



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE COBRANZA EN LA
EMPRESA JJ SOLUCIONES PERÚ E.I.R.L., SAN MARTÍN DE
PORRES, 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

ZURITA MACHADO, KARY SILVANA

ASESOR:

Dr. JIMENEZ CALDERON, CÉSAR EDUARDO


LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS Y DERECHO CORPORATIVO

LIMA – PERÚ


Año 2017

Página del jurado




.....

Dr. Dávila Arehaza, Víctor
Presidente



.....

Dr. Arce Álvarez, Edwin
Secretario



.....

Dr. Jiménez Calderón, Cesar
Vocal

Dedicatoria:

Dedico el presente trabajo principalmente a mi madre, por ser una mujer luchadora, fuerte además de siempre haber brindado tú apoyo incondicional para lograr ser una profesional y buena persona. También a ti papito por siempre cuidarme desde el cielo siempre estarán en mi corazón.

Agradecimiento:

A mi madre Magaly por la confianza y el apoyo que siempre me brindo, a mis hermanas por estar incondicionalmente y ser el motivo de salir adelante. A mi tía Aracely por siempre haberme incentivado, cuidado y confiado en mí.

Agradezco también de todo corazón a mis profesores de la Universidad Cesar Vallejo que me apoyaron en sus asesorías para el desarrollo de la presente investigación,

Agradecer también a la empresa por brindarme su tiempo para apoyarme en la formulación de mi tesis.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo Kary Silvana Zurita Machado con DNI N° 73688137, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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

Lima 15 de Diciembre del 2017.



Kary Silvana Zurita Machado

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada” **Comunicación externa y Gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú E.I.R.L., S.M.P., 2017**”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en administración.

Kary Silvana Zurita Machado

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria:	iii
Agradecimiento:	iv
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Resumen	ix
Abstract	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática	1
1.2. Trabajos previos	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	6
1.4. Formulación del problema	7
1.5. Justificación	7
1.6. Hipótesis	8
1.7. Objetivos	9
II. MÉTODO	10
2.1. Diseño de la investigación	10
2.2. Variables, Operacionalización	11
2.3. Población y muestra	18
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	18
2.5. Métodos de análisis de datos	21
2.6. Aspectos éticos	22
III. RESULTADOS	23
IV. DISCUSIÓN	32
V. CONCLUSIONES	37
VI. RECOMENDACIONES	38
VII. REFERENCIAS	39
ANEXOS	422

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Matriz de Operacionalización de variable	17
Tabla 2	Distribución numérica de ítems por variable	19
Tabla 3	Puntuación de los ítems en la Escala tipo Likert	19
Tabla 4	Validación de expertos	20
Tabla 5	Resumen del procesamiento de los casos	20
Tabla 6	Estadísticos de fiabilidad	20
Tabla 7	Medidas de consistencia interna e interpretación de coeficientes	21
Tabla 8	Dimensión Comunicación operativa	23
Tabla 9	Dimensión Comunicación estratégica	23
Tabla 10	Dimensión Comunicación de notoriedad	23
Tabla 11	Dimensión cobranza	24
Tabla 12	Dimensión Riesgo	24
Tabla 13	Dimensión insolvencia	24
Tabla 14	Prueba de normalidad - Shapiro-Wilk 2017	25
Tabla 15	Índices de correlación	26
Tabla 16	Prueba de correlación de variables	27
Tabla 17	Comunicación externa en relación cobranza	28
Tabla 18	Comunicación externa en relación con Cesionario de Crédito	29
Tabla 19	Comunicación externa en relación con Riesgo	30
Tabla 20	Comunicación externa en relación con insolvencia	31

Resumen

Este trabajo de investigación tuvo como finalidad determinar la relación que existe entre la comunicación externa y la gestión de la cobranza en la Empresa JJ SOLUCIONES PERÚ E.I.R.L. San Martín de Porres, 2017. La investigación se realizó con una población de 30 clientes recurrentes a la empresa, de las cuales se considera una muestra por conveniencia. Se utilizó la técnica de la encuesta, así mismo se elaboró un cuestionario de 18 preguntas en Escala tipo Likert. El método de investigación fue hipotético deductivo con enfoque cuantitativo; el tipo de investigación fue aplicada, nivel de investigación es descriptiva correlacional y el diseño es no experimental de corte transeccional. El nivel de fiabilidad fue alto (Alfa de Cronbach = 0.91). En conclusión existe **correlación positiva muy fuerte** ($R=0,783$) entre la Comunicación externa y Gestión de Cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú E.I.R.L., San Martín de Porres, 2017.

Palabras Clave: Comunicación externa, Gestión de Cobranza.

Abstract

The purpose of this research work was to determine the relationship between external communication and collection management in the Company JJ SOLUCIONES PERÚ E.I.R.L. San Martín de Porres, 2017. The research was conducted with a population of 30 recurring customers to the company, of which it is considered a sample for convenience. The survey technique was used, and a questionnaire of 18 questions was elaborated on the Likert Scale. The research method was hypothetical deductive with a quantitative approach; the type of research is applied, level of investigation is descriptive correlational and the design is non-experimental of a transeccional nature. The level of reliability was high (Cronbach's alpha = 0.91). In conclusion there is a very strong positive correlation ($R = 0.783$) between the External Communication and Collection Management in the company JJ Soluciones Perú E.I.R.L., San Martín de Porres, 2017.

Key words: External communication, Collection Management.

I.INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En los últimos años, la comunicación externa a nivel global ha tenido gran importancia en las empresas, en especial para que la información brindada pueda ser confiable y veraz además de mejorar la relación comercial con los clientes, proveedores es decir con su entorno, además ayudara a que las empresas sean competitivas en el mercado y con ello lograr una ventaja competitiva, ya que una organización sin comunicación sea interna o externa lo más problema es que no logre alcanzar el éxito. Pero en la actualidad hay muchas empresas que han descuidado la comunicación externa sin saber que esta puede resultar una de las mejores herramientas para fomentar relaciones duraderas entre proveedor-cliente, hacer que la información sea veraz y mejorar la imagen y posicionamiento en el mercado lo cual contribuirá a que las metas u objetivos sean alcanzados.

En lo internacional la investigación tomada es de Molina (2014) en la tesis denominada “Plan de comunicación externa para dar a conocer los servicios turísticos de gofoklore.com con sus públicos.” Investigo referente al diseño del plan de comunicación externa para aumentar y ganar notoriedad con su público objetivo, con ello poder tener más clientes y proveedores futuros o potenciales; así mismo para llegar obtener los datos realizo un cuestionario que se aplicó a 89 clientes las cuales dio como resultado que no hay buena comunicación pues hay una diferencia entre la imagen emitida y la imagen perciba lo cual genera una desventaja para que la empresa pueda generar sus beneficios.

En el Perú la falta de comunicación externa en las empresas puede afectarlas pues muchas de ellas la dejan de lado, según la tesis de Espinoza (2015) en la tesis denominada “Comunicación en la Gestión de Responsabilidad Social: caso DOE RUN PERÚ” investigo referente a analizar la comunicación externa referente al programa de responsabilidad social; la cual dio como resultado que la responsabilidad social es importante pues contribuye a la imagen y reputación de la empresa, todo esto se lograra si hay una buena comunicación externo ya que mediante ello los mensajes podrán llegar con mejor claridad y pueda haber un buen flujo de comunicación entre lo externo y la empresa.

La gestión de cobranzas, es uno de los temas con suma importancia para las empresas, ya que desde sus inicios las mismas buscan maximizar su rentabilidad, contar con efectivo, y tener lo mínimo de cobranzas atrasadas para que ello no repercuta en riesgo que no te paguen o de caer en insolvencia. Para ello nos menciona el diario Gestión (2014) que hoy en día en el Perú las empresas están tomando como estrategia de cobranza a los deudores que se resisten a pagar créditos la retención de sueldos, asimismo menciona que este método inicia mediante una comunicación la cual es la cobranza judicial. Este método es tomado como forma de presionar a los deudores a pagar, asimismo se comprobó que 8 de cada 10 morosos pagan su deuda al cash con la implementación de esta estrategia de cobranza.

Las organizaciones poco a poco están tomando importancia y consideración a temas como la comunicación externa, pues mediante ello podrán estar en contacto con sus clientes actuales e ir ganando clientes potenciales al igual que se puede ir fomentando mejores relaciones. Actualmente la empresa no cuenta con los medios ni herramientas para poder llevar una eficiente comunicación externa ya que existen deficiencias en ellas, lo cual estaría repercutiendo en que la deficiente gestión de cobranza y el no contar con efectivo en el tiempo pactado con el cliente.

La empresa JJ soluciones Perú EIRL se encuentra Ubicada Calle San Simón 121 Urb. San diego – S.M.P, la cual es Consultora de Programación y Suministros Informáticos además de la venta del mismo. La cual en los últimos meses ha estado pasando por una baja económica, debido a la deficiente comunicación con clientes lo cual podría estar repercutiendo en la gestión de cobranza, por ende los ingresos no estarían siendo los adecuados y no cubrirían con los gastos que le realiza la empresa. Es decir la empresa está teniendo consecuencias poco positivas, que no le ayudaran a captar clientes y ser competitiva en el mercado o en el sector en el que se encuentra.

Por lo tanto la comunicación externa es decir la relación que tienen las organizaciones con sus clientes y la gestión de cobranza son importantes pues el que haya una buena relación y coordinación con sus clientes les permitirá tener una oportuna realización de cobranza y con ello lograr cancelar todas sus deudas que pueda tener con cualquier entidad o proveedores.

1.2. Trabajos previos

1.2.1. Antecedentes internacionales

Villacis (2016) en su tesis titulada “Las políticas de crédito y cobranza y los índices de liquidez del Sector Cooperativo de Ahorro y Crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato - Ecuador”. Para obtener el título de ingeniera en contabilidad en la universidad técnica de Ambato, donde tuvo como objetivo determinar la relación entre las políticas que tiene para el crédito, cobranza como los índices de liquidez en el sector “Cooperativo de Ahorro y Crédito del segmento 1 para con ello poder mejorar las gestiones de las instituciones. La investigación fue de enfoque mixto, el tipo de investigación utilizada es exploratoria y descriptiva. Los datos se recolectaron mediante la técnica encuesta y el instrumento el cuestionario, teniendo como muestra 56 administradores de las empresas. Llegando a la conclusión que las variables están relacionadas es decir la Política de Crédito y Cobranza está relacionada con los Índices de Liquidez.

Osorio (2009) en la tesis titulada “La Función de la Comunicación Interna y Externa, como Instrumento Estratégico para Mejorar el Servicio al Cliente en Madero y Maldonado, Corredores de Seguros S.A - Bogota”. Para obtener el grado de licenciatura en comunicador social organizacional en la universidad pontificia Javeriana, Bogotá - Colombia, donde tuvo como objetivo de la investigación determinar la relación de la comunicación interna y externa, en el servicio al cliente de Madero y Maldonado Corredores de Seguros, por medio de la formulación de un plan estratégico de comunicación. La metodología fue de tipo aplicada y de diseño no experimental de corte transversal, se utilizó como técnica e instrumento de investigación a la encuesta, el cuestionario y la entrevista. Se concluyó que los medios de comunicación internos y externos de la organización son totalmente importantes, ya que con la formulación del plan estratégico se demostró la ventaja competitiva que tiene la estructuración, de los medios, especialmente lo que se refiere a las comunicaciones de marketing de la empresa.

Flint (2008) en la tesis titulada “Eficiencia y Racionalidad en el sistema concursal. El caso peruano”. Para obtener el grado doctoral en la universidad Roman Liull-Europa. La presente investigación tiene como objetivo primordial medir la eficiencia concursal por medio de los costos de las transacciones como también la comparación del mismo con una guía que servirá de referencia el cual es el Régimen de Insolvencia empresarial. El enfoque fue de pretensión denominado pragmatismo y un método cuantitativo. Para la recolección de datos se encuestaron a 70 expertos que perteneces al sistema sucursal. Llegaron a la conclusión de que ambas variables están relacionadas para ello utilizaron el coeficiente Pearson (0.50) el cual indica que hay una correlación positiva mediana.

Yepes (2016) en la tesis titulada “Gestión de riesgo de crédito y microcrédito en la banca universal venezolana”. Para obtener el grado de Maestría en Finanzas y Banca en la universidad Rafael Urdaneta – Maracaibo, Venezuela. Cuyo objetivo general fue determinar la relación de la gestión del crédito y microcrédito en la “Banca Universal venezolana del Municipio Maracaibo”. La metodología utilizada para este estudio fue de tipo descriptivo, diseño fue de campo, la muestra fue de 30 clientes y el instrumento utilizado fue el cuestionario. Llegando a la conclusión que la gestión de riesgo de crédito y microcrédito están relacionados y para ello se utilizó el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, el cual da la existencia de una relación positiva considerable (0.648).

Antecedentes nacionales

Fajardo, Torres y Villena (2016) En la tesis denominada “La gestión de cobranza para la recuperabilidad del capital de la Cartera de clientes pymes del banco Interbank”. Para obtener el título profesional de economista en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega Lima- Perú. El propósito de la investigación es determinar la relación que existe entre las dos variables, es decir gestión de cobranza y la recuperabilidad del capital en la cartera de los clientes. El tipo investigación es aplicativa de nivel Descriptivo-Correlacional, diseño no experimental – Longitudinal. Para la recolección de los dato se utilizó lista de verificación y ficha de observación, la muestra para el estudio fue de 76 clientes. Se llegó a la conclusión que la gestión de cobranza tiene una relación positiva con la recuperabilidad de cartera de clientes, utilizando la correlación de Pearson (0.817**).

Coronel (2016) en la tesis denominada “Estrategia de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera mi banco – Jaén 2015”. Para obtener el título profesional de contador público en la Universidad Señor de Sipán, Pímentel-Perú. El cual tiene como objetivo determinar la relación que existe entre la estrategia de la cobranza referente a la reducción de la morosidad en la entidad financiera. El tipo de investigación fue descriptiva- correlacional de diseño cuantitativa no experimental. La información se llegó recolectar mediante la técnica encuesta, observación y el instrumento cuestionario, guía de observación, el cual tiene dos tipos de muestra una es de 32 colaboradores y la otra se consideró a 172 clientes morosos. Se llegó a la conclusión que la estrategia de cobranza está relacionada con la morosidad mediante el coeficiente de correlación de Rho de Spearman (0.823) es decir tienen una correlación positiva muy fuerte.

Chuquihuanga (2015) En la tesis titulada “Impacto financiero en la empresa Cerámicos Lambayeque SAC a través de la correlación de su Economic Value Added y el Crédito hipotecario del departamento de Lambayeque, en los periodos 2013-2012”. Para obtener el título de contador público en la universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo-Perú. Tuvo como objetivo determinar la relación del crédito hipotecario y Economic Value. El tipo de investigación utilizada es correlacional, el diseño es no experimental, método deductivo, para la recolección de los datos se empleó la técnica de revisión bibliográfica y la muestra fue todos los trabajadores de la empresa. Los resultados de la investigación obtenidos nos mencionan que las variables Impacto Financiero y Crédito Hipotecario están relacionadas para ello se utilizó el coeficiente de correlación Spearman (0.533) por lo que la relación positiva y considerable.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Comunicación externa

1.3.1.1 Teoría de la comunicación

Shannon y Weaver (2001) indica que la teoría de la comunicación humana se caracteriza por “no ser un hecho voluntario, sino que estamos obligados a comunicarnos. Asimismo, esta teoría establece la relación entre los medios de comunicación y la vida cotidiana “pero que también está enfocado en los medios para la persuasión y con ello lograr los objetivos que se propagan (p. 47).

1.3.2 Teoría relacionada con Gestión de cobranza

1.3.2.1 Teoría de crecimiento

Smith y Malthus (2012) afirma que la teoría del crecimiento forma parte de economía el cual analiza los puntos importantes, determinantes del ritmo en que aumenta la misma, a lo largo del tiempo. Por lo tanto, la teoría de crecimiento se refiere al aumento de sus principales factores económicos y que además son de vital importancia contar con ello en el tiempo o momento oportuno pues servirá para ser competitivos. Así mismo en esta teoría se tiene en cuenta que a una mayor tasa de crecimiento tendrá mayor oportunidad de seguir mejorando y cumpliendo con sus obligaciones. Además que para lograr el crecimiento se debe tener en cuenta la proporción de ingresos que se obtienen y se ahorran, la fuerza laboral, la inversión que se hace y la tasa de las mejoras tecnológicas “(incluyendo incrementos en la captación de la fuerza de trabajo y en la eficiencia administrativa) son los determinantes principales de la tasa de crecimiento de la economía”.

1.3.2.2 Teoría de contingencia

Chiavenato (2014) manifiesta que la teoría de la contingencia resalta que no hay nada definido o absoluto en las empresas o en la teoría administrativa, que todo es relativo. El enfoque de contingencia se refiere que hay o existe una relación funcional entre las condiciones que se dan en el entorno o en el ambiente y las técnicas administrativas adecuadas para que se alcance la eficiencia de los objetivos organizacionales.

1.4. Formulación del problema

1.4.1 Problema general

¿Qué relación existe entre la comunicación externa y gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin Porres, 2017?

1.4.2 Problemas específicos

- a) ¿Qué relación existe entre la comunicación externa y Cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin Porres, 2017?
- b) ¿Qué relación existe entre la comunicación externa y Cesionario de crédito en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin Porres, 2017?
- c) ¿Qué relación existe entre la comunicación externa y Riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin Porres, 2017?
- d) ¿Qué relación existe entre la comunicación externa e Insolvencia en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin Porres, 2017?

1.5. Justificación

Hernández, Fernández, Baptista (2010) hace referencia que “la justificación de la investigación - nos indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante” (p.39).

1.5.1 Justificación teórica

Se basa en teoría de la comunicación de Shannon y Weaver nos mencionan como la deficiente comunicación entre las personas se origina por contar con la misma opinión entre ellos o porque no es clara. Además que se tiene que tener en cuenta el contenido del mensaje para llevar una mejor relación, además en la teoría de crecimiento la cual se basa en el aumento de los factores económicos, proporción de ingresos y tener en el tiempo oportuno y siempre se tiene que tener en cuenta la fuerza laboral. La cual ambas ayudaran a dar base a la comunicación externa y la gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL.

1.5.2 Justificación práctica

A nivel práctico, esta investigación representa una oportunidad vital para la empresa en estudio, ya que permitirá abordar con precisión cuales son los problemas o puntos débiles de la empresa en base a la comunicación externa y gestión de cobranza. Otro de los aportes de este estudio, está en el hecho de que a través de su ejecución, se abren las posibilidades de mejorar el sistema de comunicación y cobranza y con ello ambas partes se benefician es decir proveedor-cliente.

1.5.3 Justificación metodológica

La justificación metodológica de la investigación, se basa en lograr identificar y la relación entre las variables comunicación externa y gestión de cobranza tienen relación. Para ello se aplicó el método descriptivo – correlacional.

1.5.4 Justificación social

La investigación desarrollada pretende servir como material de apoyo y consulta para todas aquellas personas interesadas en recopilar información sobre el tema. Así mismo beneficiara a la empresa JJ Soluciones Perú EIRL. Ya que al mejorar las variables en estudio se podrá mejorar la relación comercial, para la empresa pueda obtener el efectivo en el tiempo pactado y con ello poder cumplir con sus obligaciones de pago y mejorar la imagen para que pueda ser competitiva en el mercado.

1.6. Hipótesis

Hernández, Fernández y Baptista (2010) afirma que las hipótesis reflejan lo que intentamos probar o comprobar y que se definen “como explicaciones tentativas del fenómeno investigado se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones” pero también se consideran como posibles respuestas a las preguntas del estudio (p. 92).

1.6.1. Hipótesis general

Existe relación entre la comunicación externa y gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martín de Porres, 2017

1.6.2. Hipótesis Específicas

- a) Existe relación entre la Comunicación externa y Cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.
- b) Existe relación entre la comunicación externa y Cesionario de crédito en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.
- c) Existe relación entre la comunicación externa y Riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.
- d) Existe relación entre la comunicación externa e Insolvencia en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar la relacionar entre la comunicación externa y gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.

1.7.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la relación entre la comunicación externa y Cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.
- b) Determinar la relación entre la comunicación externa y Cesionario de crédito en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.
- c) Determinar la relación entre la comunicación externa y Riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.
- d) Determinar la relación entre la comunicación externa e Insolvencia en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de la investigación

2.1.1. Enfoque

El estudio se desarrolló bajo el enfoque **cuantitativo** ya que permitirá la medición de las variables planteadas en la problemática de la investigación mediante el análisis estadístico.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) nos manifiesta que **el enfoque cuantitativo** “utiliza la recolección de datos para responder preguntas de investigación y probar las hipótesis planteadas, también confía en la medición numérica, y frecuentemente el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 4).

2.1.2. Nivel de investigación

El nivel empleado fue **Descriptivo - correlacional**. Ya que se tuvo como propósito fundamental describir características fundamentales de las variables, así mismo resaltar la relación que existe entre las variables comunicación externa y gestión de cobranza.

Descriptivo:

Hernández et al. (2010) manifiesta que el nivel de investigación descriptivos tienen como principal objetivo el desarrollo o descripción de situaciones o actos representativas, así mismo “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 80).

Correlacional:

Hernández et al. (2010) El nivel de investigación está orientada a “medir el grado de relación o asociación que pueda existir entre dos o más variables, por medio de herramientas estadísticas de relación” (p.81).

2.1.3. Diseño

Fue **no experimental de corte transversal o transeccional**. Para Hernández, et al. (2010) manifiestan que el diseño de investigación no experimental es aquella investigación que se desarrolla “sin manipular las variables, es decir sin realizar un cambio en la realidad”, solo observamos los fenómenos tal y como se dan en la realidad, luego de ello poder analizarlos (p. 149).

Así mismo, según el periodo y secuencia de la investigación fue de **corte transversal** por que se recabo la información en un solo momento. Según Hernández et al., (2010) refiere que es aquella “Investigaciones que recopilan datos en un momento único”. La cual tiene como propósito analizar y describir variables y su “incidencia e interrelación en un momento dado” (p.151).

2.1.4. Tipo de investigación

La investigación desarrollada fue de tipo **aplicada** según Hernández et al. (2010) menciona que la investigación aplicada tiene como “propósito de resolver problemas” Así mismo tiene otra característica la cual es la aplicación o usos de los conocimientos que adquirimos (p.23).

2.1.5. Método de investigación

Fue hipotético – deductivo. Para Bernal (2010) “Consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos” (p.60).

2.2. Variables, Operacionalización

2.2.1. Comunicación externa

2.2.1.1. Conceptualización de la comunicación externa

Pelazas (2015) afirma que la comunicación externa abarca el mandar información, noticias sobre la empresa, productos nuevos, promociones a los clientes las cuales están dirigidas a seguir manteniendo y mejor la relación comercial así mismo con lo mencionado ayudara a que tenga una buena imagen y con ello ganar más clientes y mejorar los beneficios económicos o ganancias (p.15).

Báez (2000) Afirma que la comunicación externa está conformada por un conjunto de comunicaciones entre las cuales están las relaciones con los clientes, venta personal y el marketing directo. Como también el principal objetivo es crear una buena imagen, dar a conocer los productos y servicios que comercializa (p.60).

2.2.1.2. Dimensiones de la comunicación externa

La comunicación externa tiene 3 principales dimensiones las cuales ayudaran a que exista y mejore las relaciones entre la empresa y los clientes, las cuales son comunicación operativa, estratégica y de notoriedad.

A. Comunicación operativa

Según Pelazas (2015) La comunicación externa operativa es la que se desarrolla siempre en todas las empresas la cual se da diariamente y es fundamental para que se pueda desarrollar la relación comercial con la fuente principal para que un negocio sea rentable, es decir, con los clientes (p.20).

Indicadores

1. Clientes.

Según la Real Academia Española (2016) manifiesta que los clientes son quienes reciben, piden u obtiene el producto / servicio pero tiene que ser externo o ajeno a la organización, así mismo son los que permiten que la empresa pueda ser rentable y generar ganancias debido a que son los principales consumidores (p.1).

B. Comunicación estratégica

Pelazas (2015) nos manifiesta que la comunicación estratégica es la que tiene como objetivo final o está orientada a analizar, estudiar a nuestros competidores, ver las variaciones económicas en el país, las modificaciones en la legislación o todo lo que pueda afectar a la organización pero también para que se pueda tener en cuenta y con ello se pueda valorar la posición en el mercado en la que se puede encontrar la empresa (p.15).

Indicadores

1. Competidor

RAE (2016). Nos menciona que considera a toda organización que compite con nuestra empresa debido a que comercializa productos / servicios similares o sustitutos a los que nosotros vendemos a los cuales se les puede considerar directo si es un producto similar a los nuestros, o indirecto cuando el producto de la competencia es sustituto al nuestro.

2. Legislación

Según Bailón (2004), menciona que son un grupo de leyes de un estado las cuales también comprenden diferentes tipo de normas, las cuales toda la población debe cumplir y respetar en beneficio de todos, en lo que respecta a empresas deberán cumplir con los estándares solicitados de lo que puedan ofrecer o vender para el benéfico y bienestar de su clientela.

3. Posicionamiento en el mercado

Kotler y Armstrong (2000) manifiesta que está relacionado con la decisión que tome la empresa respecto a las características o atributos que pretenda darle a su producto que desea comercializar con sus clientes actuales pero también considerando a sus clientes potenciales esto es lo que les permitirá diferenciar de las otras empresas y ser más competitivas en el mercado.

C. Comunicación de notoriedad

Según Pelazas (2015) la comunicación de notoriedad quiere mostrar a toda empresa como una organización que informa a sus clientes y con ello estaría dando a conocer todos sus productos que comercializa y la imagen que puede tener. Por lo que los medios que las empresas utilizarían es el marketing es decir la las promociones, donaciones que puedan dar y lo más conocido y usado la publicad.

Indicadores

1. Información

De Pablos y López (2004) define como un sistema o serie de datos que tienen significado, lo que ayuda a que se ordene y organiza el pensamiento y esto

contribuirá a que los clientes tengan mucha más confianza en cualquier organización debido que con lo informado podrán tomar y mejores decisiones en todo aspecto.

2. Productos

Kotler y Armstrong (2000) Es considerado un bien manufacturado las cuales tienen características subjetivas y también físicas, las cuales son manipuladas para mejorar y sumar el atractivo del producto que comercializa la empresa hacia el cliente, el cual lo compran para satisfacer sus deseos y necesidades

3. Imagen

Según Kotler y Armstrong (2000) Es la representación en la mente que se hacen las personas y están relacionados con los productos de una empresa. Los cuales pueden irse codificando de acuerdo a las experiencias, comentarios que puedan tener con el producto o servicio que adquieran.

2.2.2. Gestión de Cobranza

2.2.2.1 Conceptualización de gestión de cobranza

Según Brachfield (2009) la gestión de cobranza es el “conjunto de acciones coordinadas y aplicadas oportuno y adecuado a los clientes para lograr la recuperación de los créditos y efectivo”, cuya responsabilidad está dirigida a llevar un mejor control de cobranza del crédito brindado, debido sino se gestiona o realiza bien el proceso habrá riesgo e insolvencia en la empresa por la falta de liquidez que pueda haber por el mal gestión. Así mismo “La gestión de cobranza se podrá realizar en comisión de cobranza o en su propio nombre como cesionario del crédito con asunción de los riesgos de insolvencia de los mismos” p164.

2.2.2.2 Dimensiones de Gestión de cobranza

A. Cobranza

Según Molina (2005) determina cobranza es la "exacción o recolección de deudas o frutos", pero también hay que considerar dos factores tanto internos como externos los cuales la afectan.

Indicadores

1. Factores internos

Molina, (2005) Hace mención a todo lo que está relacionado y tiene origen en lo interno o dentro de la de la empresa, por lo que se podrá ver reflejado en que no hay ingreso o son lentos, debido a que la misma empresa estaría fallando y no realizando lo que corresponde.

2. Factores externos

Molina, (2005) Hace referencia que son aquellos que influyen directamente en todas las empresas debido a que si los clientes se ven afectados de cualquier índole que no le permitirá cumplir sus obligaciones nosotros como empresas proveedoras también nos verán afectadas pues los ingresos serán pausados y lo mínimo lo que a todo empresa no le sería rentable y competitiva el no contar con liquidez suficiente.

B. Cesionario del crédito

Según Brachfield (2009) “es la que recibe una cesión hecha a su favor”p16.

Indicadores

1. Cedente

Según Ballesteros (2005) Se considera a aquel que está en la obligación de cederle o darle una deuda a otra persona o empresa siempre y cuando este en las condiciones de poder cancelar lo mencionado.

2. Deudor

Según Ballesteros (2005) Es aquel que adquiera la deuda si bien puede ser empresa o persona y que pueda cumplir con la deuda en los plazo estipulados al inicio de la negociación.

C. Riesgo

Se refiere a la mezcla de la probabilidad o posibilidad de que se realice un evento con sus negativas consecuencias. Y sus factores son la vulnerabilidad y amenaza. (Abinzano, 2012).

1. Vulnerabilidad

Abinzano, (2012) Afirma que tan rápido y profundo daño le pueda causar a la empresa un hecho para el cual no está preparado, y con ello poder ver si la empresa puede soportar y superar.

D. Insolvencia

Abinzano, (2012) Manifiesta que es el incumplimiento de sus pagos u obligaciones, por parte del cliente hacia la empresa proveedora, y con ello no poder cumplir con sus facturas u otros pagos que tenga que hacer.

2.2.2. Operacionalización

A continuación se estará presentando en la Tabla 1 la Operacionalización de las variables a desarrollar en esta investigación.

Tabla 1: Matriz de Operacionalización de variable

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA /INSTRUMENTO	ITEMS	NIVELES	ESCALA DE MEDICIÓN
Comunicación Externa	Según Pelazas (2015) nos dice que la comunicación externa abarca el mandar información, noticias sobre la empresa, productos nuevos, promociones a los clientes las cuales están dirigidas a seguir manteniendo y mejorar la relación comercial así mismo con lo mencionado ayudara a que tenga una buena imagen y con ello ganar más clientes y mejorar los beneficios económicos o ganancias.	Se elaborará una encuesta con 10 ítems para medir las siguientes dimensiones: Comunicación operativa, comunicación estratégica, Comunicación de notoriedad	Comunicación operativa	Clientes	ENCUESTA/ CUESTIONARIO TIPO LIKERT	1, 2	(1) Total desacuerdo (2) Desacuerdo (3) Indiferente (4) Acuerdo (5)Total Acuerdo	Ordinal o razón
			Comunicación estratégica	Competidor		3,4		
				Legislación		5		
			Comunicación de notoriedad	Posicionamiento en el mercado		6		
				Información		7		
	Productos	8						
	Imagen	9,10						
Gestión de Cobranza	Según Brachfield (2009) la gestión de cobranza está encargada de las actividades de previsión y control de los flujos monetarios, cuya responsabilidad está dirigida a llevar un mejor control de cobranza del crédito brindado hacia los clientes, debido sino se gestiona o realiza bien el proceso habrá riesgo e insolvencia en la empresa por la falta de liquidez que pueda haber por la mala gestión.	Se elaborará una encuesta con 8 ítems para medir las siguientes dimensiones: Cobranza, Cesionario del crédito, Riesgo, Insolvencia	Cobranza	Factores Internos	ENCUESTA/ CUESTIONARIO TIPO LIKERT	11	(1) Total desacuerdo (2) Desacuerdo (3) Indiferente (4) Acuerdo (5)Total Acuerdo	Ordinal o razón
				Factores externos		12		
			Cesionario del crédito	Cedente		13		
				Deudor		14		
			Riesgo	Probabilidad de un evento		15		
				Vulnerabilidad		16		
			Insolvencia	Insatisfacción de acreedores		17		
				Obligación		18		

Fuente: Datos de la comunicación externa y gestión de cobranza. Elaboración propia

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La presente investigación se ha llevado a cabo en el distrito San Martín de Porres, en la empresa “JJ Soluciones Perú EIRL”; el cual existen **30 clientes** los cuales se considera la población.

Para Hernández, et al. (2010) afirma que la población es “el conjunto de unidades cuyas cualidades se van a estudiar en un periodo o lugar específico” (p. 174).

2.3.2. Muestra

Es **censal**, ya que la población y la muestra es la misma. Para ello Hernández, et al. (2010) afirman que “la muestra censal se debe incluir a todos los casos del universo o la población” (p.172).

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica de recolección de datos

Carrasco (2005) define a la **encuesta** como “Una técnica de investigación social para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas a los sujetos que constituyen la unidad de análisis” (p.314).

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

La presente investigación utilizó como instrumento el **cuestionario** con un formato de respuesta de tres alternativas tipo Likert. Está compuesto por 18 preguntas, dirigida los clientes de la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, para que se pueda alcanzar los objetivos planteados en esta investigación. El instrumento fue diseñado por el investigador teniendo en cuenta las siguientes dimensiones: Comunicación operativa, estratégica y de notoriedad (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10) e Cobranza, cesionario de crédito, riesgo e insolvencia (11, 12, 13, 14, 15, 16, 17,18).

Hernández, et al. (2010) El cuestionario, “es el instrumento más utilizado para recolectar los datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (p. 217).

En la tabla 2 se menciona como están detallados los ítems para la medición de las mencionadas variables.

Tabla 2: *Distribución numérica de ítems por variable*

Variable	Dimensión	Ítem
Comunicación externa	Comunicación Operativa	1 – 2
	Comunicación Estratégica	3 – 6
	Comunicación de notoriedad	7 – 10
Gestión de Cobranza	Cobranza	11 – 12
	Cesionario del crédito	13 – 14
	Riesgo	15 – 16
	Insolvencia	17 – 18

Fuente: *Elaboración propia*

Asimismo, para la encuesta se utilizó una escala ordinal: Total desacuerdo, Desacuerdo, indiferente, acuerdo, totalmente acuerdo. En la tabla 3 se muestra la estructura de los ítems.

Tabla 3: *Puntuación de los ítems en la Escala tipo Likert*

Rango	criterios de evaluación
0a1	1 Total desacuerdo
1a2	2 Desacuerdo
2a3	3 Indiferente
3a4	4 Acuerdo
4a5	5 Total acuerdo

Fuente: *Elaboración propia*

Hernández, et al. (2010) afirman la escala de Likert es “un conjunto de ítems presentados en forma de afinaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Estos ítems pueden generar reacciones eligiendo uno de los cinco puntos o de la escala” (p. 245).

2.4.3. Validez

Juicio de expertos

El instrumento fue sometido a juicio de los siguientes expertos que a continuación se muestra en la Tabla 4, quienes se encargaron de revisar minuciosamente el contenido del instrumento, el cual fue calificado como aplicable.

Según Hernández, et al. (2010) afirman que “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que el instrumento realmente mide la variables a estudiar (p.201)”

Tabla 4: Validación de expertos

Grado obtenido	Apellidos y nombres del experto	Resultado
Msc.	Mairena Fox, Petronila	Aplicable
Dr.	Dávila Arenaza, Víctor	Aplicable
Mg.	Rosales Domínguez, Ediht	Aplicable
Dr.	Jiménez Calderón, Cesar	Aplicable

Fuente: Elaboración propia

2.4.4. Confiabilidad

Para poder medir el nivel de confiabilidad en esta investigación, se sometió a la encuesta a cierta evaluación y con ello medir el nivel de confiabilidad del Alfa de Cronbach.

A continuación, se describe en la tabla 5 el cual resumen el procedimiento de los casos a desarrollo en la investigación.

Tabla 5: Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	30	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Fuente: Elaborado en base a los resultados del SPSS

Además Hernández, et al. (2010). Afirman que el Coeficiente Alfa de Cronbach: Es utilizado para calcular el coeficiente de fiabilidad del instrumento de medición y los rangos van de 0 y 1, donde “0” significa una confiabilidad depreciable o nula y “1” representa una máxima confiabilidad siendo perfecta (muy alta) (p. 207).

A continuación, se describe en la Tabla 6 el estadístico de fiabilidad el cual se desarrolló en esta investigación.

Tabla 6: Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	18

Fuente: Elaborado en base a los resultados del SPSS

Es importante resaltar que si el Alfa de Cronbach señala un valor cercano a 1.00 y mayor o superior a 0.95, es considerado que el instrumento que se está utilizando o analizando es fiable y muestra una confiabilidad elevada.

A continuación en la tabla 7, se muestra el baremo utilizado para la confiabilidad del instrumento de investigación

Tabla 7: Medidas de consistencia interna e interpretación de coeficientes

Alfa de Cronbach	
Valor	Nivel de aceptación
0.25	Confiabilidad baja
0.50	Confiabilidad media
0.75	Confiabilidad aceptable
0.95	Confiabilidad elevada

Fuente: elaboración en base a Hernández, Fernández y Baptista (2010, p.208)

Luego de realizar el análisis del Alfa de Cronbach se obtuvo a través de los 18 ítems, 0.749 el cual equivale al 75% de confiabilidad, por lo que la confiabilidad es aceptable según el rango.

2.5. Métodos de análisis de datos

Caïs (1997) afirma que “el método estadístico implica la manipulación matemática de datos empíricos para descubrir la relación entre variables” (p.4).

Es importante resaltar que después de recolectar los datos, seguirá el análisis estadístico mediante el “Paquete estadístico para ciencias sociales (Statistical Package for the Social Sciences)” o más conocido como SPSS, en versión 24. “El SPSS es un programa estadístico para las ciencias sociales, que sirve para analizar los datos” (Fernández, Hernández y Baptista, 2006, p.410).

Estadística descriptiva:

Sirven para analizar el comportamiento de las variables mediante los cálculos de porcentajes de participación, distribución de frecuencias, tablas, gráficos.

Estadística Inferencial

Según Hernández, et al. (2010). “Se utiliza para probar hipótesis y estimar parámetros”, además que emplea las técnicas estadísticas de Rho Spearman, Pearson, coeficiente de correlación.

2.6. Aspectos éticos

Los criterios éticos que se tendrán en cuenta para la investigación están detallados a continuación.

Los criterios a tener en cuenta en esta investigación, por lo que afirman Noreña, Alcaraz, Rojas y Rebolledo (2012) son:

b. Consentimiento informado

A nuestros encuestados se les proporcionara toda la información completa y también detallada. Como también los encuestados estuvieron plenamente de acuerdo con que se les realizara las preguntas así mismo tuvieron presente y reconocieron sus derechos.

c. Confidencialidad

A nuestros encuestados para esta investigación se les dio la confianza sobre protección de sus identidades al participar en esta encuesta.

d. Observación participante

Los encuestados actuaron de la mejor forma y con precaución durante el proceso en el que se recolectaron los datos, pero siempre con responsabilidad ética y con ella las consecuencias que pudieran darse al realizarse la interacción con los clientes que serán encuestados.

III. RESULTADOS

3.1 Estadística descriptivo – Tablas de frecuencia

A continuación se estarán mostrando los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta sobre la Comunicación externa y Gestión de cobranza en la empresa JJ SOLUCIONES PERU EIRL, San Martín de Porres, 2017.

Tabla 8: Dimensión comunicación operativa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	1	3,3	3,3
Desacuerdo	7	23,3	26,7
Indiferente	4	13,3	40,0
Acuerdo	4	13,3	53,3
Total acuerdo	14	46,7	100,0
Total	30	100,0	

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 8, se observa que los 30 clientes encuestados, respondieron a las preguntas de la dimensión “**Comunicación Operativa**”, de la siguiente manera: el 3.3% en total desacuerdo, el 23.3% en desacuerdo, el 13.3% indiferente, el 13.3% de acuerdo y el 46.7% en total acuerdo.

Tabla 9: Dimensión comunicación estratégica

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	2	6,7	6,7
Desacuerdo	6	20,0	26,7
Indiferente	7	23,3	50,0
Acuerdo	4	13,3	63,3
Total acuerdo	11	36,7	100,0
Total	30	100,0	

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 9, se observa que los 30 clientes encuestados, respondieron a las preguntas de la dimensión “**Comunicación Estratégica**”, de la siguiente manera: el 6.7% en total desacuerdo, el 20.0% en desacuerdo, el 23.3% indiferente, el 13.3% de acuerdo y el 36.7% en total acuerdo.

Tabla 10: Dimensión Comunicación de notoriedad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	2	6,7	6,7
Desacuerdo	4	13,3	20,0
Indiferente	9	30,0	50,0
Acuerdo	12	40,0	90,0
Total acuerdo	3	10,0	100,0
Total	30	100,0	

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 10, se observa que los 30 clientes encuestados, respondieron a las preguntas de la dimensión “**Comunicación de Notoriedad**”, de la siguiente manera: el 6.7% en total desacuerdo, el 13.3% en desacuerdo, el 30.0% indiferente, el 40.0% de acuerdo y el 10.0% en total acuerdo.

Tabla 11: Dimensión cobranza (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	1	3,3	3,3
Desacuerdo	4	13,3	16,7
Indiferente	8	26,7	43,3
Acuerdo	6	20,0	63,3
Total	11	36,7	100,0
Total	30	100,0	

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 11, se observa que los 30 clientes encuestados, respondieron a las preguntas de la dimensión “**Cobranza**”, de la siguiente manera: el 3.3% en total desacuerdo, el 13.3% en desacuerdo, el 26.7% indiferente, el 20.0% de acuerdo y el 36.7% en total acuerdo.

Tabla 12: Dimensión Riesgo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	1	3,3	3,3
Desacuerdo	1	3,3	6,7
Indiferente	8	26,7	33,3
Acuerdo	13	43,3	76,7
Total	7	23,3	100,0
Total	30	100,0	

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 12, se observa que los 30 clientes encuestados, respondieron a las preguntas de la dimensión “**Riesgo**”, de la siguiente manera: el 3.3% en total desacuerdo, el 3.3% en desacuerdo, el 26.7% indiferente, el 43.3% de acuerdo y el 23.3% en total acuerdo.

Tabla 13: Dimensión insolvencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Total desacuerdo	1	3,3%	3,3%
Desacuerdo	3	10,0%	13,3%
Indiferente	10	33,3%	46,7%
Acuerdo	1	3,3%	50,0%
Total	15	50,0%	100,0%
Total	30	100,0%	

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: Según los resultados mostrados en la Tabla 13, se observa que los 30 clientes encuestados, respondieron a las preguntas de la dimensión “**Insolvencia**”, de la siguiente manera: el 3.3% en total desacuerdo, el 10.0% en desacuerdo, el 33.3% indiferente, el 3.3% de acuerdo y el 50.0% en total acuerdo.

3.1. Estadística Inferencial

3.1.1. Prueba de Normalidad

Para determinar la distribución de los datos recolectados, se realizara el estadístico de Normalidad Shapiro-wilk.

Levy y Varela (2006) afirman que “El contraste de Shapiro-wilk es el más adecuado cuando el tamaño de muestra no supera a 50 ($n > 50$).

Hipótesis de normalidad:

H_0 : La distribución de la muestra sigue una distribución normal

H_1 : La distribución de la muestra no sigue una distribución normal.

Nivel de significancia: Sig.: 5% **Nivel de aceptación:** 95% **Z= 1.96**

Regla de decisión:

Si Sig. E < Sig. T entonces, se rechaza H_0 .

Si Sig. E > Sig. T entonces, se acepta H_0 .

Tabla 14: Prueba de normalidad - Shapiro-Wilk. 2017

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación externa	,187	30	,009	,874	30	,002
Gestión de cobranza	,256	30	,000	,830	30	,000

Fuente: Elaboración en el programa estadístico SPSS. –V24

Interpretación: La Tabla 14 mediante la Prueba Shapiro-wilk muestra a las variables de estudio, tienen un nivel de significancia encontrado menor al nivel de significancia asumido para la presente investigación, es decir ($0.002 < 0.05$), por lo tanto, el presente estudio, no tiene distribución normal.

3.1.2. Prueba de correlación de Hipótesis

De acuerdo al contraste, para realizar las pruebas de hipótesis, se verifico que las variables y dimensiones de investigación no tienen una distribución normal, por lo que se aplicarán pruebas no paramétricas y se analizara mediante la Prueba de **Rho de Spearman**.

Según Hernández et al. (2010). “Son medidas de correlación para variables en un nivel de medición ordinal; los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos”

Tabla 15: Índices de correlación

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

Fuente: Hernández et al. (2010, p. 312)

3.3.1. Hipótesis General

HG: Existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y la **gestión de cobro** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

H0: No existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y la **gestión de cobro** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

H1: Existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y la **gestión de cobro** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Nivel de significancia: Sig.: 5% **Nivel de aceptación:** 95% **Z= 1.96**

Regla de decisión:

- Si $\text{Sig. E} < \text{Sig. T}$ se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1)
- Si $\text{Sig. E} > \text{Sig. T}$ se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alternativa (H_1)

Tabla 16: Prueba de correlación de variables

		Comunicación externa	Gestión de cobranza
Rho de Spearman	Comunicación externa	Coeficiente de correlación	,783**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	30
	Gestión de cobranza	Coeficiente de correlación	,783**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	30

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: La Tabla 16 muestra la Prueba de Rho de Spearman de la variable en estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.001 < 0.05”, por ende se aceptó la hipótesis alternativa (H_1) de la investigación y se rechaza la hipótesis nula (H_0) y según la tabla 15 de Hernández et al (2010) se considera que existe una relación positiva muy fuerte entre la comunicación externa y la gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

3.3.2. Prueba de hipótesis específica 1

HE1: Existe una relación entre la **comunicación externa** y la **cobranza** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

H0: No existe una relación entre la **comunicación externa** y la **cobranza** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

H1: Existe una relación entre la **comunicación externa** y la **cobranza** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

Nivel de significancia: Sig.: 5% **Nivel de aceptación:** 95% **Z=** 1.96

Regla de decisión:

- c) Si Sig. E < Sig. T se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1)
- d) Si Sig. E > Sig. T se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alternativa (H_1)

Tabla 17: Comunicación externa en relación cobranza

		Comunicación externa	Cobranza
Rho de Spearman	Comunicación externa	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,730**
		N	30
Cobranza		Coeficiente de correlación	,730**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	30

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: La Tabla 17 muestra la Prueba de Rho de Spearman de la variables en estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.001 <0.05”, por ende se aceptó la hipótesis alternativa (H_1) de la investigación y se rechaza la hipótesis nula (H_0) y según la tabla 15 de Hernández et al (2010) se considera que existe una relación positiva considerable entre la comunicación externa y la cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

3.3.3. Hipótesis específica 2

HE2: Existe una relación entre la **comunicación externa** y el **cesionario de crédito** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

H0: No existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y el **cesionario de crédito** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

H1: Existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y el **cesionario de crédito** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

Nivel de significancia: Sig.: 5% **Nivel de aceptación:** 95% **Z= 1.96**

Regla de decisión:

- Si Sig. E < Sig. T se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1)
- Si Sig. E > Sig. T se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alternativa (H_1)

Tabla 18 *Comunicación externa en relación con Cesionario de Crédito*

		Comunicación externa Cesionario de Crédito		
Rho de Spearman	Comunicación externa	Coefficiente de correlación	1,000	,744**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	30	30
Cesionario de Crédito		Coefficiente de correlación	,744**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	30	30

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: La Tabla 18 muestra la Prueba de Rho de Spearman, de la variables en estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.001 <0.05”, por ende se aceptó la hipótesis alternativa (H₁) de la investigación y se rechaza la hipótesis nula (H₀) y según la tabla 15 de Hernández et al (2010) se considera que existe una relación *positiva considerable* entre la *comunicación externa* y el *cesionario de crédito* en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito San Martin de Porres, 2017.

3.3.4. Hipótesis específica 3

HE3: Existe una relación entre la **comunicación externa** y el **riesgo** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

H0: No existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y el **riesgo** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

H1: Existe una relación entre la **comunicación externa** y el **riesgo** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

Nivel de significancia: Sig.: 5% **Nivel de aceptación:** 95% **Z= 1.96**

Regla de decisión:

- a) Si Sig. E < Sig. T se rechaza la hipótesis nula (H₀) y se acepta la hipótesis alterna (H₁)
- b) Si Sig. E > Sig. T se acepta la hipótesis nula (H₀) y se rechaza la hipótesis alternativa (H₁)

Tabla 19 Comunicación externa en relación con Riesgo

		Comunicación externa	Riesgo
Rho de Spearman	Comunicación externa	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,569**
		N	30
	Riesgo	Coefficiente de correlación	,569**
		Sig. (bilateral)	,001
		N	30

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: La Tabla 19 muestra la Prueba de Rho de Spearman, de la variables en estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.001 <0.05”, por ende se aceptó la hipótesis alternativa (H_1) de la investigación y se rechaza la hipótesis nula (H_0) y según la tabla 15 de Hernández et al (2010) se considera que existe una relación positiva considerable entre la comunicación externa y el riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

3.3.5. Hipótesis específica 4

HE4: Existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y la **Insolvencia** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

H0: No existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y la **Insolvencia** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

H1: Existe una relación significativa entre la **comunicación externa** y la **Insolvencia** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

Nivel de significancia: Sig.: 5% **Nivel de aceptación:** 95% **Z= 1.96**

Regla de decisión:

- a) Si Sig. E < Sig. T se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1)
- b) Si Sig. E > Sig. T se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alternativa (H_1)

Tabla 20: *Comunicación externa en relación con insolvencia*

			Comunicación externa	Insolvencia
Rho de Spearman	Comunicación externa	Coeficiente de correlación	1,000	,808**
		Sig. (bilateral)		,000
		N	30	30
	Insolvencia	Coeficiente de correlación	,808**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	30	30

Fuente: Reporte del SPSS 24

Interpretación: La Tabla 20 muestra la Prueba de Rho de Spearman, de la variables en estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.001 <0.05”, por ende se aceptó la hipótesis alternativa (H_1) de la investigación y se rechaza la hipótesis nula (H_0) y según la tabla 15 de Hernández et al (2010) se considera que existe una relación positiva muy fuerte entre la comunicación externa y la Insolvencia en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

IV. DISCUSIÓN

4.1. El objetivo general de la investigación ha sido determinar la relación entre la **comunicación externa** y la **gestión de cobranza** en la empresa JJ SOLUCIONES PERU E.I.R.L, San Martín de Porres, 2017, de acuerdo a los resultados que se obtuvieron se ha determinado que existe relación es decir una correlación de **0.783****, lo cual nos indica Hernández et al. (2010) en la tabla 15 que es **correlación positiva muy fuerte**.

Dicho resultado guardan coherencia con la teoría científica de la comunicación humana según Shannon y Weaver (2001) que sostiene que la comunicación entre personas es sumamente importante para poder hacer llegar a un consenso y captar el mensaje final haciendo que la recepción del mismo sea óptima y poder llevar una buena relación. Pero también con la teoría de crecimiento de Smith y Malthus (2012) que para poder lograr el crecimiento se debe tener en cuenta la proporción de ingresos que se obtienen y se ahorran, la fuerza laboral, la inversión que se hace y la tasa de las mejoras tecnológicas lo cual se incluyen aumento de la capacitación en la fuerza de trabajo y con ello lograr buenas relaciones con los clientes y también que la empresa sea mucho más competitivas.

Así mismo los resultados son coherentes con el estudio de investigación por Fajardo, A., Torres, Vilma, J. en el 2016 en la tesis denominada “La cobranza para la recuperabilidad del capital de la Cartera de clientes pymes del banco Interbank”, cuyo objetivo general fue determinar la relación entre la gestión de cobranza y la recuperabilidad del capital en la cartera de los clientes; se llegó a determinar que la gestión de cobranza tiene una relación positiva con la recuperabilidad de cartera de clientes mediante un análisis paramétrico, utilizando el coeficiente de correlación de Pearson, el cual da la existencia de una relación positiva muy fuerte (0.817**). Esto permite inferir que lo mencionado anteriormente y con la presente investigación tiene similitudes, donde la comunicación externa y la gestión de cobranza guardan una relación directa; por lo tanto al realizar una adecuada comunicación externa se lograra una mejora en la gestión de cobranza.

4.2. El primer objetivo específico de la investigación fue determinar la relación de la **comunicación externa** con la **cobranza** en la empresa JJ Soluciones, San Martín de Porres, 2017, de acuerdo a los resultados se ha determinado que existe relación es decir una correlación de 0,730** lo cual nos indica Hernández et al. (2010) en la tabla 15 que es una correlación **positiva considerable**.

Dichos resultados son coherentes con la teoría de la comunicación de Shannon y Weaver (2001) que sostiene que la comunicación entre personas es vital e importante para poder hacer llegar a un consenso y tener buenas relaciones y con ello lograr mejores y duraderas relaciones, también hay relación con la teoría económica de crecimiento de Smith y Malthus (2012) el cual los ingresos que se obtengan contribuirá al buen estatus y crecimiento de la empresa y con ello lograr cumplir con todas las obligaciones que se tengan.

Así mismo Dichos resultados guardan coherencia con Coronel, L. en el 2016 en la tesis denominada “Estrategia de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera mi banco – Jaén 2015”, el autor llegó a la conclusión que la que la estrategia de cobranza tiene una relación positiva con la morosidad mediante un análisis paramétrico, utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, el cual da la existencia de una relación positiva muy fuerte (0.823**). Esto permite inferir que lo mencionado anteriormente y con la presente investigación tiene similitudes, donde la Estrategia de cobranza y la morosidad guardan una relación directa;

4.3 Segundo objetivo específico de la investigación fue determinar la relación entre la **Comunicación Externa** y el **Cesionario de crédito** en la empresa JJ SOLUCIONES PERU EIRL, San Martín de Porres, 2017, de acuerdo con los resultados obtenidos se determinó que existe **relación** es decir una correlación de 0,744** y según Hernández et al. (2010) en la tabla 15 es una correlación positiva considerable (de la variable comunicación externa sobre la dimensión cesionario de crédito).

Los resultados obtenidos se asemejan a la investigación que fue realizada por Chuquihuanga, A. (2015) En la tesis titulada “Impacto financiero en la empresa Cerámicos Lambayeque SAC a través de la correlación de su Economic Value

Aded y el Crédito hipotecario del departamento de Lambayeque, en los periodos 2013-2012". Los resultados de la investigación obtenidos nos menciona que las variables Impacto Financiero y Crédito Hipotecario están relacionadas para ello se utilizó el coeficiente de correlación Spearman (0.533) por lo que la relación positiva y considerable.

4.4 El tercer objetivo específico de la investigación fue determinar la relación entre la comunicación externa y el riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martín de Porres, 2017; de acuerdo con los resultados obtenidos se determinó que existe relación es decir una correlación de 0,569** lo cual nos indica Hernández et al. (2010) en la tabla 15 que es **correlación positiva considerable** de la variable comunicación externa sobre la dimensión riesgo.

Los resultados mantienen coherencia con la teoría de Shannon y Weaver (2001) sostiene que la comunicación es importante para poder captar el mensaje final haciendo que la recepción sea óptima y evitar conflictos. Pero también hay que tener en cuenta la teoría de contingencia de Chiavenato (2014) el cual manifiesta que no hay nada definido o absoluto en las empresas o en la teoría administrativa, que todo es relativo y que las empresas deberían estar preparadas para enfrentar los cambios o la incertidumbre y con ello lograr la eficiencia de los objetivos organizacionales.

Los mencionados resultados guardan coherencia con Yepes, L. (2016) en la tesis titulada "Gestión de riesgo de crédito y microcrédito en la banca universal venezolana". Cuyo objetivo general fue determinar la relación de la gestión del crédito y microcrédito en la "Banca Universal venezolana del Municipio Maracaibo", Llegando a la conclusión que la gestión de riesgo de crédito y el microcrédito tiene relación, utilizando el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, el cual da la existencia de una relación positiva considerable (0.648). Esto permite inferir que lo mencionado anteriormente y con la presente investigación tiene ciertas similitudes, donde la comunicación externa y el Riesgo guardan una relación directa.

4.5 el cuarto objetivo específico de la investigación fue determinar la relación entre la **comunicación externa** e **Insolvencia** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martín de Porres, 2017; de acuerdo con los resultados obtenidos se determinó

que existe relación es decir una correlación de **0,808****, lo cual nos indica Hernández et al. (2010) en la tabla 15 que es correlación **positiva considerable** de la variable comunicación externa sobre la dimensión insolvencia.

Chiavenato (2014) manifiesta que la teoría de contingencia se refiere a que hay o existe una relación funcional entre las condiciones que se dan en el entorno o en el ambiente y las técnicas administrativas adecuadas para que se alcance la eficiencia de los objetivos organizacionales por ello es que radica que todas las empresas estén preparadas en todos los aspectos para que sean competitivas en el mercado y lograr los objetivos de la empresa.

Los resultados se relacionan con Flint, P. (2008) en la tesis titulada “Eficiencia y Racionalidad en el sistema concursal. El caso peruano”. La presente investigación tiene como objetivo primordial medir la eficiencia concursal por medio de los costos de las transacciones como también la comparación del mismo con una guía que servirá de referencia el cual es el Régimen de Insolvencia empresarial. El enfoque fue de pretensión denominado pragmatismo y un método cuantitativo. Para la recolección de datos se encuestaron a 70 expertos que perteneces al sistema sucursal. Llegaron a la conclusión de que ambas variables están relacionadas para ello utilizaron el coeficiente Pearson (0.50) el cual indica que hay una correlación positiva mediana.

4.6 La hipótesis general de la investigación fue establecer que existe relación entre la comunicación externa y la gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú E.I.R.L, San Martín de Porres, 2017. Mediante la prueba de RHO de SPEARMAN se demostró que con un nivel de significancia (Bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.001 < 0.05$ ”, por lo cual se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), ya que posee poseen una correlación de **0.783****, lo cual nos indica que hay **correlación positiva muy fuerte** entre la **comunicación externa** y la **gestión de cobranza** en la JJ SOLUCIONES PERU E.I.R.L, del distrito de San Martín de Porres, 2017.

4.7 La primera hipótesis específica fue establecer que existe relación entre la Comunicación externa y Cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martín de Porres, 2017. Mediante la prueba de RHO de SPEARMAN se demostró

que con un nivel de significancia (Bilateral) menor a 0.05, es decir “0.000<0.05”, por lo cual se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), ya que poseen una correlación de **0,730****, lo cual nos indica que es **correlación positiva considerable** entre la **comunicación externa** y la **cobranza** en la JJ SOLUCIONES PERU E.I.R.L, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

4.8 La segunda hipótesis específica fue establecer que existe relación entre comunicación externa y Cesionario de crédito en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martín de Porres, 2017. Mediante la prueba de RHO de SPEARMAN se demostró que con un nivel de significancia (Bilateral) menor a 0.05, es decir “0.000<0.05”, por lo cual se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), ya que poseen una correlación de **0,744****, lo cual nos indica que es **correlación positiva considerable** entre la **comunicación externa** y el **Cesionario de Crédito** en la JJ SOLUCIONES PERU E.I.R.L, del distrito de San Martin de Porres, 2017.

4.9 La tercera hipótesis específica fue establecer que existe relación entre la comunicación externa y el riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017. Mediante la prueba de RHO de SPEARMAN que muestra a las variables en estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.001 <0.05”, por lo cual se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), ya que poseen una correlación de **0.569****, lo cual nos indica que es una **correlación positiva considerable** entre la **comunicación externa** y el **riesgo** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.

4.10 Cuarta Hipótesis específica fue establecer que existe relación entre la comunicación externa y la Insolvencia en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017. Mediante la prueba de RHO de SPEARMAN que muestra a las variables en estudio con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.001 <0.05”, por lo cual se acepta la hipótesis alterna (H_1) y se rechaza la hipótesis nula (H_0), ya que poseen una correlación de **0.569****, lo cual indica que es una **correlación positiva considerable** entre la **comunicación externa** y el **riesgo** en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, San Martin de Porres, 2017.

V. CONCLUSIONES

Contrastando los resultados de la investigación, los objetivos establecidos y la comprobación de hipótesis, se llegaron a obtener las siguientes conclusiones.

- 5.1. Se ha determinado que existe relación entre la comunicación externa y gestión de cobranza; ya que la correlación Rho de Spearman posee un valor de 0.783** según los autores Hernández et al. La correlación existente es **positiva muy fuerte**.
- 5.2. Se ha determinado que existe relación entre la comunicación externa y la cobranza; ya que la correlación Rho de Spearman posee un valor de 0.730** según los autores Hernández et al. La correlación existente es **positiva considerable**.
- 5.3. Se ha determinado que existe relación entre la comunicación externa y la Cesionario de crédito; ya que la correlación Rho de Spearman posee un valor de 0.744** y según los autores Hernández et al. La correlación existente es **positiva considerable**.
- 5.4. Se ha determinado que existe relación entre la comunicación externa y riesgo; ya que la correlación de Rho de Spearman posee un valor de 0.569** según los autores Hernández et al. La correlación existente es **positiva considerable**.
- 5.5. Se ha determinado que existe relación entre la comunicación externa e insolvencia; ya que la correlación de Rho de Spearman posee un valor de 0.569** según los autores Hernández et al. La correlación existente es **positiva considerable**.

VI. RECOMENDACIONES

En relación con los resultados obtenidos se procede a enunciar algunas recomendaciones tanto para la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, objetivas de este estudio como también para posteriores investigaciones.

- 6.1.** La empresa debería implementar sistemas de comunicación externa que permita la recepción y comprensión de mensajes de nuestros clientes para un conocimiento total de las necesidades y cumplimiento de órdenes de compra y satisfacer a nuestros clientes el cual permitirá mejorar la gestión de cobranza, así como las eventuales capacitaciones a nuestro personal de ventas y administrativo.
- 6.2.** El estudio reveló que se debe percibir a la Comunicación externa como una oportunidad única para con ello mejorar la cobranza brindándoles todas las herramientas, facilidades al personal mediante el funcionamiento de un plan de mejora para fortalecer los lazos comerciales con los clientes y la empresa pueda ser más competitiva, satisfaciendo las necesidades o requerimiento de los clientes actuales y potenciales.
- 6.3.** Capacitar al personal, y cumplir con todos las OC en plazo pactado con el cliente ya que ello será información veraz y que el cliente muchas veces toma en cuenta cuando realiza sus pagos para que no se pueda destinar o ceder el crédito a otra empresa y el cliente se vea afectado.
- 6.4.** Las evaluaciones para brindar crédito a los clientes deberían ser más rígidas ya que de eso dependerá si los clientes son responsable, puntuales con los pagos que hacen he incluso poner en práctica un programa para mejores filtraciones de buenos clientes y llevar un mejor control de las cobranzas y no tener el riesgo de perder dinero de los créditos.
- 6.5.** Generar proyecciones semanales y mensuales de cobranza dependiendo de las fechas que se brindó el crédito, también contar con un plan de imprevistos

ya sea con stock o con una cierta cantidad de efectivo para evitar caer insolvencia.

VII. REFERENCIAS

- Abíñzano, I. (2012). *Finanzas empresariales*. Madrid: Paraninfo.
- Báez, C. J. (2000). *La comunicación efectiva*. Santo Domingo: Buho.
- Bailón, R. (2004). *Legislación laboral* (2 ed.). México D.F.: Limusa S.A.
- Ballesteros, A. (2005). *Comercio exterior teoría y práctica* (2 ed.) Murcia: ISBN.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3 ed.). Bogotá D.C.: PEARSON EDUCACIÓN.
- Brachfield, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro: Claves para prevenir la morosidad y recuperar los impagos* (2 ed.). Barcelona: Profit.
- Caïs, J. (1997). *Metodología del análisis comparativo*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Carrasco, S. (2005). *Metodología de la investigación científica* (1 ed.). Lima: San Marcos.
- Coronel, L. (2016). *Estrategia de cobranza y su relación con la morosidad en la entidad financiera mi banco – Jaén 2015*. (Tesis para obtener el título, Universidad Señor de Sipán). (Acceso el 20 de Julio del 2017).
- Chuquihuanga Jara, A M. (2015). *Impacto financiero en la empresa Cerámicos Lambayeque SAC a través de la correlación de su Economic Value Added y el Crédito hipotecario del departamento de Lambayeque, en los periodos 2013-2012*. (Tesis de Licenciatura, Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo). (Acceso el 19 de Julio del 2017).
- De Pablos, C., & López Hermoso, J. J. (2004). *Informática y Comunicaciones en la empresa*. Madrid: Esic.
- Fajardo, A.; Torres, J. y Villena, J. (2016). *La gestión de cobranza para la recuperabilidad del capital de la Cartera de clientes pymes del banco*

- Interbank. (Tesis de título, Universidad Inca Garcilaso de la Vega). (Acceso el 20 de Julio del 2017).
- Flint Blank, P (2008). Eficiencia y Racionalidad en el sistema concursal. El caso peruano. (Tesis Doctoral, Universitat Romon Llull). (Acceso el 19 de Julio del 2017).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2006). *Metodología de la investigación* (4 ed.). Mexico: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México: McGraw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2000). *Fundamentos de Marketing* (6 ed.). México D.F.: Pearson Educación.
- Lévy, J., & Varela, M. (2006). *Modelización con estructuras de covarianzas en ciencias sociales*. Sevilla: Gesbiblo S.L.
- Lira, J. (10 de setiembre de 2014). Ahora ocho de cada diez morosos pagan al cash sus deudas. *Gestión*, p3.
- Molina, M. (2014). Plan de comunicación externa para dar a conocer los servicios turísticos de gofoklore.com con sus públicos. (Tesis de posgrado, Universidad Rafael Landívar, Guatemala). (Acceso el 19 de Julio del 2017).
- Molina, V. (2005). Estrategias de cobranza en Época de crisis (3 ed.). México D.F.: ISEF.
- Noreña A, Alcaraz N, Rojas J y Rebolledo V (2012) Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. Recuperado de <http://jbposgrado.org/icuali/Criterios%20de%20rigor%20en%20la%20Inv%20cualitativa.pdf>
- Osorio, S (2009). La Función de la Comunicación Interna y Externa, como Instrumento Estratégico para Mejorar el Servicio al Cliente en Madero y Maldonado, Corredores de Seguros S.A. – Colombia (Tesis para obtener el título, Universidad javeriana). (Acceso el 19 de Julio del 2017).
- Pelazas, A. (2015). *Gestión administrativa* (2 ed.). Barcelona: Paraninfo.

- Real Academia Española (2016) Diccionario de la lengua española (23 ed.). Consultado en <http://dle.rae.es/?id=A0q6vci>
- Villavicencio delgado, E M; (2016) Implementación de medidas de comunicación externa de la Dirección de Comunicación e Imagen de la Policía Nacional del Perú durante el 2014, 31, 40-51. Recuperado de [file:///C:/Users/KAR/Downloads/VILLAVICENCIO_DELGADO_ELY_MARTIN_DE_LOS_ANGELES_IMPLEMENTACION%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/KAR/Downloads/VILLAVICENCIO_DELGADO_ELY_MARTIN_DE_LOS_ANGELES_IMPLEMENTACION%20(2).pdf)
- Villacis Lema, C D (2016) Las políticas de crédito y cobranza y los índices de liquidez del Sector Cooperativo de Ahorro y Crédito del segmento 1 de la ciudad de Ambato - Ecuador (Tesis de título, Universidad técnica de Ambato).
- Yepes Arteaga, L (2016). Gestión de riesgo de crédito y microcrédito en la banca universal venezolana (Licenciada de comunicación corporativa, Universidad Rafael Urdaneta). (Acceso el 20 de Julio del 2017).

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

RELACION ENTRE COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTION DE COBRANZA						
PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACION Y MUESTRA
GENERAL: ¿Cuál es la relación entre comunicación externa y gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017?	GENERAL: Relacionar la comunicación externa y gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017	GENERAL: Existe relación entre comunicación externa y gestión de cobro en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017	VARIABLE 1: Comunicación externa	Comunicación Operativa	La investigación es hipotético - deductivo	Clientes de la empresa JJ SOLUCIONES PERU EIRL
				Comunicación Estratégica	ENFOQUE	
				Comunicación de Notoriedad	Cuantitativo	
ESPECIFICOS: a) ¿Cuál es la relación entre la comunicación externa y Cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017? b) ¿Cuál es la relación entre la comunicación externa y Cesionario de crédito en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017? c) ¿Cuál es la relación entre la comunicación externa y Riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017? d) ¿Cuál es la relación entre la comunicación externa e Insolvencia en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017?	ESPECIFICOS a) Determinar la relación entre la comunicación externa y Cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017 b) Determinar la relación entre la comunicación externa y Cesionario de crédito en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017 c) Determinar la relación entre la comunicación externa y Riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017 d) Determinar la relación entre la comunicación externa e Insolvencia en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017	ESPECIFICOS: a) Existe relación entre Comunicación externa y Cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017 b) Existe relación entre comunicación externa y Cesionario de crédito en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017 c) Existe relación entre comunicación externa y Riesgo en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017 d) Existe relación entre comunicación externa e Insolvencia en la empresa JJ Soluciones Perú EIRL, SMP, 2017	VARIABLE 2: Gestión de cobranza	Cobranza	TIPO	TÉCNICAS
					Aplicada	Encuesta con escala tipo Likert
					NIVEL	
					Descriptivo - correlacional	
				Cesionario de Crédito	DISEÑO	INSTRUMENTOS
					No experimental y de corte transversal	Cuestionario de 18 ítems
				Riesgo		
				Insolvencia		

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

CARTA DE VALIDACIÓN

Lima, 23 de junio de 2017

Estimado.

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada “Comunicación Externa y Gestión de cobro “JJ soluciones Perú” EIRL, SMP, 2017”.

Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación **(esta última va en la carta solo si las hubiera).**
- b) Instrumentos de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems de los instrumentos e indicar decir si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente

Kary Silvana Zurita Machado
DNI: 73688137

CUESTIONARIO

OBJETIVO: Determinar la relación de la comunicación externa y gestión de cobranza “JJ SOLUCIONES” EIRL, SMP, 201s

INSTRUCCIONES: Marque con una X la alternativa que usted considera valida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

Total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	Total Acuerdo
1	2	3	4	5

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
		1	La organización JJ SOLUCIONES le comunica a usted los medios de transacción en sus pagos			
2	La comunicación que le hace llegar a usted la empresa respecto de sus pedidos es confiable					
3	JJ SOLUCIONES es una empresa competitiva en el mercado por la calidad de sus productos					
4	Los productos comercializados por JJ SOLUCIONES son de marcas reconocidas y confiables					
5	Los productos que comercializa JJ SOLUCIONES cuentan con la garantía correspondiente					
6	Usted adquiere sus productos en JJ SOLUCIONES debido a la buena atención que recibe					
7	JJ SOLUCIONES lo mantiene informado a través de las redes sociales de todos los adelantos tecnológicos					
8	Mediante el portal web, JJ SOLUCIONES hace un despliegue de todos y cada uno de sus productos a detalle					
9	Usted adquiere sus productos en JJ SOLUCIONES porque es una empresa seria					
10	La imagen que ofrece la empresa JJ SOLUCIONES le genera seguridad					
11	JJ SOLUCIONES le proporciona un cronograma de pagos de acuerdo a sus posibilidades económicas.					
12	JJ SOLUCIONES tiene como política dar facilidades en su pago retrasado cuando ha sido afectados por un embate de la naturaleza					
13	Considera darle prioridad a un compromiso urgente de pago referido a su familia debido a que JJ SOLUCIONES le da una prórroga para su pago programado					
14	La empresa JJ SOLUCIONES le ha vendido un producto a crédito porque usted está considerado como un cliente puntual					
15	Usted tiende a adquirir un producto siempre que Usted ha establecido su probabilidad de contar con el dinero para el pago del crédito a tiempo					
16	JJ SOLUCIONES es una empresa que confía en la seriedad de sus clientes para responder al pago a tiempo del producto adquirido					
17	JJ SOLUCIONES al momento de ceder un producto a crédito es porque ha verificado su historial crediticio					
18	Usted se compromete con la adquisición de un producto siempre y cuando se obliga a cumplir su compromiso de pago.					

¡Gracias por su colaboración!

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE OBTENCIÓN DE DATOS

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE COBRANZAS "JJ SOLUCIONES" EIRL, SMP, 2017							
Apellidos y nombres del investigador: KARY SILVANA ZURITA MACHADO							
Apellidos y nombres del experto: Mg. Víctor David Arengo							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Comunicación externa	Comunicación externa operativa	Clientes	La organización le comunica a usted los medios de transacción	Escala Tipo: Likert			
			La comunicación que le hace llegar a usted la empresa respecto a sus pedidos es confiable				
	Comunicación externa estratégica	Competidor	Considera usted que JJ SOLUCIONES es una empresa competitiva en el mercado por la calidad de sus productos				
			Considera usted que los productos comercializados por JJ SOLUCIONES son de marcas reconocidas y confiables				
		Legislación	Considera usted que los productos comercializa JJ SOLUCIONES cuentan con garantía correspondiente.				
	Comunicación externa de notoriedad	Posicionamiento en el mercado	Considera usted adquirir un productos en JJ SOLUCIONES por la buena atención que les brinda				
		Información	Considera usted que JJ SOLUCIONES mantiene informado a través de las redes sociales todos los adelantos tecnológicos				
			Productos		Considera que mediante el portal web, JJ SOLUCIONES hace un despliegue de todos y cada uno de sus productos a detalle		
		Imagen	Considera que usted adquiere sus productos en JJ SOLUCIONES por ser una empresa serena				
			Considera usted que la imagen que ofrece la empresa JJ SOLUCIONES le genera seguridad				
Gestión de cobro	Cobranza	Factores Internos	Considera que JJ SOLUCIONES le proporciona un cronograma de pagos de acuerdo a sus posibilidades económicas	Nunca (N)			
		Factores externos	Considera usted que JJ tiene como política dar facilidades en su pago retrasado cuando ha sido afectado por un embate de la naturaleza	A veces (AV)			
	Cesionario del crédito	Cedente	Considera darle prioridad a un compromiso urgente de pago referido a su familia debido a que JJ SOLUCIONES le da una la prórroga para su pago programado.	Siempre (S)			
		Deudor	La empresa JJ SOLUCIONES le ha vendido un producto a crédito porque usted se considera un cliente puntual				
	Riesgo	Probabilidad de un evento	Usted se compromete con adquirir un producto siempre y cuando tienen la capacidad de pago				
		Vulnerabilidad	Considera que JJ SOLUCIONES es una empresa que confía en la seriedad de sus clientes para responder al pago del producto adquirido				
	Insolvencia	Satisfacción de acreedores	Considera que JJ SOLUCIONES es una empresa que confía en la seriedad de sus clientes para responder al pago del producto adquirido				
		Obligación	Usted se compromete con la adquisición de un producto siempre y cuando tenga la seguridad de asumir su compromiso de pago.				
Firma del experto			Fecha: 23 de 2017				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE COBRANZAS "JJ SOLUCIONES" EIRL, SMP, 2017								
Apellidos y nombres del investigador: KARY SILVANA ZURITA MACHADO								
Apellidos y nombres del experto: <i>Mg. Edith Geobana Rosales Domínguez</i>								
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS	
Comunicación externa	Comunicación externa operativa	Clientes	La organización le comunica a usted los medios de transacción		<input checked="" type="checkbox"/>			
			La comunicación que le hace llegar a usted la empresa respecto a sus pedidos es confiable		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Competidor	Considera usted que JJ SOLUCIONES es una empresa competitiva en el mercado por la calidad de sus productos		<input checked="" type="checkbox"/>			
			Considera usted que los productos comercializados por JJ SOLUCIONES son de marcas reconocidas y confiables		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Comunicación externa estratégica	Legislación	Considera usted que los productos comercializa JJ SOLUCIONES cuentan con garantía correspondiente.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Posicionamiento en el mercado	Considera usted adquirir un productos en JJ SOLUCIONES por la buena atención que les brinda		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Comunicación externa de notoriedad	Información	Considera usted que JJ SOLUCIONES mantiene informado a través de las redes sociales todos los adelantos tecnológicos		<input checked="" type="checkbox"/>			
			Considera que mediante el portal web, JJ SOLUCIONES hace un despliegue de todos y cada uno de sus productos a detalle		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Imagen	Considera que usted adquiere sus productos en JJ SOLUCIONES por ser una empresa seria	Escala Tipo: Likert	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Considera usted que la imagen que ofrece la empresa JJ SOLUCIONES le genera seguridad		<input checked="" type="checkbox"/>			
Gestión de cobro	Cobranza	Factores Internos	Considera que JJ SOLUCIONES le proporciona un cronograma de pagos de acuerdo a sus posibilidades económicas	Nunca (N)	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Factores externos	Considera usted que JJ tiene como política dar facilidades en su pago retrasado cuando ha sido afectado por un embate de la naturaleza	A veces (AV)	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Cesionario del crédito	Cedente	Considera darle prioridad a un compromiso urgente de pago referido a su familia debido a que JJ SOLUCIONES le da una la prórroga para su pago programado.	Siempre (S)	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Deudor	La empresa JJ SOLUCIONES le ha vendido un producto a crédito porque usted se considera un cliente puntual		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Riesgo	Probabilidad de un evento	Usted se compromete con adquirir un producto siempre y cuando tienen la capacidad de pago		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Vulnerabilidad	Considera que JJ SOLUCIONES es una empresa que confía en la seriedad de sus clientes para responder al pago del producto adquirido		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Insolvencia	Satisfacción de acreedores	Considera que JJ SOLUCIONES es una empresa que confía en la seriedad de sus clientes para responder al pago del producto adquirido		<input checked="" type="checkbox"/>			
		Obligación	Usted se compromete con la adquisición de un producto siempre y cuando tenga la seguridad de asumir su compromiso de pago.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	Firma del experto			Fecha				
				23-6-17				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE COBRANZAS "JJ SOLUCIONES" EIRL, SMP, 2017							
Apellidos y nombres del investigador: KARY SILVANA ZURITA MACHADO							
Apellidos y nombres del experto: MSC Petronila Liliana Kairana FOX							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
Comunicación externa	Comunicación externa operativa	Cientes	La organización le comunica a usted los medios de transacción	Escala Tipo: Likert	✓		
			La comunicación que le hace llegar a usted la empresa respecto a sus pedidos es confiable		✓		
	Comunicación externa estratégica	Competidor	Considera usted que JJ SOLUCIONES es una empresa competitiva en el mercado por la calidad de sus productos		✓		
			Considera usted que los productos comercializados por JJ SOLUCIONES son de marcas reconocidas y confiables		✓		
		Legislación	Considera usted que los productos comercializa JJ SOLUCIONES cuentan con garantía correspondiente.		✓		
	Comunicación externa de notoriedad	Posicionamiento en el mercado	Considera usted adquirir un productos en JJ SOLUCIONES por la buena atención que les brinda		✓		
		Información	Considera usted que JJ SOLUCIONES mantiene informado a través de las redes sociales todos los adelantos tecnológicos		✓		
			Productos		Considera que mediante el portal web, JJ SOLUCIONES hace un despliegue de todos y cada uno de sus productos a detalle	✓	
		Imagen	Considera que usted adquiere sus productos en JJ SOLUCIONES por ser una empresa seria		✓		
			Considera usted que la imagen que ofrece la empresa JJ SOLUCIONES le genera seguridad		✓		
Gestión de cobro	Cobranza	Factores Internos	Considera que JJ SOLUCIONES le proporciona un cronograma de pagos de acuerdo a sus posibilidades económicas	Nunca (N)	✓		
		Factores externos	Considera usted que JJ tiene como política dar facilidades en su pago retrasado cuando ha sido afectado por un embate de la naturaleza	A veces (AV)	✓		
	Cesionario del crédito	Cedente	Considera darle prioridad a un compromiso urgente de pago referido a su familia debido a que JJ SOLUCIONES le da una la prórroga para su pago programado.	Siempre (S)	✓		
		Deudor	La empresa JJ SOLUCIONES le ha vendido un producto a crédito porque usted se considera un cliente puntual		✓		
	Riesgo	Probabilidad de un evento	Usted se compromete con adquirir un producto siempre y cuando tienen la capacidad de pago		✓		
		Vulnerabilidad	Considera que JJ SOLUCIONES es una empresa que confía en la seriedad de sus clientes para responder al pago del producto adquirido		✓		
	Insolvencia	Satisfacción de acreedores	Considera que JJ SOLUCIONES es una empresa que confía en la seriedad de sus clientes para responder al pago del producto adquirido		✓		
		Obligación	Usted se compromete con la adquisición de un producto siempre y cuando tenga la seguridad de asumir su compromiso de pago.		✓		
Firma del experto			Fecha: 23/6/17				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02
		Versión : 07
		Fecha : 31-03-2017
		Página : 1 de 1


ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Yo, **Dr. César Eduardo Jiménez Calderón**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, Lima Norte, revisor de la tesis titulada "**COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE COBRANZA EN LA EMPRESA JJ SOLUCIONES PERÚ E.I.R.L., SAN MARTÍN DE PORRES, 2017**", del estudiante **ZURITA MACHADO, KARY SILVANA**, he constatado que la investigación tiene un índice de similitud de 15 por ciento, ✓ verificable en el reporte de originalidad del programa TURNITIN.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 15 de diciembre de 2017




Dr. César Eduardo Jiménez Calderón
Docente Asesor

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	--	--------	-----------



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 31-03-2017
Página : 1 de 1

Feedback Studio - Google Chrome

Es seguro | <https://ev.tumtlin.com/app/carta/tes?c=6991355759&u=1063479006&e=1&l=ing-es>

feedback studio

KARY_SILVANA_ZURITA_MACHADO.docx



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE COBRANZA EN LA EMPRESA JI SOLUCIONES PERÚ E.I.R.L., SAN MARTIN DE PORRES, 2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

KARY SILVANA ZURITA MACHADO

ASESOR:

Dr. CÉSAR EDUARDO JIMÉNEZ CALDERÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS Y DERECHO CORPORATIVO

LIMA - PERÚ

2017



César Eduardo Jiménez Calderón
Dr. César Eduardo Jiménez Calderón
CIP: 41355

Resumen de coincidencias

15 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias	
1	es.slidshare.net Fuente de Internet
2	Entregado a Pontificia... Trabajo del estudiante
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante
4	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante
6	iberorevistas.metaboli... Fuente de Internet
7	www.scribd.com Fuente de Internet
8	docslide.us Fuente de Internet

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	--	--------	-----------



FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

ZURITA MACHADO KARY SILVANA
D.N.I. : 73688137
Domicilio : JR. JOSE CARLOS MARISTEGUI 347 - COMAS
Teléfono : Fijo : Móvil : 990 307406
E-mail : KARY.ZURITAMACHADO@GMAIL.COM

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

[X] Tesis de Pregrado
Facultad : CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela : ADMINISTRACION
Carrera : ADMINISTRACION
Título : LICENCIADA EN ADMINISTRACION

[] Tesis de Post Grado

[] Maestría Grado :
Mención :
[] Doctorado

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

ZURITA MACHADO KARY SILVANA

Título de la tesis:

COMUNICACION EXTERNA Y GESTION DE COBRANZA EN LA EMPRESA JS SOLUCIONES PERU E.I.R.L. SAN MARTIN DE PORRES, 2017

Año de publicación : 2017

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma : [Handwritten Signature]

Fecha : 12-06-18

Yo Kary Silvana Zurita Machado, identificado con DNI N° 73688137, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Comunicación externa y gestión de cobranza en la empresa JJ Soluciones Perú E.I.R.L., San Martín de Porres, 2017"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





FIRMA

DNI: 73688137
FECHA: 12 de Junio del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**COMUNICACIÓN EXTERNA Y GESTIÓN DE COBRANZA EN LA
EMPRESA JJ SOLUCIONES PERÚ E.I.R.L., SAN MARTÍN DE
PORRES, 2017**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

ZURITA MACHADO, KARY SILVANA

ASESOR:

Dr. JIMENEZ CALDERON, CÉSAR EDUARDO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

FINANZAS Y DERECHO CORPORATIVO



LIMA – PERÚ

Año 2017