



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**“La comunicación interna y la logística de entrada en el área de
almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019”**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Yarleque Mogollón, Anthony Javier (ORCID: 0000-0003-3714-7172)

ASESOR:

Dr. Morí Paredes, Manuel Alberto (ORCID: 0000-0002-9687-492X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de la Organización

CALLAO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A Dios quien me ha ayudado para culminar esta valiosa etapa de mi vida, a mis padres, gracias por su apoyo incomparable y ejemplo de responsabilidad. Y finalmente a mi esposa e hija que son el motivo por el cual quiero triunfar en la vida.

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento es a Dios: Porque de él, y por él, y para él, son todas las cosas. A él sea la gloria por los siglos. Amén.

PÁGINA DEL JURADO

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Declaratoria de autenticidad

Yo, Anthony Javier Yarleque Mogollón con DNI N° 41049963, 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 de Administración de Empresas, 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.

Callao, 10 de diciembre del 2019



Anthony Javier Yarleque Mogollón

DNI N° 41049963

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice.....	vi
Índice de tablas	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO.....	20
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	20
2.2. Operacionalización de variables.....	21
2.3. Población, muestra y muestreo.....	22
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.5. Procedimiento.....	27
2.6. Métodos de análisis de datos.....	28
2.7. Aspectos éticos:	28
III. RESULTADOS	29
IV. DISCUSIÓN.....	41
V. CONCLUSIONES.....	45
VI. RECOMENDACIONES.....	47
REFERENCIAS.....	49
ANEXOS	58
Anexo 1: Matriz de consistencia	58
Anexo 2: Matriz de operacionalización.....	61
Anexo 3: Instrumentos de recolección de datos.....	63
Anexo 4: Constancias de autorización por la institución	67
Anexo 5: Formatos de validación.....	70
Anexo 7: Índice de figuras	73

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de las variables comunicación interna y logística de entrada.	21
Tabla 2. Distribución de la población.	22
Tabla 3. Distribución de la muestra.	23
Tabla 4. Identificación de las técnicas e instrumentos.	25
Tabla 5. Validez de contenido por juicio de expertos de los instrumentos.....	26
Tabla 6. Criterios para evaluar la confiabilidad de los instrumentos.	27
Tabla 7. Estadística de fiabilidad para las variables comunicación interna y logística de entrada. .	27
Tabla 8. Niveles descriptivos de la comunicación interna en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	29
Tabla 9. Niveles descriptivos de la comunicación descendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	30
Tabla 10. Niveles descriptivos de la comunicación ascendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	31
Tabla 11. Niveles descriptivos de la comunicación horizontal en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	32
Tabla 12. Niveles descriptivos de la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	33
Tabla 13. Niveles descriptivos de la gestión de compras en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	34
Tabla 14. Niveles descriptivos de la gestión de almacén en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	35
Tabla 15. Niveles descriptivos de la gestión de stock en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	36
Tabla 16. Resultados de correlación entre las variables comunicación interna y logística de entrada.	37
Tabla 17. Resultados de correlación entre la dimensión comunicación descendente y la logística de entrada.....	38
Tabla 18. Resultados de correlación entre la dimensión comunicación ascendente y la logística de entrada.	39
Tabla 19. Resultados de correlación entre la dimensión comunicación horizontal y la logística de entrada.	40

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019, para ello se desarrolló el estudio bajo una metodología de tipo básica, de diseño no experimental, descriptiva - correlacional, de corte transversal, y de enfoque cuantitativo, porque se describió lo que ocurre en el espectro empírico de la realidad problemática determinando la relación entre las variables, explicando los resultados cuantitativamente. Haciendo uso de una muestra de tipo probabilística constituida por 44 trabajadores del área de Almacén de galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., a quienes se les aplicó una encuesta tipo cuestionario cuya confiabilidad Alfa de Cronbach se determinó para ambas variables como alta, Escala de comunicación organizacional interna – 4G (0.960), Cuestionario de Gestión de Almacenes (0,791). Los datos recolectados se trataron estadísticamente mediante el software SPSS v.23.

Los resultados obtenidos en la investigación permiten evidenciar a través de la prueba Rho de Sperman, una correlación positiva entre las variables ($\rho = ,521$) asociado a un p valor = **0.000** menor que el nivel de significancia establecido en la investigación ($p < 0.05$), conllevando al rechazo de las hipótesis nulas (**H₀**), y aceptación de la hipótesis general y específicas planteadas en la investigación (**H₁**), concluyendo que “La comunicación interna se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019”.

Palabras claves: Comunicación interna, la logística de entrada en el área de almacenes, empresa Alicorp.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship between internal communication and incoming logistics in the area of Alicorp S.A.A., Callao 2019 biscuit and instant warehouses, for this purpose the study was developed under a methodology of a basic type, not designed experimental, descriptive - correlational, cross-sectional, and quantitative approach, because what happened in the empirical spectrum of the problematic reality was described by determining the relationship between the variables, explaining the results quantitatively. Using a sample of probabilistic type consisting of 44 workers in the area of Cookie Warehouse - Alicorp snapshots, to whom a questionnaire survey was applied whose Cronbach Alpha reliability was determined for both variables as high, Internal organizational communication scale - 4G (0.960), Warehouse Management Questionnaire (0.791). The data collected were treated statistically using the SPSS v.23 software.

The results obtained in the investigation show through the Spearman Rho test, a positive correlation between the variables ($\rho = .521$) associated with a p value. = 0.000 lower than the level of significance established in the investigation ($p < 0.05$), leading to the rejection of the null hypotheses (H_0), and acceptance of the general and specific hypotheses raised in the investigation (H_1), concluding that “The communication internal is significantly related to the logistics of entry into the area of Alicorp - Callao 2019 biscuit and instant warehouses”.

Keywords: Internal communication, inbound logistics in the warehouse area, Alicorp company.

I. INTRODUCCIÓN

La empresa Alicorp S.A.A es una empresa de consumo masivo líder en el mercado peruano, con operaciones industriales en seis países de Latinoamérica. Sus exportaciones son a 23 países y es la segunda empresa de consumo masivo más grande de los Andes. Gestionamos más de 125 marcas líderes en el mercado nacional. La empresa forma parte del grupo Romero, nuestras oficinas principales se encuentran en el Callao. Nuestra misión transformar mercados a través de nuestras marcas líderes, generando experiencias extraordinarias en nuestros consumidores. Buscamos innovar constantemente para generar valor y bienestar en la sociedad. Su visión es ser líderes en los mercados que competimos y teniendo como planes estratégicos el crecimiento, la eficiencia y la gente. Debido a la complejidad de los factores que involucran el proceso de transmitir y recibir informaciones en el ámbito interno de las organizaciones, la comunicación viene ganando cada vez más destaque como una herramienta que trabaja a favor de la valorización del empleado, de la transparencia en la relación empresa / empleado, de la motivación y de la mayor participación entre los diferentes niveles jerárquicos.

De acuerdo con Chiavenato (2008) toda organización debe ser construida sobre un sustento sólido de información y comunicación y no solo en una jerarquía de autoridades. Todos los individuos desde las bases hasta la parte superior de la organización deben ejercer sus responsabilidades a través de la difusión de información. En este sentido los colaboradores tienen un papel muy relevante en el desempeño de una empresa, representando los principales activos de una organización, de modo que la relación funcionario-empresa gana una importancia muy grande. De esta forma, la Gestión de Personas adquiere un papel estratégico y la Comunicación Interna puede desempeñar una función fundamental en este proceso. Ambas poseen objetivos comunes como valorizar, motivar, integrar los diferentes niveles de la empresa y mejorar los procesos.

Bajo esta perspectiva, es importante entender cómo la comunicación interna puede contribuir en las funciones que desempeña la organización y hasta qué punto las estrategias de comunicación interna pueden ser herramientas eficaces para alcanzar los objetivos. Sabiendo que una de las grandes claves para aumentar la competitividad en el entorno de negocios actual es la satisfacción y el éxito del cliente, donde el mercado ha crecido cada vez más con el paso del tiempo, con gran importancia para el sector de negocios y distribución. A través de una gestión estratégica de suministros y calidad, el área se beneficia

a través del transporte, el almacenamiento y la entrega. Sin embargo, una mala comunicación en el área, por más positiva que esta sea, puede llevar a errores de ejecución, fallas de procesos y aumento de costos innecesarios.

La gestión del almacén implica almacenaje, movimiento, stock y otras funciones propias, desarrolladas a lo largo del día de servicio. Sin embargo, sólo ejecutar los servicios de forma individual no es suficiente para una producción exitosa. Es necesario aliar el trabajo de cada uno, como un enmarañado de telas que se relacionan. Es allí donde infiere la importancia de la comunicación interna.

La comunicación interna está relacionada con el intercambio de información e ideas en el seno de una organización, ayudando a los empleados a desempeñar mejor sus funciones, desarrolla una mayor clarificación de la misión de la organización y permite identificar y reaccionar rápidamente a problemas potenciales. De esta forma, para garantizar un flujo de información saludable dentro de la organización es fundamental que la comunicación utilice los canales formales e informales.

Ampliar el diálogo y la buena relación es fundamental para el progreso de la logística de un sector, sea en el almacén o en la empresa, situación que no es evidente en la el área de almacenes galletera - instantáneos Alicorp, donde los sistema de comunicación interna muestra debilidades, que intervienen en la ejecución optima de los procesos que demanda la logística de entrega, a tal fin para que el trabajo se haga de la mejor manera posible, generar ganancias y optimizar las potencialidades del negocio, es necesario invertir en la capacidad de comunicarse.

La comunicación trae consigo, de esta forma, no sólo una mejora en las relaciones interpersonales, como evita desperdicios y problemas dentro del día a día de la empresa, que genera gastos y tiempo. Invertir en la comunicación la logística entrega trae varias ventajas y ayuda a mantener empleados bien preparados y dispuestos a lidiar con los problemas que surjan.

En el análisis de estudios previos a nivel internacional, Bedor (2016) en su investigación titulada *Modelo de Gestión Logística para la Optimización del Proceso de Bodega de Producto Terminado en la Empresa Industria Ecuatoriana de Cables Incable S.A de la Ciudad De Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador, tuvo como propósito principal fundar un sistema para almacenar los productos que refieran alta rotatividad en la bodega.

Investigación que se elabora con una metodología descriptiva, mediante un diseño cuantitativo y cualitativa, apoyados en el método deductivo, empleando encuestas y entrevistas a los empleados, para evaluar la situación actual de los procesos de almacenaje. Los hallazgos que encontró mediante el análisis ABC, se contrasta las limitaciones que presenta el área de almacén, que implica rediseñar con prontitud los procesos de almacenaje sobre los productos con alta rotación, con el fin de que las devoluciones sean convertidas en ventas efectivas para la organización, contribuyendo al desarrollo empresarial ecuatoriano. Concluyó que la bodega de almacenaje de la empresa no tiene suficiente espacio para la rotación de ventas asignadas. Teniendo que almacenar los productos en un lugar específico de acuerdo a su rubro, sin considerar su rotatividad. Investigación que le infiere un aporte al actual estudio, por cuanto demuestra la importancia de realizar una buena gestión a las mercancías dispuestas en los almacenes, de tal manera que refleje la productividad operativa en la logística de entrega, para ello es necesario contar con los insumos y herramientas necesarias para su ejecución, donde las políticas comunicativas es un factor determinante.

Martínez (2016), en su tesis titulada “Reingeniería en el Almacén de la Empresa Truetzschler de México S.A. de C.V.” Ciudad de México, propuso mejorar los métodos y operaciones en el almacén, mediante parámetros administrativos y de ingeniería que determinan el proceso. Desarrolló el estudio bajo una metodología de tipo aplicada, de diseño experimental, bajo técnicas de campo, mediante la observación directa y la entrevista a los ayudantes generales. Como resultado observó mediante el análisis realizado a los procesos actuales del almacén, que esta área tiene varias debilidades, comenzando desde la capacidad de almacenaje, abarcando las herramientas necesarias para el desarrollo funcional de las actividades, y el escaso espacio para maniobrar dentro del almacén, produciendo la ubicación de productos en varias zonas. Concluyendo, que es necesario efectuar una reingeniería al almacén, garantizando un espacio con capacidad para realizar las operaciones requeridas, que demuestren un elevado estándar de rendimiento con la finalidad de gestionar un servicio de calidad al cliente y la gestión interna de la empresa. Los resultados descritos, confieren un aporte importante a la investigación planteada, por cuanto es de considerar en la logística de entrada de los almacenes, la capacidad y complejidad del trabajo, la división de las áreas, su estructura y distribución, aspectos que repercuten en su buen desempeño y que por más que se tenga un buen sistema de comunicación su organización espacial será una constante de dificultad en su operatividad.

Marín (2015) en su tesis doctoral *La comunicación interna en procesos de cambio por fusión en empresas colombianas*, presentada en la Universidad de Malaga, tuvo como objetivo abordar la comunicación interna de acuerdo a las experiencias presentes en las empresas: Cementos Argos, Almacenes Éxito y Une Millicom, que estos han tenido como procesos transformadores, empresas destacadas en el mercado colombiano. La metodología utilizada se basó en un análisis inductivo de información cualitativa, analizando la situación, bajo un estudio de caso como metodología aplicada y fundamentada en las ciencias sociales, con una muestra de teórica de tres de las principales organizaciones colombianas. Refirió en los resultados que el 100% de los trabajadores encuestados, perciben a la comunicación como un factor indispensable en los procesos de transformadores. Expresando que la comunicación desde todos los ámbitos, es un factor fundamental para construir la nueva empresa derivada de la fusión. Lo que implica que la comunicación aparte de ser una herramienta, se constituye como una estrategia proyectista para la ejecución eficaz de las acciones. Concluyendo que la comunicación permite integrar todos los sectores que hacen vida en una empresa, desde sus procesos productivos como sus procesos sociales, resaltando como una estrategia eficaz en la gestión que, aplicada a la logística de entrada de los almacenes, reduce los riesgos que se puedan generar en los procesos operacionales de la empresa, a tal fin el estudio de Marín, refiere un aporte a la investigación.

A nivel nacional, Bendezu (2016) en su tesis titulada *La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao*, presentada en la Universidad Mayor de San Marcos, analizó la relación que existe entre las variables, demostrando su incidencia mediante una metodología con enfoque cuantitativo de tipo correlacional y de diseño transversal, a 226 trabajadores del área administrativa, pertenecientes a la Municipalidad Distrital de la Perla (MDP), a quienes les fue aplicada una encuesta tipo cuestionario como técnica para recolectar los datos. Demostró en los resultados que el 80% de los empleados califican como asertiva la comunicación interna en la MDP, el análisis estadístico inferencial refiere una correlación entre las variables estudiadas, con un valor del alfa ($\alpha= 0.000$) menor a 0,01 asociado a un valor de Chi-cuadrado de Pearson 142,041. Concluyendo que la comunicación interna se relaciona de manera positiva alta con la identidad corporativa (cultura organizacional), siendo significativa en el entorno de los trabajadores de la municipalidad de la Perla. La comunicación en una empresa repercute directamente en la imagen que los trabajadores y el público en general tengan de esta, de tal manera que, si los empleados conocen y están

familiarizados con las políticas, procesos, objetivos, misión y visión de la empresa, se tendrán mejores resultados en todas sus áreas y en la empresa en general, aspecto esencial que hace plantear este estudio como referente para la investigación actual.

Lora (2017) en su tesis *Gestión de almacenes y la comunicación en la atención al cliente de la Sub-Gerencia de Almacenamiento – Essalud, Lima 2016, presentada en la Universidad Cesar Vallejo*, se planteó como objetivo general identificar la relación entre la gestión de almacenes y la comunicación de servicio al cliente. Utilizó el método de investigación de diseño no experimental de corte transversal, de tipo básica y de nivel descriptivo correlacional, con una población de treinta (30) trabajadores que realizan tareas en la unidad de almacenamiento de la sede de Essalud, utilizando el mismo tamaño poblacional como muestra, a quienes se les aplicó una encuesta como técnica. En los resultados principales indicó que existe una relación positiva alta al 92.7% (Pearson $r=0.927$), con un nivel de significancia asociado de 0.000 ($p<0.05$), entre la Gestión de almacenes y la comunicación de servicio al cliente, Concluyendo que a medida que la Gestión se sitúa en un nivel alto la Comunicación también demuestra este nivel. La Gestión de almacenes refleja los procesos logísticos de entrada, que al quedar demostrado en el estudio su relación con la comunicación hacia los clientes, este es congruente para con la investigación planteada, dejando claro que la comunicación interna en la gestión de almacenes demuestra el enlace entre el trinomio empresa-trabajador-cliente, es decir que los sistemas de comunicaciones adecuados, repercute en que los empleados tengan claros los procesos, objetivos y misión de la empresa, siendo este el producto en la buena atención al cliente.

Manihuari (2017) presentó la tesis titulada *Análisis de la Gestión de Almacenes en la Farmacia América S.R.L, Periodo 2017*, ante la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, donde su objetivo general fue Analizar la gestión de almacenes en la Farmacia América S.R.L, periodo 2017. La investigación planteó una metodología de tipo aplicada, de diseño descriptivo, con enfoque cualitativo y transversal, con una muestra constituida por el total de trabajadores de la Farmacia, a quienes se les aplicó una encuesta. Del análisis realizado pudo identificar que el 66,7% de los trabajadores de la Farmacia América S.R.L. indican que existe una buena gestión de almacenes y solo un 33,3%, menos del 50 % indican lo contrario. Concluyendo que la empresa presenta una buena gestión de almacenes, debido al buen control de inventarios, identificación y control de falencias y sobrantes. La percepción que tengan los empleados sobre cómo se desarrolla la gestión de almacenes en

la empresa, fundamenta un análisis importante para la gerencia, por cuanto a través de este se fundamentan estrategias que puedan mejorar y reforzar los procesos operativos, garantizando una buena productividad de la empresa, de tal manera que estudio presentado se enlaza con la investigación propuesta.

Sobre las teorías que fundamentan el estudio, tenemos que la comunicación interna puede ser entendida como todo el proceso comunicacional que involucra a la empresa y sus empleados, con el fin de gestionar las normativas, funciones, procesos y operaciones involucradas en su funcionamiento.

Para evaluar la comunicación interna, el análisis de la transmisión de la información nos ofrece una serie de categorizaciones de los modelos comunicativos basados en la funcionalidad de la comunicación que Marín (1997) contempla en cuatro modelos: circular, rueda, cadena y total. En el modelo circular, la fluidez de la comunicación se inicia y termina por el mismo sujeto, luego de pasar por un conjunto de miembros de la organización, dentro de este se encuentran modelos unidireccionales o bidireccionales entre sus miembros. El modelo rueda, un miembro mantiene comunicaciones que pueden fluir solo de ida o de ida y vuelta, con otros miembros de la organización que no tienen comunicación entre ellas. El modelo cadena, se asemeja al modelo circular, pero sin completar el último nivel, el que une al último miembro con el primero. En el modelo total establece una relación entre todos los miembros de la organización.

Bajo esta perspectiva la comunicación interna se evaluó bajo el modelo de comunicación total, como apunta Marín (1997), todos los sujetos se relacionan entre sí, ya sea de forma lineal o circular. En este modelo, cabe hablar más bien de agentes comunicadores, que en cada momento adoptaran el papel de emisor o receptor según sea el caso.

Rhodia (1985), señaló que la comunicación interna es un instrumento estratégico para conciliar los intereses de los trabajadores y la organización, mediante la promoción del diálogo, el intercambio de experiencias e información y la participación activa de todos los niveles. Dentro de este contexto, la comunicación interna tiene un carácter de actuación de importancia estratégica en las organizaciones. Para Chiavenato (2008), la comunicación interna debe tener su papel enfatizado dentro de la gestión de personas “no sólo porque la comunicación es el medio primario de conducir las actividades de la organización, sino

porque ella es también la herramienta básica para satisfacer las necesidades humanas de los colaboradores” (p.503). De tal manera la comunicación debe ser considerada como un elemento vital dentro de las organizaciones, por tratarse de una actividad fundamental para el procesamiento de las funciones administrativas internas y para la relación de la organización con su medio externo.

La comunicación interna organizacional de acuerdo con la definición de Scott Cutlip (1985) debe identificar, crear y mantener una conexión mutuamente beneficiosa entre la organización y su personal, de quien depende su éxito y fracaso.

Según otra definición (Bevan y Bailey, 1991), la comunicación interna es un proceso en el que una organización comparte su información, crea compromisos y gestiona los cambios. Como factor principal en la motivación y el desempeño del personal, la comunicación juega un papel importante en la competitividad de la organización.

La comunicación interna es un concepto importante e integral para las relaciones públicas internas con enlaces a resultados positivos de la organización y los empleados, como el compromiso de los empleados. Karangers, Johnston, Beatson, y Lings (2015), confirma que la comunicación interna de la organización y la comunicación del supervisor interno apoyan las relaciones laborales basadas en el significado y el valor, y tienen un papel importante que desempeñar en el desarrollo y el mantenimiento de la participación óptima de los empleados.

Cada vez más, las organizaciones y sus profesionales de relaciones públicas están reconociendo la importancia de fortalecer la comunicación interna con los empleados. La comunicación interna es importante para construir una cultura de transparencia entre la gerencia y los empleados, y puede involucrar a los empleados en las prioridades de la organización. (Mishra, Boynton, y Mishra, 2014)

Para Kunsch (2008, p.69), el sistema organizacional se viabiliza gracias al sistema de comunicación en él existente, que permitirá su continua retroalimentación y su supervivencia. En caso contrario, entrará en un proceso de entropía y muerte y por eso, la comunicación es esencial para una organización. Dentro de las organizaciones la comunicación debe ser vista como un proceso relacional entre individuos, departamentos, unidades y organizaciones. En un primer momento, se puede entender el proceso comunicacional a través de los elementos: fuente, codificador, canal, mensaje, decodificador

y receptor. Sin embargo, algo que parece ser muy simple como comunicarse, puede en muchos casos ser una actividad difícil.

Castillo (2010), refiere que “la comunicación interna sirve como canal de comunicación entre los miembros de la organización. A través de ella se genera un flujo de comunicación que fluye en todos los sentidos para informar y ser informado” (p.121). Referente a lo expuesto por el autor, la comunicación interna integraría a todas las áreas de la organización, en todas direcciones, promoviendo el buen desempeño de las funciones, por cuanto los medios comunicacionales permiten difundir la información en todos los niveles y direcciones.

De acuerdo a Castro (2014), “La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre los funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinados, y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida” (p.5).

La comunicación interna es la comunicación entre personas que trabajan en una organización o entre partes de una organización o entre la gerencia y los empleados. Incluye todas las actividades comunicativas y de información entre los miembros de una organización. La comunicación interna se produce como un mediador entre el liderazgo de la organización y los empleados en el logro de los objetivos comerciales y también como una herramienta que permite a los empleados satisfacer las necesidades sociales y psicológicas. Esta forma de comunicación empresarial debe tener lugar en todos los niveles de la organización, porque sin ella el funcionamiento de la organización no sería posible.

Omilion y Baker (2014), señala que la esencia de la comunicación interna es la comunicación bidireccional, a través de la cual se crean y mantienen las relaciones de buen entendimiento entre la gerencia y los empleados. Las buenas comunicaciones internas son la base de las buenas relaciones en cualquier organización. Las buenas relaciones crean una atmósfera positiva a partir de la cual se crea energía positiva y de la energía positiva nacen el entusiasmo y la creatividad (Nikolić, Vukonjanski, Nedeljković, Hadžić y Terek, 2013).

Solo los empleados altamente motivados y leales, con el sentido desarrollado de pertenencia a la organización, los empleados que se identifican con la organización en la que trabajan están listos para luchar con mucha pasión para lograr sus objetivos a medida que experimentan una organización como propia y sus éxitos como propios. Los empleados son

los mejores embajadores de la organización, y nada puede proporcionarle una imagen tan buena o mala, como las historias de quienes trabajan para ella. En este sentido, es de gran importancia que la buena comunicación interna y de calidad entre los empleados de la organización fomente el trabajo en equipo entre los empleados. Diversas formas de trabajo en equipo permiten a las personas de diferentes partes de las organizaciones comunicarse directamente y así resolver problemas comunes (Welch, 2013).

Las dimensiones de la comunicación interna, se basan en el modelo de la comunicación organizacional propuesto por Chiavenato (2009, p.322), el cual se explica a través de la Figura 1:

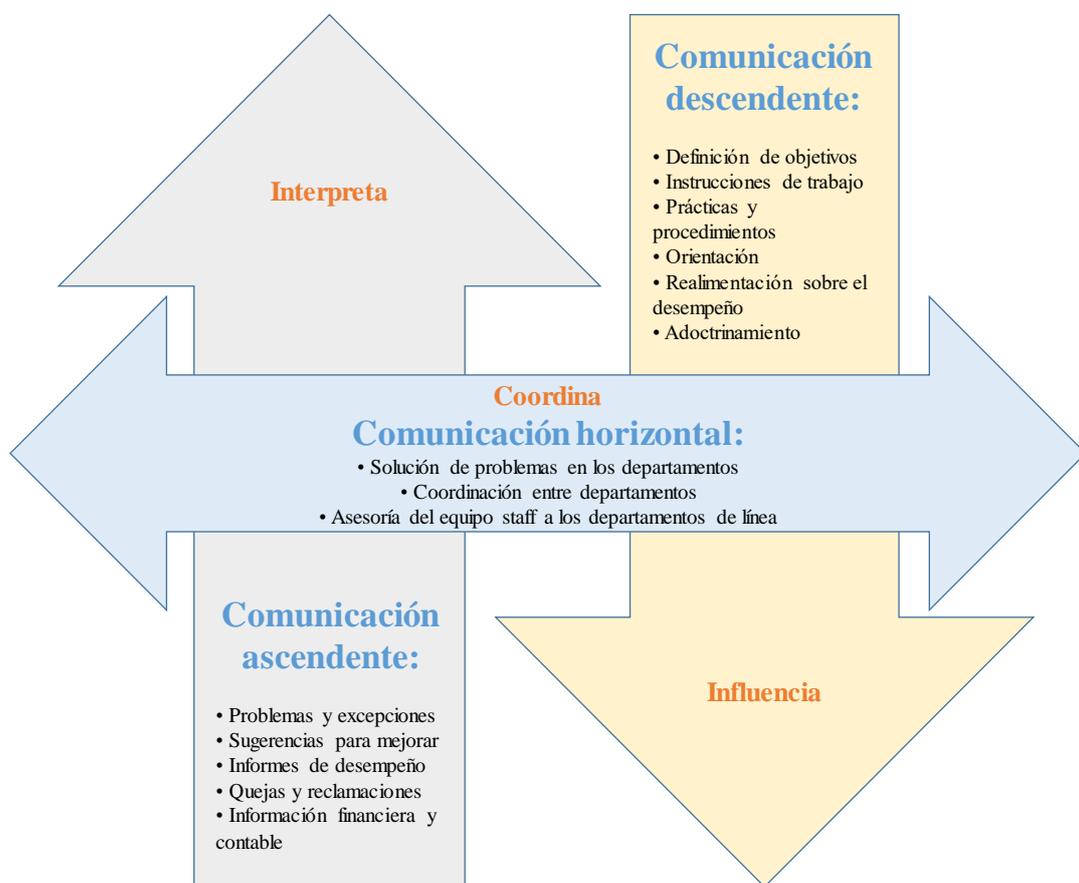


Figura 1. Modelo de las comunicaciones internas.

Fuente: Chiavenato (2009, p.322)

Comunicación Descendente, Chiavenato (2009), señala que las comunicaciones descendentes “son los mensajes enviados de la directiva a los subordinados, es decir, de arriba hacia abajo. Este tipo de comunicación vertical busca crear empatía y un clima de trabajo unificado para buscar soluciones a los problemas de la organización” (p.321) Estas

comunicaciones establecen principalmente: Definición de objetivos y estrategias, Instrucciones para el trabajo y racionalidad, Prácticas y procedimientos, Realimentación sobre el desempeño, Adoctrinamiento.

La comunicación descendente, según Díaz (2011, p.13), manifiesta que esta se establece con la finalidad de facilitar el conocimiento y promulgar la cultura de la organización, así como la búsqueda de reducir los medios de comunicación informal, que promueven desinformación por rumores en la empresa.

Castro (2014, p.7), refiere que la comunicación descendente es la que se establece “de la dirección o gerencia hacia el personal. Generalmente la constituyen comunicaciones institucionales de la empresa como normas, procedimientos, reglamentos, etc.”

Por su parte López (2006, p.50), refiere que, entre otras cosas, la comunicación descendente se refiere a la comunicación del orden que se ha definido para el desarrollo de funciones, tareas, roles, capacitación, pautas y políticas. Su carácter principal está determinado por el tipo de organización para crear orden. No solo por el sentido convincente de quién da un orden, sino también por el sentido de organizar y ordenar. Se irradia a todos los eslabones de la organización, independientemente de su estructura organizativa. El principio organizativo resulta de la relación, quién ordena y quién adhiere. Una de las funciones principales es comunicar la cultura organizacional y las pautas para su cumplimiento.

De acuerdo a estas definiciones, se observa que la comunicación descendente deriva las decisiones organizacionales que normalmente son tomadas por la gestión de arriba, siendo posteriormente divulgadas a los equipos de las bases. En este proceso cada nivel de comunicación deberá percibir el mensaje, aplicarla y divulgarla a los demás. Con el fin de garantizar la eficacia de este tipo de comunicación a la gestión superior debe presentar la información de forma clara e inequívoca, tener cuidado de explicar las razones que llevan a solicitar tal contribución a los empleados, proporcionar feed-backs constantes sobre el nivel de rendimiento a fin de mantener la atención sobre el objetivo a alcanzar, multiplicar los canales de comunicación para aumentar la capacidad de recepción del mensaje y considerar la repetición de los mensajes para permitir su integración.

La comunicación descendente es una forma de comunicación en la que los gerentes envían información a los empleados sobre políticas, pautas y planes comerciales. Fluye

verticalmente de arriba hacia abajo, por ejemplo, de los gerentes a los empleados. Esta forma de comunicación consiste en mensajes que informan a los empleados de la organización sobre qué hacer y cómo hacerlo. El mensaje en esta forma de comunicación pasa por diferentes niveles jerárquicos, por lo que a menudo sucede que el mensaje se vuelve menos preciso y, por lo tanto, se recomienda que estén en forma escrita (Stevanović y Gmitrović, 2016).

Larkin y Larkin (1994) sugieren que la comunicación descendente es más efectiva si los altos directivos se comunican directamente con los supervisores inmediatos y los supervisores inmediatos se comunican con su personal. Una gran cantidad de evidencia muestra que aumentar el poder de los supervisores inmediatos aumenta tanto la satisfacción como el rendimiento entre los empleados.

Comunicación Ascendente, Chiavenato (2009), indica que la comunicación ascendente son mensajes que fluyen de niveles bajos a los altos en la jerarquía organizacional. Hay cinco tipos de información: Problemas, sugerencias, informes, información contable y financiera (p.322).

Castro (2014), añade que la comunicación ascendente, es la derivada “del personal hacia la dirección, gerencia o presidencia de la empresa. Esta es fundamental, pues les da a las directivas de la empresa una visión del clima laboral existente, que puede ayudar a aclarar malos entendidos, rumores o incomunicaciones” (p.7). Entre las estrategias de comunicación de este tipo tenemos los buzones de sugerencias y los procesos de apelación.

Por su parte Ivancevich, Lorenzi & Skinner (1997, p.517), señalan que esta comunicación es una forma de controlar indirectamente los resultados de la comunicación descendente, mediante el cual los colaboradores adquieren conciencia de que son parte importante de la organización, también les permite obtener mayores resultados y mejoras mediante la retroalimentación, con participación de trabajadores ubicados en la parte baja en las organizaciones.

La comunicación ascendente sirve para resolver problemas y tomar decisiones inteligentes, los gestores deben saber lo que pasa en la organización. Una vez que no pueden estar en todas partes al mismo tiempo, los gestores dependen de los colaboradores de las bases para que se les proporcione información precisa y oportuna sobre problemas, tendencias, oportunidades de mejora y sobre el desempeño en general. Para garantizar la

eficacia de este tipo de comunicación es fundamental la existencia de un clima organizacional favorable a la libre expresión de mensajes (ya sea "positivas" o "negativas"), tener conciencia de que los malos funcionamientos son más rápidamente sentidos por los colaboradores y la disminución de las barreras sociales y estatuto favorecerá la expresión espontánea de los colaboradores.

La comunicación ascendente es una forma de comunicación en la que los empleados de la organización comunican información a los superiores sobre sus ideas, solicitudes, sugerencias, quejas y similares. Los mensajes a menudo están relacionados con problemas relacionados con negocios, quejas de clientes y similares. Estos mensajes son de gran importancia para los gerentes, porque de acuerdo con ellos los defectos podrían corregirse correctamente y así mejorar la operación del negocio (Stevanović y Gmitrović, 2016).

Gibson y Hodgetts (1991) señalan varias razones basadas en la administración para que dificultan esta comunicación, particularmente porque estas estrategias a menudo no implican comunicación bidireccional, no están bien observadas, tienen un tiempo deficiente y son susceptibles de provocar una actitud defensiva por parte de los gerentes.

Comunicación Horizontal, Respecto a la comunicación horizontal, Chiavenato (2009, p.323), refiere que es la reciprocidad de la información de manera lateral entre los trabajadores. Evidenciada internamente y lo amplio de los departamentos. Tan solo informar no es su fin, también es la solicitud de acciones, y cooperación profesional. Consideramos tres categorías: Solución de problemas intra-departamentales, Coordinación interdepartamental y Asesoría del staff.

De acuerdo a Castro (2014), la comunicación horizontal se establece “entre el personal de igual jerarquía o pares. Esta es necesaria para la buena coordinación e integración de los departamentos de las empresas y las funciones que desempeñan dentro de su engranaje. Se hace absolutamente necesaria para no repetir funciones ni malgastar tiempo y dinero en la repetición de procesos administrativos” (p.7).

Cruz (2004, p.117), señala que la comunicación horizontal contempla cinco objetivos principales: articular tareas, resolver problemas, intercambiar información, solicitar apoyo, y crear armonía.

De igual manera Cruz (2004), indica que diversos miembros en algunos niveles de la organización, se enfocan tanto en su unidad laboral, que se desligan de lo que ocurra en las

otras unidades de la organización, aun sabiendo que la comunicación horizontal es primordial en la articulación de las diferentes unidades. La funcionalidad de la empresa se debe a la integridad de sus áreas y no de su trabajo individual (p. 111-117).

La comunicación horizontal muestra que en las organizaciones también circula la información de un departamento a otro, ya sea lateralmente o diagonalmente. Este tipo de comunicación apoya a los colaboradores en el intercambio de información y en la coordinación de tareas, y también se utiliza para resolver problemas complejos y de difícil resolución. Con el fin de promover la eficacia de este tipo de comunicación es importante el desarrollo de las relaciones interindividuales con el fin de permitir una mayor confianza entre cada miembro de los equipos / departamentos, debe privilegiar la cooperación entre los servicios eliminando el estigma de que el éxito de un equipo sólo puede alcanzarse a través del fracaso de otra, desarrollar reuniones garantizando el intercambio de información entre departamentos diferentes y permitir, siempre que sea posible, la toma de decisiones comunes entre servicios diferentes.

La comunicación horizontal se lleva a cabo entre individuos del mismo nivel organizacional. En la comunicación vertical entre personas que están en una posición desigual, mientras que, en la comunicación horizontal, las personas están en el mismo nivel organizacional y comienzan desde la misma posición y tienen la misma influencia en la toma de decisiones. Las comunicaciones horizontales son muy importantes ya que están mejorando la coordinación entre grupos, departamentos y servicios. Debido a que permite a las personas comunicarse con sus compañeros, la comunicación horizontal aumenta la satisfacción de los empleados (Stevanović y Gmitrović, 2016).

La comunicación horizontal es la forma más común de comunicación en la organización y se estima que dos tercios de todos los flujos de comunicación en la organización de este tipo. Este tipo de comunicación permite la coordinación e integración de departamentos y sectores que realizan tareas relativamente independientes, y como tal es de gran importancia para la organización (Stevanović y Gmitrović, 2016).

De acuerdo a la variable Logística de Entrada, la herramienta administrativa llamada análisis ABC para inventarios, denominado también curva 80-20, se establece como un modelo teórico para evaluar la logística de los almacenes, modelo que se fundamenta en el aporte del economista Wilfredo Pareto, tras un estudio de la distribución de los ingresos. Lo

que nos dice que un inventario se puede clasificar en tres categorías, sean éstas la categoría A, la B y la C. En cada categoría se concentran un conjunto de artículos que representan un porcentaje del valor total del inventario. De esta manera los artículos clase A recibirán la mayor atención por parte de la administración, por lo regular estos artículos representan entre un 5% y 20% del valor total del inventario; los artículos clase B son los que tendrán una importancia moderada para la administración, un gran número de artículos cae en esta clase, hasta un 50% (Silver, Pyke y Peterson, 1998).

La palabra logística viene del griego (logos) y significa racionalidad y razón. Las actividades de compra, movimiento, transporte, carga y descarga de cualquier tipo de producto se insertan en este concepto, de acuerdo con Santos (2014, p.20).

Ballou (2010, p.4) presenta una definición más concreta de lo que significa logística, que fue promulgada por el *Council of Logistics Management*, organización creada en 1962 por gestores logísticos, que la definen como el planeamiento, la institución y control de la afluencia eficiente y eficaz de productos, servicios y de las informaciones relativas desde el inicio que da origen a las actividades hasta el fin o consumo del producto, con el propósito de atender a las exigencias de los clientes.

De acuerdo a Escudero (2014, p.2), la logística es una acción comercial que tiene como objetivo planificar y gestionar todos los procesos relacionados a la afluencia óptima de materias primas, materiales semiacabados y acabados en su totalidad, desde la fuente de suministro hasta el usuario final. El propósito de la logística de entrada es controlar los materiales para satisfacer las necesidades de los procesos operacionales. La cantidad requerida en el momento requerido a entregar, la selección de proveedores, el pronóstico de la demanda, siendo estos algunos de los componentes que se consideran en la oferta.

Según Harrington (2008), el enfoque en la logística y la planificación de la logística de entrada brindan a las empresas la oportunidad de ahorros sustanciales y logran la confiabilidad empresarial. Aunque no existe una definición estándar de logística de entrada, se pueden identificar tres prácticas significativas de logística de entrada. Estos son transporte, control de inventario y almacenamiento (Baker *et al.*, 2008).

La logística de entrada incluye la gestión de compras, de almacenes y de stock, con el objetivo de proporcionar procesos operativos con materiales de la cantidad y calidad deseadas en el momento especificado y a un menor costo.

Las dimensiones de la logística de entrada se establecen en la gestión de compra, la gestión de almacén y la gestión de stock; la Gestión de Compras, es la responsable del proceso de obtención de suministros y materiales en la cantidad requerida, con la calidad adecuada y a un precio favorable, que se pondrá a disposición de la empresa en el momento deseado (Gómez, 2013, p.50).

En este sentido Mora (2010, p. 39), señala que las compras se definen como inicio a la cadena de suministros, donde su elaboración comienza en la planificación de la empresa y, en consecuencia, procura eficientemente garantizar los materiales necesarios para el desempeño de sus actividades.

Por su parte, Escudero (2011) menciona que: La administración de compras cumple con las actividades de recepción de consultas sobre los materiales requeridos, buscar proveedores y tomar las precauciones necesarias para garantizar que los productos comprados alcancen las existencias de la compañía (p. 6).

La recepción de mercancías comienza poco después de que se entregan en el almacén. Las actividades en esta etapa incluyen la descarga, la inspección de la cantidad correcta y la calidad suficiente y los registros de inspección actualizados según la nueva entrega (Koster *et al.*, 2006). Las mercancías entrantes pueden clasificarse directamente en los vehículos de transporte de salida para su distribución, también conocida como cross docking. Este proceso ahorra dinero a las organizaciones mediante la eliminación de actividades de almacenamiento de artículos como existencias en el almacén (Stephan y Boysen, 2011).

De acuerdo a la Gestión de Almacén, Anaya (2008) indica que “el almacén es un espacio debidamente dimensionado, para una ubicación y manipulación eficiente de materiales y mercancías, de tal manera que se consiga una máxima utilización del volumen disponible con unos costes operacionales mínimos” (p. 22).

Su gestión radica en las funciones que se ejerzan en este, a lo que Escudero (2014) señala que “los almacenes son centros encargados del flujo de existencias debidamente estructurados y planificados para desempeñar funciones de almacenaje, como: recepción, custodia, conservación, control y expedición de mercancías y productos” (p .18).

Según Karia y Wong (2009), las organizaciones vinculan los flujos de materiales de proveedores y compradores a través del almacenamiento. Persiguen la eficiencia del almacén

para mejorar el servicio al cliente. El cumplimiento de pedidos y la gestión de inventario están determinados por las actividades de almacenamiento. Por lo general, las operaciones de almacén incluyen: recepción, inspección, almacenamiento (transferencia) y preparación de pedidos.

Una vez que se han recibido las mercancías, se trasladan a su ubicación de almacenamiento respectiva en el almacén, esta actividad se conoce como guardada lista para la recogida o transferencia de pedidos (Mwangi y Waweru, 2013). La selección de pedidos implica agrupar y programar pedidos de clientes, recoger artículos de ubicaciones de almacenamiento y luego liberarlos para el cumplimiento de pedidos. Se guía por la singularidad o características de un artículo o unidad de mantenimiento de existencias (SKU) (Koster *et al.*, 2006). Se puede hacer como paletas completas, cajas de cartón o divididas en unidades específicas. La selección se puede hacer en artículo o en variantes de pedido. Al seleccionar por artículo, se seleccionan simultáneamente numerosos pedidos de compradores, mientras que el pedido de un comprador se procesa en un momento dado (Koster *et al.*, 2006).

En base a las definiciones propuestas, se entiende que el almacén comprende el área destinada a resguardar los materiales y productos, ligados a la funcionalidad de la empresa, por cuanto su dinámica, planeación y organización depende principalmente de la complejidad de la empresa, de tal manera que su espacio debe garantizar las maniobras necesarias, contener las herramientas e insumos necesarios y requeridos para su operatividad.

Por cuanto, la gestión de almacén se constituye principalmente por planificar, controlar y evaluar los procesos de recibir mercancías, almacenaje adecuado, conservación, control de existencia y entrega de mercancía, de tal manera que su gestión logística se constituye desde el recibir el producto, su movimiento interno y despacho.

Sobre la Gestión de Stock López (2010), señala que “el stock se define como el conjunto de materiales y artículos que se almacenan en una empresa, a espera de su utilización. Lo ideal es tener el stock mínimo posible, sin dejar de servir los pedidos de los usuarios” (p.126). Conforme a lo expresado por Mora (2010, p.85), Las políticas de stock son medios para la gerencia de los diversos artículos almacenados, ya sean productos con

acabados en procesos o terminados, a manera de maximizar el retorno de la inversión y satisfacer el mercado.

La gestión de stock comprende el proceso promueve la planificación y control de inventarios a fin de brindar una continua disponibilidad de insumos en el momento solicitado y aún menor costo.

En este sentido según Jay y Barry (2006), el control de inventario asegura un inventario suficiente para satisfacer la creciente demanda en una empresa que protege contra la interrupción por falta de existencias. Reduce el exceso de inventario, asegura capacidades adecuadas y un mejor servicio al cliente a través de la disponibilidad de productos (Cheung y Lee, 2002). Según Kwon y Suh, (2004) los pedidos de los clientes se cumplen de manera ágil y flexible. Esto es a través de prácticas de control de inventario como; control de niveles de inventario, costos, plazos de entrega y precisión (Axsater, 2006).

De todo este planteamiento surgen las interrogantes de investigación, formulación general: ¿Qué relación existe entre la comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp Callao S.A.A., 2019?; formulaciones específicas: ¿Qué relación existe entre la comunicación descendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019?, ¿Qué relación existe entre la comunicación ascendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019?, ¿Qué relación existe entre la comunicación horizontal y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019?

En cuanto a la justificación del estudio, se establece que la estrategia de comunicación debe ser siempre bidireccional, esto significa establecer un diálogo constante entre colaboradores y superiores y no pensar que los primeros son sujetos simples que reciben órdenes o escuchan informaciones. Es necesaria una interacción constante y colaborativa entre funcionarios y gerentes. El feedback y la evaluación conjunta de las funciones y de los indicadores de cumplimiento entre todos los involucrados juega un papel fundamental en la satisfacción y motivación del personal, y en el estándar competitivo de la empresa. De esta manera la investigación tiene un impacto teórico-práctico, por cuanto se analizan teorías sobre estrategias comunicacionales logrando contrastar con la realidad en la

logística de entrada en el área de almacenes de galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019, destacando las posibles causas y soluciones que influyen en el buen desempeño de las operaciones realizadas en esta área, a tal fin el estudio conforma una guía de diagnóstico para los gerentes de almacenes.

El estudio tiene relevancia social, por cuanto una de las situaciones que afectan negativamente el ambiente de trabajo en las empresas se origina principalmente por las fallas en las políticas de comunicación, generando errores en los procesos operativos, confusión y desinformación entre los trabajadores. Esto tiene un impacto directo en la productividad individual y del grupo, porque las fallas en este aspecto pueden causar una alta rotación del talento humano de la empresa. Es decir, en vista de las causas generadas por la falta de los respectivos canales internos de divulgación, los empleados del almacén están predispuestos a ser despedidos, debido al descontrol y desbalance en las operaciones propias del área, de tal manera que este estudio permite resaltar la importancia de la comunicación interna como estrategia para mejorar los procesos productivos en el almacén, garantizando un trabajo efectivo y de calidad, así como generar en los empleados una cultura de propiedad, lealtad y un sentido de pertenencia hacia la organización, sintiéndose motivado e involucrado en los objetivos y desafíos que la empresa asume.

La endocomunicación busca informar, alinear e involucrar al equipo de trabajo, teniendo en cuenta la importancia del personal que allí labora, para alcanzar el éxito del negocio, por tanto, uno de los mayores beneficios de la comunicación interna es la posibilidad de alinear al equipo de trabajo, haciendo que todo el equipo mire hacia la misma dirección y busque los mismos objetivos. La comunicación interna también trae mejoras en el clima de la organización, la mejora de las relaciones interpersonales y que impactan de manera positiva la productividad de la empresa, haciendo el conjunto de las actividades más rentables.

Las hipótesis de trabajo se disponen de la siguiente manera, hipótesis general: La comunicación interna se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019, y como hipótesis específicas tenemos: La comunicación descendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019. La comunicación ascendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019. La

comunicación horizontal se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019.

En este sentido los objetivos que persigue la investigación se establecen a continuación, objetivo general: Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019., objetivos específicos: Establecer la relación que existe entre la comunicación descendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019., Establecer la relación que existe entre la comunicación ascendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019., Establecer la relación que existe entre la comunicación horizontal y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de tipo básica, ya que tuvo como finalidad descubrir la relación significativa entre la comunicación interna y la logística de entrada. Se llama básica porque “se fundamenta en recolectar información, pero no tiene aplicación inmediata de los resultados”. (Parreño, 2016, p.53)

El diseño está enmarcado como una investigación básica, no experimental, descriptiva de carácter correlacional, de corte transversal, de enfoque cuantitativo.

Es transversal, porque el levantamiento de la información se realizará en un solo tiempo, es descriptiva porque se describirá lo que ocurre en el espectro empírico de la realidad problemática, y es correlacional, porque se busca determinar la relación de las variables de estudio, es cuantitativo porque los resultados se explicaran cuantitativamente, mediante la moda, la media o el porcentaje.

De acuerdo a Parreño (2016), “los estudios transversales, se caracterizan por estudiar las variables simultáneamente en un determinado tiempo”. (p.55).

Echeverría (2016) señala que, en las investigaciones de carácter correlacional:

Se puede analizar si dos o más variables están relacionadas de dos modos diferentes: 1) partiendo de una hipótesis o, 2) simplemente buscándola luego de recolectados los datos. El segundo caso tiene como finalidad el descubrimiento de una relación entre variables, trabajando en forma inductiva; en el primero se adopta al menos una hipótesis a priori y se intenta contrastarla, haciéndolo en forma hipotético deductiva. (p.89).

Por su parte los diseños de investigación no experimental son; “estudios en que se ponen a prueba hipótesis que afirman relaciones de causalidad entre variables, pero éstas sólo son observadas, sin que se las manipule como en los de corte experimental”. (Echeverría, 2016, p.89).

Conforme a estas definiciones el diseño de la investigación se representa mediante el siguiente diagrama, expuesto en la Figura 2.

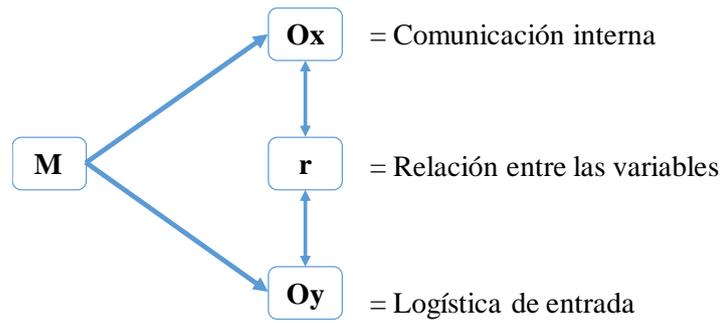


Figura 2. Investigación correlacional.

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables comunicación interna y logística de entrada.

Variables	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Comunicación Interna	El proceso de proporcionar información sobre la dinámica de trabajo a los colaboradores, como a todas las personas involucradas en el quehacer laboral.	Comunicación descendente Comunicación ascendente Comunicación horizontal	- Difusión de decisiones gerenciales a los trabajadores. - Fluidez de la información. - Facilita el conocimiento y cultura organizacional. - Accesibilidad a sus superiores. - Aporte de sugerencias. - Interacción con los jefes. - Favorecimiento del área. - Fluidez del trabajo. - Coordinación entre pares	Ordinal
Logística de entrada	Procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de existencias; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto, conociendo las órdenes de compra y el stock en almacén.	Gestión de compras Gestión de almacén Gestión de stock	- Verificación de las mercancías. - Operaciones de descarga y desembalaje. - Control e inspección de calidad. - Resguardo de materiales y productos. - Administración de espacios. - Atención y despacho. - Control de entrada y salida. - Información de mercancía. - Administración de insumos.	Ordinal

Fuente: Elaboración propia del autor.

2.3. Población, muestra y muestreo

Población

Población 150 Trabajadores del área de Almacén de galletera e instantáneos Alicorp, distribuidos en tres turnos.

Por cuanto Echeverría (2016), entiende por “población o universo al conjunto de todos los individuos de interés para nuestra investigación, que surge de un modo directo de los objetivos planteados” (p.46).

Tabla 2. *Distribución de la población.*

Nº	Alicorp S.A.A. Área de almacenes galletera e instantáneos	Nº trabajadores
01	Lideres	01
02	Coordinadores	01
02	Montacarguista	01
02	Operarios de línea	47
	Total	50

Fuente: Elaboración propia.

Muestra

Parreño (2016), señala que la muestra “Es un subconjunto o parte del universo extraído por un procedimiento técnico” (p.66).

En el caso de la presente investigación se considera como muestra los trabajadores del primer turno, conformada por 50 trabajadores, quienes serán escogidos de manera aleatoria en la aplicación de las encuestas planteadas, en este sentido la selección de la muestra se establece de tipo probabilística.

La muestra probabilística “consiste en la obtención aleatoria de elementos de la población. La asignación aleatoria denota el proceso de asignar sujetos a diferentes “condiciones” experimentales, únicamente por azar”. (Parreño, 2016, p.68).

Selección de la muestra:

Datos:

Población (N): 50 Trabajadores.

Nivel de confianza (Z²): 1.96 (95%)

p y q: Son las probabilidades de éxito y fracaso que tiene cada integrante de la población (0.5).

Margen de error (E): 0.05 (5%)

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times (p \times q)}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (50) \times (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2 \times (50-1) + (1.96)^2 \times (0.5 \times 0.5)}$$

$$n = \frac{48.02}{1.0829}$$

$$n = 44.34$$

Por lo tanto, la muestra estará constituida por 44 trabajadores del área de Almacén de galletera – instantáneos Alicorp.

Tabla 3. *Distribución de la muestra.*

Nº	Alicorp S.A.A. Área de almacenes galletera e instantáneos	Cantidad	Nº trabajadores
01	Lideres	0.02	01
02	Coordinadores	0.02	01
03	Montacarguista	0.02	01
04	Operarios de línea	0.93	41
	Total		44

Fuente: Elaboración propia.

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

Técnicas

La técnica utilizada para recabar los datos fue la encuesta, a decir Parreño (2016), esta técnica se utiliza “para recopilar información; se relaciona íntimamente con la entrevista y el cuestionario, caracterizándose básicamente por recoger información por escrito; por lo tanto, el investigador debe preparar y planificar el cuestionario por escrito y el informante deberá contestar también por escrito” (p.72).

Esta técnica representa el conjunto de procesos metódicos de investigación utilizados por un investigador para el desarrollo de un estudio. Siguiendo las reglas formales de los procedimientos para adquirir las informaciones necesarias y hacer la contrastación de las hipótesis que dan soporte para el análisis hecho por el investigador.

A través de este conjunto de procedimientos, la investigación científica tiene como objetivo encontrar respuestas a determinadas cuestiones propuestas para el desarrollo de un estudio, de manera a producir nuevos conocimientos que visen el beneficio de la ciencia.

La encuesta está compuesta por un cuestionario para cada variable de estudio, las cuales incluyen ítems por cada una de las dimensiones y los respectivos indicadores.

Instrumentos

Se procederá a levantar la información por medio de un cuestionario para cada variable, los mismos se describen en las siguientes fichas técnicas:

Ficha Técnica del instrumento de comunicación interna

Nombre del instrumento	: Escala de comunicación organizacional interna – 4G.
Adaptado	: Gonzales Mego, Nicole Jennifer
Lugar	: Lima - Perú.
Fecha de aplicación	: 2018.
Objetivo	: Recolectar información sobre la comunicación organizacional.
Administración	: Individual o colectiva.
Tiempo de duración	:15 minutos.

Descripción del instrumento: El cuestionario se compone de 25 preguntas cerradas y de nivel ordinal, distribuidas en tres dimensiones: Comunicación descendiente (ítems del 1 al 10), Comunicación ascendente (ítems del 11 al 16) y Comunicación horizontal (ítems del 17 al 25), cuya cuantificación corresponde a una escala de Likert de 5 opciones de respuesta. La escala y valores para este instrumento son las siguientes:

Escala de Likert				
Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)

Ficha Técnica del instrumento de logística de entrada

Nombre del instrumento	: Cuestionario de Gestión de Almacenes.
Adaptado	: Lora Cisneros, Eduardo.
Lugar	: Lima - Perú.
Fecha de aplicación	: 2017.
Objetivo	: Recolectar información sobre la gestión de almacenes.
Administración	: Individual o colectiva.
Tiempo de duración	:15 minutos.

Descripción del instrumento: El cuestionario se compone de 16 preguntas cerradas y de nivel ordinal, distribuidas en tres dimensiones: Gestión de compras (ítems del 1 al 5), Gestión de almacén (ítems del 6 al 12) y Gestión de stock (ítems del 13 al 16), cuya cuantificación corresponde a una escala de Likert de 5 opciones de respuesta. La escala y valores para este instrumento son las siguientes:

Escala de Likert				
Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)

Tabla 4. Identificación de las técnicas e instrumentos.

Variable	Técnica	Instrumento
Comunicación Interna	Encuesta	Escala de comunicación organizacional interna – 4G.
Logística de Entrada	Encuesta	Cuestionario de Gestión de Almacenes.

Fuente: Elaboración propia.

Validez y confiabilidad del instrumento

La validez del instrumento se determinó recurriendo al juicio de expertos, quienes, una vez revisados los mismos y verificada su coherencia con los objetivos de la investigación, las variables e indicadores definidos, están en capacidad de certificar si el instrumento es válido, sugiriendo, en caso necesario, ajustes que aporten mayor claridad en la formulación de los mismos, con lo cual se elaboraron las versiones definitivas.

Según Parreño (2016), la validez, “se considera al grado en que un instrumento realmente mida la variable que pretende medir” (p.95).

De acuerdo a lo anteriormente planteado, la Tabla 5 presenta en resumen el juicio considerado por los expertos consultados, respecto a los instrumentos de recolección de datos, los cuales por su experiencia en el área de administración bien sea académicamente o directamente dentro de una organización, los cataloga como expertos (Ver Anexo 5).

Tabla 5. Validez de contenido por juicio de expertos de los instrumentos.

Expertos	Aplicable
Mgtr. Braulio Antonio Castillo Canales	Si hay suficiencia
Mgtr. Dios Zarate Luis Enrique	Si hay suficiencia
Mgtr. Hans Salvador Mejía Guerrero	Si hay suficiencia

Fuente: Elaboración propia.

Confiabilidad

De acuerdo a Parreño (2016), la confiabilidad “se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados” (p.95).

En este sentido, se empleó la fórmula del Alfa de Cronbach para establecer la confiabilidad de los instrumentos, determinando el coeficiente mediante el siguiente procedimiento:

- Primero se determinó una muestra piloto de 10 trabajadores.
- Se aplicó el instrumento para determinar la confiabilidad;
- Se procedió a estimar la confiabilidad por la consistencia interna de Cronbach, mediante el software SPSS v25.

- Según la bibliografía, se compara el resultado de la confiabilidad con los siguientes criterios:

Tabla 6. *Criterios para evaluar la confiabilidad de los instrumentos.*

Valores	Nivel de Confiabilidad
-1 a 0.24	No es confiable
0.25 a 0.49	Baja confiabilidad
0.5 a 0.75	Media o regular
0.76 a 0.89	Aceptable confiabilidad
0.90 a 1	Elevada confiabilidad

Fuente: Hernández, *et. al.*, (2010, p. 302).

La Tabla 7 muestra el resultado del coeficiente de consistencia interna Alfa de Cronbach después de aplicar la prueba piloto para los instrumentos de las variables, obteniendo para la variable Comunicación Interna un valor de alfa 0.900, indicando una elevada confiabilidad del instrumento; y para la variable Logística de Entrada se obtuvo un valor de alfa 0.885, instrumento que indica una aceptable confiabilidad.

Tabla 7. *Estadística de fiabilidad para las variables comunicación interna y logística de entrada.*

Variable	Alfa de Cronbach	N de elementos
Comunicación Interna	0.900	25
Logística de Entrada	0.885	16

Fuente: Elaboración propia.

2.5. Procedimiento

- Etapa preliminar. - se inicia con la recopilación de la información de ambas variables del estudio y la determinación de las dimensiones, en base de ello se utilizará un instrumento validado o se procederá a elaborar un instrumento para posteriormente proceder a la validación mediante la junta de expertos.
- Fase de campo: Se procederá aplicar el instrumento, no sin antes haber cumplido con el consentimiento informado a los participantes.

- c) Fase de Gabinete: En esta etapa se acopia la información, y se procede a realizar una base datos en el programa Excel, para posteriormente llevarlo al Programa SPSS v.24 y aplicar los estadígrafos requeridos de acuerdo al tipo de investigación y conocer si las variables son paramétricas y no paramétricas.

2.6. Métodos de análisis de datos

Para el análisis de datos, la información recolectada se procedió a tabularse de forma organizada pregunta por pregunta, declarando cada variable según sus características y de manera sistemática en Base de Datos, haciendo uso del software SPSS v.25 y Microsoft Excel, seguidamente a través de estos softwares se realizó el cálculo de indicadores estadísticos.

Los datos ya recolectados, organizados se presentan en tablas y gráficos, mostrando la información de manera resumida y científicamente, observando los hechos para explicar su fenómeno de manera descriptiva por cada una de las variables en estudio. Seguidamente se determinó la normalidad de los datos haciendo uso de la prueba Shapiro-Wilk de bondad de ajuste, por tratarse de un tamaño muestral menor a 50 elementos, por cuanto la contrastación de las hipótesis se realizó mediante la prueba estadística no paramétrica de Rho de Spearman, con el fin de establecer la relación entre las variables comunicación interna y logística de entrada, dado que la prueba proporciona resultados eficientes para variables de categoría ordinal, de todo este proceso de análisis de datos se obteniendo como resultados la contratación de las hipótesis planteadas, pudiendo tomar decisiones viables en base a un marco científico.

2.7. Aspectos éticos:

- a) Para la construcción de los instrumentos se debe cumplir con los procedimientos requeridos.
- b) Se cumplirá con cursar las cartas a las instituciones involucradas para el levantamiento de la información con la finalidad que se brinden todas las facilidades, haciendo saber que se trata de una investigación de carácter científico
- c) Se informa a los participantes el propósito de la investigación, mediante la firma del consentimiento informado.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis estadístico descriptivo

3.1.1. Resultados descriptivos de la variable Comunicación Interna y sus dimensiones.

Tabla 8. Niveles descriptivos de la comunicación interna en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2.3%
Regular	5	11.4%
Buena	21	47.7%
Excelente	17	38.6%
Total	44	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

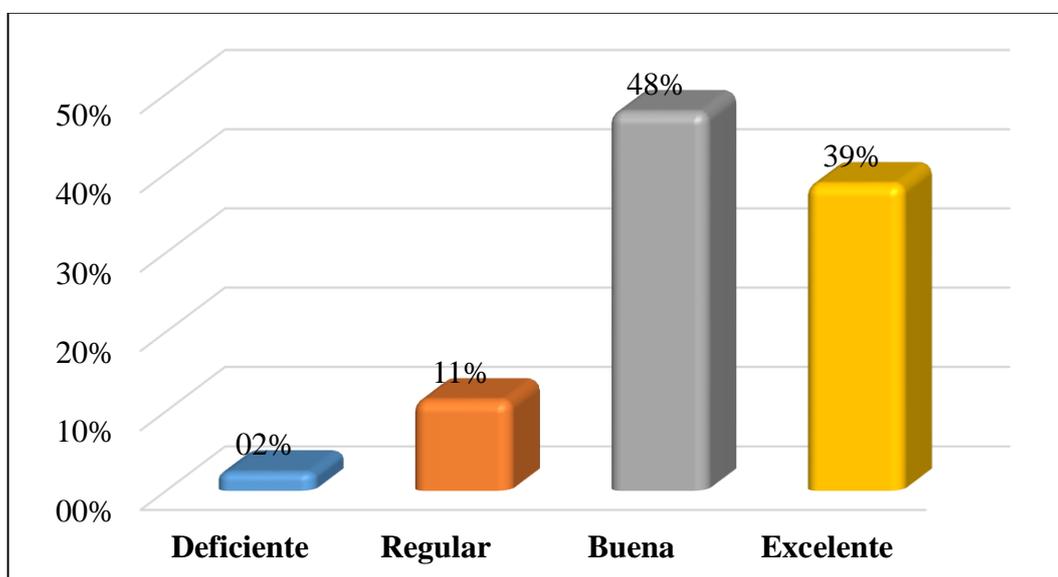


Figura 3. Niveles descriptivos de la comunicación interna en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

En la Tabla 8 y Figura 3, se evidencia que del total de colaboradores encuestados el 47.7% opinan que la comunicación interna en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A. es buena, el 38.6% perciben la comunicación interna como excelente, 11.4% opinan que esta se da regularmente, y tan solo para el 2.3% la comunicación interna es deficiente.

Tabla 9. Niveles descriptivos de la comunicación descendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2.3%
Regular	8	18.2%
Buena	20	45.5%
Excelente	15	34.1%
Total	44	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

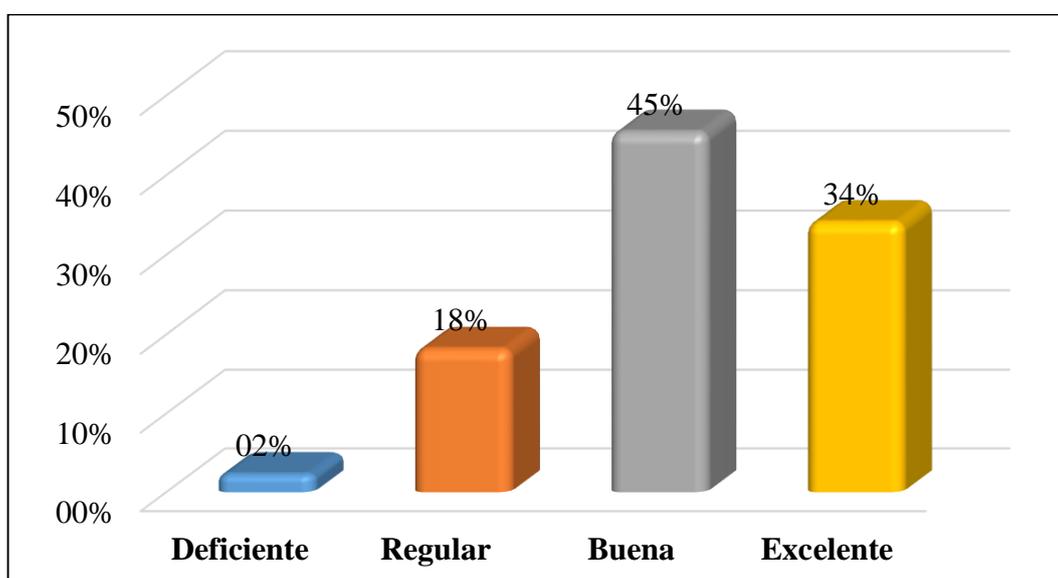


Figura 4. Niveles descriptivos de la comunicación descendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

En la Tabla 9 y Figura 4, se observa que del total de trabajadores encuestados el 45.5% perciben que la comunicación descendente en el área de almacenes galletera e instantáneos

Alicorp S.A.A. es buena, el 34.1% opinan que esta comunicación en la organización es excelente, 18.2% la clasifican como regular, y tan solo el 2.3% opinan que es deficiente.

Tabla 10. Niveles descriptivos de la comunicación ascendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2.3%
Regular	3	6.8%
Buena	19	43.2%
Excelente	21	47.7%
Total	44	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

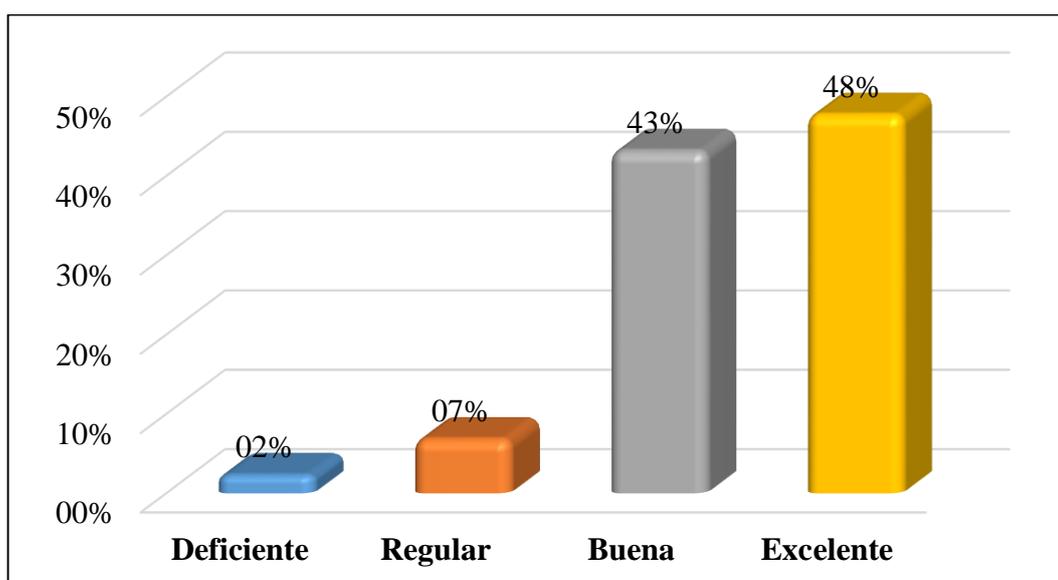


Figura 5. Niveles descriptivos de la comunicación ascendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

En la Tabla 10 y Figura 5, se evidencia que del total de trabajadores encuestados el 47.7% opinan que la comunicación ascendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A. es excelente, el 43.2% perciben la comunicación ascendente en niveles

buenos, 6.8% opinan que esta comunicación es regular, y tan solo para el 2.3% la comunicación ascendente es deficiente.

Tabla 11. Niveles descriptivos de la comunicación horizontal en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Deficiente	1	2.3%
Regular	6	13.6%
Buena	19	43.2%
Excelente	18	40.9%
Total	44	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

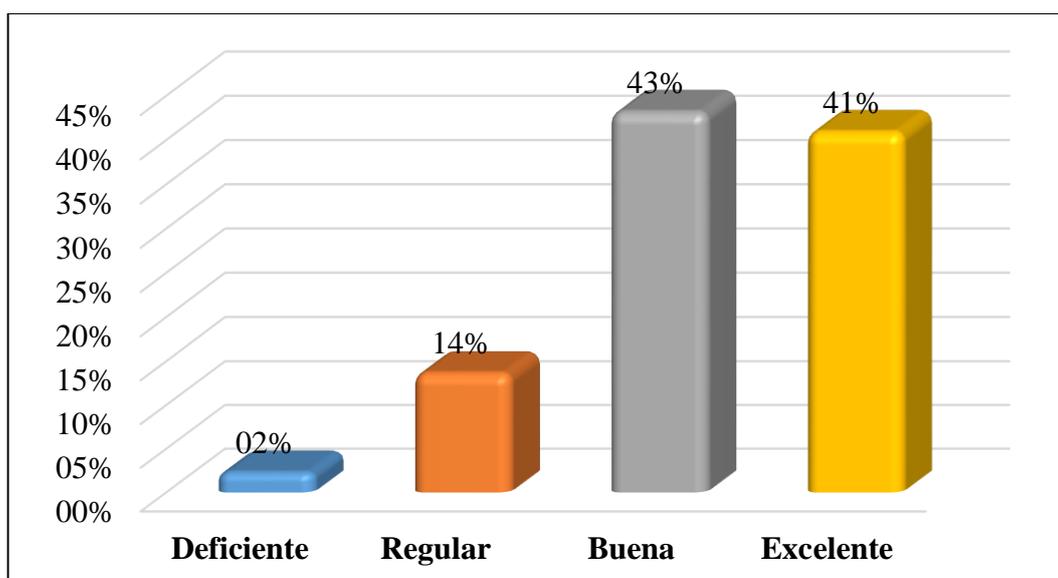


Figura 6. Niveles descriptivos de la comunicación horizontal en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

En la Tabla 11 y Figura 6, se observa que del total de trabajadores encuestados el 43.2% perciben que la comunicación horizontal en el área de almacenes galletera e instantáneos

Alicorp S.A.A. es buena, el 40.9% opinan que esta comunicación es excelente, 13.6% la clasifican como regular, y tan solo el 2.3% opinan que es deficiente.

3.1.2. Resultados descriptivos de la variable Logística de Entrada y sus dimensiones.

Tabla 12. Niveles descriptivos de la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	0	0.0%
Regular	2	4.5%
Adecuado	24	54.5%
Muy adecuado	18	40.9%
Total	44	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

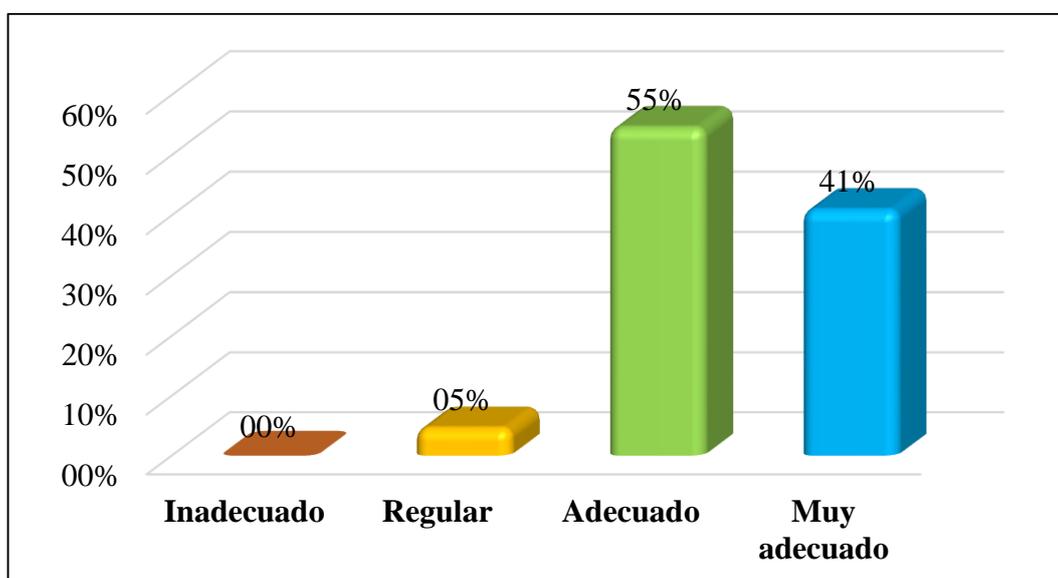


Figura 7. Niveles descriptivos de la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

En la Tabla 12 y Figura 7, se muestra que del total de trabajadores encuestados el 54.5% opinan que la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp

S.A.A. es adecuada, el 40.9% califican la logística de entrada como muy adecuada, y el 4.5% la catalogan en niveles regulares.

Tabla 13. Niveles descriptivos de la gestión de compras en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	0	0.0%
Regular	3	6.8%
Adecuado	18	40.9%
Muy adecuado	23	52.3%
Total	44	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

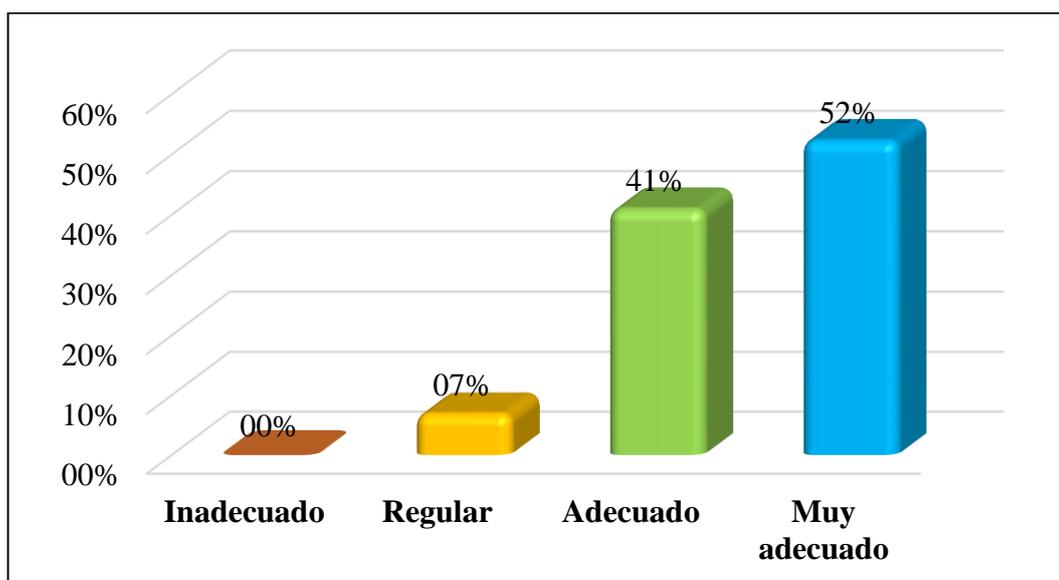


Figura 8. Niveles descriptivos de la gestión de compras en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

En la Tabla 13 y Figura 8, se observa que del total de trabajadores encuestados el 52.3% opinan que la gestión de compras en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A. es muy adecuada, el 40.9% califican la gestión de compra como adecuada, y el 6.8% la catalogan en niveles regulares.

Tabla 14. Niveles descriptivos de la gestión de almacén en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	1	2.3%
Regular	3	6.8%
Adecuado	10	22.7%
Muy adecuado	30	68.2%
Total	44	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

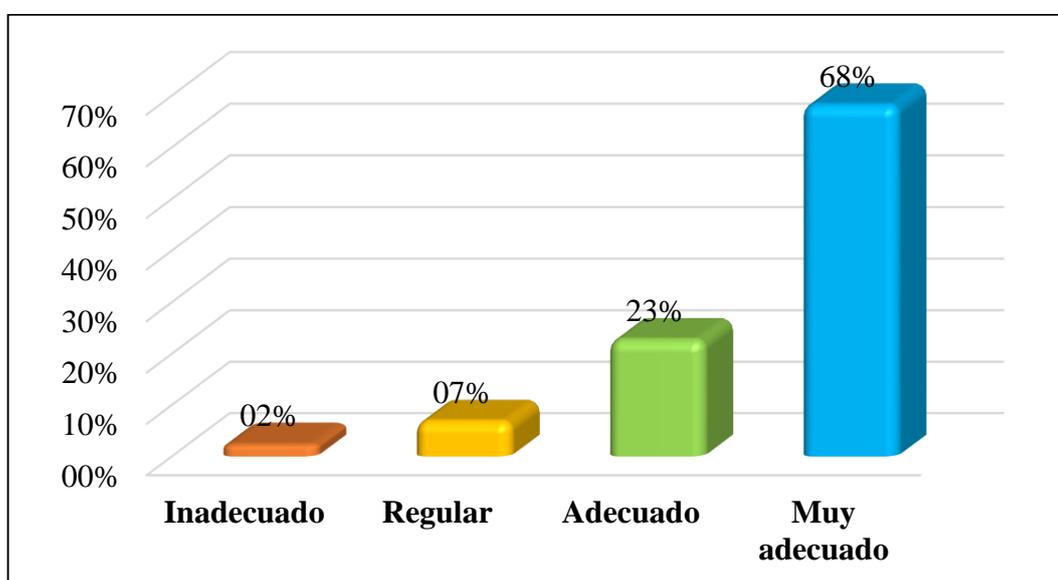


Figura 9. Niveles descriptivos de la gestión de almacén en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

En la Tabla 14 y Figura 9, se observa que del total de trabajadores encuestados el 68.2% califican que la gestión de almacén en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A. es muy adecuada, el 22.7% la catalogan como adecuada, el 6.8% la opinan que está en niveles regulares, y tan solo el 2.3% indican que es inadecuada.

Tabla 15. Niveles descriptivos de la gestión de stock en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuado	0	0.0%
Regular	11	25.0%
Adecuado	24	54.5%
Muy adecuado	9	20.5%
Total	44	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

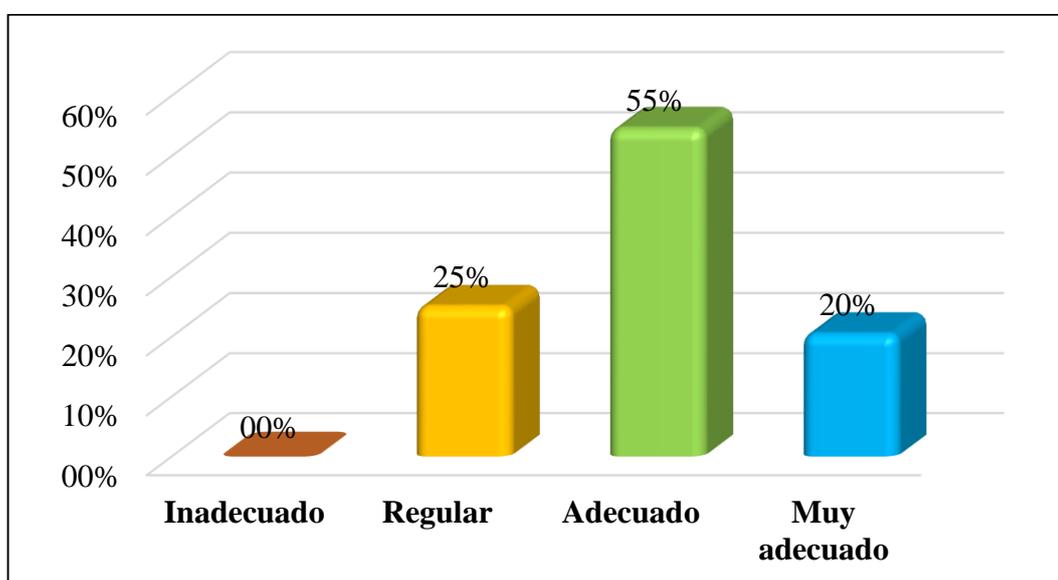


Figura 10. Niveles descriptivos de la gestión de stock en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.

En la Tabla 15 y Figura 10, se evidencia que del total de trabajadores encuestados el 54.5% califican que la gestión de stock en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A. es adecuada, el 25% la catalogan como regular, mientras que el 20.5% opinan que la gestión de stock es muy adecuad.

3.2. Prueba de hipótesis

Resultados de la prueba de la hipótesis general:

Planteamiento de hipótesis general:

H_i: La comunicación interna se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.

H₀: La comunicación interna no se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.

Tabla 16. Resultados de correlación entre las variables comunicación interna y logística de entrada.

			Comunicación Interna	Logística de Entrada
Rho de Spearman	Comunicación Interna	Coefficiente de correlación	1,000	,521
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
	Logística de Entrada	Coefficiente de correlación	,521	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

En el estadístico (Tabla 16) de la prueba Rho de Spearman, se observa una correlación positiva entre las variables ($\rho = ,521$) asociado a un p valor. = **0.000** menor que el nivel de significancia establecido en la investigación ($p < 0.05$), conllevando al rechazo de la hipótesis nula (**H₀**), y aceptación de la hipótesis general (**H_i**), concluyendo que “La comunicación interna se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019”.

Resultados de la prueba de las hipótesis específicas 1

Planteamiento de la hipótesis específica 1:

H₁: La comunicación descendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.

H₀: La comunicación descendente no se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.

Tabla 17. Resultados de correlación entre la dimensión comunicación descendente y la logística de entrada.

			Comunicación Descendente	Logística de Entrada
Rho de Spearman	Comunicación Descendente	Coefficiente de correlación	1,000	,361
		Sig. (bilateral)	.	,016
		N	44	44
	Logística de Entrada	Coefficiente de correlación	,361	1,000
		Sig. (bilateral)	,016	.
		N	44	44

En el estadístico (Tabla 17) de la prueba Rho de Spearman, se observa una correlación positiva entre las variables ($\rho = ,361$) asociado a un p valor. = **0.016** menor que el nivel de significancia establecido en la investigación ($p < 0.05$), conllevando al rechazo de la hipótesis nula (**H₀**), y aceptación de la primera hipótesis específica (**H₁**), concluyendo que “La comunicación descendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019”.

Resultados de la prueba de hipótesis específica 2:

Planteamiento de la hipótesis específica 2:

H₂: La comunicación ascendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.

H₀: La comunicación ascendente no se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.

Tabla 18. Resultados de correlación entre la dimensión comunicación ascendente y la logística de entrada.

			Comunicación Ascendente	Logística de Entrada
Rho de Spearman	Comunicación Ascendente	Coeficiente de correlación	1,000	,396
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	44	44
	Logística de Entrada	Coeficiente de correlación	,396	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	44	44

En el estadístico (Tabla 18) de la prueba Rho de Spearman, se observa una correlación positiva entre las variables ($\rho = ,396$) asociado a un p valor. = **0.008** menor que el nivel de significancia establecido en la investigación ($p < 0.05$), conllevando al rechazo de la hipótesis nula (**H₀**), y aceptación de la segunda hipótesis específica (**H₂**), concluyendo que “La comunicación ascendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019”.

Resultados de la prueba de hipótesis específica 3:

Planteamiento de la hipótesis específica 3:

H₃: La comunicación horizontal se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.

H₀: La comunicación horizontal no se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.

Tabla 19. Resultados de correlación entre la dimensión comunicación horizontal y la logística de entrada.

			Comunicación Horizontal	Logística de Entrada
Rho de Spearman	Comunicación Horizontal	Coefficiente de correlación	1,000	,516
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
Logística de Entrada	Logística de Entrada	Coefficiente de correlación	,516	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

En el estadístico (Tabla 19) de la prueba Rho de Spearman, se observa una correlación positiva entre las variables ($\rho = ,516$) asociado a un p valor. = **0.000** menor que el nivel de significancia establecido en la investigación ($p < 0.05$), conllevando al rechazo de la hipótesis nula (**H₀**), y aceptación de la tercera hipótesis específica (**H₃**), concluyendo que “La comunicación horizontal se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019”.

IV. DISCUSIÓN

Al determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp, los hallazgos encontrados en la investigación evidencian que del total de colaboradores encuestados (44 trabajadores) el 47.7% caracteriza la comunicación interna como buena, el 38.6% la percibe como excelente, 11.4% la clasifica como regular, y el 2.3% la califica deficiente. En cuanto a la logística de entrada el 54.5% de los trabajadores la califican como adecuada, el 40.9% califican la logística de entrada como muy adecuada, y el 4.5% la catalogan en niveles regulares. Datos que a través de la prueba Rho de Spearman, se logra contrastar que entre las variables existe una correlación positiva ($\rho = ,521$) y una significancia estadística ($p \text{ valor.} = 0.000 < 0.05$), lo cual conlleva al rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis general, quedando demostrado estadísticamente que La comunicación interna se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp, es decir a medida que en la empresa se establezca un muy buen sistema de comunicación la gestión logística alcanzara estándares de calidad adecuados.

Estos resultados guardan relación con los hallazgos encontrados por Bendezu (2016) en su investigación, quien determinó que la comunicación interna se relaciona de manera positiva alta con la identidad corporativa (cultura organizacional), siendo significativa en el entorno de los trabajadores, expuesta por el análisis estadístico inferencial que refiere una correlación entre las variables estudiadas, con un valor del alfa ($\alpha = 0.000$) menor a 0,01 asociado a un valor de Chi-cuadrado de Pearson 142,041. En este sentido observamos que la comunicación en una empresa repercute directamente en la imagen que los trabajadores y el público en general tengan de esta, de tal manera que, si los empleados conocen y están familiarizados con las políticas, procesos, objetivos, misión y visión de la empresa, se tendrán mejores resultados en todas sus áreas y en la empresa en general, tal como se demuestra con los resultados obtenidos.

Los resultados dan cuenta del alcance que tiene la comunicación en la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp, por cuanto se demuestra la importancia y el impacto que tienen los sistemas de comunicación en una organización, llegando a influir en los estándares de satisfacción de los clientes, entendiendo que la buena opinión del cliente refleja la buena gestión de la empresa, demostrando por consiguiente la eficiencia en cuanto a la comunicación interna se refiere.

En cuanto al primer objetivo específico, sobre establecer la relación que existe entre la comunicación descendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, los resultados encontrados revelan que del total de trabajadores encuestados el 45.5% perciben que la comunicación descendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A. es buena, el 34.1% opinan que esta comunicación en la organización es excelente, 18.2% la clasifican como regular, y tan solo el 2.3% opinan que es deficiente, valores que a través del estadístico de la prueba Rho de Spearman, demuestra que La comunicación descendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, al observar una correlación positiva entre las variables ($\rho = ,361$) y una significancia estadística ($p \text{ valor.} = 0.016 < 0.05$), conllevando al rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la primera hipótesis específica. De acuerdo a estos resultados se entiende que mientras la comunicación de los niveles superiores en la organización fluye de manera adecuada a los niveles inferiores dentro de la empresa, se obtendrá mejores resultados en la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp.

Los hallazgos encontrados refieren que la percepción que tengan los empleados sobre el desarrollo de la comunicación dentro de la empresa, ofrece una visión de cómo la administración manejan los mecanismos de comunicación, fundamentando un análisis importante para la toma de decisiones, y formular estrategias que puedan mejorar y reforzar los procesos operativos, garantizando una buena productividad de la empresa, en este particular Manihuari (2017), en su investigación concluye que la empresa evaluada presenta una buena gestión de almacenes, debido al buen control de inventarios, identificación y control de falencias y sobrantes, haciendo referencia al análisis realizado donde logra identificar que el 66,7% de los trabajadores de la Farmacia América S.R.L. indican que existe una buena gestión de almacenes y solo un 33,3%, menos del 50 % indican lo contrario.

En cuanto al segundo objetivo específico, instituir la relación que existe entre la comunicación ascendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, se evidencian en los resultados que del total de trabajadores encuestados el 47.7% refieren que la comunicación ascendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A. es excelente, el 43.2% perciben la comunicación ascendente en niveles buenos, 6.8% opinan que esta comunicación es regular, y tan solo para el 2.3% la comunicación ascendente es deficiente. Valores que a través del

estadístico de la prueba Rho de Spearman, permite comprobar estadísticamente que La comunicación ascendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, al observar una correlación positiva entre las variables ($\rho = ,396$) y una significancia estadística ($p \text{ valor.} = 0.008 < 0.05$), que permitió al rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la segunda hipótesis específica, resultados que describen que a medida que exista en la empresa una muy buena gestión de la comunicación ascendente, se espera muy buen desempeño de la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp.

La comunicación ascendente en la gestión de almacenes demuestra el enlace entre el trinomio empresa-trabajador-cliente, es decir que los sistemas de comunicaciones adecuados integran un flujo de comunicación desde los niveles bajos a los niveles altos, promoviendo en los empleados un sentido de pertenencia, al verse involucrados con los procesos de la empresa, así mismo esta acción estimula a que los colaboradores tengan claros los procesos, objetivos y misión de la empresa, siendo este el producto en la buena atención al cliente. En esta línea Lora (2017), en su estudio demuestra que existe una relación positiva alta al 92.7% (Pearson 0.927), con un nivel de significancia asociado de $0.000 (p < 0.05)$, entre la Gestión de almacenes y la comunicación de servicio al cliente, es decir a medida que la Gestión se sitúa en un nivel alto la Comunicación también demuestra este nivel.

Sobre el tercer objetivo específico planteado en la investigación, sobre determinar la relación que existe entre la comunicación horizontal y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, los resultados obtenidos muestran que del total de trabajadores encuestados el 43.2% perciben que la comunicación horizontal es buena, el 40.9% opinan que esta comunicación es excelente, 13.6% la clasifican como regular, y tan solo el 2.3% opinan que es deficiente. Resultados que, al contrastar con los niveles percibidos de la logística de entrada en el área de almacenes, demuestran una a través de la prueba Rho de Spearman, una correlación positiva entre las variables ($\rho = ,516$) y la existencia de significancia estadística ($p \text{ valor.} = 0.000 < 0.05$), conllevando al rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la tercera hipótesis específica, concluyendo que La comunicación horizontal se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, es decir que a medida que aumenta la comunicación horizontal en la empresa se espera mejor gestión de la logística de entrada en el área de almacenes.

La comunicación horizontal permite integrar todos los sectores que hacen vida en una empresa, desde sus procesos productivos como sus procesos sociales, resaltando como una estrategia eficaz en la gestión que, aplicada a la logística de entrada de los almacenes, reduce los riesgos que se puedan generar en los procesos operacionales de la empresa, a tal fin el estudio de Marín (2015), ofrece hallazgos que hacen referencia que el 100% de los trabajadores encuestados, perciben a la comunicación como un factor indispensable en los procesos de transformadores. Expresando que la comunicación desde todos los ámbitos, es un factor fundamental para construir la empresa. Lo que implica que la comunicación aparte de ser una herramienta, se constituye como una estrategia proyectista para la ejecución eficaz de las acciones.

V. CONCLUSIONES

Primera conclusión

De conformidad con los resultados obtenidos en la investigación, se obtuvo para la hipótesis general que entre las variables existe una correlación positiva ($\rho = ,521$) y un nivel de significancia ($p\ 0.000 < 0.05$), menor al establecido en la investigación, lo que permitió el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis general, concluyendo que La comunicación interna se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, es decir a medida que en la empresa se establezca un muy buen sistema de comunicación interna la gestión logística alcanzara estándares de calidad adecuados.

Segunda conclusión

En base a los hallazgos encontrados en la investigación, se obtuvo para la primera hipótesis específica que entre las variables existe una correlación positiva ($\rho = ,361$) y un nivel de significancia ($p\ 0.016 < 0.05$), menor al establecido en la investigación, lo que permitió el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la primera hipótesis específica, concluyendo que La comunicación descendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, es decir que mientras la comunicación de los niveles superiores en la organización fluye de manera adecuada a los niveles inferiores dentro de la empresa, se obtendrá mejores resultados en la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp.

Tercera conclusión

De acuerdo a los resultados encontrados en la investigación, se obtuvo para la segunda hipótesis específica que entre las variables existe una correlación positiva ($\rho = ,396$) y un nivel de significancia ($p\ 0.008 < 0.05$), menor al establecido en la investigación, lo que permitió el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la segunda hipótesis específica, concluyendo que La comunicación ascendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, es decir a medida que exista en la empresa una muy buena gestión de la comunicación desde los subordinados a los niveles superiores, se espera mayor desempeño de la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp.

Cuarta conclusión

En base a los resultados encontrados en la investigación, se obtuvo para la tercera hipótesis específica que entre las variables existe una correlación positiva ($\rho = ,516$) y un nivel de significancia ($p\ 0.000 < 0.05$), menor al establecido en la investigación, lo que permitió el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la tercera hipótesis específica, concluyendo que La comunicación horizontal se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019, es decir a medida que aumenta la comunicación entre las diferentes áreas, y departamentos que integran la empresa se espera mejor gestión de la logística de entrada en el área de almacenes.

VI. RECOMENDACIONES

Primera recomendación

Basado en los resultados obtenidos en la investigación se recomienda a la empresa Alicorp, promover en todas sus áreas un buen sistema de comunicación, que permita fluir la información a todos los niveles de la empresa, haciendo partícipes de este sistema a todos los colaboradores, abriendo canales de comunicación hacia todas las direcciones, haciendo uso de las herramientas que nos brinda la tecnología de la información y comunicación, como la intranet, el internet, el messenger, los e-mails, paginas web con mecanismos de sugerencias, entre otros, con el uso de estas estrategias se tendrá un alcance significativo en todas las áreas operativas y las operaciones de la empresa, incluyendo la logística de entrada en el área de almacenes.

Segunda recomendación

En base a los hallazgos obtenidos en la investigación se recomienda a la empresa Alicorp, fortalecer los sistemas de comunicación dirigidos de los niveles normativos, pasando por los niveles de supervisión hasta llegar a los niveles operacionales, previendo en todas sus etapas que las directrices emitidas desde la gerencia lleguen de forma adecuada y con claridad a los niveles inferiores de la organización, sin manipulación o distorsión de la información, garantizando así la operatividad de la empresa y demostrando una buena gestión de los recursos en todas las áreas, destacando la calidad del servicio en la logística de entrada en los almacenes.

Tercera recomendación

En base a los resultados presentados en la investigación es de recomendar a la empresa Alicorp, promover estrategias de comunicación desde los niveles operativos hasta el nivel normativo de la organización, gestión que permite desde la mirada de los operadores directos impulsar acciones para alcanzar las metas propuestas en la empresa, involucrándolos directamente en los procesos productivos, promoviendo en los empleados un sentido de pertenencia, al verse inmiscuidos con los procesos de la empresa, así mismo esta acción estimula a que los colaboradores tengan claros los procesos, objetivos y misión de la empresa, siendo este el producto en la buena atención al cliente en todos los servicios incluidas la logística de entrada en el área de almacenes.

Cuarta recomendación

De acuerdo a los hallazgos presentados en la investigación es de recomendar a la empresa Alicorp, fomentar la comunicación entre las diferentes áreas de la organización, generando un efecto integrador en el desempeño de las funciones, los procesos y operaciones que se destinen para el cumplimiento de los objetivos propuestos, la comunicación horizontal permite integrar todos los sectores que hacen vida en la empresa, desde sus procesos productivos como sus relaciones sociales, resaltando como una estrategia eficaz en la gestión que, aplicada a la logística de entrada de los almacenes, reduce los riesgos que se puedan generar en las operaciones de esta área.

REFERENCIAS

- Anaya, J. (2008). *Almacenes, análisis, diseño y organización*. Única Edición. Esic Editorial. Madrid, España.
- Axsater, S. (2006). *Inventory Control*. (7th. Ed). Springer Science Business Media, LLC
- Baker, P. & Alan Rushton, P. C. (2008). *The handbook of Logistics and Distribution Management*. (3rd, Ed.) London: Kogan Page Limited.
- Ballou, R. (2010) *Gestión de la Cadena de Suministros / Logística Empresarial*. (5. ed.) Porto Alegre: Bookman. 616 p. Traducción de: Raul Rubenich.
- Bedor, D. (2016). *Modelo de Gestión Logística para la Optimización del Proceso de Bodega de Producto Terminado en la Empresa Industria Ecuatoriana de Cables Incable S.A de la Ciudad De Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4549/1/T-UCSG-POS-MAE-108.pdf>
- Bendezu, S. (2016). *La comunicación interna y su incidencia en el fortalecimiento de la identidad corporativa en la Municipalidad Distrital de la Perla, Callao*. Universidad Mayor de San Marcos. Lima, Perú. Disponible en: http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/4942/Bendezu_ts.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Bevan, R. & Bailey, J. (1991). *Lesley's Handbook of Public Relations and Communication*.
- Castillo, A., (2010), *Introducción a las relaciones públicas*, España: Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP).
- Castro, A. (2014). *Comunicación Organizacional: Técnicas y estrategias*. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte. Libro electrónico. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/414088687/Comunicacion-Organizacional-Tecnicas-y-Estrategias>
- Cheung, F. & Lee, H. (2002). The inventory benefit of shipment coordination and stock rebalancing in a supply chain. *Journal of management science*. 48(2), 300-306.
- Chiavenato, I. (2008). *Gestión de personas: el nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. Rio de Janeiro: Campus.

- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional*. México: McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Gestión del talento Humano*. Tercera edición. México: McGraw-Hill.
- Cruz, J. (2004). *La crisis y su influencia en las estrategias de comunicación organizacional* (Tesis doctoral). Universidad Autónoma de Barcelona, España.
- Cutlip, S. Center, A. & Broom, G. (1985). *Effectiv Public Relations*. Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Díaz, S. (2011) *Técnicas de comunicación, la comunicación en la empresa*. Bogotá: Ediciones la U.
- Echeverría, H. (2016). *Los diseños de investigación cuantitativa en psicología y educación*. 1a ed. Río Cuarto, Córdoba - Argentina: UniRío Editora.
- Escudero, J. (2014). *Logística de almacenamiento*. Primera Edición. Ediciones Paraninfo. Madrid, España.
- Gibson, J.W., and Hodgetts, R.M. (1991). *Organizational Communication – A Managerial Perspective*. 2nd Edition. New York: HarperCollins Publishers.
- Gómez, J. (2013). *Gestión logística y comercial*. (Primera ed.). Madrid, España: McGraw-Hill.
- Gonzales, N. (2018). “*Construcción de una Escala de comunicación organizacional interna en colaboradores de una empresa del rubro farmacéutico de Lima Metropolitana, 2018*” (Tesis) Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú. Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/29991/Gonzales_MNJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Harrington, L. (2008). *The Evolution of Inbound Logistics-Choosing Inbound: Natural Selection*. Recovered from: <http://www.inboundlogistics.com/cms/article/the-evolution-of-inboundlogistics-choosing-inbound-natural-selection/>
- Hernández, R., Fernández C., & Baptista P. (2010). *Metodología de la Investigación Científica*. México D.F. Edit Mc Graw Hill.
- Ivancevich, J., Lorenzi, P., & Skinner, S. (1997). *Gestión. Calidad y competitividad*. España: McGraw-Hill.

- Jay, H. & Barry, R. (2006). *Principles of Operations Management. 6th Edition*. New Jersey; Pearson Prentice Hall, Education Inc.
- Karangers, E. Johnston, K. Beatson, A. & Lings, I. (2015). The influence of internal communication on employee engagement: A pilot study. *Public Relations Review*. 41(1), 129-131. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.12.003>
- Karia, N. & Wong, C. (2009). Explaining the competitive advantage of logistics service providers: A resource-based view approach. *International Journal of Production Economics*, 128(1): 51-67.
- Koster, R. Le-Duc, T. & Roodbergen, K J. (2006) Design and control of warehouse order picking. *European Journal of Operational Research*. 182(2), 481 – 501.
- Kunsch, M. (2008). *Planificación de Relaciones Públicas en la Comunicación Integrada*. 2 ed. Sao Paulo: Summus.
- Kwon, W. & Suh, T. (2004). Factors Affecting the Level of Trust and Commitment in Supply Chain Relationships. *Journal of Supply Chain Management*. 40(2), 4 –14.
- Larkin, T.J. and Larkin. S. (1994). *Communicating Change – How to Win Employee Support for New Business Directions*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- López, D., (2006), *La comunicación como herramienta gerencial*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- López, R. (2010). *Logística Comercial*. Segunda Edición. Ediciones Paraninfo. Madrid, España.
- Lora, E. (2017). *Gestión de almacenes y la comunicación en la atención al cliente de la Sub-Gerencia de Almacenamiento – Essalud, Lima 2016*. Universidad Cesar Vallejo. Lima, Perú. Disponible en:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/10345/Lora_CE.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Manihuari, Z. (2017). *Análisis de la Gestión de Almacenes en la Farmacia América S.R.L, Periodo 2017*. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. Iquitos, Perú. Disponible en:

http://repositorio.unapikitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/5876/Zenith_tesis_titulo_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Marín, A. (1997). *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*. Barcelona. Colección Bosch Comunicación.
- Marín, D. (2015). *La comunicación interna en procesos de cambio por fusión en empresas colombianas*. (Tesis Doctoral) Presentada en la Universidad de Málaga.
- Martínez, Y. (2016). “*Reingeniería en el Almacén de la Empresa TRUETZSCHLER de México S.A. de C.V.*” Ciudad de México. Disponible en: <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/20296/TESIS%20REINGENIERIA%20EN%20EL%20ALMACEN%20DE%20LA%20EMPRESA%20TRUETZSCHLER%20DE%20MEXICO%20SA%20DE%20CV.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mishra, K. Boynton, L. & Mishra, A. (2014). Driving Employee Engagement: The Expanded Role of Internal Communications. *International Journal of Business Communication*. 51(2), 183-202. <https://doi.org/10.1177/2329488414525399>
- Mora, L. (2010). *Gestión logística integral*. Bogotá, Única Edición. Ecoe Ediciones. Colombia.
- Mwangi, W. N., & Waweru, L. (2013). Role of Transport in Supply Management a case study of Safaricom limited. *International Journal of Human Resource and Procurement*, 1(3), 6-8.
- Nikolić, M. Vukonjanski, J. Nedeljković, M. Hadžić, O. & Terek, E. (2013) The impact of internal communication satisfaction imensions on job satisfaction dimensions and the moderating role of LMX, *Public Relations Review* 39 (5) 563-565.
- Omilion-Hodges, L.M. & Baker, C.R. (2014). Everyday talk and convincing conversations: Utilizing strategic internal communication, *Business Horizons* 57 (3) 435-445.
- Parreño, A. (2016). *Metodología de Investigación en salud*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Instituto de Investigaciones. La Caracola Editores.

- Santos, L. (2014) *Proposición de Modelo de Implantación del Método de Costeo Basado en Actividad y Tiempo*. TDABC. 2013. 81 f. (Maestría) - Curso de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Federal de Rio Grande do Sul, Porto Alegre.
- Silver, E., Pyke, D. y Peterson, R. (1998). *Inventory Managment and Production Planning and Scheduling*. (3ra Edic.) San Francisco: W.H. Freeman.
- Stephan, K. & Boysen, N. (2011). Cross-docking. *Journal of Management Control*. 22(1), 129 - 137.
- Stevanović, M. & Gmitrović, S. (2016). Importance and Role of Internal Communication in Organizations. *Applied Mechanics and Materials*. 830(2016), pp 302-307 doi:10.4028/www.scientific.net/AMM.830.302
- Welch, M. (2013). Mastering internal communication: Knowledge foundations and postgraduate education, *Public Relations Review* 39 (5) 615-617.

ACTA DE ORIGINALIDAD

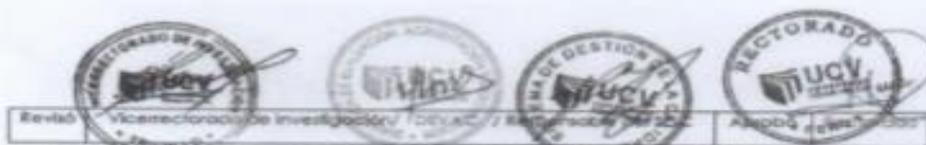
 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-76-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, **DR. MANUEL ALBERTO MORI PAREDES**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo Filial Callao, revisor de la tesis titulada: "**LA COMUNICACIÓN INTERNA Y LA LOGÍSTICA DE ENTRADA EN EL AREA DE ALMACENES GALLETERA E INSTANTANEOS ALICORP S.A.A., CALLAO 2019.**", del estudiante **YARLEQUE MOGOLLON ANTHONY JAVIER** constato que la investigación tiene un índice de similitud de **27 %** 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.

Callao, 04 de marzo de 2020


.....
DR. MANUEL ALBERTO MORI PAREDES
DNI: 07895089



NOTA: Confirma el documento impreso diferente del original, y cualquier archivo electrónico que se encuentren fuera del Campus Virtual Tesis serán considerados como COPIA NO CONTROLADA.

PANTALLAZO DE TURNITIN



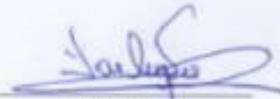
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : FD6-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, **ANTHONY JAVIER YARLEQUE MOGOLLON**, identificado con DNI N° 41049963, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Filial Callao, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi tesis titulada **"LA COMUNICACIÓN INTERNA Y LA LOGISTICA DE ENTRADA EN EL AREA DE ALMACENES GALLETERA E INSTANTANEOS ALICORP S.A.A., CALLAO 2019"**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....



FIRMA

DNI: 41049963

FECHA: Callao, 03 de Marzo del 2020

			
Revisó	Vicerrectorado de Investigación	Oficina de Gestión de la Calidad	RECTORADO

NOTA: Cualquier documento impreso diferente del original, y cualquier archivo electrónico que se encuentren fuera del Campus Virtual Tarma serán considerados como COPIA NO CONTROLADA.

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ANTHONY JAVIER YARLEQUE MOGOLLON

INFORME TITULADO:

LA COMUNICACIÓN INTERNA Y LA LOGÍSTICA DE ENTRADA EN EL ÁREA DE ALMACENES GALLETERA E INSTANTÁNEOS ALICORP S.A.A., CALLAO 2019.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 20 /12/ 2019

NOTA O MENCIÓN: 13



ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

TÍTULO: LA COMUNICACIÓN INTERNA Y LA LOGÍSTICA DE ENTRADA EN EL ÁREA DE ALMACENES GALLETERA E INSTANTÁNEOS CALLAO - ALICORP 2019					
AUTOR: Yarleque Mogollón					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES		
<p>Problema general: ¿Qué relación existe entre la comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes galletera - instantáneos Alicorp - Callao 2019?</p> <p>Problemas específicos: 1.- ¿Qué relación existe entre la comunicación descendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera - instantáneos Alicorp - Callao 2019?</p> <p>2.- ¿Qué relación existe entre la comunicación ascendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera - instantáneos Alicorp - Callao 2019?</p> <p>3.- ¿Qué relación existe entre la comunicación horizontal y la</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.</p> <p>Objetivos específicos: 1.- Establecer la relación que existe entre la comunicación descendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.</p> <p>2.- Instituir la relación que existe entre la comunicación ascendente y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.</p> <p>3.- Determinar la relación que existe entre la comunicación</p>	<p>Hipótesis general: La comunicación interna se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera - instantáneos Alicorp - Callao 2019.</p> <p>Hipótesis específicas: 1.- La comunicación descendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.</p> <p>2.- La comunicación ascendente se relaciona significativamente con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.</p> <p>3.- La comunicación horizontal se relaciona significativamente</p>	Variable 1: Comunicación interna		
			Dimensiones	Indicadores	Ítems
			Comunicación descendente	Difusión de decisiones gerenciales a los trabajadores.	1,2,3
				Fluidez de la información. Facilita el conocimiento y cultura organizacional.	4,5,6 7,8,9,10
			Comunicación ascendente	Accesibilidad a sus superiores.	11,12,13
				Aporte de sugerencias. Interacción con los jefes.	14 15,16
			Comunicación horizontal	Favorecimiento del área.	17,18,19
				Fluidez del trabajo. Coordinación entre pares.	20,21,22 23,24,25
			Variable 2: Logística de entrada		
			Dimensiones	Indicadores	Ítems

logística de entrada en el área de almacenes galletera - instantáneos Alicorp - Callao 2019?	horizontal y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.	con la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp - Callao 2019.	<p>Gestión de compras</p> <p>Gestión de almacén</p> <p>Gestión de stock</p>	<p>Verificación de las mercancías.</p> <p>Operaciones de descarga y desembalaje.</p> <p>Control e inspección de calidad.</p> <p>Resguardo de materiales y productos.</p> <p>Administración de espacios.</p> <p>Atención y despacho.</p> <p>Control de entrada y salida.</p> <p>Información de mercancía.</p> <p>Administración de insumos.</p>	<p>1</p> <p>2,3</p> <p>4,5</p> <p>6,7</p> <p>8,9</p> <p>10,11,12</p> <p>13</p> <p>14</p> <p>14,15</p>
TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	ESTADÍSTICA A UTILIZAR		
<p>TIPO: La investigación fue básica, ya que tiene como finalidad descubrir la relación significativa entre la comunicación interna y la logística de entrada. Se llama básica porque “es conocida también como investigación teórica, pura o fundamental” (Valderrama, 2013, p. 164).</p> <p>DISEÑO: El diseño de la investigación será de tipo no experimental transversal, ya que “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e</p>	<p>POBLACIÓN: La población está conformada por 150 trabajadores de almacén de la empresa de Alicorp, distribuidos en tres turnos laborales.</p> <p>TIPO Y TAMAÑO DE MUESTRA:</p> <p>“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández,</p>	<p>Variable 1: Comunicación interna.</p> <p>Técnicas: La presente investigación ha requerido datos para demostrar las hipótesis planteadas y lograr los objetivos propuestos, por este motivo ha sido necesario el uso de técnicas de recolección de datos. Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario sobre Comunicación interna.</p> <p>Autor: Gonzales Mego, Nicole Jennifer.</p>	<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>El diseño de diagrama de la siguiente manera:</p> <div style="text-align: center;"> <p>El diagrama muestra la letra 'M' a la izquierda, seguida de un signo de igualdad '='. A la derecha de la igualdad, hay tres elementos: 'Ox' en la parte superior, 'r' en el centro, y 'Oy' en la parte inferior. Una línea diagonal conecta 'M' con 'Ox', otra diagonal conecta 'M' con 'Oy', y una línea vertical conecta 'Ox' con 'r', y 'r' con 'Oy'.</p> </div> <p>Dónde: M = Es la muestra de trabajadores r = Relación de variables estudiadas</p>		

<p>interrelación en un momento dado.” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.154).</p> <p>Descriptivo correlacional, ya que “los estudios correlacionales tienen como propósito conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 93).</p> <p>MÉTODO: Método cuantitativo, hipotético deductivo: “un procedimiento que parte de una aseveración es en calidad de hipótesis y busca refutar o aceptar tales hipótesis deduciendo de ellas, conclusiones que deben confrontarse con los hechos” (Bernal, 2010, p.60).</p>	<p>Fernández y Baptista, 2014, p. 175).</p> <p>Hernández et, al. (2014), señala que la “muestra probabilística es un subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos”. (p.175)</p> <p>En el caso de la presente investigación se considera como muestra los trabajadores del primer turno, conformada por 50 trabajadores, quienes serán escogidos de manera aleatoria en la aplicación de las encuestas planteadas, en este sentido la selección de la muestra se establece de tipo probabilística, constituyéndose según fórmula por 44 trabajadores.</p>	<p>Año: 2018. Validado por el juicio de expertos</p> <p>Variable 2: Logística de entrada</p> <p>Técnicas: La presente investigación ha requerido datos para demostrar las hipótesis planteadas y lograr los objetivos propuestos, por este motivo ha sido necesario el uso de técnicas de recolección de datos. Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario de Logística de entrada</p> <p>Autor: Lora Cisneros, Eduardo. Año: 2017. Validado Por la junta de expertos.</p>	<p>Ox= Mediciones de Comunicación interna</p> <p>Oy= Mediciones de la logística de entrada</p> <p>Se mostrarán los resultados de los instrumentos en tablas de frecuencia gráfica de barras a Nivel de Dimensiones.</p> <p>INFERENCIAL:</p> <p>Se aplicará la Prueba de Normalidad de Kolmogorov – Smirnov, mediante esta prueba identificaremos si los resultados son Normales o Anormales.</p> <p>Si son Normales, aplicaremos el R Pearson:</p> $r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$ <p>Si son Anormales, aplicaremos el Rho de Spearman:</p> $r_s = 1 - \frac{6 \sum D_i^2}{N^3 - N}$
---	--	--	--

Anexo 2. Matriz de operacionalización

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y Rangos	
<p>Comunicación interna Para Chiavenato (2008), la comunicación interna debe tener su papel enfatizado dentro de la gestión de personas “no sólo porque la comunicación es el medio primario de conducir las actividades de la organización, sino porque ella es también la herramienta básica para satisfacer las necesidades humanas de los colaboradores”. (p.503)</p>	<p>La comunicación interna puede ser entendida como todo el proceso comunicacional que involucra a la empresa y sus empleados, con el fin de gestionar las normativas, funciones, procesos y operaciones involucradas en su funcionamiento.</p>	Comunicación Descendente	<p>Difusión de decisiones gerenciales a los trabajadores.</p> <p>Fluidez de la información.</p> <p>Facilita el conocimiento y cultura organizacional.</p>	1 al 10	<p>Ordinal Escala Likert: Nunca (1) Casi nunca (2) Algunas veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)</p>	Deficiente (<= 49)	
		Comunicación Ascendente	<p>Accesibilidad a sus superiores.</p> <p>Aporte de sugerencias.</p> <p>Interacción con los jefes.</p>	11 al 16		Regular (50 - 74)	
		Comunicación horizontal	<p>Favorecimiento del área.</p> <p>Fluidez del trabajo.</p> <p>Coordinación entre pares.</p>	17 al 25		Buena (75 – 99)	
							Excelente (>= 100)

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Nº Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y Rangos
<p>Logística de entrada Según Escudero (2014, p. 2) La logística es una acción comercial que tiene como objetivo planificar y gestionar todos los procesos relacionados a la afluencia óptima de materias primas, materiales semiacabados y acabados en su totalidad, desde la fuente de suministro hasta el usuario final. El propósito de la logística de entrada es controlar los materiales para satisfacer las necesidades de los procesos operacionales</p>	<p>Procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de existencias; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto, conociendo las órdenes de compra y el stock en almacén</p>	Gestión de compras	<p>Verificación de las mercancías.</p> <p>Operaciones de descarga y desembalaje.</p> <p>Control e inspección de calidad.</p>	1 al 5	Ordinal Escala Likert:	Inadecuado (<=31)
		Gestión de almacén	<p>Resguardo de materiales y productos.</p> <p>Administración de espacios.</p> <p>Atención y despacho.</p>	6 al 12	Nunca (1) Casi nunca (2) Algunas veces (3)	Regular (32 – 47) Adecuado (48 – 63)
		Gestión de stock	<p>Control de entrada y salida.</p> <p>Información de mercancía.</p> <p>Administración de insumos.</p>	13 al 16	Casi siempre (4) Siempre (5)	Muy adecuado (>=64)

Anexo 3. Instrumentos de recolección de datos

INSTRUMENTO: Comunicación Interna

Estimado participante: Agradeciendo su apoyo en la investigación, una vez cumplido con el consentimiento informado, con fines estrictamente científicos. Ponemos a su disposición el instrumento de evaluación de la variable, la cual deberá marcar una sola respuesta, cabe indicar que el presente cuestionario tiene carácter de anónimo.

VARIABLE: Comunicación Interna	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión: Comunicación descendente					
1.- Obtiene toda la información necesaria para la realización eficaz de su trabajo.					
2.- Su jefe emplea un lenguaje claro y sencillo, cuando se dirige a usted.					
3.- Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.					
4.- Se encuentra satisfecho con las instrucciones brindadas por su jefe para realizar efectivamente su trabajo.					
5.- Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.					
6.- Su jefe les brinda herramientas adecuadas que permitan una comunicación fluida.					
7.- Los jefes y superiores transmiten de manera clara, los valores y principios de la empresa.					
8.- Sus jefes y superiores escuchan sus ideas y comentarios.					
9.- Recibe información oportuna de su jefe sobre su desempeño laboral.					
10.- Mantiene una buena comunicación con su jefe.					
Dimensión: Comunicación ascendente					
11.- Cuanto tiene dudas, lo consulta con su jefe.					
12.- Tiene libertad para manifestar su desacuerdo a su jefe.					
13.- Sus superiores le brindan confianza para expresar sus ideas.					
14.- Considera que los comentarios y sugerencias, brindadas a sus superiores son tomados en cuenta.					

15.- Puede confiar sus problemas personales a su jefe.					
16.- Usualmente en la organización se realizan reuniones con los jefes.					
Dimensión: Comunicación Horizontal					
17.- La comunicación entre compañeros favorece el adecuado intercambio de ideas.					
18.- Considera que, en su área de trabajo, la comunicación facilita la coordinación.					
19.- Es sencillo dialogar con los miembros de su área de trabajo.					
20.- La comunicación entre compañeros de su área de trabajo es fluida.					
21.- Entre los compañeros de área se da una coordinación oportuna.					
22.- Existe un clima de confianza entre los compañeros de su área.					
23.- En el área de trabajo se comparte información.					
24.- Considera eficaz, la comunicación que se da entre sus compañeros de área de trabajo.					
25.- Entre las áreas de trabajo realizan un trabajo coordinado.					

Fuente: Adaptado de Gonzales (2018).

INSTRUMENTO: Logística de entrada

Estimado Colaborador: Después de haber sido informado adecuadamente sobre el propósito científico de nuestra encuesta., agradeceremos su colaboración respondiendo cada una de las preguntas de la presente encuesta. Para ello, sírvase llenar el recuadro de datos y dar respuesta a las preguntas formuladas:

VARIABLE: Logística de entrada	Nunca	Casi nunca	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
Dimensión: Gestión Compras					
1.- La verificación de las mercancías contribuye a saber con exactitud la cantidad y calidad de lo que se recibe.					
2.- Contamos con el personal suficiente para realizar las operaciones de descarga.					
3.- El personal está capacitado para realizar esta actividad de desembalaje.					
4.- El control de calidad nos permite verificar si verdaderamente se trata de los artículos solicitados.					
5.- En la inspección de calidad verificamos la cantidad de artículos que se va recibir.					
Dimensión: Gestión de Almacén					
6.- Se interna y acondiciona adecuadamente los productos ingresados al almacén.					
7.- La infraestructura es ideal para la conservación de los materiales.					
8.- Se cuenta con sistema informático que garantizan el control exacto de lo almacenado.					
9.- Cuando la cobertura sanitaria, genera mayor demanda por necesidad se cuenta con ambientes pertinentes para el almacenamiento.					
10.- La atención es oportuna: se despacha según cronograma.					
11.- El despacho, entrega o distribución es efectiva, se comunica con anticipación.					
12.- La entrega de los materiales o productos genera la emisión de una constancia confiable.					
Dimensión: Gestión de Stock					

13.- Se cuenta con tecnología que facilita los controles de entrada y salida oportunamente.					
14.- La información precisa de los stock es competencia de la jefatura.					
15.- El control del stock se afecta pues el ingreso de mercadería, tuvo limitaciones en el registro.					
16.- El control del stock genera inseguridad, pues las guías de salida no son enumeradas.					

Fuente: Adaptado de Lora (2017)

Anexo 4. Constancias de autorización por la institución



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

Callao, 26 de junio del 2019.

CARTA N° 0265- 2019 -UCV-DA/FC

Señor:

ALEXANDER AURON LOZA CANALES
Coordinador de Almacenes- Alicorp S.A.A
Presente. -

De mi mayor consideración:

Es grato dirigirme a Ud. en mi calidad de Directora Académica de la Universidad César Vallejo Filial Callao, para saludarla muy cordialmente y solicitar su autorización para que nuestro estudiante del IX ciclo de la E.P. de Administración, pueda realizar su trabajo de investigación en su digna empresa.

El estudiante en solicitud es el siguiente:

- **Anthony Yarleque Mogollon**

Cabe mencionar que la visita a su empresa tiene por finalidad cumplir con una actividad de carácter académico, asignada en la Experiencia Curricular de Desarrollo del Proyecto de Investigación que tiene como título: "La comunicación interna y la logística de entrada en el área de Almacenes Galletas e Instantáneos ALICORP S.A.A. - CALLAO 2019". Este estudio a su vez tiene una duración como fin mejorar la competencia profesional de nuestros futuros administradores.

Esperando contar con su apoyo hago propicia la ocasión para expresar mi consideración y estima personal.

Atentamente,



DRA. ANTONIETA DEL PILAR JIMÉNEZ BERRU
Directora Académica
Filial Callao

ALEXANDER LOZA CANALES
Coordinador de Almacenes
Alicorp S.A.A.

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.





Alicorp S.A.A
Av. Argentina 4793
Carmen de la Laguna
Reynoso Callao, Perú
T (011) 310 0800

CONSTANCIA DE AUTORIZACION

Mediante la presente se deja constancia que el Sr. Anthony Javier Yarleque Mogollón, identificado con DNI: 41049963, en calidad de estudiante de la Universidad Cesar Vallejo - Callao, escuela profesional de administración, con código N° 6700294307, si se encuentra AUTORIZADO por la jefatura de la empresa Alicorp S.A.A., con RUC 20100055237, para realizar el levantamiento de información a través de encuestas a sus trabajadores, actividad que permitirá el desarrollo de su proyecto de investigación para su tesis de grado, titulado : La comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019.

Del mismo modo queda de constancia que toda información obtenida solo deberá ser utilizada para fines estrictamente académicos, pudiendo permanecer registrada en el repositorio de tesis de la Universidad Cesar Vallejo.

El presente documento se emite para cumplir los requisitos académicos que se le solicitan al interesado.

Callao, 22 de noviembre del 2019




ALEXANDER LOZA CANALES
Coordinador de Almacenes
Alicorp S.A.A.



Alicorp S.A.A
Av. Argentina 4763
Carmen de la Legua
Reynoso Callao, Perú
T (511) 316 0800

CONSTANCIA

Que el Sr. Anthony Javier Yarleque Mogollón, ha desarrollado el trabajo de investigación titulado: La comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes galleteros e instantáneos Alicorp S.A.A., Callao 2019. Dicho trabajo se ha realizado con el personal obrero de la empresa, durante el mes de octubre del presente año.

Se expide la presente a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Callao, 22 de noviembre del 2019



ALEXANDER LOZA CANALES
Coordinador de Almacenes
alicorp S.A.A.

Anexo 5. – Formatos de validación

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de la investigación: La comunicación interna y la logística de entrada en el área de almacenes gálctera e instalaciones Alceorp S.A.S., Calle 2019
Apellidos y nombres del investigador: Anthony Javier Yañez Mogollón
Apellido y nombre del experto: Mgtr. Brando Antonio Castillo Castaños

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Comunicación Interna	Comunicación Descendente	Difusión de decisiones gerenciales a los trabajadores.	1.- Obtiene toda la información necesaria para la realización eficaz de su trabajo	Nunca = 1 Casi nunca = 2 Algunas veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	<input checked="" type="checkbox"/>		
			2.- Su jefe emplea un lenguaje claro y sencillo, cuando se dirige a usted		<input checked="" type="checkbox"/>		
			3.- Las indicaciones brindadas por su jefe son claras		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Fluidez de la información.	4.- Se encuentra satisfecho con las instrucciones brindadas por su jefe para realizar efectivamente su trabajo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			5.- Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			6.- Su jefe les brinda herramientas adecuadas que permitan una comunicación fluida.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Facilita el conocimiento y cultura organizacional.	7.- Los jefes y superiores transmiten de manera clara, los valores y principios de la empresa.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		8.- Sus jefes y superiores escuchan sus ideas y comentarios.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		9.- Recibe información oportuna de su jefe sobre su desempeño laboral.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Comunicación Ascendente	Accesibilidad a sus superiores.	10.- Mantiene una buena comunicación con su jefe.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			11.- Cuando tiene dudas, lo consulta con su jefe.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			12.- Tiene libertad para manifestar su descontento a su jefe.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Aporte de sugerencias.	13.- Sus superiores le brindan confianza para expresar sus ideas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			14.- Considero que los comentarios y sugerencias, brindados a sus superiores son tomados en cuenta.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			15.- Puede confiar sus problemas personales a su jefe.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Comunicación Horizontal	Favorecimiento del área.	16.- Usualmente en la organización se realizan reuniones con los jefes.		<input checked="" type="checkbox"/>		
17.- La comunicación entre compañeros favorece el adecuado intercambio de ideas.			<input checked="" type="checkbox"/>				
18.- Considero que, en su área de trabajo, la comunicación facilita la coordinación.			<input checked="" type="checkbox"/>				
Fluidez del trabajo		19.- Es sencillo dialogar con los miembros de su área de trabajo.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		20.- La comunicación entre compañeros de su área de trabajo es fluida.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Coordinación entre pares.	21.- Entre los compañeros de área se da una coordinación oportuna.	<input checked="" type="checkbox"/>					
	22.- Existe un clima de confianza entre los compañeros de su área.	<input checked="" type="checkbox"/>					
	23.- En el área de trabajo se comparte información.	<input checked="" type="checkbox"/>					
Logística de Entrada	Gestión Compras	Verificación de las mercancías.	1.- La verificación de las mercancías contribuye a saber con exactitud la cantidad y calidad de lo que se recibe.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Operaciones de descarga y desembalaje.	2.- Contamos con el personal suficiente para realizar las operaciones de descarga.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Control e inspección de calidad.	3.- El personal está capacitado para realizar esta actividad de desembalaje.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			4.- El control de calidad son posible verificar si verdaderamente se trata de los artículos solicitados.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		5.- En la inspección de calidad verificamos la cantidad de artículos que se va recibir.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Gestión de Almacén	Resguardo de materiales y productos	6.- Se interna y acondiciona adecuadamente los productos ingresados al almacén.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Administración de espacios	7.- La infraestructura es ideal para la conservación de los materiales.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			8.- Se cuenta con sistema informático que garantiza el control exacto de lo almacenado.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Atención y despacho.	9.- Cuando la cobertura asistencial, genera mayor demanda por necesidad se cuenta con asistentes personales para el almacenamiento.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Gestión de Stock	Control de entrada y salida.	10.- La atención es oportuna, se despacha según cronograma.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Información de mercancía.	11.- El despacho, entrega o distribución es efectiva, se comienza con anticipación.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Administración de insumos.	12.- La entrega de los materiales o productos genera la creación de una constancia confiable.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		13.- Se cuenta con tecnología que facilita los controles de entrada y salida oportunamente.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		14.- La información precisa de los stock es consecuencia de la jefatura.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		15.- El control del stock se afianza para el ingreso de mercadería, tuvo limitaciones en el registro.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		16.- El control del stock genera inseguridad, pues los papeles de salida no son controlados.	<input checked="" type="checkbox"/>				

Fecha: 22, 11, 19

Firma del experto: *Brando Antonio Castillo Castaños*

Elaborado por: [Firma] (2018) y Lora (2017), adaptado por el autor del presente estudio.

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Título de la investigación: La comunicación interna y la logística de entrada en el área de administración gubernativa e instituciones (Anexo 3 A. N. - Callao 2017)						
Autor(es) y miembro del jurado: Arleny Larrea Yáñez Magallán						
Asesor(es) y miembro del jurado: Mg. Luis Enrique Díaz Zúñiga						
ASPECTO POR EVALUAR						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM/PREGUNTA	ESCALA DE MEDICIÓN Y VALORES	OPINIÓN DEL EXPERTO	
					SE CUMPLE NO CUMPLE OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
Comunicación	Comunicación Descendente	Difusión de decisiones gerenciales a los trabajadores	1 - Obtiene toda la información necesaria para la realización eficaz de su trabajo	Ordinal Escala de Likert: Nunca = 1 Casi nunca = 2 Algunas veces = 3 Casi siempre = 4 Siempre = 5	<input checked="" type="checkbox"/>	
			2 - Su jefe emplea un lenguaje claro y sencillo cuando se dirige a usted		<input checked="" type="checkbox"/>	
			3 - Las indicaciones brindadas por su jefe son claras		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Facilita de la información	4 - Se encuentra satisfecho con las instrucciones brindadas por su jefe para realizar efectivamente su trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>	
			5 - Existe adecuada retroalimentación del jefe de área a los integrantes		<input checked="" type="checkbox"/>	
			6 - Su jefe les brinda herramientas adecuadas que permitan una comunicación fluida		<input checked="" type="checkbox"/>	
			7 - Los jefes y superiores muestran de manera clara los valores y principios de la empresa		<input checked="" type="checkbox"/>	
			8 - Sus jefes y superiores escuchan sus ideas y comentarios		<input checked="" type="checkbox"/>	
			9 - Recibe información oportuna de su jefe sobre su desempeño laboral		<input checked="" type="checkbox"/>	
			10 - Mantiene una buena comunicación con su jefe		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Comunicación Interna	Comunicación Ascendente	11 - Cuanto tiene dudas, lo consulta con su jefe		<input checked="" type="checkbox"/>	
			12 - Tiene libertad para manifestar su desacuerdo a su jefe		<input checked="" type="checkbox"/>	
			13 - Sus superiores le brindan confianza para expresar sus ideas		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Apoyo de sugerencias	14 - Considera que los comentarios y sugerencias, brindados a sus superiores son tomados en cuenta		<input checked="" type="checkbox"/>	
			15 - Puede confiar sus problemas personales a su jefe		<input checked="" type="checkbox"/>	
			16 - Usualmente en la organización se realizan reuniones con los jefes		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Comunicación Horizontal	Favorecimiento del área	17 - La comunicación entre compañeros favorece el adecuado intercambio de ideas		<input checked="" type="checkbox"/>	
			18 - Considera que, en su área de trabajo, la comunicación facilita la coordinación		<input checked="" type="checkbox"/>	
			19 - Es sencillo dialogar con los miembros de su área de trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Fluidez del trabajo	20 - La comunicación entre compañeros de su área de trabajo es fluida		<input checked="" type="checkbox"/>	
			21 - Entre los compañeros de área se da una coordinación oportuna		<input checked="" type="checkbox"/>	
			22 - Existe un clima de confianza entre los compañeros de su área		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Coordinación entre pares	23 - En el área de trabajo se comparte información		<input checked="" type="checkbox"/>	
			24 - Considera eficaz, la comunicación que se da entre sus compañeros de área de trabajo		<input checked="" type="checkbox"/>	
			25 - Entre los áreas de trabajo realizan un trabajo coordinado		<input checked="" type="checkbox"/>	
Logística de Entrada	Gestión Compras	Verificación de las mercancías	1 - La verificación de las mercancías contribuye a saber con exactitud la cantidad y calidad de lo que se recibe	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Operaciones de descarga y desembalaje	2 - Contamos con el personal suficiente para realizar las operaciones de descarga	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Control e inspección de calidad	3 - El personal está capacitado para realizar esta actividad de desembalaje	<input checked="" type="checkbox"/>		
			4 - El control de calidad nos permite verificar si verdaderamente se trata de los artículos solicitados	<input checked="" type="checkbox"/>		
			5 - En la inspección de calidad verificamos la cantidad de artículos que se va recibir	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Gestión de Almacén	Resguardo de materiales y productos	6 - Se cuidan y acondicionan adecuadamente los productos ingresados al almacén	<input checked="" type="checkbox"/>		
			7 - La infraestructura es ideal para la conservación de los materiales	<input checked="" type="checkbox"/>		
			8 - Se cuenta con sistemas informáticos que garantizan el control exacto de lo almacenado	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Atención y despacho	9 - Cuando la solicitud sanitaria, genera mayor demanda por necesidad se cuenta con ambientes propicios para el almacenamiento	<input checked="" type="checkbox"/>		
			10 - La atención es oportuna - se despacha según cronograma	<input checked="" type="checkbox"/>		
			11 - El despacho, entrega o distribución a clientes, se conforma con satisfacción	<input checked="" type="checkbox"/>		
			12 - La entrega de los materiales o productos genera la creación de una confianza confiable	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Gestión de Stock	Control de entrada y salida	13 - Se cuenta con tecnología que facilita los controles de entrada y salida oportunamente	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Información de mercancías	14 - La información precisa de los stocks es competencia de la jefatura	<input checked="" type="checkbox"/>		
		Administración de inventos	15 - El control del stock se efectúa pues el ingreso de mercancía, tiene limitaciones en el registro	<input checked="" type="checkbox"/>		
			16 - El control del stock genera inseguridad, pues las gras de salida no son controladas	<input checked="" type="checkbox"/>		
			Fecha: 22/11/19			
			Firma del experto			

Elaborado por: González (2018) y Lora (2017), adaptado por el autor del presente estudio.

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCION DE DATOS

Orden de la investigación: La comunicación interna y la logística de entrada en el área de abstracción selectiva e instantánea Nixmap S.A.S. - Cúcuta 2019							
Apellidos y nombres del investigador: Anthonia Ariza, Yafraige Idrogozón							
Apellidos y nombres del experto: Mgtr. Hiram Mejía Guerrero							
ASPECTO POR EVALUAR							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM (PREGUNTA)	ESCALA DE MEDICION Y VALORES	OPINION DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
Comunicación Interna	Comunicación Descendente	Defusión de decisiones gerenciales a los trabajadores	1.- Obtiene toda la información necesaria para la realización eficaz de su trabajo.	Ordinal Escala de Likert	<input checked="" type="checkbox"/>		
			2.- Su jefe emplea un lenguaje claro y sencillo, cuando se dirige a usted.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			3.- Las indicaciones brindadas por su jefe son claras.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Fluidez de la información	4.- Se encuentra satisfecho con las instrucciones brindadas por su jefe para realizar eficientemente su trabajo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			5.- Existe adecuada recomendarización del jefe de área a los integrantes.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			6.- Su jefe les brinda herramientas adecuadas que permitan una comunicación fluida.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			7.- Los jefes y superiores transmiten de manera clara, los valores y principios de la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			8.- Sus jefes y superiores escuchan sus ideas y comentarios.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			9.- Recibe información oportuna de su jefe sobre su desempeño laboral.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			10.- Mantiene una buena comunicación con su jefe.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Facilita el conocimiento y cultura organizacional.	11.- Cuando hace dudas, lo consulta con su jefe.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		12.- Tiene libertad para manifestar su desacuerdo a su jefe.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		13.- Sus superiores le brindan confianza para expresar sus ideas.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		14.- Considera que los comentarios y sugerencias, brindadas a sus superiores son tomados en cuenta.	<input checked="" type="checkbox"/>				
		15.- Puede confiar sus problemas personales a su jefe.	<input checked="" type="checkbox"/>				
	Comunicación Ascendente	Accesibilidad a sus superiores	16.- Usualmente en la organización se realizan reuniones con los jefes.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Aporte de sugerencias	17.- La comunicación entre compañeros favorece el desarrollo constructivo de ideas.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Interacción con los jefes	18.- Considera que, en su área de trabajo, la comunicación facilita la coordinación.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			19.- Es sencillo dialogar con los miembros de su área de trabajo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			20.- La comunicación entre compañeros de su área de trabajo es fluida.		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Comunicación Horizontal	Participación del área	21.- Entre los compañeros de área se da una coordinación oportuna.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Fluidez del trabajo	22.- Existe un clima de confianza entre los compañeros de su área.		<input checked="" type="checkbox"/>		
			23.- En el área de trabajo se comparte información.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Coordinación entre pares	24.- Considera eficaz, la comunicación que se da entre sus compañeros de área de trabajo.		<input checked="" type="checkbox"/>		
		25.- Entre los áreas de trabajo realizan un trabajo coordinado.	<input checked="" type="checkbox"/>				
Logística de Entrada	Gestión Compras	Verificación de los mercaderías	1.- La verificación de los mercaderías contribuye a saber con exactitud la cantidad y calidad de lo que se recibe.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Operaciones de descarga y desembalaje	2.- Contamos con el personal suficiente para realizar las operaciones de descarga.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Control e imposición de calidad	3.- El personal está capacitado para realizar esta actividad de desembalaje.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			4.- El control de calidad nos permite verificar si verdaderamente se trata de los artículos solicitados.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			5.- En la inspección de calidad verificamos la cantidad de artículos que se va recibir.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Gestión de Abstracción	Resguardo de materiales y productos	6.- Se intenta y acondiciona adecuadamente los productos ingresados al abstracción.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Administración de espacios	7.- La infraestructura es útil para la conservación de los materiales.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			8.- Se cuenta con sistema informático que garantizan el control exacto de lo abstracción.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			9.- Cuando la cobertura sanitaria, genera mayor demanda por necesidad se cuenta con ambientes potentes para el abstracción.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			10.- La atención es oportuna, se despacha según cronograma.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			11.- El despacho, entrega o distribución es efectivo, se comienza con anticipación.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			12.- La entrega de los materiales o productos genera la emisión de una constancia controlada.	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Gestión de Stock	Control de entrada y salida	13.- Se cuenta con tecnología que facilita los controles de entrada y salida oportunamente.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Información de mercaderías	14.- La información precisa de los stock es competencia de la jefatura.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			15.- El control del stock se afecta pues el ingreso de mercadería, trae limitaciones en el registro.	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Administración de insumos	16.- El control del stock genera inseguridad, pues los gastos de salida no son controlados.	<input checked="" type="checkbox"/>			
			Fecha: 22, 11, 19				
			Firma del experto				

Elaborado por: Gonzales (2018) y Lora (2017), adaptado por el autor del presente estudio.

Anexo 7: Índice de figuras

Figura 1. Modelo de las comunicaciones internas.	9
Figura 2. Investigación correlacional.	21
Figura 3. Niveles descriptivos de la comunicación interna en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	29
Figura 4. Niveles descriptivos de la comunicación descendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	30
Figura 5. Niveles descriptivos de la comunicación ascendente en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	31
Figura 6. Niveles descriptivos de la comunicación horizontal en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	32
Figura 7. Niveles descriptivos de la logística de entrada en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	33
Figura 8. Niveles descriptivos de la gestión de compras en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	34
Figura 9. Niveles descriptivos de la gestión de almacén en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	35
Figura 10. Niveles descriptivos de la gestión de stock en el área de almacenes galletera e instantáneos Alicorp S.A.A.	36