



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Gestión de compras y comunicación interna en una municipalidad del
cono norte, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Catherine Cárdenas Jaime (ORCID: 0000-0002-6249-5681)

ASESORA:

Dra. Magaly Ericka Luna Gamarra (ORCID: 0000-0002-7543-9275)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

Lima – Perú

2019

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mis Padres y a mi pequeño Rodrigo por ser el motivo constante de superación, y por ser la fortaleza que día a día me impulsa a crecer, luchar y a no rendirme fácilmente, orientándome y guiándome por el camino correcto.

Agradecimiento

Deseo dar gracias primeramente a Dios por permitirme cumplir mi meta, a mis Padres por enseñarme que cuando uno tiene metas se lucha por ellas, donde el camino será difícil pero la perseverancia hará que lo consiga. A mi esposo por el tiempo, la comprensión y el apoyo en todas las metas que me he planteado. a mis hermanas por siempre confiar en mi y alentarme a seguir.

Página del Jurado

Declaratoria de Autenticidad

Declaratoria de autenticidad

Yo, Cárdenas Jaime Catherine con DNI N° 44416573 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, 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 y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 14 de diciembre del 2019

Cardenas Jaime Catherine
DNI 44416573

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
Resumen	ix
Abstract	x
I. Introducción	1
II. Método	12
2.1 Tipo y diseño de investigación	12
2.2 Operacionalización de las variables	13
2.3. Población, muestra y muestreo	15
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	15
2.5. Procedimiento	19
2.6. Método de análisis de datos	19
2.7. Aspectos éticos	19
III. Resultados	21
IV. Discusión	34
V. Conclusiones	36
VI. Recomendaciones	37
Referencias	38
ANEXOS	41

Índice de Tablas

Tabla 1	14
Tabla 2	17
Tabla 3	17
Tabla 4	18
Tabla 5	18
Tabla 6	18
Tabla 7	21
Tabla 8	22
Tabla 9	23
Tabla 10	24
Tabla 11	25
Tabla 12	26
Tabla 13	27
Tabla 14	28
Tabla 15	29
Tabla 16	30
Tabla 17	31
Tabla 18	32
Tabla 19	33

Índice de Figuras

Figura 1.....	21
Figura 2.....	22
Figura 3.....	23
Figura 4.....	24
Figura 5.....	25
Figura 6.....	26
Figura 7.....	27
Figura 8.....	28

Resumen

La investigación tuvo como objetivo Determinar la relación que existe entre la Gestión de compras y la comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019, el tipo de investigación es aplicada con un enfoque cuantitativo y un nivel descriptivo y el diseño no experimental de corte transversal. con una población de 40 trabajadores, utilizando una muestra censal, y la técnica empleada para la recolección de datos fueron las encuestas de escala Likert, lográndose como resultado que existe correlación de rho Spearman de ,971, obteniendo una significancia de 0,000, determinando que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Concluyendo que existe la relación entre la Gestión de compras y la comunicación Interna.

Palabras claves: Gestión, Comunicación, Calidad, Precio.

Abstract

The research aimed to determine the relationship between Purchasing Management and Internal communication in a Municipality of the Northern Cone, 2019, the type of research is applied with a quantitative approach and a descriptive level and the non-experimental design of cross-section. With a population of 40 workers, using a census sample and the technique used for data collection were the Likert scale surveys, resulting in a correlation of Rho Spearman of 971, obtaining a significance of 0.000, determining that it is rejected the null hypothesis and the alternate hypothesis is accepted. Concluding that there is the relationship between Purchasing Management and Internal communication.

Keywords: Management, Communication, Quality, Price.

I. Introducción

A nivel de América latina Paraguay es un país ejemplar que realiza sus procesos con excesiva transparencia en la etapa de desarrollar sus compras. En el microblog de la sección de Gestión Fiscal del BID. Publicada por Ana Cristina Calderón Ramírez el 14 de septiembre del 2018. nos dice que sus plataformas publicas permite a los usuarios indagar una investigación detallada de la gestión de compras que realizan a nivel estatal, sobre todas las licitaciones, empresa contratante, etapa fecha y contratos otorgados por las entidades gubernamentales nacionales y municipales en la cual el portal se sincroniza automáticamente con la fuente de datos en tiempo real, acorde a las necesidades de compradores y proveedores, y una sección estadística que analiza los datos para comunicar las decisiones estratégicas de alto nivel, entre otros.

En el foro de Lima como vamos publicado el 30 de marzo del 2016. precisa que El 82% de los municipios de Lima y Callao expone información actual en su portal de transparencia referente a los procedimientos de gestión de compras en su municipio. Entre los distritos modelos aparecen San Isidro, Miraflores, Jesús María y Lince, distrito donde las autoridades se preocupa por informar y propagar sus contrataciones anuales en sus páginas web, haciendo fácil su difusión tanto para vecinos como para los proveedores enfocándose en que los ciudadanos puedan enterarse del trabajo de sus autoridades y comprender en qué están invirtiendo su dinero, de esta manera se genera un vínculo de tranquilidad entre vecinos y autoridades, se promueve la transparencia, se reduce la corrupción y se genera una óptima eficiencia en la información pública.

La fundación histórica del distrito del Cono Norte fue el 29 de junio de 1571, constituyéndose el 29 de noviembre de 1856 la Municipalidad del cono Norte. tiene por Misión Fomentar la prosperidad de su distrito y así conseguir el crecimiento razonable de la población de su distrito. Fomentando máxima productividad y calidad de los servicios que brinda, promoviendo restar los registros de pobreza y desempleo, brindando la infraestructura, el abastecimiento idóneo y realizando el uso racional y transparente de los recursos municipales, por medio de la planeación participativa. cuenta con 950 trabajadores entre administrativos y operativos (limpieza, serenazgo y fiscalizadores). Trabajadores que permiten que el distrito siga avanzando en las cuales también tiene áreas que tienen

debilidades como es el caso de la sub gerencia de logística en relación a la atención a las áreas usuaria por lo que Se ha determinado que las causas del problema es la deficiencia en la realización de compras, a causa de una débil comunicación interna en la entidad, las áreas usuarias no coordinan con la subgerencia de logística las características de sus bienes solicitados, desconocimiento de los lineamientos de contratación, la alta gerencia no difunde a los colaboradores las actividades a realizar, la falta de importancia en la formulación de sus necesidades lo que ocasiona que los trabajadores no se comprometan con sus labores, los requerimientos de necesidades formuladas fuera de fecha, ocasiona que se llegue al desabastecimiento, las jefatura sienten que están bien ocupados para coordinar con la sub gerencia de logística y si lo hacen, raras veces solicitan consejos u opiniones de los técnicos o no son escuchados.

Todo esto origino que la entidad se perjudique con el poco compromiso de los trabajadores con la organización, no se alcanza los objetivos institucionales, clientes internos y externos molestos e insatisfechos por la demora en la atención de sus servicios, los colaboradores se enfocan en trabajos individualistas por alcanzar sus metas y el carecimiento del trabajo en equipo. Por tal causa y en esta realidad, esta investigación pretende encontrar la relación que existe entre la gestión de compras y la comunicación interna con respecto a los colaboradores teniendo como fin el de perfeccionar la relación entre ellos y que garanticen y mejore el compromiso con el trabajo en equipo para el crecimiento y desarrollo organizacional.

Se identificaron un conjunto de investigaciones que han sido referidas a problemáticas similares, conformadas por tesis y artículos de investigación elaboradas en los últimos años, las cuales apoyaran la investigación y las cuales se presentan a continuación.

En este sentido Sela (2015) elaboro la investigación referente a las compras estatales como instrumento de progreso en América Latina y el Caribe, la cual tuvo como objetivo exponer la perspectiva de las compras estatales de bienes y servicios, no tendría que considerase como solo un proceso administrativo de designar el ideal abastecedor como vinculo al monto pactado, siendo obligatorio considerar el periodo de existencia del bien, servicio u obra a concertar, comenzando en la etapa de seleccionar hasta el empleo o fin de la obra. Asimismo, indica las variaciones legales en el ámbito nacional de compras públicas,

recientemente, han otorgado aumentar la transparencia en los procesos, optimizar la relación precio, calidad, fomentar la competitividad y mejorar los sistemas de adquisiciones, por medio de sintetizar y considerando un patrón de procedimientos, introduciendo las tecnologías de información y comunicación TIC. Del mismo modo la claridad correspondiente a las subastas y acuerdos desarrollados por las corporaciones públicas integrando un componente central de la lucha contra la corrupción.

De igual manera Peña (2015) en su tesis de licenciatura titulada “ El control interno al área de proveeduría y la gestión de proceso de compras públicas del gobierno autónomo descentralizado Municipal de Baño de Agua Santa”, de la universidad técnica de Ambato, Ecuador que tuvo como fin determinar El plan anual de compras no se cumple a cabalidad, siendo causal de los motivos para que la municipalidad no pueda efectuar con sus objetivos y satisfacer las necesidades, siendo estos los resultados que nos indica el cuestionario realizado a los funcionarios. Aumentar con veraz prioridad evaluaciones a los procesos de compras, para descubrir por lo que mediante cuestionarios realizados a los funcionarios del área han manifestado que no se realizan estas evaluaciones.

En el mismo sentido, Jati (2015) en su tesis de licenciatura “Comunicación interna y la toma de decisiones del gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Santiago de Quero”, de la universidad técnica de Ambato, Ecuador, que tuvo como finalidad lo manifestado por los clientes internos ellos reciben ordenes por las funciones que realizan y las reuniones de trabajo de las áreas son escasas. Se prueba que la ausencia de información del área administrativa general al tomar decisiones de suma importancia para la empresa está generando temor y desmotivación en el trabajo, ocasionando una disminución en producción profesional. La entidad deberá instruir a los trabajadores con las tareas por departamentos y enseñarles el manual de actividades para que ellos sepan cuáles serán sus obligaciones según al puesto de trabajo en el que se desenvuelve.

De la misma manera, Cruz (2015) en su tesis de licenciatura titulada “comunicación interna y la salud ocupacional de los empleados y trabajadores de GAD Municipalidad de Ambato”, de la universidad técnica de Ambato, Ecuador, que tuvo como finalidad determinar que la comunicación interna en el GAD municipalidad de Ambato, es de proceder directa por intermedio de la comunicación descendente, utilizando en primer término la circulación

de e-mail internos y en segundo lugar los oficios hacia los distintos puestos de cargar. Emplear estrategias para que la indagación referente a riesgos laborales y prevención en la salud ocupacional llegue a los trabajadores, las distintas funciones y actividades se deben elegir, para efectuar a través de un programa que cubra a todos los departamentos de la corporación.

Asimismo, en el ámbito nacional, Yupanqui (2017) en su tesis de Maestría denominada “Control interno y gestión de compras en la Municipalidad provincial del callao, periodo 2017”, de la Universidad Cesar Vallejo, Lima, que tuvo como propósito identificar como las problemáticas que se presentan en el procedimiento de compras, obtienen conexión hacia el departamento gerencial de abastecimiento. Los resultados de las auditorías concerniente a los procesos con relación a las contrataciones, han determinado 19 insuficiencia de la realidad de la gestión de compras, que involucra básicamente al departamento gerencial cuya labor tienen como abastecer, se determinó que el 1,3 de los encuestados opina que la gestión de compras tiene un grado inferior, el 10,1 % opina que existe un nivel bajo, para el 25,3 % existe un nivel regular, el 45,6 % opina que hay un nivel bueno de gestión de compras y para el 17,7 existe una muy buena gestión de compras

De igual manera, Humpire (2018) en su tesis de licenciatura titulada “uso de redes sociales y decisión de compra en los trabajadores de una Municipalidad de Lima Metropolitana en el 2016”, de la Universidad Cesar Vallejo, Lima, tuvo como finalidad determinar la relación entre las redes sociales y la decisión de compra, teniendo una población de 266 trabajadores utilizando una investigación no experimental de tipo descriptivo correlacional, concluyendo que no existe una correlación spearman de $-0,036$ positiva entre las redes sociales y la decisión de compra.

En este sentido Choque (2015) en su tesis de licenciatura titulada “la gestión de la cadena de suministro y su incidencia en el aprovisionamiento en la municipalidad distrital de desaguadero puno 2017”, de la Universidad Privada San Carlos, puno, Que tuvo como finalidad comprobar la incidencia la cadena de suministro y el aprovisionamiento de la municipalidad considerando a una población de 35 trabajadores, utilizando la metodología no experimental, de tipo explicativa o causal comprobando su hipótesis indica el 86.425 % certifica que hay relación altamente en ambas variables.

De igual forma, León (2018). En su tesis de Maestría denominada “Comunicación interna y su relación con el trabajo en equipo en la Municipalidad de San Antonio, 2018” de la universidad cesar vallejo, lima, que tiene el propósito de identificar la ausencia de una buena comunicación interna, también se pudo hallar que hay áreas en que no se promueve el dialogo entre los trabajadores del áreas de limpieza pública y los empleados de seguridad ciudadana y vial, de inferiores grado de reconocimiento de la clase obrera, existen evidencias suficientes para completar que manifiestan el nivel de relación entre la labor en equipo y la dimensión comunicación intrapersonales reciprocidad directa positiva y significativa siendo resistente de convenio a los índices de correlación.

De acuerdo con, Meza (2018) en su tesis de licenciatura titulada “Comunicación interna y la ocupación laboral en los colaboradores de la Municipalidad de Surco, Huarochirí 2018”, de la Universidad Cesar Vallejo, Lima, su objetivo fue resolver la problemática de la corporación refleja que no existe un método de comunicación interna, obstáculos en los flujos de información, no existe una adecuada unificación que permita el logro de los objetivos, se comprobó que, si hay una relación positiva media entre las variables, siendo significancia de 0,00 y una de correlación de hipótesis de 0.599 mediante la comprobación de estos resultados se determina la necesidad de optimizar las estrategias de comunicación interna.

Por otro lado, es importante reconocer a las teorías referidas a la gestión de compras, las cuales respaldan la investigación y sirven de ruta para el análisis de la realidad estudiada.

En este aspecto, la **Teoría organizacional Mintzberg (1993)** La organización efectiva es aquella que logra reciprocidad entre sus integrantes y que no cambia un instrumento sin estimar el resultado. Y está formada por 5 elementos; cúspide estratégica o administración superior es el miembro de la empresa que tuvo el concepto que dio inicio a la organización. Centro de operaciones está conformado por las personas que realizan los trabajos medulares o básicos de la empresa. línea media administradores intermedios entre directivos superiores y los operarios. Estructura técnica aquí se encuentran los analistas que diseñan sistemas referidos a la planificación y al control de la labor de los recursos humanos. Personal de apoyo proporciona servicios indirectos al resto de la corporación.

Es importante mencionar también a **la Teoría de recursos y capacidades**, Sánchez y Herrera (2015), las empresas crean capacidades para lograr ventajas competitivas sostenibles y duraderas. Debido a que la gestión de compras es la respuesta a la competitividad y dinamismo que existe en un ambiente globalizado. Estableciendo que el trabajo de vínculos que se forman entre entidades sean capaces de crear mejores ventajas competitivas que las que provienen de la gestión de actividades individuales. De tal modo que el progreso de las habilidades de las adquisiciones, como el vínculo con los proveedores, el análisis conjunto de costos, o el diagnóstico de las capacidades de los proveedores, se garantiza si se realizan fuertes alianzas de gestión entre proveedores y compradores, que vendrían a conformar tramo del capital social y los recursos de la corporación.

A su vez, es importante mencionar a la **Teoría de los costes de transacción** Salgado (2003) analiza la eficiencia referente a las relaciones entre compradores y proveedores a partir de la fase de los costes de transacción. Estos costes se producen al formalizar una transferencia, transacción o compensación de bienes entre los procedimientos de productividad y distribuir. esta teoría de costes de transacción hace referencia a los siguientes; De mercado que es de máximo valor de autonomía de las organizaciones. De jerarquización en el cual los compradores determinan las reglas formales de conducta de los proveedores. Híbrido es el efecto de la mezcla de los dos mencionados donde se sacrifica parte de los incentivos del mercado a favor de una superior disposición entre compradores y proveedores, asimismo, pierde parte de la conexión del modelo jerárquico para lograr algunos beneficios del modelo de mercado.

Es importante definir algunos conceptos importantes referido a la gestión de compras, ya que permiten entender mejor el contexto sobre el cual se desarrollan las actividades investigadas, los cuales se muestran a continuación.

Al respecto, Mora (2016) La gestión de compras y de abastecimiento se muestra enfocando a la compra, y la función logística de forma general, a la dirección y transferencia de instrumentos, insumos necesarios hacia el apropiado funcionamiento organizacional, teniendo como finalidad la calidad, cantidad y precio justo, buscando la igualdad de la empresa y el abastecedor a favor de ambos.

Por su parte Sangri (2014) Las adquisiciones tienen características de control debido que las adquisiciones en el entorno público se realizan teniendo en cuenta un presupuesto y un control gubernamental es decir se basan en un presupuesto formulado aprobado por el área correspondiente.

Mientras que Heredia (2013) es la actividad comerciable que incluye un procedimiento cuya característica e importancia influye del régimen de la entidad, ubicación o actividad. Teniendo como primordial objeto reducir costos y obtener utilidades eficientemente en el servicio consiguiendo por medio de negociaciones, desarrollar medios inevitables que contribuyan un desarrollo de la misión de la empresa.

De acuerdo a la **Dimensión 1. decisión de compra** Heredia (2013) se inicia a través de la identificación clara y precisa de la necesidad de la empresa, la cual nos dará como resultado un contexto general, donde se moverán las alternativas posteriores. el desarrollo de compra inicia una vez que el comprador identifica la necesidad de obtener un bien o servicio. Búsqueda de información donde se realizará una indagación o estudio de los proveedores posibles, siendo necesaria para la determinación de quien será el postor a abastecer.

En cuanto a la **Dimensión 2. cadena de suministro** Heredia (2013). es crear efectividad, eficiencia y eficacia (teoría de las tres e). en las adquisiciones, procedimientos de transformación, concesión de la producción final, perfeccionando la calidad en las compras y en el producto terminado, a su vez disminuyendo costos y tiempos, basándose una estable, continua relación de los proveedores, productores y distribuidores.

Con respecto a la **Dimensión 3. Negociación en la gestión de compras** Heredia (2013). Las negociaciones han tomado parte en todos y cada uno de las etapas de la vida de los seres vivos, es por ello que las negociaciones empresariales, adquieren vital trascendencia en los últimos tiempos. por ende, las funciones del responsable de la gestión de compras deciden el incremento o disminución en las utilidades de la empresa. donde el negociador opta por encontrar un beneficio para su empresa, teniendo en cuenta mutuos acuerdos en beneficio de ambas partes.

Por otro lado, es importante reconocer a unas teorías referidas a la comunicación interna, las cuales respaldan la investigación y sirven de ruta para el análisis de la realidad estudiada.

En ese sentido la **Teoría de aguja hipodérmica** Arman y Michele (1995). los medios de comunicación, de manera racional, señala los modelos en los humanos referente a la forma de proceder y ser, sin que haya una extensión de equipo que apruebe crear la elección y perfeccionar la indicación aceptada Los mensajes de los medios de comunicación, se indicara bajo la piel e irán a abordar los miembros del publico textualmente como sucede con una inyección con aguja hipodérmica, fuera de oportunidad de intervención o reelaboración por medio de los receptores.

De acuerdo, la **Teoría crítica** Arman y Michele (1995). nos habla donde el humano es incapaz de crear raciocinios propios que lo lleven a conducirse de una u otra forma, tal cual él o ella decidan. Estrictamente, se concretan a desarrollar actitudes que obtienen como ideas por medio de los medios de comunicación considerando al conocimiento que se construye en la realidad y no por medio del desarrollo único de conceptos.

De igual forma la **Teoría espiral del silencio** Diaz (2010). es donde el individuo opine referente algo, usualmente, sondea ininterrumpidamente el estado de opinión, para investigar que vinculo progresivo atesoran sus opiniones con las del alcance público. Donde el estado de opinión generando por los medios de comunicación, estimula a la persona si se acerca a la opinión mayoritaria o le cohibe si es de modo minoría. Por ende, la primordial causa de información que alimenta la situación de opinión viene a ser de los medios de comunicación, por lo que, estos definirán el estado referente a los asuntos que consideren oportunos.

Es primordial definir algunos conceptos importantes referido a la comunicación interna, ya que permiten entender mejor el contexto sobre el cual se desarrollan las actividades investigadas, los cuales se muestran a continuación:

Al respecto Berceruelo (2016) la comunicación es imprescindible en el día a día de una empresa lo cual crea su identidad corporativa, conservando su reputación empresarial, impulsa sus ventas, promueve el orgullo de pertenencia entre sus colaboradores, aumenta la productividad y fomenta un espíritu entre sus inversores.

De igual manera, Del Pozo (2015) la comunicación en la empresa no acaba cuando el jefe difunde un mensaje a los trabajadores si no por el contrario en el momento en que lo recibe, para emitir, la respuesta que el mensaje ha causado en los receptores.

Asimismo, Fernández y Fernández (2015). todas las empresas saben que no habrá una comunicación externa exitosa si carece de una buena comunicación interna, por lo que las empresas trabajan buscando un buen entendimiento y armonía entre la trasmisión y recepción de los mensajes que se emiten o que se quieren difundir entre la propia organización y sus clientes, consumidores, proveedores y todos los integrantes asociados con su entorno. De Igual manera la comunicación tiene importancia entre los propios miembros de la organización.

Por lo que se refiere a la **Dimensión 1. comunicación descendente**. Fernández y Fernández. (2015). Son las que se dan en un grado superior a uno inferior. Unos ejemplos serían las indicaciones de trabajo o la información del método a proceder en una determinada labor. La comunicación descendente es necesaria para que los gerentes informen a los trabajadores, la visión, misión, metas, objetivos, políticas y procedimientos de la organización, reuniones, discursos, conferencias, manual, avisos, circulares, noticias digitales, advertencias, etc.

Asimismo, **la Dimensión 2. comunicación ascendente**, Fernández y Fernández (2015). La información comienza en un nivel de jerarquía y se relaciona a otro nivel más alto. Permitiendo confirmar el entendimiento de la información recibida por medio de reuniones y participaciones de sus integrantes logrando, exponer ideas, sugerencias y reivindicaciones. proporciona información de las necesidades, valores, percepciones y opiniones de los trabajadores. Esto ayuda a las empresas a elegir y acoplar sus programas y políticas para cubrir las necesidades específicas de sus empleados.

Por otro lado, la **Dimensión 3. comunicación horizontal o lateral**. Fernández y Fernández (2015). Hay un intercambio de información en el mismo nivel. Todas las empresas necesitan organizarse. Aquí es donde fluye lateralmente dentro de una empresa, involucrando a personas de su mismo cargo. implica coordinar la información y permite que las personas con similares funciones en una organización puedan ayudar o colaborar.

Considerando lo antes explicado, se ha formulado un **problema general** de investigación: ¿Qué relación existe entre la gestión de compras y la Comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019? Además, se formuló el problema específico 1: ¿Qué relación existe entre la decisión de compras y la Comunicación Interna una Municipalidad del Cono Norte, 2019?, así como el problema específico 2: ¿Qué relación existe entre la cadena de suministro y la comunicación interna una Municipalidad del Cono Norte, 2019?, y el problema específico 3: ¿Qué relación existe entre la negociación de compra y la comunicación una Municipalidad del Cono Norte, 2019?

Según los problemas planteados, la investigación tiene por **objetivo general**: Determinar la relación que existe entre la Gestión de compras y la comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019, así como también tiene el objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre la decisión de compras y la comunicación Interna en la una Municipalidad del Cono Norte,2019, el objetivo específico 2: Determinar la relación que existe ente la cadena de suministro y la Comunicación Interna una Municipalidad del Cono Norte, 2019, objetivo específico 3:Determinar la relación que existe ente la negociación de compra y la Comunicación Interna una Municipalidad del Cono Norte,2019.

La investigación **se justifica teóricamente**, ya que busco determinar la variable, para ello se utilizaron libros, revistas y teorías que respaldan y amplían el análisis de investigación con la finalidad de crear mayor conocimiento y detallar cuales son los elementos e instrumentos que ayudan a facilitar solución a la problemática que existe en la sub gerencia de logística al momento de realizar las compras, de tal modo que sirva como referencia para los próximos trabajos de investigación. De otro lado la **justificación metodológica** se han determinado dos variables, gestión de compras y comunicación interna, las cuales han sido operacionalizadas en dimensiones e indicadores y así lograr comprobar a que grado se acepta

la gestión de compras y la comunicación interna y como se vinculan las dos variables. Se empleará orden, procedimientos, técnicas e instrumentos válidos y confiables por medio de los cuales, se recogerán los resultados para el fundamento de la presente investigación. Asimismo la **justificación práctica** la cual se refiere a el éxito final que ayudara a que la gestión de compras de la institución se refuercen a favor de sus trabajadores , en este desarrollo se observó que se debe implementar perfeccionar en las oficinas para un mejor procedimiento en la gestión de compras, lo cual ocasionara este proyecto, su razón de ser es de ayuda practica que intervendrá a que el área de administración estime enmendar el procedimiento de adquirir en menos tiempo y recursos. como también se busca reforzar los conocimientos de cada uno de los integrantes de la municipalidad. finalmente, **la Justificación Normativa** que vienen a ser las normativas vigentes de los lineamientos de contrataciones del estado, con el fin, de seguir sus procedimientos y cumplir lo indicado en sus artículos para así evitar futuros errores y así cumplir y ejecutar en los plazos solicitado por las áreas en beneficio del cumplimiento de sus planes operativos institucionales y buenos servicios a los vecinos del distrito.

II. Método

2.1 Tipo y diseño de investigación

Este estudio es de tipo aplicada, En este sentido Fernández y Baptista (2014). Menciona que es de importancia aplicada ya que va más allá de los conceptos, teorías o hechos que, pueden hallarse encaminados a reconocer los orígenes de los sucesos sociales, debido a que explican un el uso de una o más variables se relacionan.

La investigación será de **tipo aplicada** por lo que se buscará la práctica de nuestros conocimientos adquiridos en el desarrollo de la investigación que se realizará.

Diseño de la investigación

Es no experimental, Fernández, Hernández, y Baptista (2014) mencionan que el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal, donde se desarrolla sin manejar las variables. Es decir, se basan en los estudios en los que no se varían la forma original de las variables independientes a fin de notar su impacto con respecto a otras variables. La causa en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se desarrollan originalmente para analizarlo.

Enfoque de investigación

la investigación es el cuantitativo, de acuerdo a Fernández, Baptista y Hernández, (2014) se inicia de un juicio que agrega, y se fija, donde se encamina del motivo e interrogantes de observación, analizando la literatura y se crea un criterio teórico. De las preguntas se definen la hipótesis y fija la variable, se proyecta un plan para probarla (diseño); se miden las variables en un determinado entorno; se estudia las mediciones alcanzadas empleando procedimientos estadísticos y se extrae conclusiones finales.

Por ende, la investigación fue cuantitativo, que tiene el recurso de determinar, mencionar, entre las opciones, utilizando magnitudes numéricas para ser desarrolladas por medio de herramientas de la parte estadística. Produciéndose en gran medida a las causas y efectos de las cosas.

Nivel de investigación

Es descriptivo – correlacional, debido a que se identificarán la relación que podrían tener ambas variables, gestión de compras y su relación con la comunicación interna en una Municipalidad del cono norte, de igual manera describirlas en su contenido natural.

Carrasco (2009) nos indica que estas investigaciones tienen como finalidad medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables, se identifican ya que se miden por variables y después se estima y se determina el grado de relación que exista

2.2 Operacionalización de las variables

La tabla de operacionalización siguiente define las variables, dimensiones, indicadores y escalas de medición correspondiente.

TABLA 1

VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ESCALA	TECNICA DE INSTRUMENTOS			
GESTIÓN COMPRAS	Nohora Ligia Heredia Viveros (2013). Nos dice que la gestión de compras es crear efectividad, eficiencia y eficacia en las adquisiciones y procesos de transformación y concesión del producto final, mejorando la calidad en las adquisiciones y en la producción final, reduciendo costos y tiempos. (p.4)	para poder medir la variable Gestión de compras se tomará en cuenta a través de las dimensiones, decisión de compra, cadena de suministro y negociación de compra.	Decisión de compra	Reconocimiento de la necesidad	1	Likert 1=Total desacuerdo 2=desacuerdo 3= indiferente 4=acuerdo 5=total acuerdo	encuesta y cuestionario			
				Búsqueda de información	2					
				Evaluación de alternativas	3					
				Seguimiento y control	4 - 5					
			Cadena de suministro	Calidad	6					
				costo	7					
				tiempo	8 -9					
			Negociación de compra	Preparación	10					
				Desarrollo	11					
				Cierre	12 - 13					
			COMUNICACIÓN INTERNA	Dolores Fernández Verde (2015). dice que todas las empresas saben que no habrá una comunicación externa exitosa si carece de una buena comunicación interna. (p.2)	para poder medir la variable comunicación interna se tomará en cuenta a través de las dimensiones, comunicación descendente, comunicación ascendente y comunicación horizontal			Comunicación descendente	Políticas	14
									objetivos	15-17
								Comunicación ascendente	reuniones	18-19
participación	20-21									
Comunicación Horizontal	coordinación	22-23								
	Colaboración	24 - 25								

Fuente: elaboración propia

2.3. Población, muestra y muestreo

De acuerdo con, Hernández, Fernández y Baptista (2014) La población es un grupo de individuos, objetos o eventos que cumplen las mismas características.

Esta investigación estará conformada por 40 empleados que laboran actualmente en una Municipalidad del cono Norte, 2019.

Muestra

La muestra será censal debido a que se eligió el 100% de la población por ser un porcentaje razonable de individuos que comprenden el contenido. Por tal motivo. Hernández, Fernández y Baptista (2014) La muestra será considerada una igual cantidad a la población debido a que se tomará como muestreo no probabilístico censal.

La muestra está formada por 40 colaboradores del área de Logística Control Patrimonial y Maestranza de una Municipalidad del Cono Norte.

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

Técnicas de recolección de datos

La técnica a realizar en esta investigación es la encuesta, manifestando ser eficaz en diferentes ámbitos de investigación. Hernández, Fernández y Baptista (2014) La encuesta es uno de los métodos que permite conseguir amplia información de fuente primaria.

Se utilizó la encuesta con el desarrollo de un instrumento siendo la ficha encuesta de juicio teniendo como objetivo recoger información relacionada a la variable gestión de compras, de los 40 trabajadores de la Sub gerencia de Logística Control Patrimonial y Maestranza.

Instrumento de recolección de datos

Hernández, Fernández y Baptista (2010) define un instrumento confiable de medida donde se registran toda indagación que han sido observados por intermedio de cuestionarios que representan fehacientemente las teorías o variables que el observador propone.

Se consideró la utilización de preguntas por medio de encuestas, el cual permitió recopilar información de manera confiable y analizarla para lograr establecer de qué manera las variables presentadas en esta investigación se relacionan.

La herramienta de medición para la recoger datos empleo la escala Likert, para determinar el grado de conformidad en las preguntas propuestas.

1. Total, desacuerdo
2. Desacuerdo
3. Indiferente
4. Acuerdo
5. Total, acuerdo

Validez del instrumento

Hernández, Fernández y Baptista (2014). Indica que la validez de expertos indica el nivel donde un instrumento se mide eficientemente y de forma efectivo la variable de atención en consenso con expertos en el planteamiento.

Se valió el instrumento a medir y comprobó si estrictamente es medible la variable propuesta, sometiéndola a los test previos y posteriores y asimismo a opinión de los expertos, jueces que proporcionarían veredicto concerniente a la realización de los mismos, asignando un peso determinado al desarrollo de investigación (Ver anexo 1).

TABLA 2

Juicio de expertos

Expertos		Calificación	
		Gestión de compras	Comunicación interna
Experto 1:	Dra. Magaly Ericka Luna Gamarra	Aplicable	Aplicable
Experto 1:	Dr. Raúl Elías Dueñas Lujan	Aplicable	Aplicable
Experto 2:	Dra. Fanny Esperanza Zavala Alfaro	Aplicable	Aplicable
Experto 3:	Dr. Juan Manuel Vásquez Espinoza	Aplicable	Aplicable

Fuente: calificación por docentes de la escuela de administración

Confiabilidad del instrumento

Hernández, Fernández y Baptista (2014) la confiabilidad de un instrumento a medir es cuando da resultados coherentes y consistentes.

Se validó la confiabilidad del instrumento de medición y se aplicó la prueba estadística del Alpha de Cronbach, por lo que, se determinó fidedignamente la confiabilidad de ambas variables. La razón primordial es emplear un instrumento confiable, para ello se ejecutó el estudio de consistencia del Alpha de Cronbach, a nivel de las variables gestión de compras y comunicación interna con un estudio piloto a 20 integrantes del área de Logística Control Patrimonial y Maestranza.

Confiabilidad del cuestionario “Gestión de compras y la comunicación interna”

TABLA 3

Escala de la magnitud del coeficiente de confiabilidad de un instrumento

COEFICIENTE	RELACION
0.81 a 1	Muy alto
0.61 a 0.80	Alto
0.41 a 0.60	Moderado
0.21 a 0.40	Baja
0 a 0.20	Muy baja

Ruiz (2013) Instrumentos y técnicas de investigación educativa

TABLA 4

Alfa de Cronbach

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Fuente: SPSS versión 25

Variable 1. Gestión de compras

TABLA 5

Fiabilidad de las variables

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,766	13

Fuente: SPSS versión 25

Según los resultados de análisis de fiabilidad de, 0,766 puntos y de acuerdo al rango de la tabla 3 de valores de Cronbach, determina que el instrumento de medición es de consideración alta.

Variable 2. Comunicación interna

TABLA 6

Fiabilidad de las variables

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,777	12

Fuente: SPSS versión 25

Según los resultados de análisis de fiabilidad de, 0,777 y según el rango de la confiabilidad de la tabla 3, señala que el instrumento de medición es de consideración alta.

2.5. Procedimiento

En primer punto se inició censando a la población formada por 40 trabajadores administrativos contratados en la Municipalidad del cono norte, teniendo una conversación de un cuarto de hora aproximados, se empleará el material observado, con la finalidad de recopilar la averiguación correspondiente a las variables y dimensiones de la investigación, donde seguidamente, se realizará la clasificación y tabulación de datos.

2.6. Método de análisis de datos

Hernández, Fernández y Baptista (2014) Obteniendo la información necesaria se ha codificado, trasladando a una matriz, reservando en un archivo y limpiado los errores. el investigador inicia a analizarlos. Se centra en la explicación de los resultados de los métodos de análisis cuantitativo y no en los procedimientos de cálculo.

El estudio de la encuesta recogida en el trabajo de campo y su procesamiento, se realizó utilizando una de las ramas de la estadística, en este caso la estadística descriptiva, por intermedio del software estadístico SPSS versión 25.

En el cotejo de la información se elaborará un análisis descriptivo, en que se realizara una síntesis y definición, luego los resultados se mostraran en tablas y graficas de barras, por lo cual realizara el análisis inferencial, lo cual sirve para comprobar las hipótesis mediante una prueba no paramétrica Rho de spearman, el cual se utiliza para analizar las variables con escala ordinal.

2.7. Aspectos éticos

Se considerará, la claridad de los resultados de confiabilidad de la información brindada por la municipalidad del cono norte, por lo cual se tendrá la reserva y protegerá la identidad de los colaboradores en cuanto a todas las respuestas recogidas en el cuestionario que se aplicó para la investigación; el respeto por la entidad, políticas y morales, compromiso social, política, jurídica y éticas pertinentes, como:

Consentimiento informado las personas fueron sometidas a las preguntas del cuestionario estuvieron dispuestos a contestar con veracidad en cuanto a lo manifestado en el cuestionario recordando sus derechos y responsabilidades con la empresa, así como con la sociedad.

Confidencialidad las personas que fueron sometidas a las preguntas del cuestionario saben que las respuestas son de forma anónimas y no tienen que preocuparse por alguna represaría por parte de nade.

Observación participante la actual investigación se realizó con cordura durante el procedimiento de recopilar los datos, teniendo un compromiso ético y posterior interacción establecida con los participantes del estudio.

III. Resultados

Análisis descriptivo variables y dimensiones

Presentamos el contexto de los datos recogidos de las 40 encuestas realizadas a los colaboradores de la Municipalidad del Cono Norte 2019, donde se mostrarán por intermedio de tablas y gráficos.

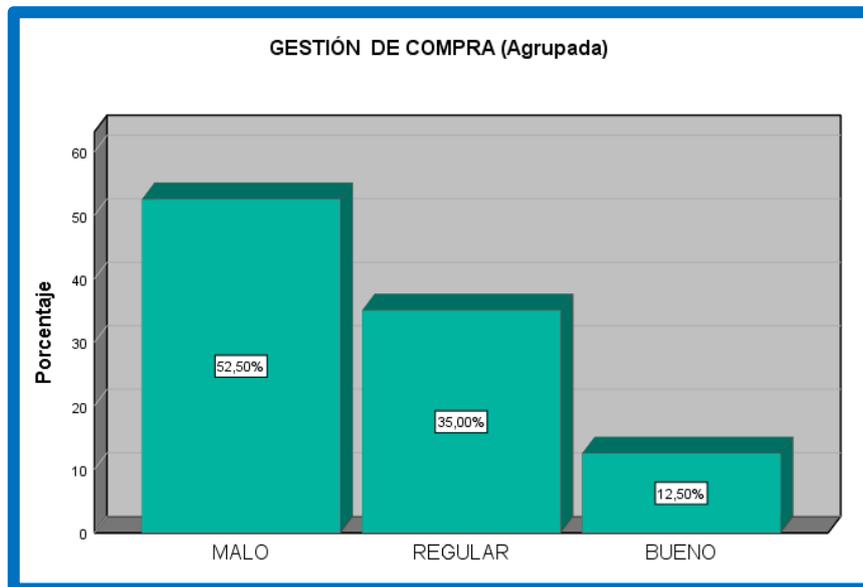
TABLA 7

Variable 1 Gestión de compras

		GESTIÓN DE COMPRA (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	21	52,5	52,5	52,5
	REGULAR	14	35,0	35,0	87,5
	BUENO	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 25

FIGURA 1



Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo al análisis de la variable gestión de compras, se puede interpretar los resultados obtenidos desde la apreciación de los empleados de una municipalidad del cono norte, y que

en opinión el 52.50 % encuestados señala que la gestión de compras es mala, mientras que el 35 % orienta que es regular, en cuanto al 12.5% indico que es buena.

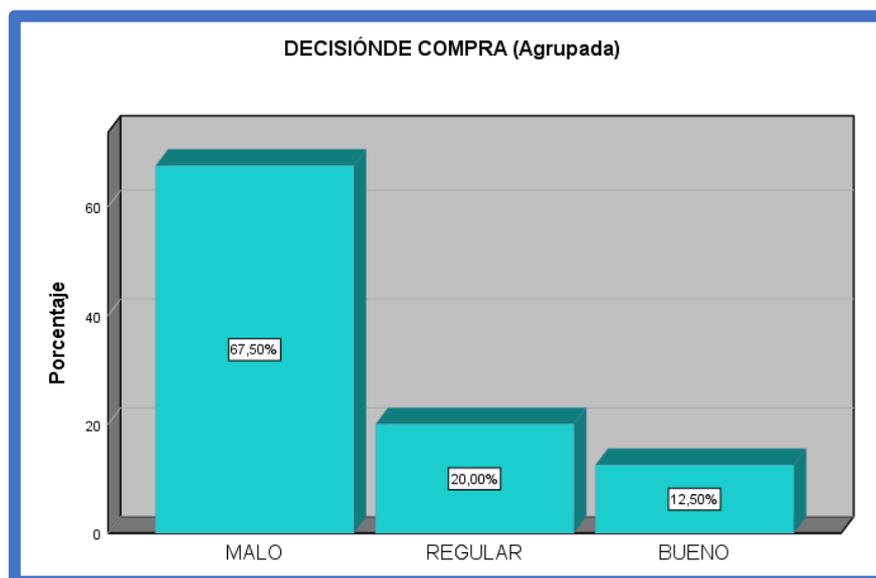
TABLA 8

Dimensión 1 decisión de compra

		DECISIÓN DE COMPRA (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	27	67,5	67,5	67,5
	REGULAR	8	20,0	20,0	87,5
	BUENO	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 25

FIGURA 2



Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo al análisis descriptivo de la dimensión de decisión de compras, se puede interpretar los resultados obtenidos desde la apreciación de los empleados de una municipalidad del cono norte, y que en opinión el 67.5 % encuestados indica que la decisión de compra es mala, así como el 20 % indica que es regular, en cuanto al 12.5% indico que la decisión de compras es buena.

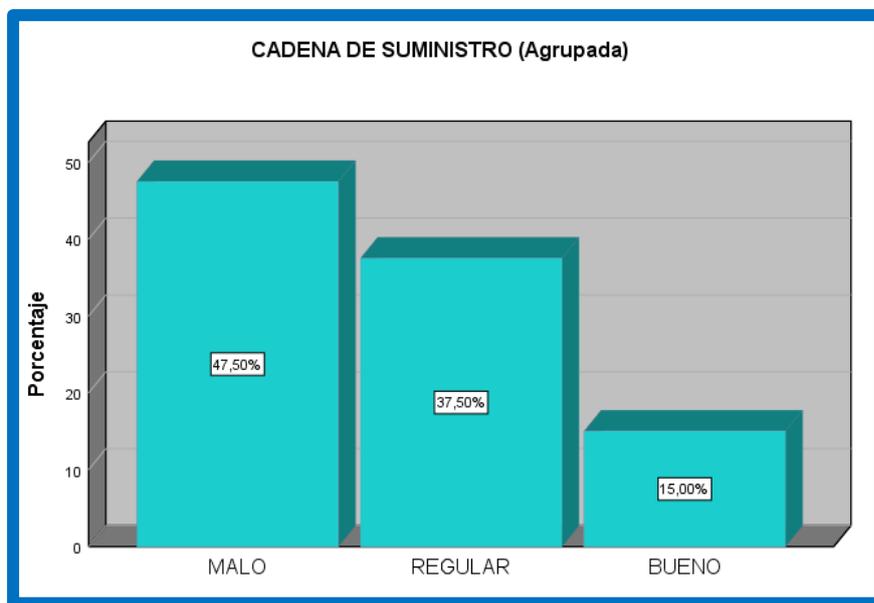
TABLA 9

Dimensión 2 cadena de suministro

CADENA DE SUMINISTRO (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	19	47,5	47,5	47,5
	REGULAR	15	37,5	37,5	85,0
	BUENO	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 25

FIGURA 3



Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo al estudio descriptivo de la dimensión de la cadena de suministro, se puede interpretar los resultados obtenidos desde la apreciación de los empleados de una municipalidad del cono norte, y que en opinión el 47.5 % encuestados menciona que la cadena de suministro es mala, mientras que el 37.5 % dice que la cadena de suministro es regular, en cuanto al 15% indico que la cadena de suministro es buena.

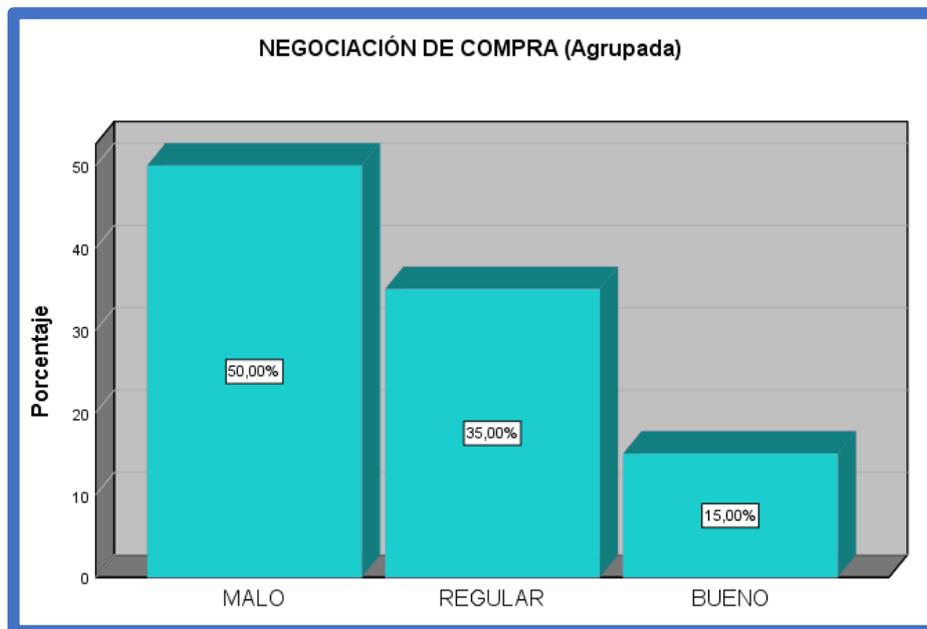
TABLA 10

Dimensión 3 negociación de compra

		NEGOCIACIÓN DE COMPRA (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	20	50,0	50,0	50,0
	REGULAR	14	35,0	35,0	85,0
	BUENO	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 25

FIGURA 4



Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo al análisis descriptivo de negociación de compra, se puede interpretar los resultados obtenidos desde la apreciación de los empleados de una municipalidad del cono norte, y que en opinión el 50 % encuestados indica que la negociación de compra es mala, mientras que el 35 % indica que la negociación de compra es regular, en cuanto al 15% indico que la negociación de compra es buena.

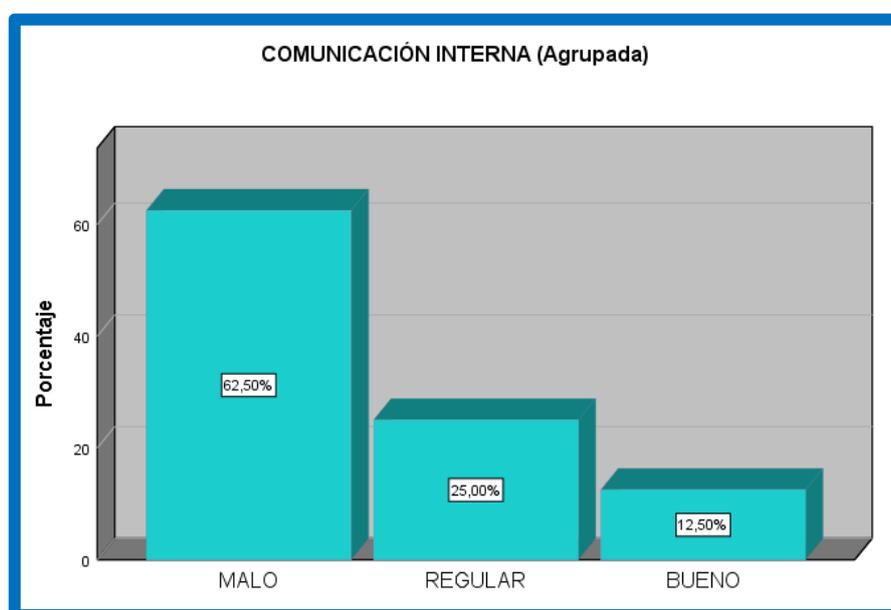
TABLA 11

variable 2: comunicación interna

COMUNICACIÓN INTERNA (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	25	62,5	62,5	62,5
	REGULAR	10	25,0	25,0	87,5
	BUENO	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 25

FIGURA 5



Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo al análisis descriptivo de la comunicación interna, se puede interpretar los resultados obtenidos desde la apreciación de los empleados de una municipalidad del cono norte, y que en opinión el 62.5 % encuestados nos dice que la comunicación interna es mala, mientras el 25 % expresa que es regular, y el 12.5% señala que la comunicación interna es buena.

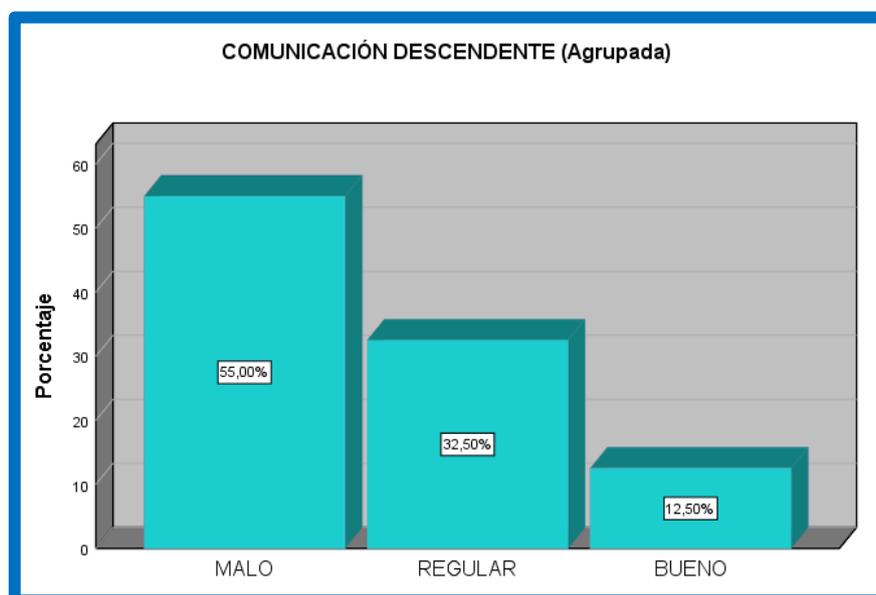
TABLA 12

Dimensión 4 comunicación descendente

COMUNICACIÓN DESCENDENTE (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	22	55,0	55,0	55,0
	REGULAR	13	32,5	32,5	87,5
	BUENO	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 25

FIGURA 6



Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo al análisis descriptivo de la comunicación descendente, se puede interpretar los resultados obtenidos desde la apreciación de los empleados de una municipalidad del cono norte, y que en opinión el 55 % encuestados opina que la comunicación descendente es mala, mientras que el 32.5 % resalta que la comunicación descendente es regular, en cuanto al 12.5% indico que la comunicación descendente es buena.

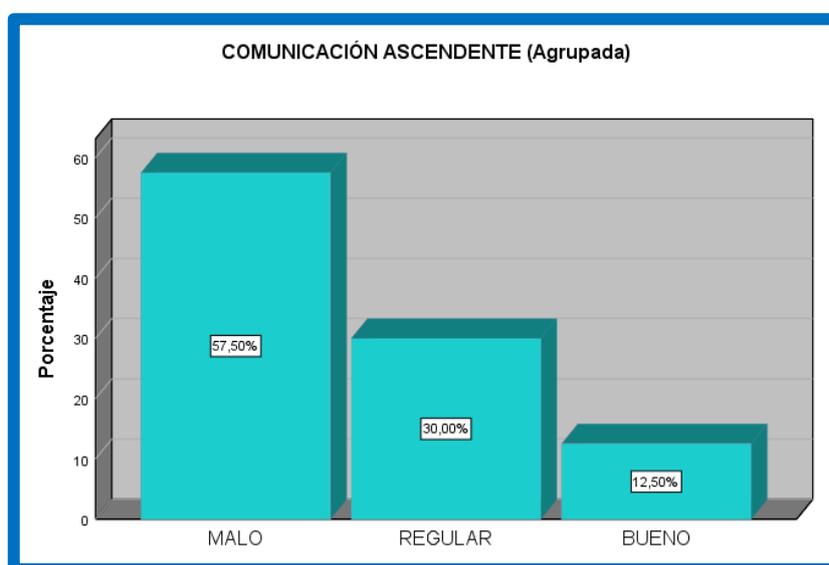
TABLA 13

Dimensión 4 comunicación ascendente

		COMUNICACIÓN ASCENDENTE (Agrupada)			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	23	57,5	57,5	57,5
	REGULAR	12	30,0	30,0	87,5
	BUENO	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 25

FIGURA 7



Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo al análisis descriptivo de la comunicación ascendente, se puede interpretar los resultados obtenidos desde la apreciación de los empleados de una municipalidad del cono norte, y que en opinión el 57.5 % encuestados indica que la comunicación ascendente es mala, mientras que el 30 % indica que la comunicación ascendente es regular, en cuanto al 12.5% indico que la comunicación ascendente es buena.

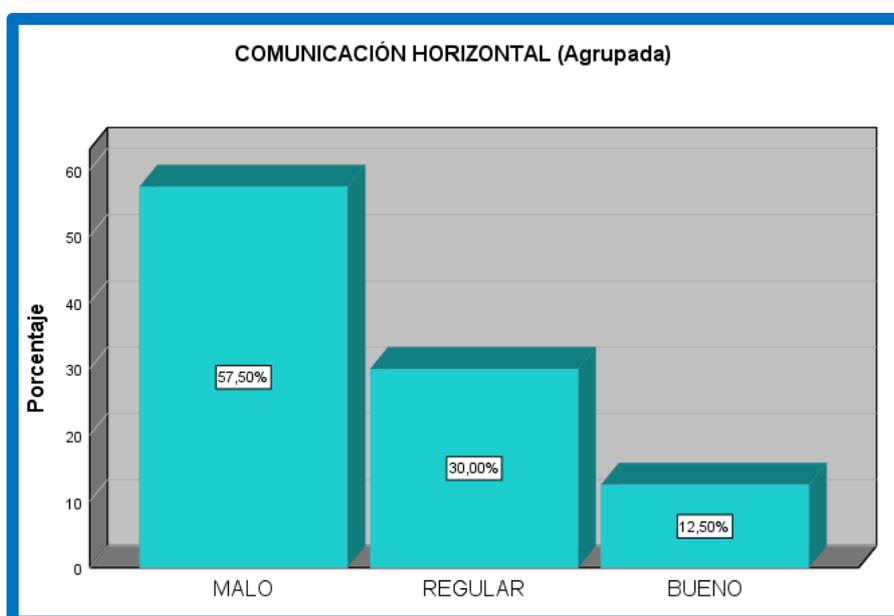
TABLA 14

Dimensión 4 comunicación horizontal

COMUNICACIÓN HORIZONTAL (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	23	57,5	57,5	57,5
	REGULAR	12	30,0	30,0	87,5
	BUENO	5	12,5	12,5	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Fuente: SPSS versión 25

FIGURA 8



Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo al análisis descriptivo de la comunicación horizontal, se puede interpretar los resultados obtenidos desde la apreciación de los empleados de una municipalidad del cono norte, y que en opinión el 57.5 % encuestados señala que la comunicación horizontal es mala, mientras que el 30 % menciona que es regular, en cuanto al 12.5% indico que la comunicación horizontal es considerada buena.

Análisis inferencial

Prueba de hipótesis general

H₀: No existe relación significativa entre la gestión de compras y la Comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019.

H₁: Si existe relación significativa entre la gestión de compras y la Comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019.

TABLA 15

Cuadro de coeficiente de correlación spearman

VALOR	SIGNIFICADO
-1	correlación negativa grande perfecta
-0,9 a -0,99	correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	correlación negativa baja
-0,1 a - 0,19	correlación negativa muy baja
0	correlación nula
0,01 a 0,19	correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	correlación positiva baja
0,4 a 0,69	correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	correlación positiva alta
0,9 a 0,99	correlación positiva muy alta
1	correlación positiva grande y perfecta

Fuente Hernández, Fernández y Baptista (2014) metodología de la investigación

TABLA 16

correlación de las variables

			Correlaciones	
			GESTIÓN DE COMPRA	COMUNICACIÓN INTERNA
Rho de Spearman	GESTION DE COMPRA	Coeficiente de correlación	1,000	,971**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	COMUNICACIÓN INTERNA	Coeficiente de correlación	,971**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

La gestión de compras, tiene una relación con la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019 donde Rho Spearman es ,971 identificando una correlación positiva muy alta con ambas variables y su significancia = 0,000 aceptando la relación positiva entre la gestión de compras y la comunicación interna.

Prueba de hipótesis específica 1

H₀: No existe relación entre la decisión de compra y la Comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019.

H₁: Si existe relación entre la decisión de compra y la Comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019.

TABLA 17

correlación de la dimensión decisión de compra con la variable comunicación interna

			DECISIÓN DE COMPRA	COMUNICACIÓN INTERNA
Rho de Spearman	DECISION DE COMPRA	Coeficiente de correlación	1,000	,932**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	COMUNICACIÓN INTERNA	Coeficiente de correlación	,932**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

De acuerdo a la correlación de ,932 positiva muy alta entre la dimensión y la variable y sig. 0,00 considerándose altamente su significancia, es por ello que se acepta la relación positiva entre la decisión de compra y la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019.

Prueba de hipótesis específica 2

H₀: No existe relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019.

H₁: Si existe relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019.

TABLA 18

correlación de la dimensión cadena de suministro con la variable comunicación interna

			Correlaciones	
			CADENA DE SUMINISTRO	COMUNICACIÓN INTERNA
Rho de Spearman	CADENA DE SUMINISTRO	Coeficiente de correlación	1,000	,935**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	COMUNICACIÓN INTERNA	Coeficiente de correlación	,935**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

El resultado de correlación de spearman es igual a ,935, donde se observa el nivel de sig. = 0,000 de tal modo que se acepta la relación positiva entre la cadena de suministro y la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019.

Prueba de hipótesis específica 3

H₀: No existe relación entre la negociación de compra y la comunicación interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019.

H₁: Si existe relación entre la negociación de compra y la comunicación interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019.

TABLA 19

correlación de la dimensión negociación de compra con la variable comunicación interna

Correlaciones			NEGOCIACIÓN DE COMPRA	COMUNICACIÓN INTERNA
Rho de Spearman	NEGOCIACION DE COMPRA	Coeficiente de correlación	1,000	,930**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	COMUNICACIÓN INTERNA	Coeficiente de correlación	,930**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Fuente: SPSS versión 25

Interpretación

La negociación de compra, tiene una relación significativa con la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019, de acuerdo a la analogía de Pearson de ,930 estableciendo una correlación positiva muy alta entre la dimensión y la variable y sig. = 0,000 siendo altamente significativo, aceptando la relación positiva con la negociación de compra y la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019.

IV. Discusión

Durante la recolección de la información utilizados en el desarrollo de la presente investigación y su correspondiente tratamiento estadístico se hallaron la existencia de relación de acuerdo a un nivel de correlación positiva muy alta de $r= 0,97$, y un nivel de significancia de $p= 0,000$ rechazando la hipótesis nula, aceptando la hipótesis alterna, encontrando respuesta de la hipótesis ,donde la gestión de compras tiene una relación significativa con la comunicación interna de una Municipalidad del cono norte. El resultado se contrasta con el estudio de Peña (2015) lo cual presento en su investigación control interno en el área de proveeduría la gestión del proceso de compras públicas del gobierno autónomo descentralizado Municipal de Baño de Agua Santa, la investigación es de tipo descriptiva, donde muestra una correlación de 0,95 y una sig. de 0,05 teniendo una población el que será estudiado ,está constituida por los 4 funcionarios que laboran en la entidad determinando que hay diferencia estadística significativa en ambas variables control interno y la gestión de procesos de compras pública debido a que no se conoce los procedimientos del proceso a seguir, asimismo no se cumple adecuadamente las normativas vigentes de compras públicas, generando retrasos en algunas adquisiciones así como la perdida de recursos.

De igual forma Yupanqui (2015) según el resultado de su investigación realizado sobre el control interno y gestión de compras en la Municipalidad Provincial del Callao, periodo 2017, se observa una correlación 0,766 y la significancia bilateral 0,001 de ambas variables en la cual Se determinó que el 1,3% a los que se encuestaron dan su opinión sobre la administración da compras tiene un nivel muy bajo, el 10,1% opina que existe un nivel bajo, para el 25,3% dice que hay existencia de grado medio, el 45,6% opina en haber un grado aceptable de gestión de compras, y para el 17,7 existe una muy buena gestión de compras . los resultados mencionados guardan relación con lo que define Sánchez y herrera (2015) en su teoría Recursos y capacidades que una gestión de compras bien realizada y desarrollada, generara la competitividad a nivel empresarial permitiendo que como empresa seamos capaces de generar una ventaja competitiva.

De acuerdo al estudio de Humpire (2016) de acuerdo al resultado de su investigación sobre el uso de redes sociales y decisión de compra en los trabajadores de una Municipalidad

de Lima Metropolitana en el 2016 con una correlación negativa entre el uso de las redes sociales y la decisión de compra con una significancia de $p = 0,562$ con una muestra de 266 trabajadores utilizando la prueba kolmogorov, donde concluye que los trabajadores tienen un nivel bajo en decisión de compra. En función a lo definido por salgado (2003) en su teoría Costes de transacción para una buena decisión de compra se tiene que tener en cuenta mucho la eficiencia en relación entre los proveedores y los compradores obviando el tema de uso de las redes sociales.

Finalmente Choque (2015) con el tema la Gestión de la cadena de suministro y su incidencia en el aprovisionamiento de la Municipalidad distrital de desaguadero Puno 2017, considerando a una población de 35 trabajadores, la comprobación de la hipótesis indica que el 86.425 % afirma que existe una relación altamente significativa en ambas variables y el 45.7 consideran oportuno el empleo de los suministros, y el 31,4% respondieron que siempre considera que se perciben las actividades estratégicas, por lo que aquí en este municipio se observa que desarrollan una buena cadena de suministro ya que la población estudiada está conforme con las actividades estratégicas de la cadena de suministro. Esta investigación tiene relación con lo que indica Daft 2015, el desarrollo de un buen rol estratégico en compras ejerce positivamente en la empresa ya que por medio de estas se pueden cumplir los proyectos estratégicos formulados, y por ende permite que los proveedores se vinculen por medio de los programas de evaluación y generen nuevas relaciones para optimas negociaciones.

V. Conclusiones

Primera

Se concluye que para el objetivo general: existe la relación entre la Gestión de compras y la comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019 existiendo una alta relación positiva de 97 % y significativa entre las variables.

Segunda

En cuanto al objetivo específico 1 se determinó la correlación que hay entre la decisión de compras y la comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019 se encuentra alta relación positiva de 93 % y significativa.

Tercera

De acuerdo al objetivo 2 se encontró relación ente la cadena de suministro y la Comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte, 2019 generando alta relación positiva y significativa de 93.5 %.

Cuarta

Finalmente Se concluye en cuanto al objetivo 3 la relación que hay ente la negociación de compra y la Comunicación Interna en una Municipalidad del Cono Norte,2019 identificando alta relación positiva del 93 % y significativa acorde a la dimensión y la variable dependiente.

VI. Recomendaciones

Primero

Teniendo en cuenta que realizar una eficiente gestión de compras necesita una buena comunicación y coordinación, se recomienda la difusión de los lineamientos de contratación utilizando los diferentes tipos de comunicación de manera continua con la finalidad de abastecer en los tiempos oportunos.

Segundo

Se recomienda implementar una directiva interna referente a los procedimientos de la decisión de compra, con la finalidad de seleccionar el producto idóneo cumpliendo los estándares de precio y calidad teniendo en cuenta la ley de contrataciones del estado.

Tercero

Se recomienda realizar reuniones y talleres reforzando los procedimientos a fin de desarrollar eficiente de la cadena de suministro y así obtener el logro de sus objetivos y metas para producir servicios a un costo razonable y eficiente para la población de su distrito cumpliendo la ley orgánica de Municipalidades

Cuarto

Crear un sistema actualizado de base de datos de los proveedores, registrando una inscripción absoluta referente a la información de los mismos, con la finalidad de que la sub gerencia de logística conozca y evalúe a los proveedores en cuanto a calidad, servicio, tiempo de contestación, precios acordes al mercado, para así saber si es un proveedor idóneo para el abastecimiento de las necesidades de la entidad para futuras contrataciones.

Referencias

- Calderón, R. (2018). BID mejorando vidas, recaudando bienestar. blogs Recuperado de <https://blogs.iadb.org/gestion-fiscal/es/datos-el-ingrediente-principal-en-las-compras-publicas-4-0/>.
- Municipalidad del cono norte; historia del distrito (mayo, 2019). Página web de la entidad. Recuperado <http://www.municarabayllo.gob.pe/Distrito>.
- Peña, C. (2015) El control interno al área de proveeduría y la gestión de proceso de compras públicas del gobierno autónomo descentralizado municipal de baños de agua santa. (Tesis de licenciatura) Universidad Técnica de Ambato. Recuperada <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17531/1/T3081i.pdf>
- Jati, V. (2015) Comunicación interna y la toma de decisiones del gobierno autónomo descentralizado Municipal del cantón Santiago de quero. (tesis de licenciatura) Universidad Técnica de Ambato. recuperada <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/10155/1/277%20MKT.pdf>
- Cruz, C. (2015) Comunicación interna y la salud ocupacional de los empleados y trabajadores del GAD Municipalidad de Ambato. (tesis de licenciatura) Universidad Técnica de Ambato. Recuperada <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/12362/1/334%20MKTsp.pdf>
- Yupanqui, T. (2019) Control interno y gestión de compras en la Municipalidad provincial del callao, periodo 2017. (tesis de maestría) Universidad Cesar Vallejo.
- Humpire, V. (2016) Uso de las redes sociales y decisión de compra en los trabajadores de una Municipalidad de lima metropolitana en el 2016. (tesis de licenciatura) Universidad Cesar Vallejo.
- Choque, P. (2018) La gestión de la cadena de suministro y su incidencia en el aprovisionamiento de la Municipalidad distrital de desaguadero Puno, 2017. (tesis de licenciatura) Universidad Privada San Carlos.
- León, C. (2018) Comunicación interna y su relación con el trabajo en equipo en la Municipalidad de san Antonio, 2018. (tesis de maestría) Universidad Cesar vallejo.

- Meza, T. (2018) Comunicación interna y el desempeño laboral en los colaboradores de Municipalidad de Surco, Huarochirí 2018. (tesis de licenciatura) Universidad Cesar Vallejo.
- Mintzberg J. (1993) *the strategy process concepts, contexts y casos 2/E*. original English language edition published by prentice hall inc.
- Sanchez P. y Herrera A. (2015) *human resources under the approach of the theory of resources and capabilities*, Revista facultad de las ciencias economicas. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/909/90947653008/html/index.html>
- Salgado C. (2003) Teoría de costos de transacción, *revistas científicas de la Universidad Javerina Colombia*. Recuperado <https://www.redalyc.org/pdf/205/20502604.pdf>
- Mora G. (2016) *Gestión logística integral las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento (2da. Ed.)*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Sangri C. (2014) *Administración de Compras. (1era. Ed.)*. México: grupo editorial patria, S.A de C.V.
- Heredia V. (2013) *Gerencia de compras la nueva estrategia competitiva (2da. Ed.)* Bogotá: Ecoe ediciones.
- Arman M. y Michele M. (1995) *Histoire des theories de la comunicación*. By esitions la dcouverte, París.
- Berceruelo B. (2016) *Comunicación empresarial (1era. Ed.)* Madrid: estudio de comunicación.
- del Pozo L. (2015) *Gestión de la comunicación interna en las organizaciones (3era. Ed.)*. España: ediciones Universidad de Navarra, SA (EUNSA).
- Fernández V. y Fernández R. (2015) *comunicación empresarial y atención al cliente (1^{era} Ed.)*. Madrid: Ediciones parinfo, SA
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta. ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Carrasco, S. (2009) *Metodología de la investigación científica*. Perú: Editorial San Marcos

Ruiz, C. (2013) *instrumentos y técnicas de investigación educativa: un enfoque cuantitativo y cualitativo para la recolección y análisis de datos. (3era. ed.)*. Texas: Danaca training and consulting.

ANEXOS

1.- Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Gestión de Compras	Nohora Ligia Heredia (2013), La gestión de compras es crear efectividad eficiencia y eficacia en las adquisiciones y procesos de transformación y concesión del producto final, mejorando la calidad en las adquisiciones y en la producción final, reduciendo costos y tiempos. (p4)	Se determina el nivel medición de la variable gestión de compra a través de las dimensiones decisión de compra, cadena de suministro y negociación de compra.	Decisión de compra	Reconocimiento de la necesidad
¿Qué relación existe entre la gestión de compras y la comunicación interna una Municipalidad del cono norte, 2019?	Determinar la relación que existe entre gestión de compras y la comunicación interna una Municipalidad del cono norte, 2019	Existe relación significativa entre gestión de compras y la comunicación interna una Municipalidad del cono norte, 2019					Búsqueda de la información
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas					Calidad
¿Qué relación existe entre la cadena de suministro y la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019?	¿Determinar la relación que existe entre la cadena de suministro y la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019?	¿Existe relación significativa entre cadena de suministro y la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019?	Comunicación Interna	dolores Fernández verde (2015) no habrá una comunicación exitosa si carece de una buena comunicación interna. (p.2)	Se determina el nivel medición de la variable comunicación interna, a través de las dimensiones, comunicación descendente, comunicación ascendente y comunicación horizontal	Cadena de suministro	tiempo
							¿Qué relación existe entre la negociación de compras y la comunicación interna en una municipalidad del cono norte, 2019?
Comunicación ascendente	desarrollo						
	Comunicación horizontal	cierra					
políticas							
objetivos							
reuniones							
participación							
coordinación							
colaboración							

2. Test De Gestión De Compras Y Comunicación Interna (Encuesta)

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

TOTAL, DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL, ACUERDO
TD	D	I	A	TA

ÍTEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		TD	D	I	A	TA
1	cuando reconoce la necesidad el área usuaria formula su requerimiento con anticipación					
2	cuando se realiza el estudio de mercado se busca pluralidad de postores					
3	para la evaluación de alternativas de proveedores se toma como referencia el precio					
4	una vez notificado al proveedor, se hace seguimiento y control de la compra					
5	el área usuaria hace seguimiento y control de su requerimiento de necesidad					
6	cuando se realiza el estudio de mercado se toma como referencia la calidad del producto					
7	los costos de almacenamiento son menores a las mermas					
8	se abastece en los tiempos oportuno					
9	se programa los tiempos de entrega de los productos adquiridos					
10	cuando se preparan los contratos se incluye las penalidades en caso de incumplimiento o demoras					
11	en el desarrollo de las negociaciones el proveedor ofrece mejoras a sus productos					
12	el área usuaria al cierre de la negociación participa o es veedor del contrato con el proveedor.					
13	al cierre de la negociación el área usuaria queda conforme con lo adquirido					
14	se conoce las políticas de la empresa					
15	se conocen los objetivos de la empresa					
16	para el logro de los objetivos se coordina con las demás áreas de la empresa					
17	los objetivos institucionales son entendibles					
18	se realizan reuniones de retroalimentación					
19	los trabajadores toman importancia a las reuniones de trabajo					
20	participa en la toma de decisiones de la empresa					
21	la alta gerencia considera su participación en el desarrollo de su labor diaria					
22	existe coordinación con sus superiores para el desarrollo de sus funciones					

23	coordina con las demás áreas para el cumplimiento de su labor					
24	colabora con las demás áreas para el cumplimiento de las metas institucionales					
25	colabora con la alta gerencia cuando le piden cumplir una tarea fuera de la hora de trabajo					

Gracias por su colaboración

3- Validación de Instrumento

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS							
Título de la investigación: "GESTIÓN DE COMPRAS Y LA COMUNICACIÓN INTERNA EN UNA MUNICIPALIDAD DEL CONO NORTE, 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: CATHERINE CARDENAS JAIME							
Apellidos y nombres del experto: DUEÑAS LUAR PAUL ETIA							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR				
			ITEM (PREGUNTA)				
			ESCALA				
			OPINIÓN DEL EXPERTO				
			SI CUMPLE				
			NO CUMPLE				
			OBSERVACIONES / SUGERENCIAS				
GESTION DE COMPRAS	DECISION DE COMPRA	RECONOCIMIENTO DE LA NECESIDAD	Se elabora cuadro de necesidades de bienes y servicio previo reconocimiento de la necesidad del área usuaria.	1. Total de acuerdo	✓		
		BUSQUEDA DE INFORMACION	Cuando se busca información para realizar el estudio de mercado se tiene en cuenta la normativa de contrataciones buscando pluralidad de postores.	2. Desacuerdo	✓		
		EVALUACION DE ALTERNATIVA	Según el estudio de mercado realizado se evalúa las alternativas de proveedores tomando como referencia el precio	3. Indiferente	✓		
		SEGUIMIENTO Y CONTROL DE COMPRA	Una vez notificado al proveedor, se hace seguimiento y control de la compra	4. Acuerdo	✓		
		CALIDAD	El área usuaria hace seguimiento y control de su requerimiento de necesidad cuando se realiza el estudio de mercado se toma como referencia la calidad del suministro	5. Total acuerdo	✓		
		COSTOS	los costos de almacenamiento son menores a las mermas		✓		
	NEGOCIACION DE COMPRA	COMUNICACION DESCENDENTE	TIEMPO	se abastece en los tiempos oportuno	1. Total de acuerdo	✓	
			PREPARACION	se programa los tiempos de entrega de los suministros adquiridos	2. Desacuerdo	✓	
			DESARROLLO	Para la negociación de compra, cuando se preparan los contratos se incluye las penalidades en caso de incumplimiento o demoras	3. Indiferente	✓	
			CIERRE	en el desarrollo de las negociaciones de compra el proveedor ofrece mejoras a sus productos	4. Acuerdo	✓	
			POLITICA	el área usuaria al cierre de la negociación de compra participa o es veedor del contrato con el proveedor.	5. Total acuerdo	✓	
			OBJETIVOS	Por medio de la comunicación la alta gerencia difunde las políticas de la empresa		✓	
COMUNICACION ASCENDENTE	COMUNICACION HORIZONTAL	REUNIONES	La alta gerencia comunica los objetivos institucionales de la empresa		✓		
		PARTICIPACION	Por medio de la comunicación los altos mandos coordina con las demás áreas de la empresa para el logro de los objetivos institucionales		✓		
		COORDINACION	los objetivos de la empresa comunicados son entendibles		✓		
		COLABORACION	se realizan reuniones de trabajo donde sus opiniones son escuchadas los trabajadores participan de las reuniones de trabajo		✓		
Firma del experto:			Fecha 05/11/19				

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN DE COMPRAS Y LA COMUNICACIÓN INTERNA EN UNA MUNICIPALIDAD DEL CONO NORTE, 2019"

Apellidos y nombres del investigador: CATHERINE CARDENAS JAIME

Apellidos y nombres del experto: DR. LUNA GAHARRA FIGUEROA

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
GESTIÓN DE COMPRAS	DECISIÓN DE COMPRA	RECONOCIMIENTO DE LA NECESIDAD	Se elabora cuadro de necesidades de bienes y servicio previo reconocimiento de la necesidad del área usuaria.	1. Total desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Indiferente 4. Acuerdo 5. Total acuerdo	<input checked="" type="checkbox"/>			
		BUSQUEDA DE INFORMACIÓN	Cuando se busca información para realizar el estudio de mercado se tiene en cuenta la normativa de contrataciones buscando pluralidad de postores.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		EVALUACIÓN DE ALTERNATIVA	Según el estudio de mercado realizado se evalúa las alternativas de proveedores tomando como referencia el precio		<input checked="" type="checkbox"/>			
		SEGUIMIENTO Y CONTROL DE COMPRA	Una vez notificado al proveedor, se hace seguimiento y control de la compra		<input checked="" type="checkbox"/>			
	CADENA DE SUMINISTRO	CALIDAD	El área usuaria hace seguimiento y control de su requerimiento de necesidad		Cuando se realiza el estudio de mercado se toma como referencia la calidad del suministro	<input checked="" type="checkbox"/>		
		COSTOS			los costos de almacenamiento son menores a las mermas	<input checked="" type="checkbox"/>		
		TIEMPO			se abastece en los tiempos oportuno	<input checked="" type="checkbox"/>		
	NEGOCIACIÓN DE COMPRA	PREPARACIÓN			Para la negociación de compra, cuando se preparan los contratos se incluye las penalidades en caso de incumplimiento o demoras	<input checked="" type="checkbox"/>		
		DESARROLLO			en el desarrollo de las negociaciones de compra el proveedor ofrece mejoras a sus productos	<input checked="" type="checkbox"/>		
		CIERRE			el área usuaria al cierre de la negociación de compra participa o es veedor del contrato con el proveedor.	<input checked="" type="checkbox"/>		
COMUNICACIÓN INTERNA	COMUNICACIÓN DESCENDENTE	POLÍTICA	Por medio de la comunicación la alta gerencia queda conforme con lo adquirido al cierre de la negociación	<input checked="" type="checkbox"/>				
		OBJETIVOS	La alta gerencia comunica los objetivos institucionales de la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>				
	COMUNICACIÓN ASCENDENTE	REUNIONES		Por medio de la comunicación los altos mandos coordina con las demás áreas de la empresa para el logro de los objetivos institucionales	<input checked="" type="checkbox"/>			
		PARTICIPACIÓN		se realizan reuniones de trabajo donde sus opiniones son escuchadas los trabajadores participan de las reuniones de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>			
COMUNICACIÓN HORIZONTAL	COORDINACIÓN		participa en la toma de decisiones de la empresa	<input checked="" type="checkbox"/>				
	COLABORACIÓN		la alta gerencia considera su participación en el desarrollo de su labor diaria existe coordinación con sus superiores para el desarrollo de sus funciones coordina con las demás áreas para el cumplimiento de su labor colabora con las demás áreas para el cumplimiento de las metas institucionales colabora con la alta gerencia cuando le piden cumplir una tarea fuera de la hora de trabajo	<input checked="" type="checkbox"/>				
Firma del experto:			Fecha 04 / 11 / 19					

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "GESTIÓN DE COMPRAS Y LA COMUNICACIÓN INTERNA EN UNA MUNICIPALIDAD DEL COLOMBIA, 2019"

Apellidos y nombres del investigador: CATHERINE CARDENAS JAIME

Apellidos y nombres del experto: Dr. FAUNTY ZOUACA ALFARO

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	
GESTION DE COMPRAS	DECISION DE COMPRA	RECONOCIMIENTO DE LA NECESIDAD	Se elabora cuadro de necesidades de bienes y servicio previo reconocimiento de la necesidad del área usuaria.		✓		
		BUSQUEDA DE INFORMACION	Cuando se busca información para realizar el estudio de mercado se tiene en cuenta la normativa de contrataciones buscando pluralidad de postores.		✓		
		EVALUACION DE ALTERNATIVA	Segun el estudio de mercado realizado se evalúa las alternativas de proveedores tomando como referencia el precio		✓		
		SEGUIMIENTO Y CONTROL DE COMPRA	Una vez notificado al proveedor, se hace seguimiento y control de la compra		✓		
		CALIDAD	El área usuaria hace seguimiento y control de su requerimiento de necesidad cuando se realiza el estudio de mercado se toma como referencia la calidad del suministro		✓		
	CADENA DE SUMINISTRO	COSTOS	los costos de almacenamiento son menores a las mermas		✓		
		TIEMPO	se abastece en los tiempos oportuno		✓		
		PREPARACION	Para la negociación de compra, cuando se preparan los contratos se incluye las penalidades en caso de incumplimiento o demoras		✓		
		DESARROLLO	en el desarrollo de las negociaciones de compra el proveedor ofrece mejoras a sus productos	1. Total desacuerdo 2. Desacuerdo 3. Indiferente 4. Acuerdo 5. Total acuerdo	✓		
		CIERRE	el área usuaria al cierre de la negociación de compra participa o es veedor del contrato con el proveedor.		✓		
COMUNICACIÓN INTERNA	NEGOCIACION DE COMPRA	POLITICA	Por medio de la comunicación la alta gerencia difunde las políticas de la empresa		✓		
		OBJETIVOS	La alta gerencia comunica los objetivos institucionales de la empresa		✓		
		REUNIONES	Por medio de la comunicación los altos mandos coordina con las demás áreas de la empresa para el logro de los objetivos institucionales		✓		
	COMUNICACIÓN DESCENDENTE	REUNIONES	los objetivos de la empresa comunicados son entendibles		✓		
		PARTICIPACION	se realizan reuniones de trabajo donde sus opiniones son escuchadas		✓		
		COORDINACION	los trabajadores participan de las reuniones de trabajo		✓		
		COLABORACION	participa en la toma de decisiones de la empresa		✓		
Firma del experto:	COMUNICACIÓN ASCENDENTE	existe coordinación con sus superiores para el desarrollo de sus funciones		✓			
	COMUNICACIÓN HORIZONTAL	coordina con las demás áreas para el cumplimiento de su labor		✓			
			colabora con las demás áreas para el cumplimiento de las metas institucionales		✓		
			colabora con la alta gerencia cuando le piden cumplir una tarea fuera de la hora de trabajo		✓		
			Fecha 05/11/19				

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **DIAGNÓSTICO DE LA SOSTENIBILIDAD EN UNA EMPRESA DEL SECTOR DE SERVICIOS**

Apellidos y nombres de investigador: **CATHERINE CARRERA JIMENEZ**

Apellidos y nombres de experto: **DR. CORLAO REGUIC**

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA		OPINIÓN DEL EXPERTO	
				SI CUMPLE	NO CUMPLE	SI CUMPLE	NO CUMPLE
GESTIÓN DE EMPRESAS	DIRECCIÓN DE EMPRESA	ALCANTARAMIENTO Y NECESIDAD	Se genera oferta de servicios de forma y servicio previo reconocimiento de las necesidades del área usuaria	✓			
		DESEMPEÑO Y ADECUACIÓN	Cuando se usen Internet en las acciones de atención al cliente se lea el correo electrónico de manera oportuna y se lea la cantidad de papeles	✓			
		EVALUACIÓN DE LA TENDENCIA	Según el estudio de la implementación se realice las alternativas de proveedores para ser suministrador de la oferta	✓			
		SERVICIO Y CANTIDAD DE OPORTUNIDAD	El servicio se realiza de acuerdo a las necesidades del cliente y se realiza de acuerdo a las necesidades del cliente	✓			
	CAPACIDAD FINANCIERA	CALIDAD	Se cumple con los estándares de calidad	✓			
		COSTOS	Se cumple con los estándares de costos	✓			
		TIEMPO	Se cumple con los estándares de tiempo	✓			
	NEGOCIACIÓN DE EMPRESA	PREVENCIÓN	Se cumple con los estándares de prevención	✓			
		DESARROLLO	Se cumple con los estándares de desarrollo	✓			
		SEGURIDAD	Se cumple con los estándares de seguridad	✓			
COMUNICACIÓN DE EMPRESA	INFORMACIÓN	Se cumple con los estándares de información	✓				
	RECURSOS	Se cumple con los estándares de recursos	✓				
	REPUTACIÓN	Se cumple con los estándares de reputación	✓				
	OPORTUNIDAD	Se cumple con los estándares de oportunidad	✓				
DESEMPEÑO FINANCIERO	DESEMPEÑO	Se cumple con los estándares de desempeño	✓				
	OPORTUNIDAD	Se cumple con los estándares de oportunidad	✓				

Firmado el día: **24/11/2014**

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se evalúan, en dependencia del número con el que se investigan y de las variables.

DR. WASHINGTON JIMENEZ
CORLAO REGUIC 23023

4. Base de datos SPSS V. 25

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	VAR00001	Numérico	8	0	DECISION DE ...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
2	VAR00002	Numérico	8	0	CADENA DE S...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
3	VAR00003	Numérico	8	0	NEGOCIACION...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
4	VAR00004	Numérico	8	0	GESTION DE ...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
5	VAR00005	Numérico	8	0	COMUNICACIÓ...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
6	VAR00006	Numérico	8	0	COMUNICACIÓ...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
7	VAR00007	Numérico	8	0	COMUNICACIÓ...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
8	VAR00008	Numérico	8	0	COMUNICACIÓ...	Ninguno	Ninguno	8	Derecha	Escala	Entrada
9	V1	Numérico	5	0	GESTION DE ... {1, MALO}...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
10	D1	Numérico	5	0	DECISION DE ... {1, MALO}...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
11	D2	Numérico	5	0	CADENA DE S... {1, MALO}...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
12	D3	Numérico	5	0	NEGOCIACION... {1, MALO}...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
13	D4	Numérico	5	0	COMUNICACIÓ... {1, MALO}...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
14	D5	Numérico	5	0	COMUNICACIÓ... {1, MALO}...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
15	D6	Numérico	5	0	COMUNICACIÓ... {1, MALO}...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
16	V2	Numérico	5	0	COMUNICACIÓ... {1, MALO}...	Ninguno	Ninguno	10	Derecha	Ordinal	Entrada
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											

Vista de datos **Vista de variables**

*Sin título1 [ConjuntoDatos0] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 16 de 16 variables

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	V1	D1	D2	D3	D4	D5
1	5	4	4	13	4	4	4	12	1	1	1	1	1	1
2	8	7	7	22	7	7	6	20	1	1	1	1	1	1
3	8	7	9	24	9	7	6	22	1	1	1	1	1	1
4	9	10	10	29	9	7	9	25	1	1	2	2	1	1
5	7	7	7	21	5	7	5	17	1	1	1	1	1	1
6	12	11	11	34	14	9	9	32	2	1	2	2	2	1
7	10	9	9	28	12	5	9	26	1	1	1	1	2	1
8	10	11	11	32	9	7	10	26	2	1	2	2	1	1
9	13	10	10	33	10	10	8	28	2	2	2	2	2	2
10	10	8	8	26	10	8	6	24	1	1	1	1	2	1
11	8	7	7	22	8	8	5	21	1	1	1	1	1	1
12	14	14	14	42	14	11	9	34	2	2	2	2	2	2
13	12	10	10	32	8	13	8	29	2	1	2	2	1	2
14	11	9	9	29	9	7	10	26	1	1	1	1	1	1
15	11	9	9	29	9	7	10	26	1	1	1	1	1	1
16	12	9	9	30	8	8	11	27	1	1	1	1	1	1
17	10	7	9	26	8	8	9	25	1	1	1	1	1	1
18	11	8	9	28	9	7	10	26	1	1	1	1	1	1
19	13	10	10	33	10	12	8	30	2	2	2	2	2	2
20	11	9	9	29	7	8	10	25	1	1	1	1	1	1
21	10	7	7	24	8	7	7	22	1	1	1	1	1	1
22	11	8	10	29	9	6	11	26	1	1	1	2	1	1

Vista de datos **Vista de variables**

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON