, intenten dar solución a la alta morosidad con un eficiente desarrollo de las estrategias de cobranza para el cumplimiento de los objetivos del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros.

Figura 1. Evolución de Morosidad Acumulada



Nota. Propia

## II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional Lan y Noroña (2017), en su investigación nos indica, que el estudio realizado tiene como finalidad reducir la morosidad de la compañía llevando a cabo clasificaciones que permitan mejorar la fluidez de la entidad, sin minimizar la categorización de los clientes.

A nivel nacional Valeriano Huamán (2018), en su investigación nos indica “que cuando se evalúa un financiamiento sobre la base de la credibilidad y solvencia de un socio, indica que se espera que la posición financiera del socio sea permanente. Si estas condiciones no son iguales, es posible que se tenga problemas a futuro con su solvencia”.

A nivel local Castillo y Córdova (2017), en su tesis nos menciona a las estrategias de cobranza como procesos que una entidad emplea para probar la cobranza de cuentas vencidas. Entre las estrategias de utilización más comunes se hallan: mandar avisos o cartas en las que se comunique al usuario que su cuenta ya caducó y se le requiere su amortización, realizar llamadas telefónicas o visitas usuario en un designio por alcanzar la liquidación, utilizar una agencia de cobros o comenzar con actos legales contra el usuario”.

Según Jaramillo y Trevejo (2017), en su tesis “Determinantes de la Morosidad en el Sistema Bancario en una Economía Dolarizada: El caso del Perú durante el período 2005 - 2016”, tuvo como finalidad señalar la relación directa entre la Morosidad con el desempleo y las variaciones propias de la economía en que esta se genere.

De acuerdo con Ugalde (2018), nos resume en su tesis que, se confirma positivamente la hipótesis debido a la prueba de Tau-B de Kendall, y se demostró que existe influencia en el proceso de cobranza en la morosidad., Además, la importancia sobre el producto y de crear valor en cada cliente, se busca presentar una alternativa de pago rápida, eficaz y temprana que solucione en primera línea el pago de la prima.

Continuamos con el desarrollando la investigando, siguiendo con el estudio de nuestras variables.

Según Morilla (2018), nos brinda una definición, en donde señala que las estrategias de cobranza enfocan su proceso en enlazar aquellos clientes que se encuentran retrasados en sus obligaciones a través de diversos canales de comunicación como: llamadas, emails, mensajes, cartas, whatsapp; para recordarles el estado de sus créditos, el incumplimiento del pago y brindarles opciones para cumplirlos. Así también, indica que el desarrollo de las estrategias de cobranza es una manera de emplear un conjunto de estrategias de cobro de manera formal, ordenada recaudar el dinero que se otorgó, afirmando que desarrollar de un proceso eficiente de cobro de las deudas causa un efecto positivo relacionado a la economía. Además, señala que un óptimo proceso de cobranza favorece a mejorar la gestión del capital de trabajo que en consecuencia reduce los costos y los recursos. Una estrategia coordinada entre los equipos de trabajo dentro de área permitirá relacionarse con el deudor íntegramente.

Así también, Barboza (2018); señala que es importante definir las estrategias en el transcurso de la gestión de cobranza y así trabajar la deuda de manera efectiva tomando acciones desde el primer día.

Según la Collect RX, el definir las estrategias de cobranza para los clientes morosos permite maximizar ingresos optimizando cada operación, reducir los pendientes de pago. Esto último dará como resultado reducir los costos por la gestión de cobranza (Developing a payor collection strategy, 2017).

Morales y Morales (2014), en su libro *Créditos y Cobranzas* considera que para determinar las estrategias es primordial dividir a los clientes morosos en relación con similitudes de los clientes y de sus cuentas. La antigüedad, el monto, el producto, la geografía, el perfil del cliente o la deuda son un ejemplo de esta segmentación. Esto permitirá definir las estrategias de cobranza apropiadas para un segmento de clientes con parecidas características. En funcionalidad de las particularidades de cada segmento, se definen las estrategias y políticas de cobranza. Siendo las estrategias las formas del como recuperar, las formas de

negociación, los tiempos y la condonación adecuada a la segmentación de la cartera, asegurando así un resultado más preciso para que se cumpla con los pagos.

CCC SAS (2021), nos comparte a través de su portal web, que una estrategia de cobranza establece un estándar referente a como se llevará a cabo la cobranza de cuentas por cobrar. Así también indica, que el desarrollo de esta es una manera de asegurar o aseverar de que las cuentas por cobrar permanecerán bajo control.

El mismo autor señala 4 fases de cobranza: siendo estas,

Fase 1, la Prevención como las acciones para evadir la falta del pago de un cliente, disminuyendo el riesgo de morosidad en las cuentas pendientes de pago y asegurando así lo necesario para enfrentar un incremento de incumplimiento de pagos.

Fase 2, es la Cobranza considerada como las acciones de cobranza en fase temprana y donde se desea continuar la relación de negocio con el cliente y

Fase 3, la Recuperación, como las acciones enfocadas a recuperar morosos con deuda tardía donde la empresa podría culminar la relación con el cliente.

Y por último la

Fase 4, de Extinción como las acciones para registrar contablemente las cuentas pendientes de pago ya canceladas.

Según Gonzales (2017), existen 3 tipos de cobranzas detalladas a continuación como: la cobranza administrativa, la cobranza judicial y la cobranza extrajudicial definida en: Administrativa que es la cartera por vencer y sin ninguna gestión extrajudicial, aquellas vencidas, pero sin gestión anterior Judicial cuando se realiza una gestión a través de documentos.

Para Cardozo (2015), la gestión o administración de cobranza es un proceso de intercambio con clientes, partiendo de revisar su estatus y mantener una oportuna frecuencia de contacto con el cliente buscando presentar opciones de solución óptimas para cada caso con su respectivo registro de las mismas haciendo un seguimiento continuo para controlar el cumplimiento de lo negociado.



Por lo mencionado, destacamos la importancia de las estrategias de cobranza para las empresas. Estando seguras de que la gestión adecuada y temprana de las mismas evitará la pérdida de las primas de los asegurados. Además, del aumento de los grados de morosidad y por tanto en las provisiones que están generando.

Por lo que podríamos decir, que el porcentaje de la recuperación es mayor si se realiza un seguimiento de morosos tempranamente. Insista en aprovechar los datos, los informes y los análisis para comprender su ciclo de ingresos y ofrecer las recomendaciones adecuadas para ayudarle a maximizar sus cobros, según *Developing A Payor Collection Strategy, COLLECT RX*, es por lo que la finalidad de esta investigación se enfocará en fundamentar la relación de la variable estrategias de cobranza que será evidenciada a través de sus dimensiones objetivos, las políticas y las mejores prácticas en la cobranza y de la variable morosidad a través de la gestión, herramientas y programas de cobros de deudas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Según *Collections Policy Definition (2021)*, “el principal objetivo del departamento de cobranzas es cobrar de manera eficiente el pago de las cuentas pendientes de pago y las cuentas vencidas mientras se mantienen relaciones positivas con los clientes”.

Para Van Horne y Wachowicz (2002), la cobranza adecuada o eficaz son aquellas, “en donde las Política de crédito y cobranza optimas nos permiten mayor recuperación con el menor costo”.

Para Molina (2005) la gestión oportuna determina; “La importancia de que la cobranza se desarrolle en el horario y en el día señalado para evitar se incumplan con otros compromisos financieros”.

Según Baena (2014), las políticas de gestión de créditos involucran un equilibrio entre el riesgo y la rentabilidad, mejor dicho, se debería tener en cuenta hasta qué punto la expansión de condiciones de crédito a consumidores marginales compromete los fondos y pone en riesgo nuestra capacidad de costear sus cuentas, en tanto facilita más la comercialización de los productos y mejora sus indicadores.

Para Collections Policy Definition (2021), una **política de cobranza** “es un grupo de pautas que rigen los procedimientos del equipo de cuentas por cobrar y ayuda a crear una estrategia de procedimiento más consistente y sistemática. El propósito de contar con una política de cobranzas es simple: proteger las cuentas por cobrar”.

Para Van Horne y Wachowicz (2002), “las empresas establecen sus políticas generales para la gestión de cobros, considerando una mezcla de procedimientos”.

Así también para Molina (2005), las políticas de recobros son: “las gestiones posteriores para cuando el cobro falla, lo que significara derivar la cuenta a una agencia de cobro, siendo generalmente aquellas cuentas que la empresa dan por pérdidas”.

Teniendo en cuenta todo esto, ¿cuál es la mejor práctica para garantizar que sus cobros sean lo más eficaces posible? Developing A Payor Collection Strategy, COLLECT RX señala 10 de sus **mejores prácticas** para realizarlo entre las que resaltamos: Analizar todas las reclamaciones denegadas, los pagos parciales y los impagos para recuperar los reembolsos adicionales.

Aproveche la tecnología (en medio de una era digitalmente globalizada) para adquirir datos de los sitios web de los pagadores para asegurarse de que puede conciliar todas las cuentas a cero. Identifique, priorice y asigne las cuentas de riesgo antes de que sean rechazadas, pagadas de menos o retrasadas. Esto nos resume brevemente cuán importante es la estrategia de cobranza en la morosidad y como deberíamos aplicarlo al canal GSP Worksite RIMAC.

Según Morales y Morales (2014), la organización “determina cuántas y cuáles son las tareas necesarias para cumplir con el objetivo”.

Para Morales y Morales (2014), la segmentación es una forma de que “las gestiones de la cobranza deben ser direccionadas a clientes con pagos difíciles evaluando la razón del incumplimiento”.

Siguiendo con nuestra investigación, revisaremos el estudio de nuestra variable dependiente, y es que mientras los asegurados sigan viendo el pago de una prima como un gasto y no como una inversión, existirá la morosidad.

De acuerdo con Periche-Delgado, Ramos-Farroñan y Chamolí-Falcón (2020), la morosidad se ha considerado un elemento de gran importancia para el sector financiero, porque está relacionado con la deuda del cliente y con la institución.

Asimismo, Majaski (2019), indica que **la morosidad** se presenta cuando una persona, natural o jurídica, se hace de una obligación incumpliendo con efectuar los pagos de manera oportuna y regular.

Para Castillo (2021), **la morosidad** se define como “la falta de pago de las obligaciones. Se considera que el cliente es moroso cuando excedió considerablemente los plazos y ha sido objeto de todos los procesos ideados por el equipo de Cobranzas, lo que lo constituyó en un caso especial de seguimiento”.

Asimismo, una deuda se convierte en morosa una vez que el pago no se hace en la fecha de vencimiento o al final del "período de gracia" establecido (Delinquent Debt Collection - Capítulo 6, 2015).

Reforzando las tendencias de globalización, las redes sociales han revolucionado en la información disponible para las personas endeudadas. Una rápida búsqueda en Internet permite encontrar foros sobre deudas en los que se comparten consejos y, a veces, estrategias para evitarlas (Collections strategies for the digital age, Deloitte, 2016).

Y son los saldos de los morosos los que se vuelven cada vez más difíciles de cobrar, y a medida que aumentan los días pendientes, disminuyen las posibilidades de cobro (Developing a payor collections strategy, 2015).

Según la Developing a payor collection strategy, COLLECT RX, nos brinda a modo ejemplo, Los sistemas y procesos actuales de cobranza en hospitales tienen un desempeño deficiente, no brindando los resultados esperados. Y que según lo resultado de una encuesta realizada por Black Book a 1,595 consultas médicas,

202 hospitales y 49 sistemas de salud revelan que los métodos actuales para cobrar a los pacientes no están funcionando.

El Código Civil Peruano, Art.1333°, estima que un individuo incurre en mora “desde que el digno le exija, judicial o extrajudicialmente, la consumación de la deuda”. En funcionalidad a lo indicado, en un sentido legal, la mora se establece a partir de que se exige al prestatario la realización del pago respectivo, asimismo, es viable que se ordene por intensión de las partes.

Estas complicaciones involuntarias en la capacidad de pago hacen referencias a las causas involuntarias como una de las razones de la morosidad, las cuales, relacionadas a la carencia de dinero, liquidez o problemas financieros del asegurado, se suman a las restricciones establecidos por el DECRETO SUPREMO N° 010-2014-EF-EL., en donde se refleja cuando no se completa el cargo automático de la prima a consecuencia de que el asegurado ya ha copado el 50% permitido por ley.

Diferente a estos casos encontramos las causas voluntarias donde un cliente se rehúsa a cumplir con su obligación pactada. En estos casos influyen muchas variables sociales y culturales. Además, no hay educación de pago en el deudor. Al fin y al cabo, un periodo de morosidad no favorece la puntuación de crédito. Sin embargo, los bancos se dan cuenta cada vez más de que hoy en día muchas personas tienen experiencia en la gestión de cobros y que no pueden permitirse rechazar a todos esos clientes. En consecuencia, ya no ven a los clientes en situación de cobro como créditos irremediabilmente malos y tienen mayores incentivos para mantener la fidelidad a la marca, de modo que cuando el cliente goce de mejor salud financiera, considerará la posibilidad de volver a ese prestamista (Collections strategies for the digital age, Deloitte, 2016).

La segmentación por tipo de vencimiento de la morosidad puede ser: Mora temprana, dentro de los 30 días y mora tardía entre los 60 y 90 días. Para la investigación hemos tomado como referencia los asegurados que se encuentran entre los 30 primeros días con la finalidad de realizar el pago presentando diferentes opciones y asegurando una relación duradera. Por lo que se tiene que

asegurar la estrategia de cobro de los pagadores que están en marcha. Dadas las tendencias del mercado y es muy recomendable centrar los esfuerzos en el cobro a los morosos recientes.

Según Johanna y Rosa (2017), nos dice, que para lograr una mejor recaudación y lograr una estabilidad financiera, se requiere un personal capacitado, con los conocimientos necesarios para poder analizar y trabajar mediante los métodos y herramientas de recolección o recaudo de datos.

Branchfield (2010), nos permite “comprender la morosidad desde diferentes ámbitos permitiendo un mejor entendimiento del contexto del proceso de esta, presentando una realidad compleja en donde intervienen múltiples condicionantes; requiriendo así una investigación sobre componentes macroeconómicos, microeconómicos, antropológicos, relacionados con la estadística, culturales, financieros, sociólogos, legales y de conducta humana.

Cabe mencionar que en 2020 todas las empresas sufrieron pérdidas económicas en gran medida. Por tanto, las empresas aseguradoras se vieron fuertemente afectadas lo que ocasiono un retroceso en el mercado asegurador con la caída de primas en un 5% con relación al año 2019. Las primas por seguros como accidental y de ahorro se vieron más afectados.

Dicho esto, se podría decir que en el año 2020 se ha enfatizado debido a la crisis ocasionada por la emergencia sanitaria mundial por el virus COVID-19. A la inestabilidad generada por el virus, se sumó la problemática ocasionada por la elección de un nuevo mandatario y los escándalos de corrupción dentro del País.

En conjunto a las normas de confinamiento, cierre de fronteras y las limitaciones para los comercios internos y externos y la muerte de miles de peruanos todo ello ha llevado a una reducción acelerada y marcada de nuestra economía. Generando consigo desempleo, corrupción, inseguridad y altas tasas de morosidad.

Los últimos años han sido turbulentos para los proveedores y los pagadores, y a veces ayuda dar un paso atrás y ver cómo los problemas a los que la mayoría de los proveedores se enfrentan a diario son simplemente un reflejo de algunas

tendencias a nivel macro en la asistencia sanitaria y el reembolso (Developing a payor collection strategy, COLLECT RX, 2015).

Por otro lado, según Brachfield (2009), hace mención “que una vez que la compañía no consiga el recaudo oportuno de sus facturas (por el incumplimiento de sus clientes) no podrá cumplir con sus propias obligaciones de pago y su tesorería colapsará”.

Ingresando al marco de nuestras dimensiones de la morosidad, nos encontramos con:

La **gestión de la morosidad**, en donde Hari, Nara a través del Centre for Empowerment and Development (CED), nos menciona en una de sus publicaciones que para una buena gestión de la morosidad; se requiere una revisión minuciosa de los métodos de financiamiento, los procedimientos operativos y la imagen de la propia institución. Debido a que la morosidad frecuente del resultado de una mala administración de los productos de ofrecidos y de los mecanismos de entrega.

Según Rus (2019), “La dirección de un plan es aquella disciplina con la finalidad de la aplicación de una secuencia de instrucciones, incluidas herramientas o técnicas, en la consecución de un objetivo y que este tenga triunfo.”

Así mismo, Gonzalo & Gomes (2004), hablan sobre el control: “mencionando la necesidad de crear un sistema de evaluación enfocado en la elaboración de una ficha de control y seguimiento de los morosos, fundamentalmente para permitir una correcta evaluación del volumen de la cartera morosa y su seguimiento”.

Según Brachfield (2009), el recupero de los morosos se debería fundamentar en la negociación positiva con el deudor y no en el conflicto o hacer pasar al deudor por el aro. Para lograr cobrar el buen profesional debería usar la psicología, las interrelaciones humanas, la comunicación persuasiva y la negociación positiva.

La experiencia de Enghouse Interactive (2019), una industria prestigiosa dedicada al servicio de **herramientas de cobro** nos indica:

En la industria del cobro de deudas, muchas herramientas automatizadas para el cobro de deudas son ineficientes y no ofrecen una experiencia óptima al cliente, ya que las mismas no proporcionan la funcionalidad adecuada por no estar alineados al objetivo de la compañía, por lo que es necesario utilizar herramientas de cobranza de deudas que ofrezcan mucho más que una opción de autoservicio a fin de no terminar generando desconfianza en los deudores por flujos de autoservicio no omnicanal, la falta de humanización y poco proactivos, lo que termina afectando la recuperación de la deuda.

A través de Urquiza, Galaz & Yamazaki (2016); nos hablan de la cobranza iCloud, y que esta es:

Parte de la cobranza automatizada, en donde nos menciona que existen diferentes herramientas de forma automática. Las cuales funcionan según los prototipos behavioural y collection scoring, relacionados a un modelo de análisis de pronósticos, se desarrolla la categorización de la cartera y implementación dirigida de tácticas de manera mecanizada y constante.

Según Urquiza, Galaz & Yamazaki (2016); también nos hablan acerca de los reportes de cobranza, “brindándonos una relación directa entre el desempeño de cobranza y recuperación y su reporte de indicadores, para lo que es necesario un sistema capaz de generar los indicadores de desempeño de forma constante y automática”.

Según Drozd, Lukasz y Serrano-Padial (2017); el cobro de deudas se debería a que la adopción de la tecnología por parte del sector de los préstamos al consumo se vio reflejada en una evolución parecida en el área del cobro de deudas.... Según el sector, el uso de plataformas de cobro basadas en las tecnologías de la información supuso una importante reducción de los costes de cobro y mejoró la eficacia de este.

Según la Debt Collection Software: The 6 Best Collection Software for Small Business in 2020 | Nav, n.d., el **programa de cobro de deudas** suple a las agencias de cobro en la administración de los pagos de los consumidores sobre facturas vencidas. Más que un sencilla programa de cuentas por cobrar, en verdad

puede mandar recordatorios de pago, dar condiciones de pago a los consumidores y minimizar la proporción de facturas vencidas que tiene. Normalmente, el software o programa de cobro de deudas se integrará con los procesos y las soluciones contables que ya tiene implementado.

S.A.S, T. (2019), nos habla de los programas de garantías; "indicando que el riesgo de otorgar créditos siempre estará latente frente a eventualidades que lleven al cliente a estar en mora, por lo que es necesario proteger los créditos con garantías reales, estableciendo plazos de pago que no superen los 60 días, incluyendo a codeudores o fiadores y en algunos casos, adquirir pólizas que aseguren que el negocio comercial se cumpla de una u otra manera".

Gestión (2019), nos habla acerca de la reprogramación de deudas indicándonos que: "Por el incumplimiento de un deudor se realiza la reprogramación conocida como refinanciar. También, podría ser un deudor con excedentes y capacidad de pago que adelanta una parte del total de su deuda y solo se reprogramaría la diferencia".

Contribuyendo a nuestra investigación la Developing a payor collection strategy, COLLECT RX, también menciona que los procesos anteriores se pueden optimizar utilizando datos y análisis y así poder gestionar las morosidades complejas.



### III. METODOLOGÍA

En la actualidad, debido a las diversas escuelas y modelos investigativos, los métodos de investigación se complementan y con frecuencia se identifican, diferentes métodos tales como: a) inductivo, b) deductivo/lógico, c) inductivo/deductivo, d) hipotético deductivo, e) analítico, f) sintético, g) analítico/metódico, h) histórico-comparativo, y g) cualitativos y cuantitativos. En cuanto al método planteado, hipotético-deductivo, “este procedimiento inicia con la declaración de las hipótesis, para posteriormente a partir de ellas, deducir o inferir los resultados que deben se van a confrontar con la realidad” (Bernal, 2010, p. 60).

En el método investigativo hipotético/deductivo, con el monitoreo de los casos específicos se plantea la pregunta de investigación, que puede hacer referencia para la construcción de un marco teórico mediante el proceso llamado de inducción. Para Bisquerra (como se citó en Valderrama, 2013, p. 97), el ciclo integral de inducción y deducción es lo que en metodología se llama proceso investigativo hipotético-deductivo, el cual “iniciando con la teoría desplegada a través de marco teórico se establece la hipótesis empleando el razonamiento de deducción, para que luego, procurar contrastar y probar empíricamente esta hipótesis”.

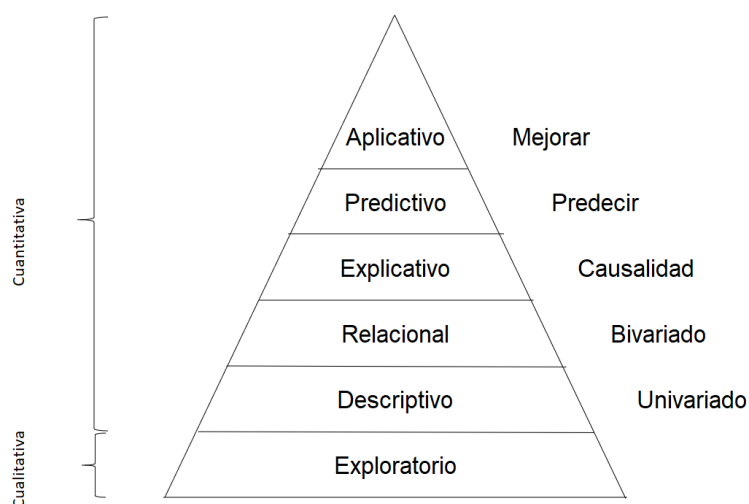
De acuerdo con los tipos de investigación, tenemos: a) según su finalidad; b) según su alcance; c) según su diseño; d) según las fuentes de datos; y, e) según su enfoque.

Asimismo, “el uso de la recaudación de datos para validar la hipótesis, el tratamiento estadístico de los datos recolectados en el cálculo numérico para establecer los criterios de actuación y validar las teorías, es el enfoque cuantitativo” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.4). Por su parte, Velásquez y Rey (2013, p.50), indican en cuanto al enfoque cuantitativo “que el análisis estadístico en distintos niveles de medición requiere disponer de datos soportados en los diferentes tipos de escalas numéricas”. Cabe resaltar que, entre las principales características para estos tipos de estudio según su enfoque, tenemos: a) está enfocado en un número limitado de conceptos definidos como variables, que se determinan mediante un proceso riguroso de definición operacional; b) en la mayor

de los casos se focalizan en supuestos preconcebidos llamados hipótesis; c) para la obtención de los datos se diseñan y elaboran instrumentales altamente estructurados; d) en el tratamiento estadístico de los datos reciben un amplio e importante respaldo; y, e) tanto para el sujeto como el objeto de la investigación se hace una clara definición.

Por otro lado, Valderrama (2019), señala que, según la profundidad o naturaleza de la investigación, el nivel “respecto al problema, hecho o fenómeno a indagar es el grado de conocimiento del cual dispone el investigador”. De igual modo, para alcanzar el desarrollo de la investigación, se emplean estrategias pertinentes en cada uno de los diferentes niveles de investigación (p.42).

Figura 2. Tipos de investigación según su nivel o alcance



Nota. Taxonomía de la investigación científica (Supo, 2016)

En la investigación “La estrategia de cobranza y su relación con la morosidad de primas del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros”, el procedimiento o método que se utilizó está referido al ciclo completo inducción/deducción, el tipo de investigación según el *enfoque es cuantitativo* y según el *nivel o alcance es relación*.

### 3.1 Tipo y diseño de investigación

Carrasco (2017, p.43), explica que basado en el objetivo de la investigación que se ha definido, se podrá precisar el tipo de investigación según su finalidad; “se definen como tipos de investigación: a) básica; b) aplicada; c) sustantiva; y, d) tecnológica”.

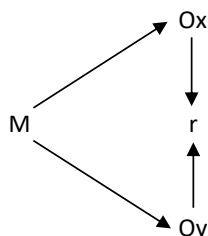
Para realizar investigaciones aplicadas es relevante recurrir a los enfoques de las teorías administrativas que ya existen, que son desarrolladas por la investigación de tipo básica y sustantiva. En la investigación aplicada, se examina para proceder, cambiar, modificar o causar cambios en determinados sectores de la realidad; es decir, se identifica por presentar propósitos prácticos inmediatos bien establecidos.

Según Hernández y Mendoza (2018), el investigador deberá desarrollar o elegir un diseño específico para la investigación, tomando en cuenta su intención de dar respuesta al planteamiento del problema para satisfacer los objetivos de estudio. “Al establecer y formular las hipótesis de investigación, se utiliza los diseños para someterlas a contrastación en un contexto en particular” (p.150).

También señalan que, los tipos de investigación según su diseño cuantitativo se clasifican experimentales y no experimentales. Sobre la investigación de diseño no experimental tenemos los diseños transaccionales o transversales, así como los diseños longitudinales o evolutivos. En las investigaciones de diseños transaccionales llamados también transversales, se registran los datos observados en un único momento del tiempo. En cuanto a las investigaciones de diseño longitudinal o evolutivo, recopilan los datos observados en puntos diferentes de la línea de tiempo, para arribar a conclusiones sobre la evolución, causas y efectos. Asimismo, las investigaciones de diseño descriptivo se orientan a detallar los rasgos, características y propiedades relevantes de los diversos fenómenos analizados; en este caso apuntan a las tendencias tanto de la población como del grupo. Finalmente, en las investigaciones de diseño descriptivo relacional, están enfocadas en la asociación de variables con un patrón predecible para la población o grupo.

En la Figura 3, se desarrolla el esquema del diseño no experimental, descriptivo relacional:

Figura 3. Esquematación referida al diseño descriptivo relacional.



Nota. Metodología de la investigación (Hernández y Mendoza, 2018)

Considerar:

M: la muestra de investigación

Ox: variable observada estrategia de cobranza

Oy: variable observada morosidad

r: relación

El enfoque de la investigación es aplicado y en referencia al diseño la clasificación es no experimental, de corte transaccional o transversal, así como descriptivo relacional.

### 3.2 Variables, Operacionalización

Estrategias de cobranza (definición operacional)

La tesis está fundamentada en el análisis de la variable estrategias de cobranza, que cuantificará la posibilidad de ocurrencia sobre cada una de las categorías definidas en los objetivos, políticas y mejores prácticas. En la tabla 1, se muestra la matriz de operacionalización de la variable estrategias de cobranza.

Morosidad (definición operacional)

La tesis está fundamentada en el análisis de la variable morosidad, que cuantificará la posibilidad de ocurrencia sobre cada una de las categorías definidas en la gestión de la morosidad, herramientas de cobro de deudas y programas de cobro de

deudas. En la tabla 2, se muestra la matriz de operacionalización de la variable morosidad.

*Tabla 1. Operacionalización de la variable Estrategia de cobranza.*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	RANGO	ESCALA
Estrategia de cobranza	Objetivos	Adecuada o eficaz	1 al 4	Cuestionario con escala de valores LIKERT	EFICIENTE	Siempre (5)
		Oportuna				Casi siempre (4)
	Políticas	Política de cobros	5 al 8		MEDIANAMENTE EFICIENTE	A veces (3)
		Política de recobros			DEFICIENTE	Casi nunca (2)
	Mejores prácticas	Organización	9 al 12			Nunca (1)
		Segmentación				

*Tabla 2. Operacionalización de la variable Morosidad*

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	INSTRUMENTO	RANGO	ESCALA
Morosidad	Gestión de la morosidad	Dirección	1 al 4	Cuestionario con escala de valores LIKERT	ALTA	Siempre (5)
		Control				Casi siempre (4)
	Herramientas de cobro de deudas	Cobranza e-cloud	5 al 8		REGULAR	A veces (3)
		Reporte de cobranza			BAJA	Casi nunca (2)
	Programas de cobro de deudas	Programa de garantías	9 al 12			Nunca (1)
		Reprogramación de deudas				

### 3.3 Población

Quezada (2010, p.95), define “grupo de personas, objetos, animales o cosas que poseen la información sobre el problema o suceso que se estudia”. Muestra un registro completo de actividades, tales como los: sujetos, objetos, fenómenos o datos, con algunos elementos similares. Muestra la reunión de todos los elementos del cual se puede seleccionar una muestra representativa para realizar la investigación científica.

Asimismo, está conformada por la colección de los elementos que integran al grupo bajo análisis, por lo tanto, está referido a cada uno de los elementos que forman parte de la investigación. El objetivo o propósito principal de la investigación y no

rigurosamente la ubicación o límites geográficos, u otras particulares características o delimitaciones propias de ella, definen la población.

Para el estudio desarrollado, la población está constituida por los trabajadores del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, es decir:

$$N = 60 \text{ trabajadores}$$

### Muestra

Córdova (2013), sobre la muestra refiere “porción de la población elegida mediante alguna de las técnicas de muestreo, técnica probabilística o técnica no probabilística, determinada con la finalidad de analizar característica bajo estudio para luego inferir los resultados a la población”.

En la determinación del tamaño muestral, de poblaciones finitas con variable cualitativa, la fórmula utilizada es:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Considerar:

n: tamaño muestral

N: tamaño poblacional

$\sigma$ : desviación estándar poblacional

Z: corresponde al valor de la distribución normal o distribución de gauss, puede tomar los valores Z (cuando  $\alpha=0.05$ ) = 1.96 y Z (cuando  $\alpha=0.01$ ) = 2.58

e: límite aceptable para el error muestral

Al reemplazar los valores:

$$n = \frac{1.96^2 * 60 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 (60 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n \approx 52 \text{ trabajadores}$$

El valor determinado, nos indica que debemos encuestar a 52 trabajadores del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros.

### 3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos

Sobre el tipo de investigación según su enfoque cuantitativo, la recopilación de los datos es comparable a realizar la medición de la variable; Hernández y Mendoza (2018), señalan que “la recolección de datos supone: a) la selección de los métodos o instrumentos disponibles, adaptarlo (s) o prepararlo (s), lo cual está en función de la orientación del enfoque del estudio, así como también de la formulación de la pregunta de investigación y de la amplitud del estudio; b) ejecutar la técnica de la encuesta a través de la aplicación del (de los) instrumento (s) diseñados para la investigación, y c) se debe preparar los datos recolectados a través de las mediciones realizadas para analizarlos apropiadamente” (p.270).

Valderrama (2015), nos señala que las técnicas de recopilación de los datos “son los diferentes modos o procedimientos para el levantamiento de la información” (p.194); entre los cuales tenemos:

- a) Fuentes: documentales o primarias
  - La observación implica el registro de forma sistemática, válida y veraz o confiable de los diferentes comportamientos, así como condiciones observables de un grupo de dimensiones y sus constructos o indicadores.
  - Los cuestionarios para la medición del nivel de información y escala de actitud a través de la cual podemos otorgar un valor cuantificable a lo que solo se podía medir cualitativamente.
- b) Fuentes, búsquedas o informaciones secundarias
  - Bibliotecas físicas o virtuales: en las que se encontrarán las fichas bibliográficas.
  - Tesis: de los cuales se obtiene datos numéricos y estadísticos.
  - Hemerotecas: en las cuales encontraremos revistas científicas y diarios.

Sobre el instrumento de recolección de los datos, Hernández y Mendoza (2018, p.197), podemos mencionar:

a) Cuestionarios

Basa en preguntas de tipo abiertas o cerradas. De otra parte, los ámbitos de aplicación son: auto entrevistas personal también llamado administrado, vía telefónica o con el uso de formularios por internet.

b) Escalas de medición de actitudes

Es un instrumento que permite asigna un valor cuantificable a lo que solo se podía medir cualitativamente, se pueden realizar a través del escalamiento tipo Likert. También se puede usar el diferencial semántico o escalograma de Guttman.

c) Otros instrumentos

Podemos mencionar el análisis de contenido cuantitativo o content analysis, la observación, los inventarios o pruebas estandarizas, las fuentes de búsqueda de datos secundarios (recopilados por otros científicos).

Hernández y Mendoza (2018), mencionan que el cuestionario “es un grupo de preguntas relativo a una o más variables a medir; y, probablemente es el instrumento más utilizado para la recolección de datos” (p.217). En cuanto al escalamiento de tipo Likert está referido al grupo de ítems que se muestran en forma de afirmaciones para la medición de la reacción del individuo, pudiendo presentare en diferentes categorías: tres, cinco o siete (p.245).

Asimismo, de acuerdo con Valderrama (2015), los instrumentos “son empleados por los investigadores para la recolección y almacenamiento de la información como medios materiales” (p.194). Por lo tanto, se deben seleccionar convenientemente los instrumentos que se aplicarán para la medición de las variables del estudio, variable independiente y dependiente. Pueden ser formatos impresos o formularios virtuales, pruebas de conocimientos, así como escalas de actitudes con escalamiento Likert, semántico y de Guttman; o también se puede considerar: listas de chequeo, inventarios, cuadernos de campo, fichas de datos para seguridad (FDS), entre otros.



Para la tesis propuesta, se utilizó como técnica la encuesta y como instrumento aplicado el cuestionario.

Mediante el juicio de expertos, se realizó, la validez del instrumento de medición, para lo cual se desglosó el marco teórico en dimensiones, constructos o indicadores, y también se estableció el sistema de evaluación en base al objetivo planteado en la investigación, asegurando la medición de lo que realmente se desea medir en el estudio.

Para el criterio de confiabilidad del instrumento aplicable a ciertos rangos de valores posibles, se usa luego para determinar la confiabilidad de la escala donde la configuración o elemento tiene tres opciones, seleccionar o más como respuesta. Esto ha sido verificado por el coeficiente alfa de Cronbach. Esto requiere una gestión única del dispositivo y produce valores de cero y uno. La ecuación matemática calcula el grado de consistencia y precisión; la escala de valores que evalúa la confiabilidad está dada por la escala de valores:

*Tabla 3. Niveles de confiabilidad utilizados en los instrumentos de medición.*

Alta confiabilidad	0.90 a 1
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.89
Moderada confiabilidad	0.50 a 0.75
Baja confiabilidad	0.01 a 0.49
No es confiable	-1 a 0

Para la medición del índice de confiabilidad mediante el alfa de Cronbach, se utilizó la fórmula:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

Considerando:

$\alpha$  = índice de confiabilidad alfa de Cronbach

k = Cantidad de constructos o número de ítems

Si 2 = Varianza para cada uno de los ítems

ST 2 = Varianza total.

Se llevó a cabo la prueba, utilizando el estadígrafo llamado, índice de confiabilidad alfa de Cronbach, el análisis se determinó mediante el software estadístico SPSS v26.0.

Los resultados obtenidos con el SPSS v26.0 mediante el alfa de Cronbach para cada uno de los cuestionarios diseñados, se representan en las Tablas 5 y 6:

*Tabla 4. Índice de confiabilidad alfa de Cronbach: Estrategia de cobranza*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.900	0.897	12

Para la variable estrategia de cobranza, dado que, al aplicar la prueba estadística alfa de Cronbach, para la determinación del valor de la confiabilidad fue 0.900, concluimos para el instrumento diseñado, que la consistencia interna tiene alta o fuerte confiabilidad, lo cual significa que, el instrumento utilizado para la recopilación de la información en la tesis realiza valoraciones estables y consistentes.

*Tabla 5. Índice de confiabilidad alfa de Cronbach: variable Morosidad*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
0.900	0.898	12

Para la variable morosidad, dado que, al aplicar la prueba estadística alfa de Cronbach, para la determinación del valor de la confiabilidad fue 0.900, concluimos para el instrumento diseñado, que la consistencia interna tiene alta o fuerte confiabilidad, lo cual significa que, el instrumento utilizado para la recopilación de la información en la tesis realiza valoraciones estables y consistentes.

### 3.5 Procedimientos

Para el análisis de los datos, toda investigación requiere el empleo de las dos fases de la técnica estadística. La primera fase, denominada Estadística descriptiva, que tiene como propósito de cuantificar la probabilidad de ocurrencia de cada una de las categorías definidas de las variables en evaluación. Tanto para las variables, así como para las dimensiones, los datos son tabulados en arreglos matriciales (tablas), en las que se especifican los valores de los estadísticos descriptivos. La segunda fase de la técnica estadística que se emplea en las investigaciones corresponde a la Inferencia estadística.

### 3.6 Método de análisis de datos

Como lo hemos mencionado una de las etapas más relevantes de la toda investigación de enfoque cuantitativo, “supone el tratamiento, análisis y comprensión mediante la interpretación de los resultados obtenidos a partir de los datos recopilados con el instrumento diseñado para tal fin, recurriendo a la técnica estadística en sus dos fases: descriptiva; y, inferencial” (Ñaupas et al., 2014, p. 254).

Para Valderrama (2015, p.229), después de haber recopilado los datos, se requiere “realizar el análisis estadístico de los mismos con el fin de dar respuesta a la pregunta planteada en el problema de investigación y, de corresponder, dar la aceptación o rechazo de las hipótesis de investigación”. Si las variables son de tipo cualitativo o categóricos, el análisis estadístico deberá considerar:

a) Fase 1: estadística descriptiva

Una pertinente interpretación de resultados requiere el uso de:

- Tabla o matriz de frecuencias.  
En las cuales se mostrará tanto las frecuencias absolutas como las acumuladas, así como las respectivas frecuencias expresadas porcentualmente y acumuladas.
- Tabla o matriz de contingencia.  
Son apropiadas para describir de manera conjunta varias variables, dos o más, al calcular la frecuencias relativas o porcentuales a partir de las frecuencias calculadas u observadas.
- Gráficos.  
Son utilizados principalmente los diagramas de barras, que permite representar variables de tipo: cualitativos y cuantitativos discretos. Sobre el eje X (de las abscisas) se representa los datos recopilados de las variables; y, en el eje Y (de las ordenadas) las frecuencias relativas y absolutas tanto acumuladas como porcentualmente.

b) Fase 2: Inferencia estadística

En este caso, se hizo uso del estadístico:

- Coeficiente de asociación rho de Spearman.  
Para la medición del grado de asociación entre dos variables de tipo cualitativo, al menos una de las variables debe ser de escala ordinal.

La estadística descriptiva “tiene como objetivo esencial, el procesamiento, resumen y análisis de un grupo de datos obtenidos de las variables definidas en el estudio” (Ñaupas et al., 2014, p. 254). Define una colección de medidas estadísticas o estadígrafos, los cuales permiten comprender la dimensión de las variables definidas en la investigación. También refieren que la inferencia estadística “apoya al investigador a determinar numéricamente la significatividad en los resultados”. Para determinar si las probables diferencias en los grupos de datos son reales o son resultado del azar, permite la comparación de dichos grupos. Del mismo modo, procura inferir, generalizando las características observadas en la muestra a la población de estudio; para lo cual se respalda en diversos de procedimientos y en la ciencia estadística, empleando: la significancia estadística, toma de decisiones entre los grupos de datos, pruebas estadísticas paramétricas (cuya muestra

proviene de una población con distribución normal) y no paramétricas (en las que las muestra no provienen de población con distribución normal), entre otros.

Por otro lado, para Hernández et al. (2010, p.305), frecuentemente “el sentido de la investigación trasciende la simple descripción de distribuciones de las variables de estudio: se procura poner a prueba las hipótesis para la generalización de los resultados y hallazgos resultados en la muestra a la población”. Algunas precisiones sobre los datos: muchas veces se recopilan de una muestra y los resultados estadísticos denominados estadígrafos; medidas estadísticas como la media o la desviación estándar de la distribución de la muestra se definen como estadígrafos. En cuanto, a las estadísticas referidas a la población se les define como parámetros que no son calculados, porque no se recopilan datos de toda la población, sino que pueden ser inferidos de los estadígrafos, de donde proviene la denominación de inferencia estadística.

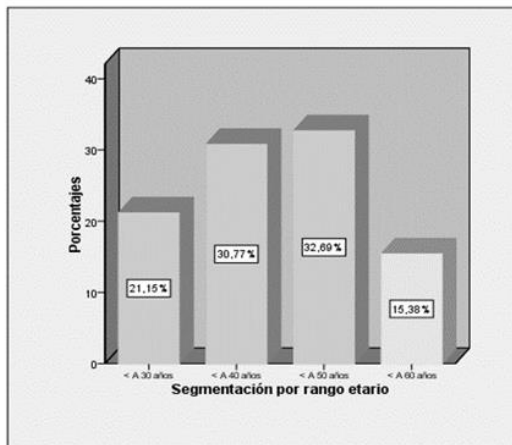
### 3.7 Aspectos éticos

Nuestro compromiso se orienta por el respeto al derecho de los autores de los recursos utilizados en la investigación, la veracidad de resultados a los cuales hemos arribado, la pertinencia de los datos recolectados a través de las encuestas que permiten mantener en reserva la identidad de los trabajadores de la empresa quienes han participado en este trabajo.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Características de la muestra.

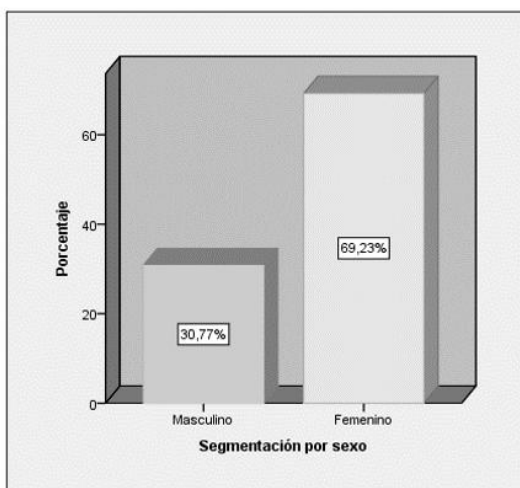
Figura 4. Segmentación por rango etario.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26.

En la figura 4 respecto a la distribución porcentual de los participantes en la presente investigación según rango etario. Así también se observa que el 32.69% (17) de los participantes se encuentran en un rango de >40 y < 50 años.

Figura 5. Segmentación por género.



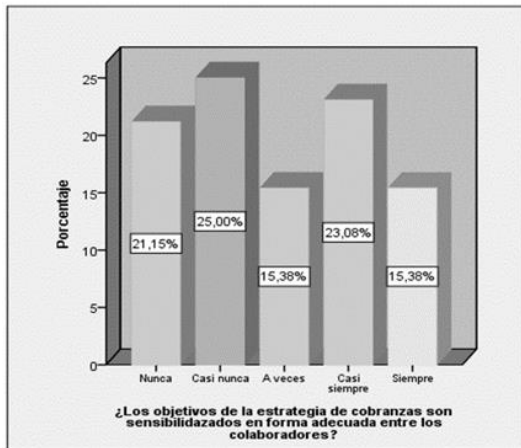
Nota. Tomado de los resultados del SPSS26.

En la figura 5 respecto a la muestra según el género de los participantes en la presente investigación. Donde se obtuvo como resultado que un 69.23% (36) de participantes corresponden al sexo femenino.

## 4.2 Estrategias de cobranza - Variable independiente

### A. Dimensión: Objetivos

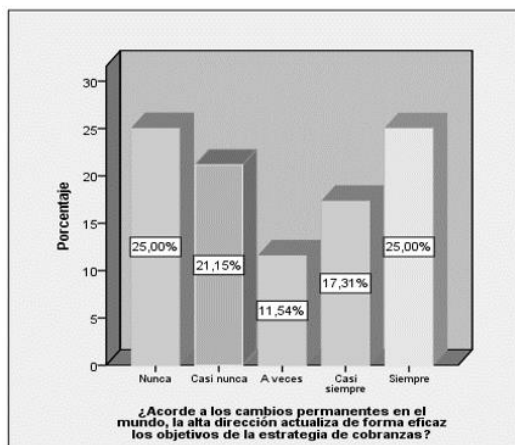
Figura 6. Resultado de la sensibilización de los objetivos.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26.

En la figura 6 respecto a la respuesta de la primera pregunta de la dimensión objetivos de cobranza. La distribución porcentual de los participantes presenta que el 61.5% (32) de los participantes manifiestan los objetivos NO son sensibilizados correctamente dentro de la estrategia de cobranza.

Figura 7. Resultado de la sensibilización de los objetivos.

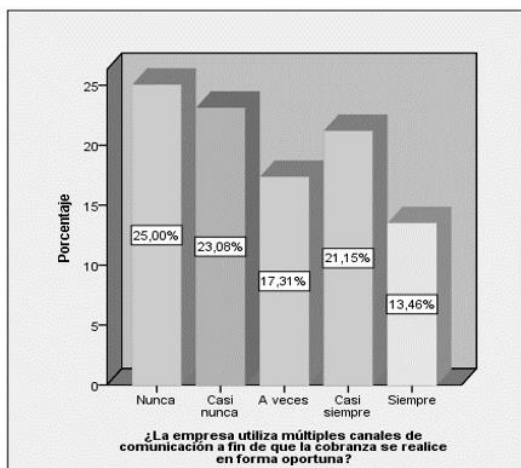


Nota. Tomado de los resultados del SPSS26.

En la figura 7 respecto a la respuesta de la segunda pregunta de la dimensión objetivos de cobranza. La distribución porcentual de los participantes en la presente investigación presentó que el 57.7% (30) de los participantes manifiestan que no se

actualiza de forma efectiva los objetivos de la estrategia ante los cambios permanentes en el mundo.

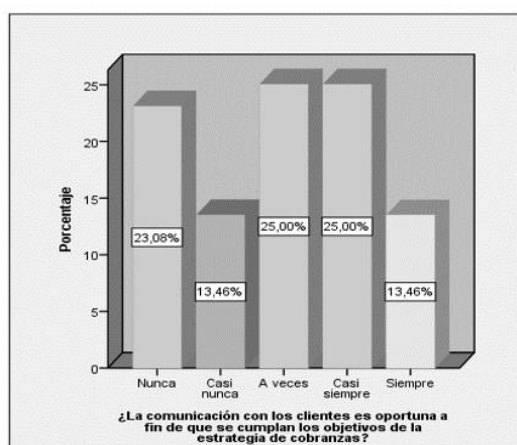
Figura 8. El uso de los canales de comunicación en la cobranza.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26.

En la figura 8 respecto a la respuesta de la tercera pregunta de la dimensión objetivos de cobranzas. La distribución porcentual de los participantes en la presente investigación presentó que el 65.4% (34) de los encuestados consideraran que la empresa no utiliza múltiples canales a fin de comunicar la estrategia para la cobranza oportuna.

Figura 9. La comunicación oportuna con los clientes.



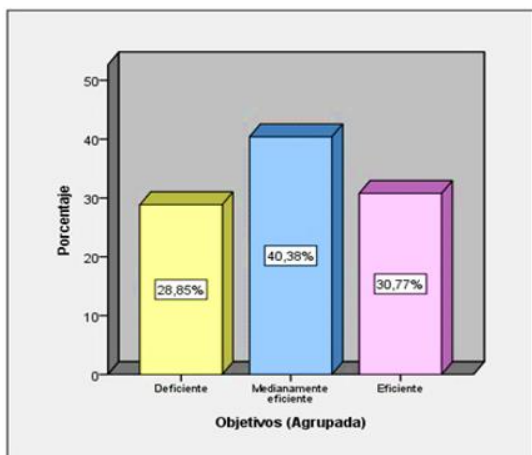
Nota. Tomado de los resultados del SPSS26.

En la figura 9 respecto a la respuesta de la cuarta pregunta de la dimensión objetivos de cobranza. La distribución porcentual de los participantes en la presente



investigación presentó que el 61.5% (32) de los encuestados manifiestan que la comunicación con los clientes no es oportuna, lo que genera el incumplimiento de los objetivos de la estrategia de cobranzas.

Figura 10. Nivel de los OBJETIVOS (Agrupada)



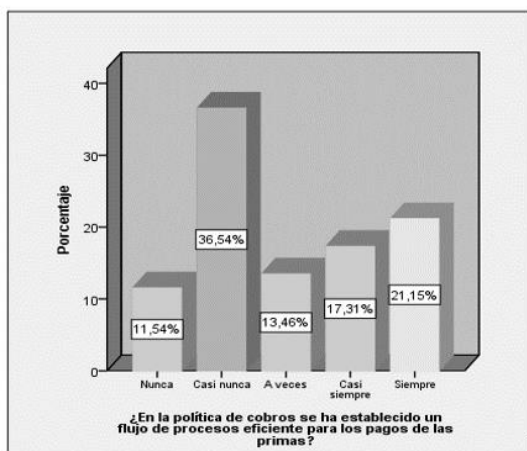
Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 10 se grafican los niveles de objetivos de la estrategia de cobranzas. Se visualiza que el 40,4% (21) de los participantes manifiestan los Objetivos de la cobranza como medianamente eficiente, el 28,8% (15) como deficiente y el 30,8% (16) como eficiente.

Considerando la tendencia negativa, se puede aceptar, que el 69,2% (36) de los participantes manifiestan que los objetivos de la estrategia de cobranza no son eficientes, aunque en diferente grado.

## B. Dimensión: Políticas

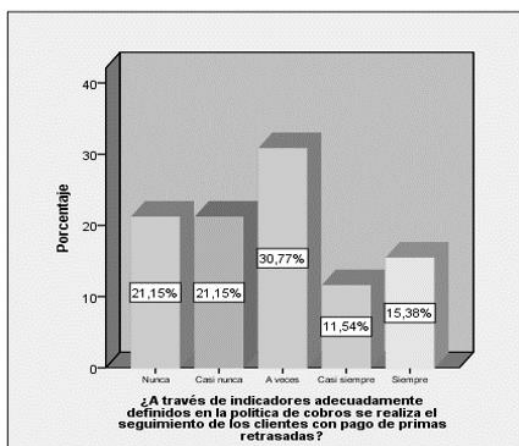
Figura 11. Estableciendo un flujo de procesos eficientes para los pagos.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26.

En la figura 11 respecto a la respuesta de la quinta pregunta de la dimensión políticas de cobranza. La distribución porcentual de los participantes en la presente investigación presentó que el 61.5% (32) de los encuestados confirman que no se ha establecido un flujo de procesos eficiente para el pago de las primas.

Figura 12. Del uso de indicadores en la gestión de cobro de primas retrasadas.

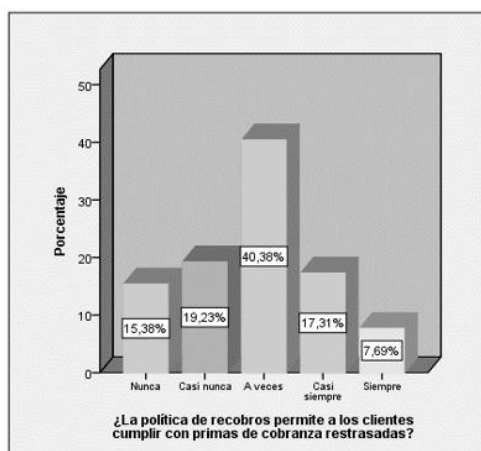


Nota. Tomado de los resultados del SPSS26.

En la figura 12 respecto a la respuesta de la sexta pregunta de la dimensión políticas de cobranza. La distribución porcentual de los participantes presentó que el 73.1% (38) de los participantes manifiestan que los indicadores no están

definidos adecuadamente para realizar el seguimiento de los clientes con primas morosas.

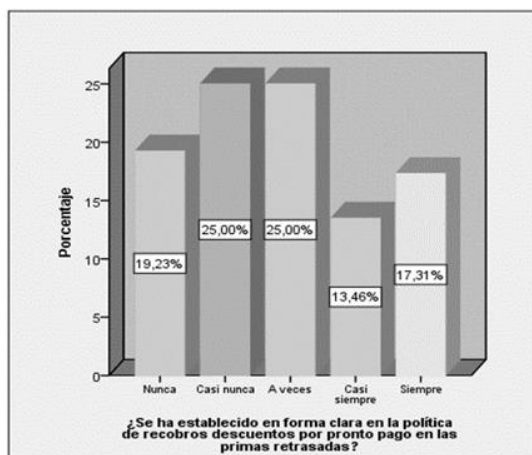
Figura 13. Política de recobros y cumplimiento de pagos.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 13 respecto a la respuesta de la séptima pregunta de la dimensión política de cobranzas. La distribución porcentual de los participantes presento que un 75.0% (38) de los participantes manifiestan que la política de recobros no permite el cumplimiento de pago de primas retrasadas a los clientes.

Figura 14. Claridad en la política de recobros y pronto pago.

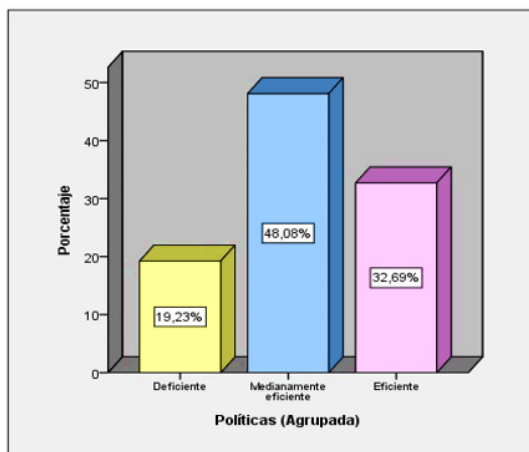


Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 14 respecto a la respuesta de la octava pregunta de la dimensión política de cobranzas. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 69.2% (36) de los encuestados consideraran que no se ha establecido en forma

clara dentro de la política de recobros algún descuento o beneficio al recupero de primas morosas.

Figura 15. Nivel de las POLÍTICAS (Agrupadas)



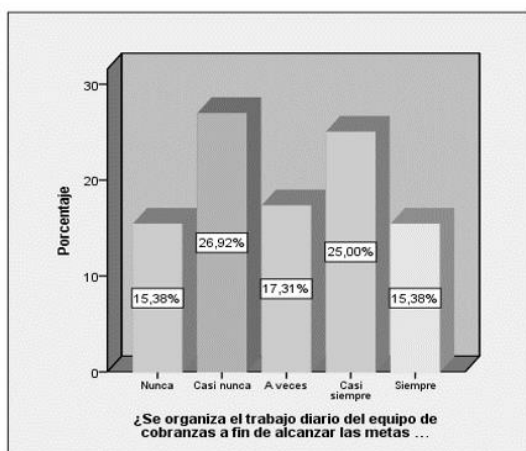
Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 15, se grafican los niveles de políticas de la estrategia de cobranzas. Se visualiza que el 48,1% (25) de los participantes manifiestan las Políticas de la cobranza como medianamente eficientes, el 19,2% (10) como deficiente y el 32,7% (17) como eficiente.

Considerando la tendencia negativa, se puede afirmar, que el 67,3% (35) de los participantes manifiestan que la política de la estrategia de cobranza no es eficiente, aunque en diferente grado.

### C. Dimensión: Mejores Prácticas

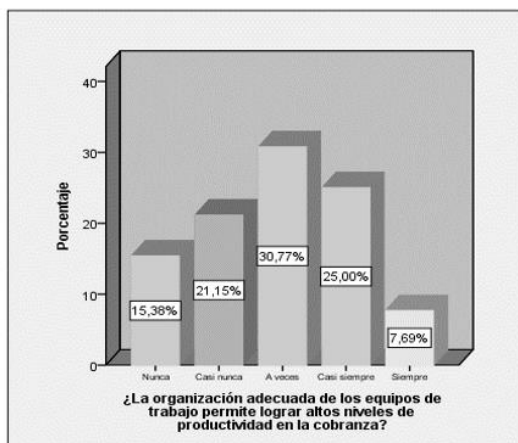
Figura 16. Organización del trabajo diario.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 16 respecto a la respuesta de la novena pregunta de la dimensión de mejores prácticas. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 59,6% (31) de los participantes manifiestan que no se organiza el trabajo diario del equipo, en función de las metas semanales.

Figura 17. La organización y los niveles de productividad.

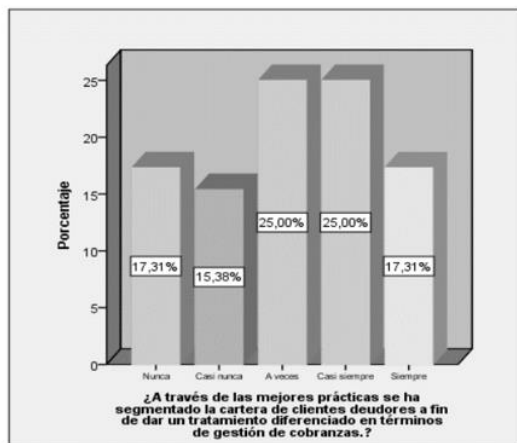


Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 17 respecto a la respuesta de la décima pregunta de la dimensión de mejores prácticas. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 67,3% (35) de los participantes manifiestan que no hay una organización adecuada

de los equipos de trabajo, lo que no permite lograr mejores niveles de productividad en la cobranza.

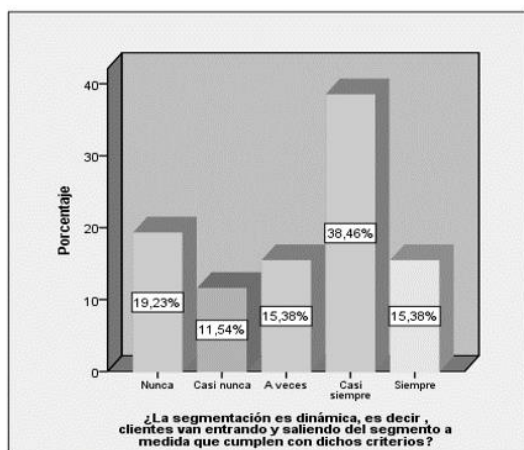
Figura 18. Segmentación de la Cartera Morosa.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 18 respecto a la respuesta de la onceava pregunta de la dimensión de mejores prácticas. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 57.7% (30) de los encuestados, consideran que no se ha segmentado la cartera de clientes morosos lo que no ha permitido brindar un trato diferenciado al momento de la cobranza.

Figura 19. Segmentación dinámica de clientes.

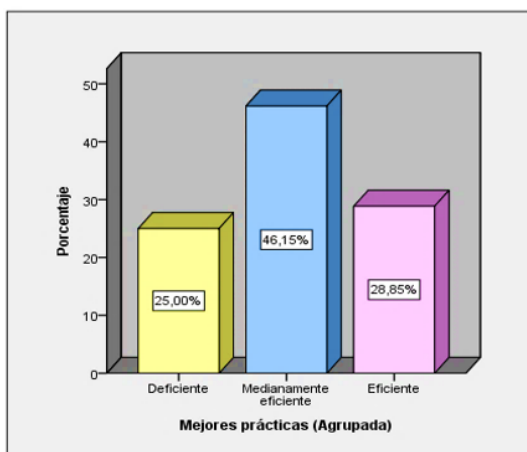


Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 19 respecto a la respuesta de la doceava pregunta de la dimensión de mejores prácticas. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 46.2% (24) de los encuestados considera que no existe una segmentación dinámica

con relación a la rotación de morosos y al cumplimiento de ciertos criterios en cuanto a plazos.

Figura 20. Nivel de las MEJORES PRÁCTICAS (Agrupada)



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

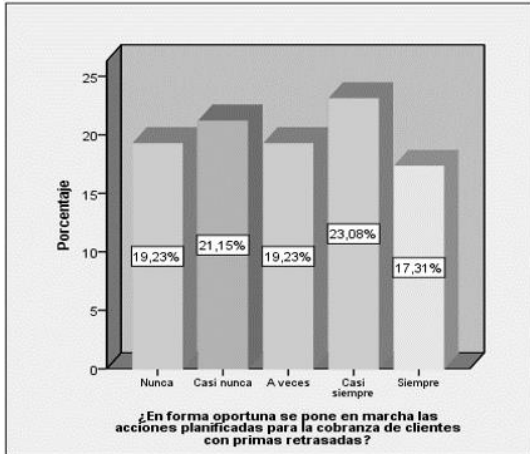
En la figura 20, se grafican los niveles de mejores prácticas de la estrategia de cobranzas. Se visualiza que el 46,2% (24) de los participantes manifiestan las mejores prácticas de la cobranza como medianamente eficientes, el 25,0% (13) como deficiente y el 28,8% (15) como eficiente.

Considerando la tendencia negativa, se puede aceptar, que el 71,2% (37) de los participantes manifiestan que las mejores prácticas de la estrategia de cobranza no son eficientes, aunque en diferente grado.

### 4.3 La Morosidad – Variable Dependiente

#### A. Dimensión: Gestión de Morosidad

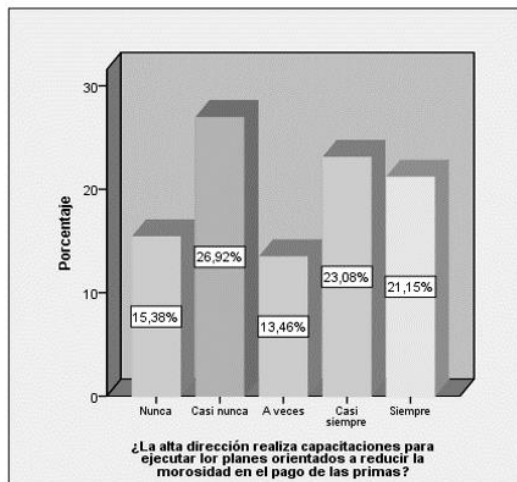
Figura 21. Planificación oportuna de la cobranza morosa.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 21 respecto a la respuesta de la pregunta trece de la dimensión gestión de morosidad. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 59.6% (31) de los participantes manifiestan que no se ejecuta una planificación oportuna para la cobranza de los clientes con primas retrasadas.

Figura 22. Capacitaciones orientadas a la reducción de la morosidad.



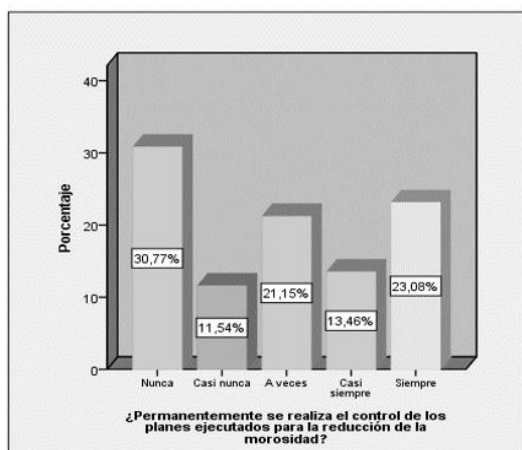
Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 22 respecto a la respuesta de la pregunta catorce de la dimensión gestión de la morosidad. La distribución porcentual de los participantes presentó



que un 55.8% (29) de los encuestados considera que no reciben capacitaciones para ejecutar los planes orientados en reducir la morosidad.

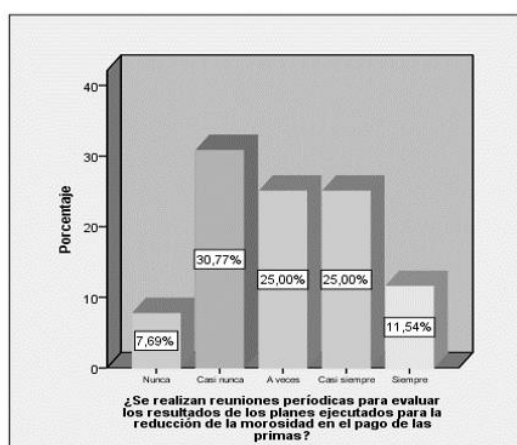
Figura 23. Control de los planes de reducción de la morosidad.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 23 respecto a la respuesta de la pregunta quince de la dimensión gestión de la morosidad. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 63.5% (33) de los participantes manifiestan que no se ejerce permanentemente un control de los planes ejecutados con el fin de reducir la morosidad.

Figura 24. Evaluación periódica de resultados.

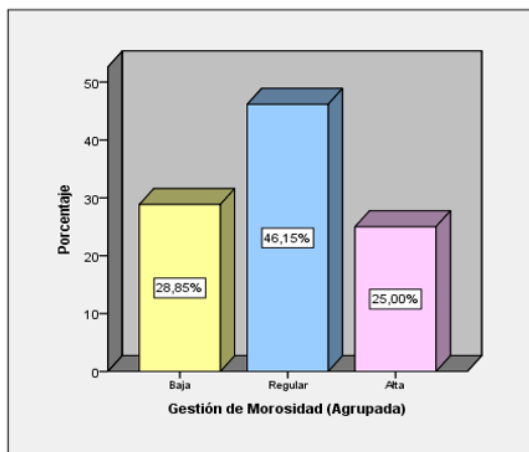


Nota. Tomado de los resultados del SPSS26/

En la figura 24 respecto a la respuesta de la pregunta dieciséis de la dimensión gestión de la morosidad. La distribución porcentual de los participantes presentó

que un 63.5% (33) de los encuestados se muestran de acuerdo en que no se realizan las suficientes reuniones para evaluar los resultados de los planes de acción ejecutados con la finalidad de reducir la morosidad en primas.

Figura 25. Nivel de Gestión de la Morosidad.



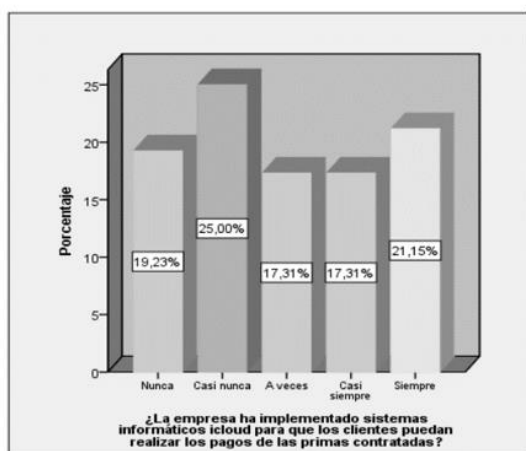
Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 25, se grafican los niveles de Gestión de la morosidad. Se visualiza que el 46,2% (24) de los participantes manifiestan a la Gestión de la morosidad como regular, el 28,8% (15) como baja y el 25,0% (13) como alta.

Considerando la tendencia negativa, se puede afirmar, que el 75.0% (39) de los participantes manifiestan que la Gestión de la morosidad no es alta, aunque en diferente grado.

## B. Dimensión: Herramientas de Cobro de Deudas

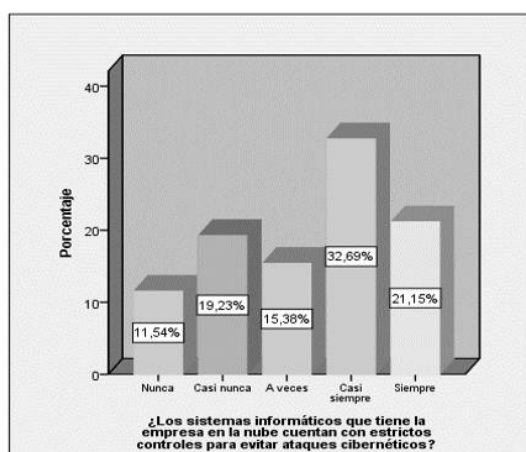
Figura 26. Implementación de sistemas de cobranza.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 26 respecto a la respuesta de la pregunta diecisiete de la dimensión de las herramientas de cobro. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 61.5% (32) de los encuestados establecen que no se ha implementado un sistema informático ICloud que ayude al cliente a poder realizar el pago de las primas contratadas.

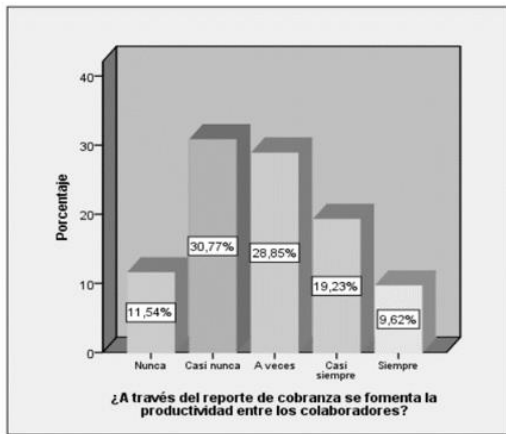
Figura 27. Sistemas informáticos y su seguridad en la nube.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 27 respecto a la respuesta de la pregunta dieciocho de la dimensión herramientas de cobro. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 53.8% (28) de los encuestados establecen que los sistemas informáticos si cuentan con un control adecuado para evitar ataques cibernéticos.

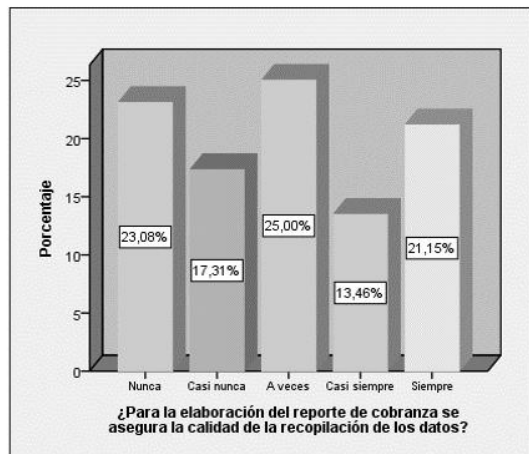
Figura 28. Reportes y productividad.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 28 respecto a la respuesta de la pregunta diecinueve de la dimensión de las herramientas de cobro. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 71.2% (37) de los encuestados considera los reportes de cobranzas no fomentan la productividad entre los colaboradores.

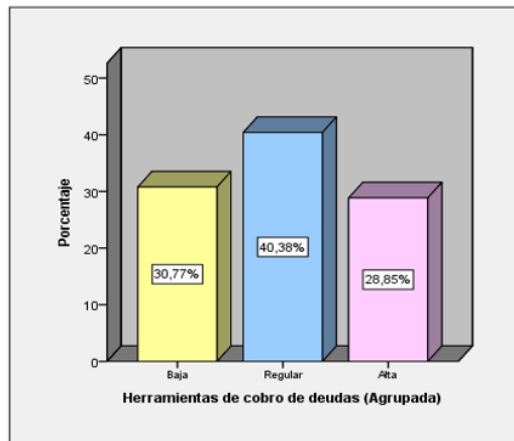
Figura 29. Calidad en los reportes de cobranza.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 29 respecto a la respuesta de la pregunta veinte de la dimensión herramientas de cobro. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 65,4% (34) de los encuestados considera que no se asegura la calidad de los datos recopilados para la elaboración del reporte.

Figura 30. Nivel de Herramientas de cobro de deudas.

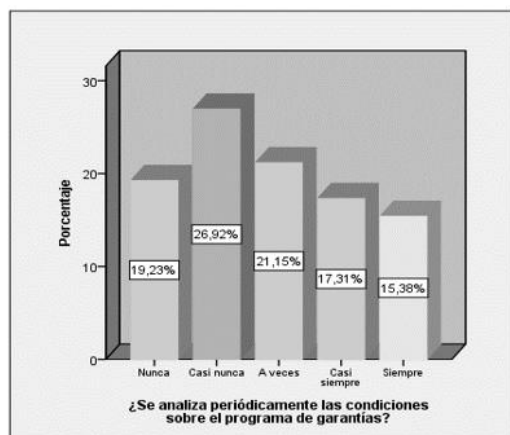


Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 30, se grafican los niveles de Herramientas de cobro de deudas. Se observa que el 40,4% (21) de los participantes manifiestan las Herramientas de cobro de deudas como regular, el 30,8% (16) como baja y el 28,8% (15) como alta. Considerando la tendencia negativa, se puede aceptar, que el 71.2% (37) de los participantes manifiestan que las Herramientas de cobro de deudas no es alta, aunque en diferente grado.

## E. Dimensión: Programa de cobro de deudas.

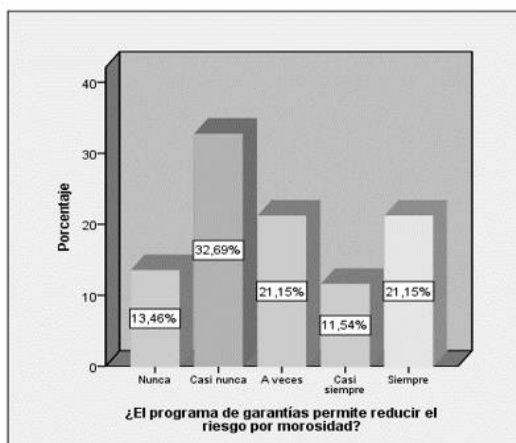
Figura 31. Análisis periódico de los programas.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 31 respecto a la respuesta de la pregunta veintiuno de la dimensión programas de cobro de deudas. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 67.3% (35) de los encuestados percibe que no se analiza periódicamente las condiciones sobre el programa de garantías.

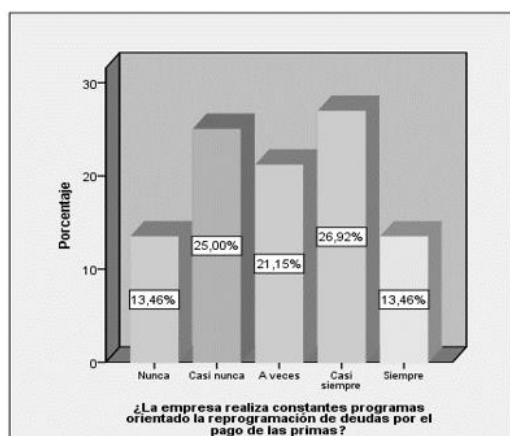
Figura 32. Reducción del riesgo por morosidad.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 32 respecto a la respuesta de la pregunta veintidós de la dimensión programas de cobro de deudas. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 67.3% (35) de los encuestados considera que el programa de garantías no permite reducir el riesgo de la morosidad.

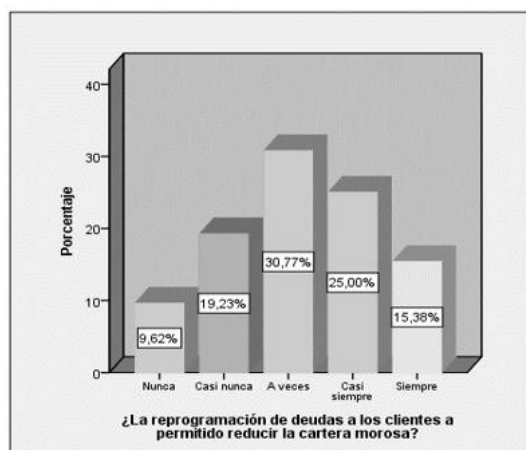
Figura 33. Programas orientados a la reprogramación de deudas.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 33 respecto a la respuesta de la pregunta veintitrés de la dimensión programas de cobro de deuda. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 59,6% (31) de los encuestados percibe que la empresa no realiza programas orientados a la reprogramación de deudas para el pago de las primas.

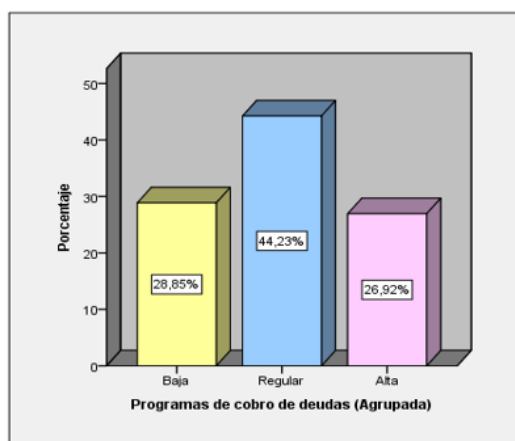
Figura 34. Reducción de la cartera morosa.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 34 respecto a la respuesta de la última pregunta de la encuesta y de la dimensión programas de cobro de deuda. La distribución porcentual de los participantes presentó que un 59,6% (31) de los encuestados considera que una reprogramación de deudas a los clientes no permitirá reducir la cartera morosa.

Figura 35. Nivel de Programas de Cobro de deudas.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 35, se presenta los niveles de Programas de cobro de deudas. Se observa que el 44,2% (23) de los participantes manifiestan que los Programas de cobro de deudas como regular, el 28,8% (15) como baja y el 26,9% (14) como alta.

Considerando la tendencia negativa, se puede aceptar, que el 73,1% (38) de los participantes manifiestan que los Programas de cobro de deudas no es alta, aunque en diferente grado.



#### 4.4 Análisis Descriptivo

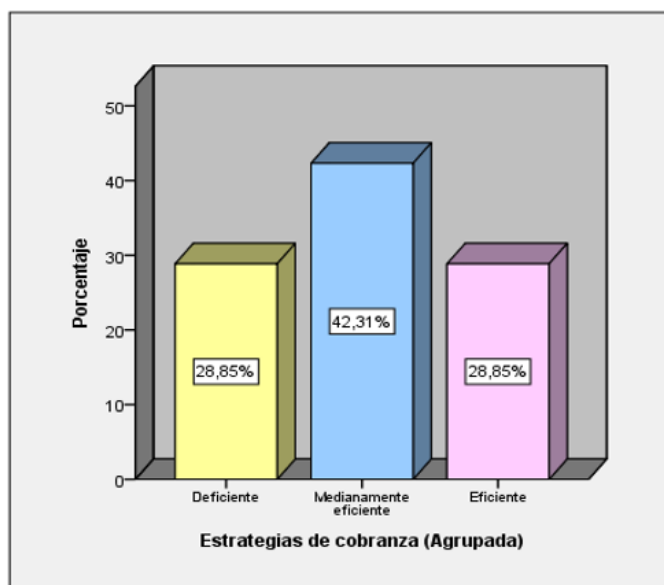
##### A. Estrategia de Cobranza – Variable Independientes

Tabla 6. Nivel de Estrategias de Cobranza

Estrategias de cobranza (Agrupada)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	15	28.8	28.8	28.8
Medianamente eficiente	22	42.3	42.3	71.2
Eficiente	15	28.8	28.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Nota. Tomado de los resultados del SPSS2 6

Figura 36. Nivel de Estrategias de Cobranza.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 36, se gráfica los niveles de Estrategias de cobranza. Se visualiza que el 42,3% (22) de los participantes manifiestan las Estrategias de cobranza como medianamente eficiente, el 28,8% (15) como deficiente y el 28,8% (15) como eficiente.

Comprobando la tendencia negativa, se puede considerar que el 71.2% (37) de los participantes manifiestan que las Estrategias de negocios no son eficientes, aunque en diferente grado.

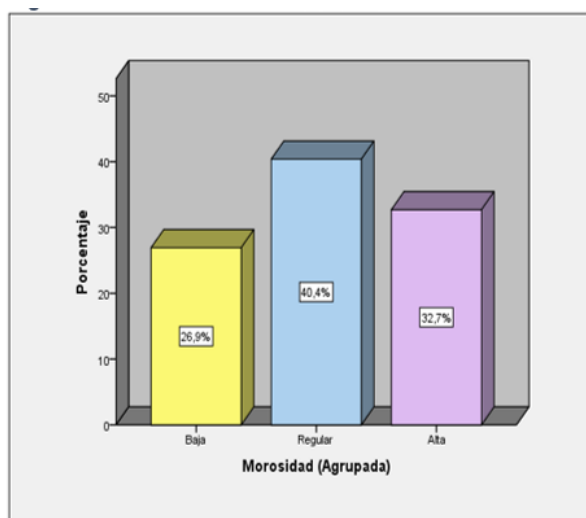
## B. La Morosidad – Variable dependiente

Tabla 7. Nivel de Morosidad

Morosidad (Agrupada)				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	14	26.9	26.9	26.9
Regular	21	40.4	40.4	67.3
Alta	17	32.7	32.7	100.0
Total	52	100.0	100.0	

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

Figura 37. Nivel de Morosidad



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En la figura 37, se grafican los niveles de Morosidad. Donde se observa que el 40,4% (21) de los participantes perciben la Morosidad como regular, el 26,9% (14) como baja y el 32,7% (17) como alta.

Si consideramos la tendencia negativa, se puede afirmar, que el 73.1% (38) de los participantes manifiestan que la Morosidad es alta, aunque en diferente grado.

### C. Objetivo General

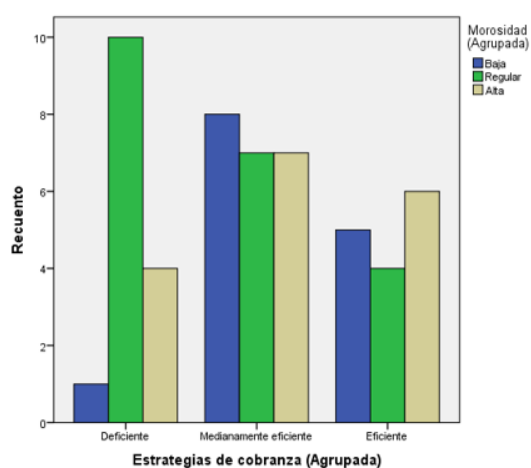
Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Tabla 8. Estrategia de cobranza y morosidad.

		Tabla cruzada Estrategias de cobranza (Agrupada)*Morosidad (Agrupada)				
		Morosidad (Agrupada)			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Estrategias de cobranza (Agrupada)	Deficiente	Recuento	1	10	4	15
		% del total	1.9%	19.2%	7.7%	28.8%
	Medianamente eficiente	Recuento	8	7	7	22
		% del total	15.4%	13.5%	13.5%	42.3%
	Eficiente	Recuento	5	4	6	15
		% del total	9.6%	7.7%	11.5%	28.8%
Total	Recuento	14	21	17	52	
	% del total	26.9%	40.4%	32.7%	100.0%	

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

Figura 38. Estrategias de cobranza y morosidad.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En alusión a las variables Estrategias de cobranza y su relación con la Morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros; se visualiza que el 13,5% (7) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranzas son “medianamente eficiente”, el nivel de la Morosidad es “regular”; por otra parte un 7,7% (4) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranza son “deficientes”, el nivel de la Morosidad es “alta”; y, un 9.6% (5) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranza son “eficientes”, el nivel de la Morosidad es “baja”.

Si consideramos la tendencia negativa, se puede afirmar que en el canal GSP Worksite en Rimac Seguros, las Estrategias de cobranza tienen una tendencia al nivel “medianamente eficiente” y la Morosidad tiene una tendencia al nivel “regular”.

#### D. Objetivo Especifico

Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Tabla 9. Estrategia de cobranza (agrupada) y gestión de la morosidad.

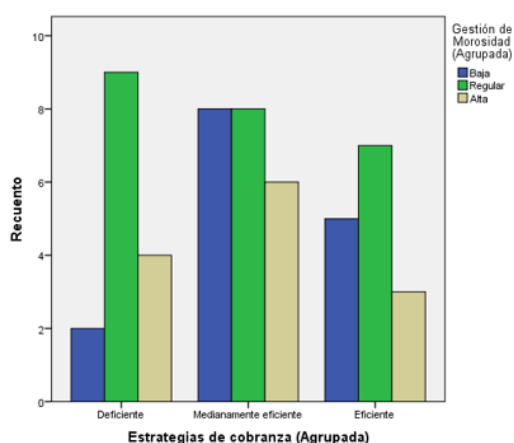
		Gestión de Morosidad (Agrupada)			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Estrategias de cobranza (Agrupada)	Deficiente	Recuento	2	9	4	15
		% del total	3.8%	17.3%	7.7%	28.8%
	Medianamente eficiente	Recuento	8	8	6	22
		% del total	15.4%	15.4%	11.5%	42.3%
	Eficiente	Recuento	5	7	3	15
		% del total	9.6%	13.5%	5.8%	28.8%
Total	Recuento	15	24	13	52	
	% del total	28.8%	46.2%	25.0%	100.0%	

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En alusión a la variable Estrategias de cobranza y la dimensión 1. Gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros; se observa que el 15,4% (8) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranzas son “medianamente eficiente”, el nivel de la Gestión de la morosidad es “regular”; por otra parte un 3,8% (2) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranza son “deficientes”, el nivel de la Gestión de la morosidad es “baja”; y, un 5.8% (3) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranza son “eficientes”, el nivel de la Gestión de la morosidad es “alta”.

Si consideramos la tendencia negativa, se puede afirmar que en el canal GSP Worksite en Rimac Seguros, las Estrategias de cobranza tienen una tendencia al nivel “medianamente eficiente” y la Gestión de la morosidad tiene una tendencia al nivel “regular”.

Figura 39. Estrategias de cobranza y gestión de la morosidad.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

### E. Objetivo Especifico 2

Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Tabla 10. Estrategia de cobranza y herramientas de cobro de deudas.

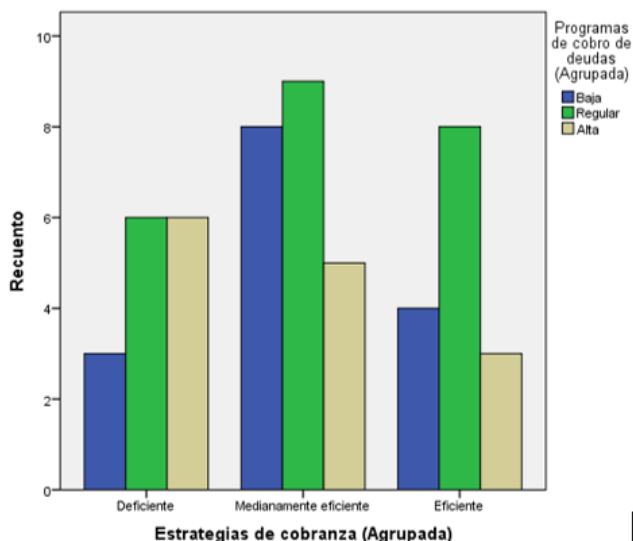
		Herramientas de cobro de deudas (Agrupada)			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Estrategias de cobranza (Agrupada)	Deficiente	Recuento	1	11	3	15
		% del total	1.9%	21.2%	5.8%	28.8%
	Medianamente eficiente	Recuento	10	7	5	22
		% del total	19.2%	13.5%	9.6%	42.3%
	Eficiente	Recuento	5	3	7	15
		% del total	9.6%	5.8%	13.5%	28.8%
Total		Recuento	16	21	15	52
		% del total	30.8%	40.4%	28.8%	100.0%

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En alusión a la variable Estrategias de cobranza y la dimensión Herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros; se observa que el 13,5% (7) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranzas son “medianamente eficiente”, el nivel de las Herramientas de cobro de deudas es “regular”; por otra parte un 1,9% (1) de los participantes manifiesta que cuando las Estrategias de cobranza son “deficientes”, el nivel de las Herramientas de cobro de deudas es “baja”; y, un 13.5% (7) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranza son “eficientes”, el nivel de las Herramientas de cobro de deudas es “alta”.

Si consideramos la tendencia negativa, se puede afirmar que en el canal GSP Worksite en Rimac Seguros, las Estrategias de cobranza tienen una tendencia al nivel “medianamente eficiente” y las Herramientas de cobro de deudas tiene una tendencia al nivel “regular”.

Figura 40. Estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

### F. Objetivos Específicos 3

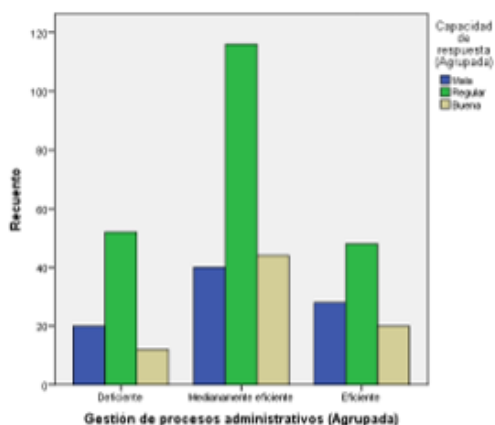
Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Tabla 11. Estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas.

		Programas de cobro de deudas (Agrupada)			Total	
		Baja	Regular	Alta		
Estrategias de cobranza (Agrupada)	Deficiente	Recuento	3	6	6	15
		% del total	5.8%	11.5%	11.5%	28.8%
	Medianamente eficiente	Recuento	8	9	5	22
		% del total	15.4%	17.3%	9.6%	42.3%
	Eficiente	Recuento	4	8	3	15
		% del total	7.7%	15.4%	5.8%	28.8%
Total	Recuento	15	23	14	52	
	% del total	28.8%	44.2%	26.9%	100.0%	

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

Figura 41. Estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas.



Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

En referencia a la variable Estrategias de cobranza y la dimensión (3) de Morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros; se visualiza que el 17,3% (9) de los participantes dicen que cuando las Estrategias de cobranzas son “medianamente eficiente”, el nivel de los Programas de cobro de deudas es “regular”; por otra parte un 5,8% (3) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranza son “deficientes”, el nivel de los Programas de cobro de deudas es “bajo”; y, un 5.8% (3) de los participantes manifiestan que cuando las Estrategias de cobranza son “eficientes”, el nivel de los Programas de cobro de deudas es “alta”.

Si consideramos la tendencia negativa, se puede afirmar que en el canal GSP Worksite en Rimac Seguros, las Estrategias de cobranza tienen una tendencia al nivel “medianamente eficiente” y los Programas de cobro de deudas tienen una tendencia al nivel “regular”.

## G. Contrastación de la hipótesis.

### Prueba de hipótesis general

H<sub>0</sub>: No existe relación entre estrategias de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

H<sub>a</sub>: Sí existe relación entre estrategias de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Tabla 12. Estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros - Coeficiente RHO de Spearman

Correlaciones				
			Estrategias de cobranza (Agrupada)	Morosidad (Agrupada)
Rho de Spearman	Estrategias de cobranza (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	-0.906
		Sig. (unilateral)		0.000
		N	52	52
	Morosidad (Agrupada)	Coefficiente de correlación	-0.906	1.000
		Sig. (unilateral)	0.000	
		N	52	52

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

El análisis estadístico nos brinda como resultado un coeficiente de correlación existente de  $r = -0,906$  entre las variables: estrategias de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Esta cifra sugiere que el nivel o grado de correlación entre las variables negativa y alta. La significancia de  $p = 0,000$  muestra que es menor a  $0,05$ , lo que permite señalar que la correlación es significativa, por tanto, se refuta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Se culmina en que: existe relación entre estrategias de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

### Prueba de hipótesis específica 1

H<sub>0</sub>: No existe relación entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.



Ha: Existe relación entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Tabla 13. Estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros - Coeficiente RHO de Spearman.

Correlaciones				
			Estrategias de cobranza (Agrupada)	Gestión de Morosidad (Agrupada)
Rho de Spearman	Estrategias de cobranza (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	0.901
		Sig. (unilateral)		0.000
		N	52	52
	Gestión de Morosidad (Agrupada)	Coefficiente de correlación	0.901	1.000
		Sig. (unilateral)	0.000	
		N	52	52

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

El análisis estadístico nos brinda como resultado un coeficiente de correlación existente de  $r = 0,901$  entre las variables: estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Esta cifra sugiere que el nivel o grado de correlación entre las variables es positiva y alta. La significancia de  $p = 0,000$  muestra que es menor a  $0,05$ , lo que nos permite indicar que la relación es significativa, por tanto, se refuta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Se culmina en que: existe relación entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

### Prueba de hipótesis específica 2

H0: No existe correlación entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Ha: Si existe correlación entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Tabla 14. Estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros. - Coeficiente RHO de Spearman.

Correlaciones				
			Estrategias de cobranza (Agrupada)	Herramientas de cobro de deudas (Agrupada)
Rho de Spearman	Estrategias de cobranza (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1.000	0.900
		Sig. (unilateral)		0.000
		N	52	52
	Herramientas de cobro de deudas (Agrupada)	Coeficiente de correlación	0.900	1.000
		Sig. (unilateral)	0.000	
		N	52	52

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

El análisis estadístico nos brinda como resultado un coeficiente de correlación existente  $r = 0,900$  entre las variables: estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Esta cifra sugiere que el nivel o grado de correlación entre las variables es positiva y alta. La significancia de  $p = 0,000$  muestra que es menor a 0,05, lo que permite señalar que la relación es significativa, por tanto, se refuta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Se culmina en que: existe correlación entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

### Prueba de hipótesis específica 3

H0: No existe correlación entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Ha: Sí existe correlación entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Tabla 15. Estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros - Coeficiente RHO de Spearman

Correlaciones				
			Estrategias de cobranza (Agrupada)	Programas de cobro de deudas (Agrupada)
Rho de Spearman	Estrategias de cobranza (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1.000	0.901
		Sig. (unilateral)		0.000
		N	52	52
	Programas de cobro de deudas (Agrupada)	Coefficiente de correlación	0.901	1.000
		Sig. (unilateral)	0.000	
		N	52	52

Nota. Tomado de los resultados del SPSS26

El análisis estadístico nos brinda como resultado un coeficiente de correlación existente de  $r = 0,901$  entre las variables: las estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

Esta cifra sugiere que el nivel o grado de correlación entre las variables es positiva y alta. La significancia de  $p = 0,000$  muestra que es menor a  $0,05$ , lo que permite cual posibilita señalar que la correlación es significativa, por tanto, se refuta la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Se concluye que: si existe correlación entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros.

## V. DISCUSIÓN

1. Con el estudio se ha validado, una correlación existente entre estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2019, obteniéndose como resultados un valor para  $p = 0,000$  a un nivel o grado de significancia de 0,05 y de correlación -0,906. Estos valores afirman las conclusiones de la tesis de Castillo y Córdova (2017), quienes exponen que se ha demostrado que, las estrategias de cobranza se correlacionan con el rendimiento efectivo en la reducción de la cartera morosa de la Empresa LIMPIA MAX S.A.C., sustentado su investigación en los resultados estadísticos obtenidos, donde según el resultado del chi cuadrada  $X^2$  la hipótesis general queda aceptada.

Asimismo, respalda las conclusiones de la tesis de Rojas (2018), quien ratifica que existe una relación significativa entre las estrategias de cobranza y la morosidad de los Usuarios de Agua en la Junta de Usuarios del Distrito de Huarmey, 2018; así también se puede apreciar que el coeficiente de correlación Rho de Spearman, es de 0,918 lo que resulta en la existencia de una correlación muy alta.

En cuanto a la estrategia de cobranza el 38,6 % de ellos manifiestan que el nivel de estrategia de cobranza que ejerce la Junta de Usuarios es regular; mientras un 33,6 % manifiestan que la estrategia de cobranza de la Junta de Usuarios es mala y un 27,8 % manifiestan que la estrategia de cobranza es buena.

2. Así también, con el estudio también se comprueba, la existencia de correlación entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2019, obteniéndose como resultados un valor para  $p = 0,000$  a un nivel o grado de significancia de 0,05 y de correlación 0,901. Estos valores afirman las conclusiones de la investigación de Lam y Zaruma (2017), quienes señalan que los colaboradores de la Industria recalcan la importancia de las estrategias de cobranzas como la evaluación crediticia previa al cliente, el descuento por pronto pago, la aplicación de interés por mora, deben estar descritos en un

manual para poder aplicar dichos procedimientos de forma adecuada para reducir la gestión de morosidad.

3. Asimismo, con el estudio se ha verificado, la correlación existente entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2019, obteniéndose como resultados un valor para  $p = 0,000$  a un nivel o grado de significancia de 0,05 y de correlación 0,900. Estos valores afirman las conclusiones de la investigación de Rueda (2020), quien indica que con una las estrategias de cobranza se puede lograr la morosidad en un 30% y con lo que se espera ir disminuyendo las cuentas por cobrar y mejorar la gestión, además de buscar reforzar su efectividad con una táctica o estrategia preventiva basada en el conocimiento técnico de los clientes en las herramientas de cobro de deudas.
  
4. Finalmente, con los resultados obtenidos en el presente estudio, se ha comprobado una correlación existente entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2019, obteniéndose como resultados un valor para  $p = 0,000$  a un nivel o grado de significancia de 0,05 y de correlación 0,901. Estos resultados, también apoyan las conclusiones de la investigación de Rueda (2020), planteando que se ha diagnosticado la tasa de morosidad para el 2019, dando como resultados un aumentado del 1.51% más interanual. Esto significa que el 48.24% de cartera insolvente superan la tasa de incumplimiento o morosidad de 10% permitida a la tasa de rendimiento. Uno de los componentes involucrados está referido al aumento de créditos por lo que tuvieron un crecimiento de 54% (196,097), debido las estrategias de negocio no lograron consolidar un eficiente programa de cobros de deudas, demostrando así la relación entre las variables analizadas.

## VI. CONCLUSIONES

1. Como resultado de la presente investigación se obtiene, la existencia de correlación entre estrategias de cobranza y la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, obteniéndose como resultado un valor para  $p = 0,000$  a un nivel o grado de significancia de 0,05 y de correlación -0,906. Los resultados estadísticos, generados a partir de las 52 encuestas realizadas, confirman la aceptación de la hipótesis general, demostrando así que existe una fuerte correlación entre las variables. Estadísticamente queda demostrado que, existe una correlación entre estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros; por lo tanto, se aprueba la hipótesis general.
2. De acuerdo con los resultados conseguidos en la presente investigación, se afirma una correlación existente entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, obteniéndose como resultado un valor para  $p = 0,000$  a un nivel o grado de significancia de 0,05 y de correlación 0,901. Los resultados estadísticos, generados a partir de las 52 encuestas realizadas, confirmaron la aceptación de la hipótesis específica 1, mostrando así que existe una alta correlación entre la variable 1 y la dimensión 1 de la variable 2. Estadísticamente queda demostrado que, existe correlación entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros; en consecuencia, se aprueba la hipótesis específica 1.
3. De acuerdo con los resultados conseguidos en la presente investigación, se observa existencia de correlación entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, obteniéndose como resultado un valor para  $p = 0,000$  a un nivel o grado de significancia de 0,05 y de correlación 0,900. Los resultados estadísticos, generados a partir de las 52 encuestas realizadas, confirmaron la aceptación de la hipótesis específica 2, mostrando

así que existe una fuerte correlación entre la variable 1 y la dimensión 2 de la variable 2.

Estadísticamente queda demostrado que, existe correlación entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros; en consecuencia, se aprueba la hipótesis específica 2.

4. De acuerdo con los resultados logrados en la investigación, se afirma una correlación existente entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, obteniéndose como resultado un valor para  $p = 0,000$  a un grado o nivel de significancia de 0,05 y de correlación 0,901.

Los resultados estadísticos que se han realizado con los datos de las 52 encuestas llevadas a cabo ratificaron la aprobación de la hipótesis específica 3, demostrando de esta forma la existencia de una correlación alta entre la variable 1 y la dimensión 3 de la variable 2.

Estadísticamente queda demostrado que, existe interacción entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros; por consiguiente, se aprueba la hipótesis específica 3.

## VII. RECOMENDACIONES

1. En Rimac Seguros, se tendrá que seguir desarrollando la competitividad y habilidades de los colaboradores del canal GSP Worksite referidas a las estrategias de cobranza con la intención de seguir reduciendo la morosidad, debido a que se observa en las mediciones llevadas a cabo que existe un potencial que permitirá seguir acrecentando los resultados positivos respecto al monto total de la cartera moroso, cuidando permanentemente que se mantengan actualizadas las políticas de cobros.

Para eso es fundamental, potenciar los objetivos de las estrategias de cobranza, buscando que sea eficaz y oportuna, por lo que el colaborador deberá tener un óptimo entendimiento del negocio con el fin de brindar las atenciones necesarias a los clientes, lo cual apoyara a reducir la provisión de cobranza dudosa (PCD).

2. En Rimac Seguros, va a ser de total trascendencia que los colaboradores tengan un entendimiento integral del canal GSP Worksite a fin que puedan mejorar la gestión de la morosidad y a la vez optimizar las mejores prácticas referidas a las estrategias de cobranza lo que representa una oportunidad para mejorar, por lo que se deberá monitorear constantemente la organización del trabajo diario del equipo de cobranza enfocado en temas prioritarios como la segmentación de la cartera de clientes deudores, los cuales deben tener un tratamiento diferenciado en términos de gestión de cobranzas con la finalidad de encontrar oportunidades de desarrollo y mejora continua.

Por consiguiente, Rimac Seguros, tendrá que estar enfocado en la optimización y mejora de los procesos internos con el fin de encontrar nuevas oportunidades que permitan reducir el nivel de morosidad o PCD.

3. En Rimac Seguros, como en los casos mencionados anteriormente, es importante reducir el nivel de morosidad, desarrollar en forma sostenida las herramientas tecnológicas de cobro de deudas automatizando todas aquellas tareas que pueden ser realizados en tiempo real por los clientes a través de sistemas en línea o en la nube permitiendo focalizar el tiempo del equipo de



cobranzas en mantener la comunicación directa con el cliente, lo cual aporta mayor valor a la reducción del nivel de morosidad.

Por lo tanto, en Rimac Seguros, se deberán enfocar en la maximización del uso de herramientas de cobro de deudas soportados en las tecnologías de la información y comunicación para lograr el cumplimiento de las metas enfocándose en nuevos desarrollos y actualizaciones de los sistemas online a fin reducir permanentemente el nivel de morosidad.

4. En Rimac Seguros, en las estrategias de cobranza en la elaboración del Programa de cobro de deudas, no todas las demoras en los cobros se deben a la misma causa, por lo que es importante entenderlas y actuar sobre ellas para cuantificarlas y medirlas. Asimismo, los reportes sobre morosidad deberán permanecer actualizados considerando: antigüedad de la cartera de impagos de las primas, así como el perfil de pago del cliente.

Para la elaboración del Programa de cobro de deudas también se recomiendan técnicas para la recolección y mantenimiento preciso de información, la precisa segmentación de clientes y la oferta de productos de cobranza también conocidos además como opciones de pago, adaptadas a las necesidades de los clientes. Finalmente, se recomiendan una serie de políticas y procedimientos para el cobro exitoso de las primas vencidas.

## REFERENCIAS

- APESSEG, Asociación Peruana de Empresas de Seguros (2019). Una breve historia de los seguros - 17 de enero 2019. <https://www.apeseg.org.pe/2019/01/una-breve-historia-de-los-seguros/>
- Barboza, F. (2018). 4 sistemas de cobranzas estratégicos para moras tempranas - inConcert Blog. Retrieved 14 April 2021, from <https://blog.inconcertcc.com/4-sistemas-de-cobranzas-estrategicos-para-moras-tempranas/>
- Bernal Torres César. (2010). Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales. 3ª. ed. Colombia: Pearson educación.
- Brachfield, P. (2010). La nueva legislación contra la morosidad descodificada: reclamación de deudas y gestión de impagados. Barcelona, España: Profit.
- Brachfield, P. (2013). Análisis del moroso profesional. España: Profit.
- BRACHFIELD, Pere J. (2009): Memorias de un cazador de morosos. Editorial Gestión 2000, Barcelona.
- Cardozo Cuenca, H. (2015). Contabilidad de entidades de economía solidaria (sil) (4a ed.) [lugar de publicación no identificado]: ECOE EDICIONES.
- Carrasco Díaz Sergio. (2017). Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación. 2ª ed. Lima: Editorial San Marcos.
- Castillo Calle, María (2017) .La Gestion De Créditos Y Cobranzas Y Su Influencia En El Nivel De Morosidad En La Empresa Limpia Max- Lima 2017. Universidad Inca Garcilaso De La Vega. Lima. <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/>
- Castillo, G. (2021) Créditos y Cobranzas, Enfoque Profesional. Libro Digital, EPUB
- Castillo, M. & Córdova, R. (2017), en su tesis “La gestión de créditos y cobranzas y su influencia en el nivel de morosidad en la empresa limpia MAX – LIMA 2017 para optar el Título de Licenciado en Administración – Universidad Inca Garcilaso de la Vega” <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/3262/>
- Cavero Rueda, Jorge (2020) Estrategias de cobranza para reducir la morosidad de los clientes de la empresa Comercial Frionorte E.I.R.L, Chiclayo 2019 (contador público). Universidad Señor de Sipán –Chiclayo. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6748>

- CCC SAS. (22 de 05 de 2021). Estrategia de Cobranza. Obtenido de Consorcio Consultor en Credito SAS: <https://consorcioconsultorencredito.com/estrategia-de-cobranza/>
- Collections, Offset Patient. 2015. "Developing a Payor Collections Strategy."
- Collections, Offset Patient. 2019. "Developing a Payor Collections Strategy."
- Córdova, I. (2013) El proyecto de investigación cuantitativa. Perú: Editorial San Marcos E.I.R.L.
- Cultura de Seguros (2019). El mercado de Seguros en Perú. (Blog). 30 de junio 2019. <https://culturadeseguros.pe/el-mercado-de-seguros-en-peru/>
- Deloitte. 2016. "A Fresh Perspective Collections Strategies for the Digital Age." 28.
- Dhakar, Nara Hari. 2007. "Portfolio and Delinquency Management in Microfinance." 1–15.
- Diario El Peruano (2019), DECRETO SUPREMO N° 010-2014-EF-EL.
- Drozd, Lukasz A., Ricardo Serrano-Padial, Joao Gomes, Urban Jermann, Wenli Li, Scott Richard, y Amir Yaron. 2016. Modeling the Revolving Revolution: The Debt Collection Channel. [https://rodneywhitecenter.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2014/04/01-16.drozd\\_.pdf](https://rodneywhitecenter.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2014/04/01-16.drozd_.pdf)
- Enghouse Interactive (2019) Debt Collection Tools to increase efficiency. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de <https://enghouseinteractive.co.za/blog/debt-collection-tools-increase-efficiency/>
- Gestión, R. (2019). Refinanciación y reprogramación de deuda: ¿Cuáles son las principales diferencias? Obtenido el 15 de mayo de 2021, de <https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/refinanciacion-reprogramacion-deuda-son-principales-diferencias-nndc-259691-noticia/>
- Gonzales, P. (2017). Gestión De La Inversión Y El Financiamiento. Herramientas Para La Toma De Decisiones. (1°ed). México: Instituto Nacional de Contadores Públicos.
- González, Julian, and Rodrigo Gomes. 2004. "La Morosidad; Un Problema Financiero de Nuestros Días." 1–22.
- Guillory, S. (2020). Debt Collection Software: The 6 Best Collection Software for Small Business in 2020 | Obtenido el 18 de abril de 2021, de <https://www.nav.com/blog/debt-collection-software-the-6-best-collection-software-for-small-business-in-2020-645122/>

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. 5ª. ed. México: McGraw - Hill Educación.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. 6ª Ed. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Impact Insurance ILO. Premium Collection (Cobranza Premium). 13 de setiembre 2013. <http://www.impactinsurance.org/about/what-is-facility>
- James C. Van Horne y Jhon M. Wachowicz Jr. (2002). Fundamentos de Administración Financiera. Pearson Educación México.
- Jaramillo Cano, F., Trevejo Curi, A. (2017). Determinantes de la morosidad en el sistema bancario en una economía dolarizada: El caso del Perú durante el período 2005 - 2016 (Tesis de Licenciado en Economía). Lima: Universidad San Ignacio de Loyola. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2723>
- Johanna y Rosa (2017) en su artículo: “Cartera de Créditos y Cobranzas y su Impacto en la Liquidez y Rentabilidad de la empresa Medic & Services S.A, Revista Observatorio de la Economía Ecuador, (diciembre 2017)
- Lan & Noroña (2017) Elaboración de estrategias crediticias para mejorar la gestión financiera de Productos Rino – Universidad de Guayaquil para Optar el Título de Contador Público”. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20004/1>
- Majaski, C. (2020). What Does It Mean to Be Financially Delinquent? Obtenido el 15 de mayo de 2021, de <https://www.investopedia.com/terms/d/delinquent.asp#axzz1t2m8wLFy>
- Molina Aznar, V. (2005). Estrategias de cobranza en época de crisis (6th ed.). México: ISEF.
- Morales Castro, José & Morales Castro Arturo (2014). Crédito y Cobranza. Primera Edición Ebook México, 2014.
- Morales Castro, José Antonio., y Morales Castro. Arturo. (2000). Crédito y Cobranza. Larousse - Grupo Editorial Patria.
- Morilla, G. (2018). ESTRATEGIAS DE COBRANZA | ¿Como Hacerla? | DEBITIA. Recuperado el 15 de abril de 2021. <https://debitia.com.ar/estrategias-de-cobranza/>
- Ñaupas, H, Mejia, E, Novoa, E y Villagomes, A. (2014). Metodología de la investigación Científica y Elaboración de Tesis. Lima, Perú: San Marcos.

- Periche-Delgado, G., Ramos-Farroñan, E., & Chamolí-Falcón, A. (2020). La morosidad ante un confinamiento del Covid-19 en la Caja Rural de Ahorro y Crédito Raíz, Perú. *Investigación Valdizana*, 14(4), 206-212. doi: 10.33554/riv.14.4.801
- Quezada, N. (2010). *Metodología de la investigación*. Lima, Perú: Empresa Editora Macro.
- Rímac Seguros (2020). *Memoria Anual- Unidos Todo Va A Estar Bien*. Perú.
- Rojas jara, Viktor Ilich (2018). La estrategia de cobranza y la morosidad de los usuarios de agua en la junta de usuarios del distrito de Huarney, 2018 (licenciado). Universidad Nacional Jose Faustino Sánchez Carrión. Huacho. <http://repositorio.unifsc.edu.pe/handle/UNJFSC/2509>
- Rus Arias, Enrique. 2019. "Dirección de Un Proyecto - Qué Es, Definición y Concepto | 2021 | Economipedia." Recuperado el 23 de junio de 2021 (<https://economipedia.com/definiciones/direccion-de-un-proyecto.html>).
- S.A.S, T. (2019). Plan de Recuperación de Cartera | Indicadores de Gestión de Cartera. Recuperado el 30 de abril de 2021, de <https://treboljuridico.com/plan-de-recuperacion-de-cartera/>
- SBS, Superintendencia de Banca Seguros y AFP República del Perú (2021) – Evolución del sistema asegurador- Empresas de Seguros. Reporte Marzo 2021. [https://www.sbs.gob.pe/app/stats\\_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=27#](https://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=27#)
- Ugalde, A. (2018). "La Gestión De Cobranza Y Su Influencia En Los Índices De Morosidad Crediticia En MIBANCO S.A., Agencia Ancón – Lima, 2018 (LICENCIADA). UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/19321>
- Urquiza, Galaz y Yamazaki Ruiz. 2016. "Tendencias de Cobranza y Recuperación de Cartera En El Sector Financiero a Partir de La Crisis." Deloitte 16.
- Valderrama, S. (2015). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. 2ª. Ed. Perú: Editorial San Marcos.
- Valeriano Huamán, Miriam Maribel (2019). Determinación De Las Causas De Morosidad De Los Socios Para Disminuir El Riesgo Crediticio De La Cooperativa De Ahorro Y Crédito "Credicoop Arequipa" Sede Puno período 2018. (Licenciatura). <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/14453>
- Velásquez, A. y Rey, N. (2013). *Metodología de la Investigación Científica*. Perú: Editorial San Marcos E.I.R.L.

# ANEXOS

## Anexo 1. Matriz de consistencia

Título	Pregunta de investigación	Objetivos	Hipótesis	Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Instrumento de medición	Escala de medición
Estrategias de cobranza y su relación con la Morosidad de primas del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, 2021	<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>Estrategias de cobranza</b>	Conjunto de acciones coordinadas oportunamente para que los activos exigibles de la institución se conviertan en activos líquidos en forma rápida y eficiente. (Acción International Headquarters, 2008)	La investigación se fundamenta en el estudio de la variable estrategias de cobranza que será medido a través de los objetivos, las políticas y las mejores prácticas en la cobranza del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.	Objetivos	Adecuada o eficaz	Cuestionario con escala de valores LIKERT	Ordinal
	¿Cuál es la relación que existe entre estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021?	Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.	Existe relación entre estrategias de cobranza y morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.					Oportuna		
							Políticas	Política de cobros		
	Política de recobros									
	<b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECIFICOS</b>	<b>Morosidad</b>	Cuando el pago no se realiza antes de la fecha de vencimiento o al final del "período de gracia" establecido en un préstamo o acuerdo de pago, en el caso de que una deuda se pague en cuotas. La fecha de morosidad es la fecha de vencimiento del pago (Delinquent Debt Collection, 2015).	La investigación se fundamenta en el estudio de la variable morosidad que será medido a través de la gestión de la morosidad así como de las herramientas y programas del cobro de deudas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.	Mejores prácticas	Organización		
	¿Cuál es la relación que existe entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021?	Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.	Existe relación entre estrategias de cobranza y gestión de la morosidad de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.					Segmentación		
							Gestión de la morosidad	Dirección		
	Control									
	¿Cuál es la relación que existe entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021?	Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y herramientas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.	Existe relación entre estrategias de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.				Herramientas de cobro de deudas	Cobranza e-cloud		
								Reporte de cobranza		
¿Cuál es la relación que existe entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021?	Determinar la relación que existe entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.	Existe relación entre estrategias de cobranza y programas de cobro de deudas de primas del canal GSP Worksite en Rimac Seguros, 2021.	Programas de cobro de deudas	Programa de garantías						
				Repogramación de deudas						

## Anexo 2. Matriz de operacionalización

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS o Constructos	ESCALA DE RESPUESTAS	NIVEL DE MEDICIÓN
Estrategias de Cobranza	Objetivos	Adecuada o eficaz	¿Los objetivos de la estrategia de cobranzas son sensibilizados en forma adecuada entre los colaboradores?	Cuestionario con escala de valores LIKERT Siempre (5) Casi Siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	ORDINAL
			¿Acorde a los cambios permanentes en el mundo, la alta dirección actualiza de forma eficaz los objetivos de las estrategias de cobranzas?		
		Oportuna	¿La empresa utiliza múltiples canales de comunicación a fin de que la cobranza se realice en forma oportuna?		
			¿La comunicación con los clientes es oportuna a fin de que se cumplan los objetivos de la estrategia de cobranzas?		
	Políticas	Política de cobros	¿En la política de cobros se ha establecido un flujo de procesos eficiente para los pagos de las primas?		
			¿A través de indicadores adecuadamente definidos en la política de cobros se realiza el seguimiento de los clientes con pago de primas retrasadas?		
		Política de recobros	¿La política de recobros permite a los clientes cumplir con primas de cobranza retrasadas?		
			¿Se ha establecido en forma clara en la política de recobros descuentos por pronto pago en las primas retrasadas?		
	Mejores prácticas	Organización	¿Se organiza el trabajo diario del equipo de cobranza a fin de alcanzar las metas semanales?		
			¿La organización adecuada de los equipos de trabajo permite lograr altos niveles de productividad en la cobranza?		
		Segmentación	¿A través de las mejores prácticas se ha segmentado la cartera de clientes deudores a fin de dar un tratamiento diferenciado en términos de gestión de cobranzas?		
			¿La segmentación es dinámica, es decir, clientes van entrando y saliendo de segmento a medida que cumplen con dichos criterios?		
Morosidad	Gestión de la morosidad	Dirección	¿En forma oportuna se pone en marcha las acciones planificadas para la cobranza de clientes con primas retrasadas?		
			¿La alta dirección realiza capacitaciones para ejecutar los planes orientados a reducir la morosidad en el pago de primas?		
		Control	¿Permanentemente se realiza el control de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad?		
			¿Se realizan reuniones periódicas para evaluar los resultados de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad en el pago de las primas?		
	Herramientas de cobro de deudas	Cobranza icloud	¿La empresa ha implementado sistemas informáticos icloud para los clientes puedan realizar los pagos de las primas contratadas?		
			¿Los sistemas informáticos que tiene la empresa en la nube cuentan con estrictos controles para evitar ataques cibernéticos?		
		Reporte de cobranza	¿A través del reporte de cobranzas se fomenta la productividad entre los colaboradores?		
			¿Para la elaboración del reporte de cobranza se asegura la calidad de la recopilación de los datos?		
	Programas de cobro de deudas	Programa de garantías	¿Se analiza periódicamente las condiciones sobre el programa de garantías?		
			¿El programa de garantías permite reducir el riesgo de la morosidad?		
		Reprogramación de deudas	¿La empresa realiza constantes programas orientando la reprogramación de deudas por el pago de las primas?		
			¿La reprogramación de deudas a los clientes a permitido reducir la cartera morosa?		

## Anexo 3. Cuestionario de la variable Estrategias de cobranza

### CUESTIONARIO SOBRE "Estrategia de cobranzas"

#### INSTRUCCIONES:

Este cuestionario se usará para conocer sobre la ESTRATEGIA DE COBRANZA que se desarrolla en el canal GSP Worksite en RIMAC Seguros,2021.

Este documento se aplicará en un solo acto a los trabajadores del canal GSp Worksite en RIMAC Seguros.

Los trabajadores del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, al responder el cuestionario, deben marcar con una "X" el valor de la calificación correspondiente.

Recuerde que no hay respuesta correcta ni incorrecta.

Las respuestas son confidenciales y anónimas.

#### DATOS INFORMATIVOS:

Rango etario: < a 30 ( ) < a 40 ( ) < a 50 ( ) < a 60 ( )

Sexo: Femenino ( ) Masculino ( )

Fecha: / /

#### OPCIONES DE RESPUESTA:

Siempre (5) Casi siempre (4) A Veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)

VARIABLE	N°	DIMENSIONES E ITEMS	ESCALA				
ESTRATEGIAS DE COBRANZAS	OBJETIVOS		5	4	3	2	1
	1	¿Los objetivos de la estrategia de cobranzas son sensibilizados en forma adecuada entre los colaboradores?					
	2	¿Acorde a los cambios permanentes en el mundo, la alta dirección actualiza de forma eficaz los objetivos de las estrategias de cobranzas?					
	3	¿La empresa utiliza múltiples canales de comunicación a fin de que la cobranza se realice en forma oportuna?					
	4	¿La comunicación con los clientes es oportuna a fin de que se cumplan los objetivos de la estrategia de cobranzas?					
	POLÍTICAS		5	4	3	2	1
	5	¿En la política de cobros se ha establecido un flujo de procesos eficiente para los pagos de las primas?					
	6	¿A través de indicadores adecuadamente definidos en la política de cobros se realiza el seguimiento de los clientes con pago de primas retrasadas?					
	7	¿La política de recobros permite a los clientes cumplir con primas de cobranza retrasadas?					
	8	¿Se ha establecido en forma clara en la política de recobros descuentos por pronto pago en las primas retrasadas?					
	MEJORES PRÁCTICAS		5	4	3	2	1
	9	¿Se organiza el trabajo diario del equipo de cobranza a fin de alcanzar las metas semanales?					
10	¿La organización adecuada de los equipos de trabajo permite lograr altos niveles de productividad en la cobranza?						
11	¿A través de las mejores prácticas se ha segmentado la cartera de clientes deudores a fin de dar un tratamiento diferenciado en términos de gestión de cobranzas?						
12	¿La segmentación es dinámica, es decir, clientes van entrando y saliendo de segmento a medida que cumplen con dichos criterios?						

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN



## Anexo 4. Cuestionario de la variable Morosidad

### CUESTIONARIO SOBRE "La Morosidad"

#### INSTRUCCIONES:

Este cuestionario se usará para conocer sobre la MOROSIDAD que se desarrolla en el canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, 2021.

Este documento se aplicará en un solo acto a los trabajadores del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros.

Los trabajadores del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, al responder el cuestionario, deben marcar con una "X" el valor de la calificación correspondiente.

Recuerde que no hay respuesta correcta ni incorrecta.

Las respuestas son confidenciales y anónimas.

#### DATOS INFORMATIVOS:

Rango etario: < a 30 ( ) < a 40 ( ) < a 50 ( ) < a 60 ( )

Sexo: Femenino ( ) Masculino ( )

Fecha: / /

#### OPCIONES DE RESPUESTA:

Siempre (5) Casi siempre (4) A Veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)

VARIABLE	N°	DIMENSIONES E ITEMS	ESCALA				
MOROSIDAD	GESTIÓN DE LA MOROSIDAD		5	4	3	2	1
	13	¿En forma oportuna se pone en marcha las acciones planificadas para la cobranza de clientes con primas retrasadas?					
	14	¿La alta dirección realiza capacitaciones para ejecutar los planes orientados a reducir la morosidad en el pago de primas?					
	15	¿Permanentemente se realiza el control de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad?					
	16	¿Se realizan reuniones periódicas para evaluar los resultados de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad en el pago de las primas?					
	HERRAMIENTAS DE COBRO DE DEUDAS		5	4	3	2	1
	17	¿La empresa ha implementado sistemas informáticos icloud para los clientes puedan realizar los pagos de las primas contratadas?					
	18	¿Los sistemas informáticos que tiene la empresa en la nube cuentan con estrictos controles para evitar ataques cibeméticos?					
	19	¿A través del reporte de cobranzas se fomenta la productividad entre los colaboradores?					
	20	¿Para la elaboración del reporte de cobranza se asegura la calidad de la recopilación de los datos?					
	PROGRAMA DE COBRO DE DEUDAS		5	4	3	2	1
	21	¿Se analiza periódicamente las condiciones sobre el programa de garantías?					
	22	¿El programa de garantías permite reducir el riesgo de la morosidad?					
	23	¿La empresa realiza constantes programas orientando la reprogramación de deudas por el pago de las primas?					
24	¿La reprogramación de deudas a los clientes a permitido reducir la cartera morosa?						

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN

## Anexo 5. Estadísticas totales de elementos: Estrategias de cobranza

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Los objetivos de la estrategia de cobranzas son sensibilizados en forma adecuada entre los colaboradores?	32.25	99.642	0.834	0.796	0.880
¿Acorde a los cambios permanentes en el mundo, la alta dirección actualiza de forma eficaz los objetivos de la estrategia de cobranzas?	32.15	97.152	0.825	0.810	0.879
¿La empresa utiliza múltiples canales de comunicación a fin de que la cobranza se realice en forma oportuna?	32.37	100.276	0.810	0.751	0.881
¿La comunicación con los clientes es oportuna a fin de que se cumplan los objetivos de la estrategia de cobranzas?	32.19	105.139	0.638	0.597	0.890
¿En la política de cobros se ha establecido un flujo de procesos eficiente para los pagos de las primas?	32.12	102.104	0.755	0.619	0.884
¿A través de indicadores adecuadamente definidos en la política de cobros se realiza el seguimiento de los clientes con pago de primas retrasadas?	32.33	105.479	0.645	0.516	0.890
¿La política de recobros permite a los clientes cumplir con primas de cobranza retrasadas?	32.29	111.268	0.518	0.481	0.896
¿Se ha establecido en forma clara en la política de recobros descuentos por pronto pago en las primas retrasadas?	32.27	104.946	0.649	0.597	0.890
¿Se organiza el trabajo diario del equipo de cobranzas a fin de alcanzar las metas semanales?	32.13	112.315	0.383	0.377	0.903
¿La organización adecuada de los equipos de trabajo permite lograr altos niveles de productividad en la cobranza?	32.23	113.985	0.378	0.448	0.902
¿A través de las mejores prácticas se ha segmentado la cartera de clientes deudores a fin de dar un tratamiento diferenciado en términos de gestión de cobranzas?	32.02	105.745	0.627	0.513	0.891
¿La segmentación es dinámica, es decir, clientes van entrando y saliendo del segmento a medida que cumplen con dichos criterios?	31.92	113.131	0.339	0.405	0.905

## Anexo 6. Estadísticas totales de elementos: Morosidad

Estadísticas de total de elemento					
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Correlación múltiple al cuadrado	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿En forma oportuna se pone en marcha las acciones planificadas para la cobranza de clientes con primas retrasadas?	32.98	98.804	0.862	0.827	0.879
¿La alta dirección realiza capacitaciones para ejecutar los planes orientados a reducir la morosidad en el pago de las primas?	32.88	99.751	0.811	0.779	0.882
¿Permanentemente se realiza el control de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad?	33.10	98.128	0.779	0.774	0.883
¿Se realizan reuniones periódicas para evaluar los resultados de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad en el pago de las primas?	32.94	106.604	0.694	0.641	0.889
¿La empresa ha implementado sistemas informáticos e-cloud para que los clientes puedan realizar los pagos de las primas contratadas?	33.00	102.078	0.703	0.545	0.888
¿Los sistemas informáticos que tiene la empresa en la nube cuentan con estrictos controles para evitar ataques cibernéticos?	32.63	105.217	0.650	0.576	0.891
¿A través del reporte de cobranza se fomenta la productividad entre los coladores?	33.12	110.771	0.512	0.379	0.897
¿Para la elaboración del reporte de cobranza se asegura la calidad de la recopilación de los datos?	33.04	104.155	0.619	0.545	0.892
¿Se analiza periódicamente las condiciones sobre el programa de garantías?	33.13	109.531	0.468	0.317	0.900
¿El programa de garantías permite reducir el riesgo por morosidad?	33.02	106.725	0.569	0.479	0.895
¿La empresa realiza constantes programas orientados a la reprogramación de deudas por el pago de las primas?	32.94	111.977	0.408	0.335	0.902
¿La reprogramación de deudas a los clientes ha permitido reducir la cartera morosa?	32.79	114.288	0.347	0.243	0.904

## Anexo 7. Tablas de resultados: Características de la muestra

### Rango Etario

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
< A 30 años	11	21.2	21.2	21.2
< A 40 años	16	30.8	30.8	51.9
< A 50 años	17	32.7	32.7	84.6
< A 60 años	8	15.4	15.4	100.0
Total	52	100.0	100.0	

### Sexo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	16	30.8	30.8	30.8
Femenino	36	69.2	69.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

## Anexo 8. Tablas de resultados de dimensiones: Estrategia de cobranza

### A. Dimensión objetivos

**¿Los objetivos de la estrategia de cobranzas son sensibilizados en forma adecuada entre los colaboradores?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	11	21.2	21.2	21.2
Casi nunca	13	25.0	25.0	46.2
A veces	8	15.4	15.4	61.5
Casi siempre	12	23.1	23.1	84.6
Siempre	8	15.4	15.4	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿La empresa utiliza múltiples canales de comunicación a fin de que la cobranza se realice en forma oportuna?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	25.0	25.0	25.0
Casi nunca	12	23.1	23.1	48.1
A veces	9	17.3	17.3	65.4
Casi siempre	11	21.2	21.2	86.5
Siempre	7	13.5	13.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿Acorde a los cambios permanentes en el mundo, la alta dirección actualiza de forma eficaz los objetivos de la estrategia de cobranzas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	25.0	25.0	25.0
Casi nunca	11	21.2	21.2	46.2
A veces	6	11.5	11.5	57.7
Casi siempre	9	17.3	17.3	75.0
Siempre	13	25.0	25.0	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿La comunicación con los clientes es oportuna a fin de que se cumplan los objetivos de la estrategia de cobranzas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	12	23.1	23.1	23.1
Casi nunca	7	13.5	13.5	36.5
A veces	13	25.0	25.0	61.5
Casi siempre	13	25.0	25.0	86.5
Siempre	7	13.5	13.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### Objetivos (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	15	28.8	28.8	28.8
Medianamente eficiente	21	40.4	40.4	69.2
Eficiente	16	30.8	30.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

## B. Dimensión Políticas

**¿En la política de cobros se ha establecido un flujo de procesos eficiente para los pagos de las primas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	11.5	11.5	11.5
Casi nunca	19	36.5	36.5	48.1
A veces	7	13.5	13.5	61.5
Casi siempre	9	17.3	17.3	78.8
Siempre	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿La política de recobros permite a los clientes cumplir con primas de cobranza retrasadas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	15.4	15.4	15.4
Casi nunca	10	19.2	19.2	34.6
A veces	21	40.4	40.4	75.0
Casi siempre	9	17.3	17.3	92.3
Siempre	4	7.7	7.7	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿A través de indicadores adecuadamente definidos en la política de cobros se realiza el seguimiento de los clientes con pago de primas retrasadas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	11	21.2	21.2	21.2
Casi nunca	11	21.2	21.2	42.3
A veces	16	30.8	30.8	73.1
Casi siempre	6	11.5	11.5	84.6
Siempre	8	15.4	15.4	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿Se ha establecido en forma clara en la política de recobros descuentos por pronto pago en las primas retrasadas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	10	19.2	19.2	19.2
Casi nunca	13	25.0	25.0	44.2
A veces	13	25.0	25.0	69.2
Casi siempre	7	13.5	13.5	82.7
Siempre	9	17.3	17.3	100.0
Total	52	100.0	100.0	

### Políticas (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	10	19.2	19.2	19.2
Medianamente eficiente	25	48.1	48.1	67.3
Eficiente	17	32.7	32.7	100.0
Total	52	100.0	100.0	

### C. Dimensión Mejores prácticas

**¿Se organiza el trabajo diario del equipo de cobranzas a fin de alcanzar las metas semanales?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	15.4	15.4	15.4
Casi nunca	14	26.9	26.9	42.3
A veces	9	17.3	17.3	59.6
Casi siempre	13	25.0	25.0	84.6
Siempre	8	15.4	15.4	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿A través de las mejores prácticas se ha segmentado la cartera de clientes deudores a fin de dar un tratamiento diferenciado en términos de gestión de cobranzas.?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	17.3	17.3	17.3
Casi nunca	8	15.4	15.4	32.7
A veces	13	25.0	25.0	57.7
Casi siempre	13	25.0	25.0	82.7
Siempre	9	17.3	17.3	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿La organización adecuada de los equipos de trabajo permite lograr altos niveles de productividad en la cobranza?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	15.4	15.4	15.4
Casi nunca	11	21.2	21.2	36.5
A veces	16	30.8	30.8	67.3
Casi siempre	13	25.0	25.0	92.3
Siempre	4	7.7	7.7	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿La segmentación es dinámica, es decir, clientes van entrando y saliendo del segmento a medida que cumplen con dichos criterios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	10	19.2	19.2	19.2
Casi nunca	6	11.5	11.5	30.8
A veces	8	15.4	15.4	46.2
Casi siempre	20	38.5	38.5	84.6
Siempre	8	15.4	15.4	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### Mejores prácticas (Agrupada)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deficiente	13	25.0	25.0	25.0
Medianamente eficiente	24	46.2	46.2	71.2
Eficiente	15	28.8	28.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

## Anexo 9. Tablas de resultados de dimensiones: La morosidad

### A. Dimensión Gestión de la morosidad

<b>Gestión de Morosidad (Agrupada)</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	15	28.8	28.8	28.8
Regular	24	46.2	46.2	75.0
Alta	13	25.0	25.0	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### ¿En forma oportuna se pone en marcha las acciones planificadas para la cobranza de clientes con primas retrasadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	10	19.2	19.2	19.2
Casi nunca	11	21.2	21.2	40.4
A veces	10	19.2	19.2	59.6
Casi siempre	12	23.1	23.1	82.7
Siempre	9	17.3	17.3	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### ¿La alta dirección realiza capacitaciones para ejecutar los planes orientados a reducir la morosidad en el pago de las primas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	15.4	15.4	15.4
Casi nunca	14	26.9	26.9	42.3
A veces	7	13.5	13.5	55.8
Casi siempre	12	23.1	23.1	78.8
Siempre	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### ¿Permanentemente se realiza el control de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	16	30.8	30.8	30.8
Casi nunca	6	11.5	11.5	42.3
A veces	11	21.2	21.2	63.5
Casi siempre	7	13.5	13.5	76.9
Siempre	12	23.1	23.1	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### ¿Se realizan reuniones periódicas para evaluar los resultados de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad en el pago de las primas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	7.7	7.7	7.7
Casi nunca	16	30.8	30.8	38.5
A veces	13	25.0	25.0	63.5
Casi siempre	13	25.0	25.0	88.5
Siempre	6	11.5	11.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	



## B. Dimensión Herramientas de Cobro

<b>Herramientas de cobro de deudas (Agrupada)</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	16	30.8	30.8	30.8
Regular	21	40.4	40.4	71.2
Alta	15	28.8	28.8	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿La empresa ha implementado sistemas informáticos icloud para que los clientes puedan realizar los pagos de las primas contratadas?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	10	19.2	19.2	19.2
Casi nunca	13	25.0	25.0	44.2
A veces	9	17.3	17.3	61.5
Casi siempre	9	17.3	17.3	78.8
Siempre	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿Los sistemas informáticos que tiene la empresa en la nube cuentan con estrictos controles para evitar ataques cibernéticos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	11.5	11.5	11.5
Casi nunca	10	19.2	19.2	30.8
A veces	8	15.4	15.4	46.2
Casi siempre	17	32.7	32.7	78.8
Siempre	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿A través del reporte de cobranza se fomenta la productividad entre los colaboradores?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	11.5	11.5	11.5
Casi nunca	16	30.8	30.8	42.3
A veces	15	28.8	28.8	71.2
Casi siempre	10	19.2	19.2	90.4
Siempre	5	9.6	9.6	100.0
Total	52	100.0	100.0	

**¿Para la elaboración del reporte de cobranza se asegura la calidad de la recopilación de los datos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	12	23.1	23.1	23.1
Casi nunca	9	17.3	17.3	40.4
A veces	13	25.0	25.0	65.4
Casi siempre	7	13.5	13.5	78.8
Siempre	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

### C. Dimensión Programas de cobro de deudas

<b>Programas de cobro de deudas (Agrupada)</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	15	28.8	28.8	28.8
Regular	23	44.2	44.2	73.1
Alta	14	26.9	26.9	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### ¿Se analiza periódicamente las condiciones sobre el programa de garantías?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	10	19.2	19.2	19.2
Casi nunca	14	26.9	26.9	46.2
A veces	11	21.2	21.2	67.3
Casi siempre	9	17.3	17.3	84.6
Siempre	8	15.4	15.4	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### ¿El programa de garantías permite reducir el riesgo por morosidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	13.5	13.5	13.5
Casi nunca	17	32.7	32.7	46.2
A veces	11	21.2	21.2	67.3
Casi siempre	6	11.5	11.5	78.8
Siempre	11	21.2	21.2	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### ¿La empresa realiza constantes programas orientado la reprogramación de deudas por el pago de las primas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	7	13.5	13.5	13.5
Casi nunca	13	25.0	25.0	38.5
A veces	11	21.2	21.2	59.6
Casi siempre	14	26.9	26.9	86.5
Siempre	7	13.5	13.5	100.0
Total	52	100.0	100.0	

#### ¿La reprogramación de deudas a los clientes a permitido reducir la cartera morosa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	9.6	9.6	9.6
Casi nunca	10	19.2	19.2	28.8
A veces	16	30.8	30.8	59.6
Casi siempre	13	25.0	25.0	84.6
Siempre	8	15.4	15.4	100.0
Total	52	100.0	100.0	

## Anexo 10. Carta de Aprobación RIMAC SEGUROS

**RIMAC**

San Isidro 24 de junio del 2021

Señores  
Universidad Cesar Vallejo  
Lima

Estimados Señores:

Por medio de la presente, se autoriza a la Srta. **Julia Yanina Meza Vasquez**, identificada con DNI N° **45000141** quien labora en nuestra empresa bajo el cargo de **Ejecutiva de Cobranza** desde 01 agosto del 2007 a la fecha, para que tome como referencia el nombre de la empresa, RIMAC Seguros para la elaboración y desarrollo de su investigación de tesis.

Sirva la presente para los fines que se estimen convenientes.

Atentamente,

  
**Yesenia Vela Cary**  
Jefa de Cobranzas WorkSite  
Protección Familiar





## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): Mg. Aquiles Antonio Peña Cerna

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la UCV, en la sede Los Olivos, promoción 2021, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual obtendremos el grado de Licenciados en Administración.

El título de nuestro proyecto de investigación es: Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad de primas del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, 2021 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Meza Vásquez, Julia Yanina  
D.N.I: 45000141



Ramírez Merino, Mariela Paola  
D.N.I: 44311882

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE A LAS ESTRATEGÍAS DE COBRANZA Y SU RELACIÓN CON LA MOROSIDAD DEL CANAL GSP WOKSITE EN RIMAC SEGUROS.**

N.º	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>DIMENSION 1 - Objetivos</b>							
1	¿Los objetivos de la estrategia de cobranzas son sensibilizados en forma adecuada entre los colaboradores?							
2	¿Acorde a los cambios permanentes en el mundo, la alta dirección actualiza de forma eficaz los objetivos de las estrategias de cobranzas?							
3	¿La empresa utiliza múltiples canales de comunicación a fin de que la cobranza se realice en forma oportuna?							
4	¿La comunicación con los clientes es oportuna a fin de que se cumplan los objetivos de la estrategia de cobranzas?							
	<b>DIMENSION 2 - Políticas</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
5	¿En la política de cobros se ha establecido un flujo de procesos eficiente para los pagos de las primas?							
6	¿A través de indicadores adecuadamente definidos en la política de cobros se realiza el seguimiento de los clientes con pago de primas retrasadas?							
7	¿La política de cobros permite a los clientes cumplir con primas de cobranza retrasadas?							
8	¿Se ha establecido en forma clara en la política de cobros descuentos por pronto pago en las primas retrasadas?							
	<b>DIMENSION 3 - Mejores Prácticas</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
9	¿Se organiza el trabajo diario del equipo de cobranza a fin de alcanzar las metas semanales?							
10	¿La organización adecuada de los equipos de trabajo permite lograr altos niveles de productividad en la cobranza?							
11	¿A través de las mejores prácticas se ha segmentado la cartera de clientes deudores a fin de dar un tratamiento diferenciado en términos de gestión de cobranzas?							
12	¿La segmentación es dinámica, es decir, clientes van entrando y saliendo de segmento a medida que cumplen con dichos criterios?							
	<b>DIMENSION 4 – Gestión de la morosidad</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
13	¿En forma oportuna se pone en marcha las acciones planificadas para la cobranza de clientes con primas retrasadas?							
14	¿La alta dirección realiza capacitaciones para ejecutar los planes orientados a reducir la morosidad en el pago de primas?							
15	¿Permanente se realiza el control de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad?							
16	¿Se realizan reuniones periódicas para evaluar los resultados de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad en el pago de las primas?							
	<b>DIMENSION 5 – Herramientas de cobro de deudas</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
17	¿La empresa ha implementado sistemas informáticos iCloud para los clientes puedan realizar los pagos de las primas contratadas?							
18	¿Los sistemas informáticos que tiene la empresa en la nube cuentan con estrictos controles para evitar ataques cibernéticos?							
19	¿A través del reporte de cobranzas se fomenta la productividad entre los colaboradores?							
20	¿Para la elaboración del reporte de cobranza se asegura la calidad de la recopilación de los datos?							
	<b>DIMENSION 6 – Programa de cobro de deudas</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
21	¿Se analiza periódicamente las condiciones sobre el programa de garantías?							
22	¿El programa de garantías permite reducir el riesgo de la morosidad?							
23	¿La empresa realiza constantes programas orientando la reprogramación de deudas por el pago de las primas?							
24	¿La reprogramación de deudas a los clientes a permitido reducir la cartera morosa?							

Observaciones (precisar si hay suficiencia): *Si hay suficiencia*

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

Apellidos y nombres del juez validador: *Dij Mg: Mg. Aquiles Antonio Peña Cerna*

DNI: 42353436

Especialidad del validador: *Especialidad En Gestión Empresarial Y Marketing*

29 de junio del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



Firma del Experto Informante.

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): Mg. César Alberto Gamarra Cabello

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la UCV, en la sede Los Olivos, promoción 2021, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual obtendremos el grado de Licenciados en Administración.

El título de nuestro proyecto de investigación es: Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad de primas del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, 2021 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Meza Vásquez, Julia Yanina  
D.N.I: 45000141



Ramírez Merino, Mariela Paola  
D.N.I: 44311882

**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE A LAS ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y SU RELACION CON LA MOROSIDAD DEL CANAL GSP WOKSITE EN RIMAC SEGUROS.**

N.º	DIMENSIONES / items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
ESTRATEGIAS DE COBRANZA	<b>DIMENSION 1 - Objetivos</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
	¿Los objetivos de la estrategia de cobranzas son sensibilizados en forma adecuada entre los colaboradores?							
	¿Acorde a los cambios permanentes en el mundo, la alta dirección actualiza de forma eficaz los objetivos de las estrategias de cobranzas?							
	¿La empresa utiliza múltiples canales de comunicación a fin de que la cobranza se realice en forma oportuna?							
	¿La comunicación con los clientes es oportuna a fin de que se cumplan los objetivos de la estrategia de cobranzas?							
	<b>DIMENSION 2 - Políticas</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
	¿En la política de cobros se ha establecido un flujo de procesos eficiente para los pagos de las primas?							
	¿A través de indicadores adecuadamente definidos en la política de cobros se realiza el seguimiento de los clientes con pago de primas retrasadas?							
	¿La política de recobros permite a los clientes cumplir con primas de cobranza retrasadas?							
	¿Se ha establecido en forma clara en la política de recobros descuentos por pronto pago en las primas retrasadas?							
	<b>DIMENSION 3 - Mejores Prácticas</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
	¿Se organiza el trabajo diario del equipo de cobranza a fin de alcanzar las metas semanales?							
¿La organización adecuada de los equipos de trabajo permite lograr altos niveles de productividad en la cobranza?								
¿A través de las mejores prácticas se ha segmentado la cartera de clientes deudores a fin de dar un tratamiento diferenciado en términos de gestión de cobranzas?								
¿La segmentación es dinámica, es decir, clientes van entrando y saliendo de segmento a medida que cumplen con dichos criterios?								
<b>DIMENSION 4 – Gestión de la morosidad</b>	Si	No	Si	No	Si	No		
¿En forma oportuna se pone en marcha las acciones planificadas para la cobranza de clientes con primas retrasadas?								
¿La alta dirección realiza capacitaciones para ejecutar los planes orientados a reducir la morosidad en el pago de primas?								
¿Permanentemente se realiza el control de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad?								
¿Se realizan reuniones periódicas para evaluar los resultados de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad en el pago de las primas?								
<b>DIMENSION 5 – Herramientas de cobro de deudas</b>	Si	No	Si	No	Si	No		
¿La empresa ha implementado sistemas informáticos iCloud para los clientes puedan realizar los pagos de las primas contratadas?								
¿Los sistemas informáticos que tiene la empresa en la nube cuentan con estrictos controles para evitar ataques cibernéticos?								
¿A través del reporte de cobranzas se fomenta la productividad entre los colaboradores?								
¿Para la elaboración del reporte de cobranza se asegura la calidad de la recopilación de los datos?								
<b>DIMENSION 6 – Programa de cobro de deudas</b>	Si	No	Si	No	Si	No		
¿Se analiza periódicamente las condiciones sobre el programa de garantías?								
¿El programa de garantías permite reducir el riesgo de la morosidad?								
¿La empresa realiza constantes programas orientando la reprogramación de deudas por el pago de las primas?								
¿La reprogramación de deudas a los clientes es permitido reducir la cartera morosa?								

Observaciones (preclarificar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

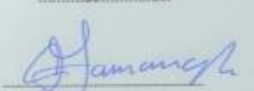
Apellidos y nombres del juez validador: Dr. Mg. Gonzalez Gbello, César Alberto DNI: 75602133

Especialidad del validador: MBA en Administración Estratégica de Empresas - Centrum PVC

.....de.....del

*Pertinencia: (1) Item correspondiente al concepto técnico formulado.  
Relevancia: (2) Item de apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del item, es conciso, exacto y directo.*

*Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los items planteados son suficientes para medir la dimensión*

  
Firma del Experto Informante.

## CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a)(ita): Mg. Jesús Eduardo Miranda Bazalar.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiantes de la Escuela Profesional de Administración de la UCV, en la sede Los Olivos, promoción 2021, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual obtendremos el grado de Licenciados en Administración.

El título de nuestro proyecto de investigación es: Estrategias de cobranza y su relación con la morosidad de primas del canal GSP Worksite en RIMAC Seguros, 2019 y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Meza Vásquez, Julia Yanina  
D.N.I: 45000141



Ramirez Merino, Mariela Paola  
D.N.I: 44311882



**CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE A LAS ESTRATEGIAS DE COBRANZA Y SU RELACION CON LA MOROSIDAD DEL CANAL GSP WOKSITE EN RIMAC SEGUROS.**

N.º	DIMENSIONES / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
	<b>DIMENSION 1 - Objetivos</b>							
1	¿Los objetivos de la estrategia de cobranzas son sensibilizados en forma adecuada entre los colaboradores?	x		x		x		
2	¿Acorde a los cambios permanentes en el mundo, la alta dirección actualiza de forma eficaz los objetivos de las estrategias de cobranzas?	x		x		x		
3	¿La empresa utiliza múltiples canales de comunicación a fin de que la cobranza se realice en forma oportuna?	x		x		x		
4	¿La comunicación con los clientes es oportuna a fin de que se cumplan los objetivos de la estrategia de cobranzas?	x		x		x		
	<b>DIMENSION 2 - Políticas</b>	SI	No	SI	No	SI	No	
5	¿En la política de cobros se ha establecido un flujo de procesos eficiente para los pagos de las primas?	x		x		x		
6	¿A través de indicadores adecuadamente definidos en la política de cobros se realiza el seguimiento de los clientes con pago de primas retrasadas?	x		x		x		
7	¿La política de recobros permite a los clientes cumplir con primas de cobranza retrasadas?	x		x		x		
8	¿Se ha establecido en forma clara en la política de recobros descuentos por pronto pago en las primas retrasadas?	x		x		x		
	<b>DIMENSION 3 - Mejores Prácticas</b>	SI	No	SI	No	SI	No	
9	¿Se organiza el trabajo diario del equipo de cobranza a fin de alcanzar las metas semanales?	x		x		x		
10	¿La organización adecuada de los equipos de trabajo permite lograr altos niveles de productividad en la cobranza?	x		x		x		
11	¿A través de las mejores prácticas se ha segmentado la cartera de clientes deudores a fin de dar un tratamiento diferenciado en términos de gestión de cobranzas?	x		x		x		
12	¿La segmentación es dinámica, es decir, clientes van entrando y saliendo de segmento a medida que cumplen con dichos criterios?	x		x		x		
	<b>DIMENSION 4 - Gestión de la morosidad</b>	SI	No	SI	No	SI	No	
13	¿En forma oportuna se pone en marcha las acciones planificadas para la cobranza de clientes con primas retrasadas?	x		x		x		
14	¿La alta dirección realiza capacitaciones para ejecutar los planes orientados a reducir la morosidad en el pago de primas?	x		x		x		
15	¿Permanente se realiza el control de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad?	x		x		x		
16	¿Se realizan reuniones periódicas para evaluar los resultados de los planes ejecutados para la reducción de la morosidad en el pago de las primas?	x		x		x		
	<b>DIMENSION 5 - Herramientas de cobro de deudas</b>	SI	No	SI	No	SI	No	
17	¿La empresa ha implementado sistemas informáticos (Cloud) para los clientes puedan realizar los pagos de las primas contratadas?	x		x		x		
18	¿Los sistemas informáticos que tiene la empresa en la nube cuentan con estrictos controles para evitar ataques cibernéticos?	x		x		x		
19	¿A través del reporte de cobranzas se fomenta la productividad entre los colaboradores?	x		x		x		
20	¿Para la elaboración del reporte de cobranza se asegura la calidad de la recopilación de los datos?	x		x		x		
	<b>DIMENSION 6 - Programa de cobro de deudas</b>	SI	No	SI	No	SI	No	
21	¿Se analiza periódicamente las condiciones sobre el programa de garantías?	x		x		x		
22	¿El programa de garantías permite reducir el riesgo de la morosidad?	x		x		x		
23	¿La empresa realiza constantes programas orientando la reprogramación de deudas por el pago de las primas?	x		x		x		
24	¿La reprogramación de deudas a los clientes a permitido reducir la cartera morosa?	x		x		x		

**Observaciones (precisar si hay suficiencia):** Existe suficiencia.

**Opinión de aplicabilidad:** **Aplicable [ X ]**      **Aplicable después de corregir [ ]**      **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg:** **Mg. Eco. Jesús Eduardo Miranda Bazalar.**

**DNI:** 40403208

**Especialidad del validador:** Magister en Gestión del Talento Humano.

30 de junio del 2021

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

  
 -----  
**Mg. Eco. Jesús Eduardo Miranda Bazalar**  
 Firma del Experto Informante.