



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Cadena de suministro y comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C,  
Lima 2019

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Raymundo Maslucán, Clarha Vicky (ORCID: 0000-0002-1824-6119)

**ASESOR:**

Dr. Vásquez Espinoza, Juan Manuel (ORCID: 0000-0002-1678-1361)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2019

## Dedicatoria

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

## Agradecimiento

Al asesor; Dr. Juan Manuel por sus orientaciones, enseñanzas y por su preocupación por aportar a la calidad educativa.

A mis padres Victoria Maslucán y Benito Raymundo por su dedicación y formación desde siempre, por su brillante ejemplo de trabajo y superación, por su ayuda moral y económica, he logrado cumplir satisfactoriamente uno de mis objetivos.

A todos ellos, infinitas gracias.

# Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	12
2.1. Tipo y diseño de investigación	12
2.2. Operacionalización de variable	13
2.3. Población, muestra y muestreo	17
2.5. Procedimiento	20
2.6. Métodos de análisis de datos	20
2.7. Aspectos éticos	20
III. RESULTADOS	21
IV. DISCUSIÓN	28
V. CONCLUSIONES	32
VI. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	
ANEXOS	

## RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019; con dicho propósito se tiene como sustento la investigación: Zsidisin, Hartley y Saunders (2015), manifiestan que la gestión de suministros ejecuta una labor fundamental al ser un canal de información, desde el mercado de suministros hacia otras funciones internas de la organización, mejorando el rendimiento de los proveedores y la integración interna involucra la interrelación, acoplamiento y la participación entre las funciones de una empresa para lograr los objetivos generales empresariales; Chopra y Meindl (2013) consideran que la cadena de suministro está constituida por todos los elementos directamente o indirectamente involucrados, para la satisfacción del usuario; y Bayón (2008) define la comunicación interna como un conjunto de actividades que realiza una empresa para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus integrantes, mediante la utilización de diversos medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de objetivos. Remarcando la problemática de la empresa, en la que se investigó el estado de la comunicación interna para descubrir las restricciones o debilidades de la organización, buscando generar una adecuada gestión de los recursos disponibles para lograr la integración de la cadena de suministro y maximizar el valor agregado en beneficio de los clientes. El tipo de investigación fue aplicada, diseño no experimental – transversal, enfoque cuantitativo, nivel descriptivo – correlacional, la población estuvo conformada por 60 trabajadores, la muestra fue censal y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario de escala Likert. La conclusión luego de haber procesado y analizado los datos recopilados; es que existe relación positiva muy fuerte de la cadena de suministro y la comunicación interna con un Rho Spearman de 0,895.

Palabras clave: Cadena de suministro, comunicación interna, eficiente, integración y valor.

## **ABSTRACT**

This research aimed to determine the relationship between the supply chain and internal communication in Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019; The research is based on this purpose: Zsidisin, Hartley and Saunders (2015), state that supply management performs a fundamental task by being an information channel, from the supply market to other internal functions of the organization, improving Supplier performance and internal integration involves the interrelation, engagement and participation between the functions of a company to achieve the overall business objectives; Chopra and Meindl (2013) consider that the supply chain is constituted by all the elements directly or indirectly involved, for the user's satisfaction; and Bayón (2008) defines internal communication as a set of activities that a company carries out for the creation and maintenance of good relations among its members, through the use of various means of communication that keep them informed, integrated and motivated to contribute with their work to achieve objectives. Highlighting the problem of the company, in which the state of internal communication was investigated to discover the restrictions or weaknesses of the organization, seeking to generate adequate management of available resources to achieve the integration of the supply chain and maximize value added for the benefit of the customers. The type of research was applied, non-experimental design - transversal, quantitative approach, descriptive level - correlational, the population was made up of 60 workers, the sample was census and the data collection instrument was the Likert scale questionnaire. The conclusion after having processed and analyzed the data collected; is that there is a very strong positive relationship of the supply chain and internal communication with a Rho Spearman of 0.895.

**Keywords:** Supply chain, internal communication, efficient, integration and value.

## I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, en un contexto cambiante como el actual, donde las presiones económicas son cada vez mayores y el entorno es cada vez más complejo, las organizaciones de diferentes rubros consideran la importancia del manejo adecuado de la cadena de suministro, ya que representa una ventaja competitiva. El Council of Supply Chain Management Professionals, explica que la cadena de suministro incluye el planeamiento y la gestión de las actividades en su totalidad. Siendo necesario tomar en cuenta la coordinación y la contribución con los miembros del canal de distribución. Es decir, la cadena de suministro es un sistema que integra la demanda y la provisión dentro y a través de las organizaciones, donde la comunicación interna ha de ser flexible y lograr adaptarse a sus necesidades y al logro de objetivos al nivel de toda su estructura.

A nivel nacional, en Perú según el GS1, son pocas las empresas nacionales que poseen cadenas con la capacidad de competir, presentando desafíos focalizados en la infraestructura, tecnología y eficiencia de plaza (mercado). Asimismo, el equipamiento, la efectividad de mercado de productos y diferenciación de empresas representan cierto desafío. Como se sabe toda economía de un país se moviliza a través de las organizaciones empresariales que la conforman y no existe distinción alguna. Siendo importante que la visión del país, sea direccionada a reparar los problemas del entorno empresarial para mejorar sus procesos, logrando competitividad de forma nacional y mundial, destacando mediante la inversión en perfeccionar sus cadenas de suministro y persistir en una dirección empresarial que logre guiar a sus trabajadores hacia una forma eficiente de alcanzar los objetivos empresariales, a través de la comunicación interna como elemento estratégico.

A nivel local, Corporación Credikord S.A.C., es una mype constituida hace siete años, dedicada a la venta de vehículos menores en estado nuevo y usado, en la ciudad de Lima. Corporación Credikord es un emprendimiento que va en crecimiento, impulsando las marcas: Piaggio y Suzuki, siendo un intermediario entre dichas marcas y el usuario final. Esta mype dirige sus esfuerzos a aquellas personas y familias que adquieren motocicletas, trimotos y motocargueros, para darles uso personal, utilizarlos como medio de trabajo o para alquilar a terceros, en el caso de trimotos son medios de trabajo ya que se utilizan para brindar servicio de transporte público urbano. Corporación Credikord ha ido perdiendo clientes por una deficiente gestión, la cual tan solo enfoca sus objetivos

hacia ventas y recuperación de créditos, no visualiza el negocio como un sistema integrado de generación de valor, no existe impulso de una eficiente comunicación en todas las áreas de la empresa, no prepara al personal para efectuar de forma eficaz sus funciones, existe rotación constante de personal por despido arbitrario, no porque éste no cumpla con las competencias del perfil de puestos, sino porque no se les brinda las herramientas para que puedan enfrentar las exigencias de su puesto, no se toma conciencia de las herramientas que ayudan a innovar su gestión, existe una resistencia al cambio, y a todo eso se suma la insatisfacción de los clientes luego de producirse el proceso de compra de su vehículo, porque existe demora en la entrega de su documentación para poder operar su vehículo y por los imperfechos que pueda presentar el mismo. Orientar sus esfuerzos en la mejora de estos puntos críticos es esencial porque le permitirá gestionar estratégicamente la organización, a través de la comunicación interna mejorando la calidad de información que fluye a través de la cadena de suministro, y ejercer el liderazgo participativo que le permita dirigir la organización de manera eficiente y a ello se suma el sentido de identificación del personal, promoviendo la cultura de la empresa. Para mitigar las dificultades identificadas en Corporación Credikord S.A.C., se debe desarrollar la capacidad de la cadena de suministro, mediante la integración y conformidad de sus partes, donde la comunicación interna sea parte de la estrategia para generar valor a nivel de todo el sistema y de ello depende la gestión de su estructura. Siendo así que, se busca la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna.

Al respecto, Zsidisin, Hartley, Bernardes y Saunders (2015) en su artículo, examinaron la relación con mayor integración interna de la gestión de suministros en la organización y los efectos posteriores en la incorporación de proveedores y el rendimiento de los mismos. Concluyendo que el mercado de suministros y el clima de la comunicación interna de la empresa se relacionan positivamente.

También, Jacob, Yu y Chavez (2016) en su artículo, investigaron el efecto de la satisfacción laboral y la comunicación interna en la incorporación de la cadena de suministro. Revelando que la comunicación interna tiene una relación positiva representativa en la satisfacción de los trabajadores, lo cual incide representativamente en la incorporación interna y externa de la cadena de suministro.



Manzano (2017) en su tesis, tuvo como objetivo el cumplimiento de los procesos mediante el análisis de la cadena de suministros en el área comercial, para desarrollar la rentabilidad de la empresa. Concluyendo que la configuración de la cadena de suministros en la venta, no se acomoda a las exigencias de la empresa, por presentar deficiencias en la determinación de funciones para las diversas áreas, que componen la cadena de valor de la empresa.

Al respecto, Veera, Atikah, Zarina y Ali (2018) en su artículo, buscaron explicar la asociación entre la administración de la información de la cadena de suministro y la infraestructura del sistema de información de la misma, su incorporación y la generación de resultados dentro de la industria manufacturera. Identificando que la incorporación de la cadena de suministro interviene completamente en la asociación de la gestión de la información de la cadena de suministro y la infraestructura del sistema de información de la misma, en dirección al rendimiento de la industria manufacturera.

Rengifo (2017) en su tesis, tuvo como propósito identificar los componentes y dinámicas de la cadena de suministro, mediante la observación de una de las áreas críticas para su encadenamiento. Concluyendo que, lo necesario es incorporar diferentes modelos de gestión de aprovisionamiento, teniendo en cuenta la naturaleza y rol del producto dentro del proceso, y la naturaleza y perfil de los proveedores.

Peñaranda y Sánchez (2018) en su tesis, buscaron analizar la incidencia de la comunicación interna en el desarrollo y productividad de los procesos administrativos. Concluyendo que, sin importar el tamaño o tipología, la comunicación interna desempeña un papel fundamental en las empresas, ya que ésta facilita la vinculación entre los trabajadores de la empresa, la organización de diversas labores y procesos, siendo fundamental para lograr cambios importantes en la ejecución de procesos administrativos y de objetivos empresariales.

Por otro lado, Kram, Tosanovic y Hegedic (2015) en su artículo, investigaron como el uso de enfoques de gestión Lean y la práctica de Kaizen, pueden contribuir a identificar las razones de la fuente de los inconvenientes que surgen en la cadena de suministro. Concluyendo que en ocasiones los problemas dentro de la cadena de suministro son generados por los sistemas internos de la empresa y su falta de eficiencia interna.

Asmat, Lama y Padilla (2018) en su tesis, tuvieron como propósito diseñar una propuesta de mejora para la gestión de procesos en la cadena de suministro. Concluyendo que, a falta de una correcta planificación, una empresa podría tener inconvenientes para el resto de procedimientos que ejecuta para atender al cliente, pues disponer de procedimientos planificados facilita a contar con un referente en base al cual la empresa debería trabajar.

También, Chen (2019) en su artículo, tuvo como objetivo desarrollar la agilidad y la competencia de mejorar como capacidades dinámicas, siendo fundamental para que las organizaciones conserven su capacidad competitiva en la economía internacional. Concluyendo que la integración de tecnologías de información y la seguridad en los miembros de la cadena de suministro desarrollan evidentemente la agilidad y la innovación de cadena de suministro, lo cual afecta de forma positiva en la ventaja competitiva de la empresa, siendo importantes recursos de vinculación grupal para desarrollar la cadena de suministro.

Delgado y Núñez (2015) en su tesis, tuvieron como objetivo identificar y fomentar la relevancia de considerar una estrategia de comunicación interna en procesos de cambio organizacional. Concluyendo que, la empresa, ciertamente, no posee un plan ordenado de comunicación interna y, como resultado de ello, está generando un entorno de trabajo desfavorable.

Altez (2017) en su tesis, buscó analizar y evaluar la cadena de suministro mediante el modelo SCOR, para ofrecer un diagnóstico de los factores que condicionan su adecuada gestión y plantear oportunidades de mejora. Concluyendo que las deficiencias se interpretan en elementos que imposibilitan la administración apropiada de la cadena y que manifiestan un nivel bajo de incorporación de los elementos en la cadena de suministro.

Asimismo, Thunberg, Rudberg y Gustavsson (2017) en su artículo, tuvieron como objetivo identificar y categorizar problemas comunes, desde el enfoque de la cadena de suministro, indagando sobre el lugar de origen, pudiéndose producir en el proceso de un determinado proyecto, la cadena de suministro o en la intersección de los procesos. Concluyendo que los problemas in situ se pueden calificar en una de las siguientes categorías: flujos de materiales, comunicación interna, comunicación externa o

complejidad. Asimismo, la falta de orientación en cadena de suministro genera problemas.

Al respecto, Flynn, Koufteros y Lu (2016) en su artículo, desarrollaron la conceptualización teórica de la incertidumbre en la cadena de suministro, en base a fundamentos relacionados a la teoría de contingencia, la teoría clásica de la organización y la teoría del procesamiento de la información, con la finalidad de destacar las diferencias elementales en la incertidumbre de una cadena de suministro. Concluyendo que la falta de información como parte de la incertidumbre están positivamente relacionados a la integración de la cadena de suministro.

Asimismo, Brunninge y Fridriksson (2017) en su artículo, tuvieron como objetivo determinar cómo repercute tener la referencia al pasado, respecto a cómo las empresas gestionan sus cadenas de suministro y la comunicación a lo largo de ella, a partir del enfoque sobre la memoria social. Los resultados permitieron desarrollar siete proposiciones en relación con la comunicación del pasado y su vínculo con una gestión responsable de la cadena de suministro.

También, De Abreu y Alcantara (2015) en su artículo, tuvieron como objetivo presentarlas indicaciones teóricas respecto al perfil profesional recomendado para la dirección de la cadena de suministro y discutir la participación de los mismos en procesos de negocios interfuncionales. Se demostró a través de la revisión de la literatura el interés por los aspectos “blandos” (humanos y conductuales) de un trabajador, para lograr la incorporación interna y externa de la cadena de suministro.

Al respecto Yu y Baofeng (2018) en su artículo, tuvieron como objetivo examinar los impactos del capital relacional en la incorporación de la calidad de la cadena de suministro y el desempeño operativo desde el enfoque integral de toda la cadena de suministro. Concluyendo que el capital relacional tiene impactos positivos en la incorporación de toda la cadena de suministro.

Asimismo, Awara, Udoh y Anyadighibe (2018) en su artículo, examinaron el impacto de los implementos de la tecnología de la información en el ejercicio de la cadena de suministro. Concluyendo que el uso de la tecnología de la información desarrolla el rendimiento de la cadena de suministro.

Zhang, Van Donk y Taco Van (2016) en su artículo, investigaron las diversas labores de las tecnologías de información y la comunicación intraorganizacionales e interorganizacionales en el mejoramiento del rendimiento de la cadena de suministro. Concluyendo que las TIC intraorganizacionales regulan el efecto de la incorporación de la cadena de suministro en el desempeño de la misma.

Al respecto Fuchs, Beck, Lienland y Kellner (2018) en su artículo, tuvieron como propósito investigar el efecto de la tecnología de la información a favor de la cadena de suministro en la industria automotriz. Obtuvieron como resultado que las capacidades funcionales tienen el mayor impacto en la calidad interna del sistema, lo que a su vez desarrolla el desenvolvimiento de los proveedores. No obstante, el flujo constante y oportuno de información de igual manera ayuda considerablemente al desenvolvimiento de los proveedores.

Wang y Ran (2018) en su artículo, detallan los mecanismos de implantación de disposiciones y acción adaptativos a través del ciclo de vida de la cadena de suministro que facilitará a toda la cadena de suministro de forma anticipada y sólida actuar a incertidumbres o preocupaciones sin padecer transformaciones importantes en las operaciones comunes de las empresas. Concluyendo que la dirección colaborativa cumple una función primordial en el rumbo de toda cadena de suministro para conseguir sus objetivos estratégicos.

Al respecto, Niranjana, Spulick y Savitskie (2018) en su artículo, tuvieron como objetivo actuar a la necesidad de los dirigentes empresariales de la cadena de suministro, de comprender mejor invertir su tiempo y empeño para lograr un adecuado desempeño de la empresa. Concluyendo que trabajar de forma cercana y asistida con los agentes de la cadena de suministro permite desarrollar la satisfacción de las relaciones, y puede disminuir los inconvenientes que logran dañar el desempeño de la empresa.

Por otro lado, Swain y Cao (2019) en su artículo, tuvieron como objetivo encontrar, extraer y analizar de forma ordenada las opiniones, actitudes y emociones de las personas hacia ciertos temas. Siendo que una cadena de suministro guarda estrecha relación entre su desempeño con el nivel de confianza, asistencia y flujo de información entre sus integrantes. Obtuvieron como resultado que los miembros de la cadena de suministro reconocen el flujo de información oportuna y temas de aportación en las redes sociales,

debido a que dichos esfuerzos desarrollan el desempeño personal y total de la cadena de suministro.

Al respecto Jimenez, Martinez y Cristobal (2019) en su artículo, realizaron un análisis empírico de los efectos inmediatos de la asistencia en la cadena de suministro y tecnología de información en la innovación creciente y drástica de bienes, así como el impacto indirecto de la tecnología de información de bienes mediante la asistencia en la cadena de suministro. Mostrando que la colaboración en la cadena de suministro presenta un impacto positivo en la innovación tecnológica, expresando que la asistencia con agentes externos promueve innovaciones, que a su vez son crecientes como drásticas.

Al respecto, Pataraarechachai y Imsuwan (2017) en su artículo, analizaron la construcción teórica de colaboración en la cadena de suministro y su vinculación con la generación de ventaja competitiva, lo que conlleva a alcanzar el desenvolvimiento adecuado organizacional. Mediante los resultados se reveló que las tres dimensiones del SCC (flujo de información, intercambio de recursos y elaboración coordinada de conocimientos) presentan un efecto positivo en el desenvolvimiento de la empresa mediante la capacidad de respuesta de la cadena de suministro y la ventaja competitiva.

Al respecto, Yu, Luo, Xue y Liu (2018) en su artículo, tuvieron como objetivo que la incorporación de la información interna y externa aporte a elasticidades de reacción y dinamismo de la cadena de suministro, que producen una elevada utilidad operativa. Obtuvieron como resultado que la incorporación de la información genera elasticidades de reacción y dinamismo, que desarrollan de forma importante el desempeño operativo.

Asimismo, Sanchez, Harris, y Mason (2015) en su artículo, buscaron desarrollar una referencia estimulada por la cadena de suministro de apoyo logístico horizontal. Concluyendo que es necesario tomar en cuenta las exigencias de la cadena de suministro, se identificaron concordancias y facilitadores que favorecen el mejoramiento de proyectos de colaboración logística horizontal (HLC), tales como legislación, confianza entre socios, proveedores frecuentes y bases de entrega, logística de terceros calificado y una referencia comercial eficaz, tomando en cuenta una distribución justa de beneficios.

Al respecto, Singhry (2015) en su artículo, tuvo como propósito investigar la consecuencia mediadora de la competencia de innovación, en las relaciones entre la

tecnología de la cadena de suministro y el desenvolvimiento de la cadena de suministro. Se concluye que la competencia de innovación es un intermediario completo respecto a la relación entre la tecnología de la cadena de suministro y su rendimiento.

Sabri (2019) en su artículo, buscó desarrollar sugerencias exploratorias y un marco conceptual respecto a la interacción entre la estructura organizativa y la correlación entre la adecuación de la cadena de suministro y desempeño de la empresa. Concluyendo que existe la necesidad de tomar en cuenta la interrelación coordinada entre la estructura sistematizada y la adecuación de la cadena de suministro para equilibrar las repercusiones de un probable inconveniente en el desempeño de la empresa.

Kac, Gorenak y Potocan (2016) en su artículo, investigaron sobre el establecimiento y desarrollo de conexiones en la cadena de suministro a través de la mejora de la confianza entre los socios que la componen. Confirmando que existe una influencia estadísticamente importante de la confianza en el comportamiento colaborativo en las cadenas de suministro.

Tsanos y Zografos (2016) en su artículo, buscaron analizar los efectos de los precedentes conductuales de la cooperación en las conexiones de la cadena de suministro respecto a la incorporación y el rendimiento de la cadena de suministro a través del mejoramiento y comprobación práctica de la referencia que vincula estos constructos. Concluyendo que la reciprocidad, la confianza el compromiso son esenciales para el establecimiento de vínculos en la cadena de suministro distinguido por un elevado nivel de incorporación de la información.

Por otro lado, Goldratt (citado por Flores, 2004) menciona que, para desarrollar una solución a un alto nivel en la organización, se debe iniciar determinando la restricción, definir cómo aprovechar para cambiar la gestión, manejar todos los elementos involucrados en dirección a la decisión de mejora, ampliar la capacidad de la restricción y volver al punto de partida para dedicarse de forma permanente a alguna nueva restricción que se origine. Según Hitpass (2017), el BPM (Gestión por procesos de negocio) la implementación de BPM se vuelve una estrategia organizacional para lograr altos niveles de perfección empresarial y generar valor para el cliente. Asimismo, Ballou (2004), define al modelo SCOR como una herramienta que permite la determinación de tareas de la cadena de suministro en un modelo estandarizado, examinando la cadena de

suministro internamente, a la empresa, a nivel del producto, y cotejando el desempeño con las estadísticas procedentes de las empresas miembros del consejo. Por otro lado, Arbaiza (2008) señala que, la teoría de la aguja hipodérmica de la comunicación, está enfocada en los medios de comunicación, ya que permite evaluar la incidencia de los medios de comunicación sobre un público determinado, a través de un modelo simple de estímulo respuesta. Asimismo, Harold D. Lasswell (citado por Muñoz, 2005) manifiesta que, por naturaleza el ser humano posee el menester de relacionarse, difundir mensajes hacia los demás, coexistir en su comunidad; lo cual involucra el sistema de comunicación humana explicado a través de la teoría funcionalista de que comprende cinco preguntas: ¿quién lo dice? ¿qué dice? ¿a través de qué canal? ¿a quién? ¿con qué efecto?, esta teoría se basa en dar respuestas a las cinco preguntas, permitiendo analizar las áreas comunicativas y logrando comprender mejor la comunicación interna, desarrollada entre las áreas de una organización. También, Shannon y Weaver (citado por Arbaiza, 2010), en su teoría de la información describen el proceso de interconexión a través de diferentes sistemas de comunicación, buscando desarrollar la eficacia de la transferencia de la información, mediante la celeridad en la creación y circulación de los mensajes, la capacidad de los canales de comunicación y la codificación eficaz de los mensajes, que prevenga la confusión y los ruidos entre emisor y receptor. Asimismo, Riley y Riley (citado por Arbaiza, 2010) en su modelo sociológico manifiestan que, los sistemas de comunicación necesitan un intercambio continuo entre los integrantes de un grupo social, donde tanto el emisor como el receptor son miembros de diferentes entornos sociales, iniciándose en un grupo primario, para luego pasar a interactuar entre sí en un contexto social común. Además, Berlo (citado por Arbaiza, 2010, p. 289) a través del modelo de SMCR señala que el mensaje está sujeto a todo el acervo perteneciente a quien lo elabora (la fuente), aquel mensaje está supeditado a un proceso y codificación que es tomado mediante los sentidos, es así que cada persona lo comprenderá según sus destrezas de comunicación, sus actitudes, su cognición, su sistema social y su cultura. Asimismo, Diez (2010) señala que una comunicación horizontal se implanta para favorecer el intercambio de información entre departamentos, alcanzar la conexión interna en la empresa y promover la aceleración de los procesos de administración.

Por otro lado, Coyle, Langley, Novack y Gibson (2013), manifiestan que la cadena de suministro es un sistema organizacional de redes relacionados entre los proveedores originales y el cliente final. Asimismo, Edgar (2009) manifiesta que la cadena de

suministros integra a todas las unidades de una empresa, ya que se involucran al sistema mediante sus funciones y la interacción de las mismas. También, El Council of Logistics Management (citado por Iglesias, 2010), lo define como la coordinación ordenada y estratégica de las facultades de la empresa convencional y las maniobras organizacionales empleadas mediante esas facultades de negocios dentro de una empresa y entre las diversas empresas de una cadena de suministro, con la finalidad de desarrollar el rendimiento en el largo plazo, ya sea de las empresas de forma individual como del sistema de la cadena de suministro. Por otro lado, Robbins y Judge (2013) refieren que, la comunicación interna permite el alineamiento del empeño en conjunto de sus miembros, siendo uno de los fundamentos principales para enlazar los vínculos entre las diversas áreas de la empresa. Asimismo, Diez (2006) manifiesta que la comunicación interna es un conjunto de acciones que se empiezan y fortalecen para iniciar vínculos entre los miembros de una empresa, con el fin de implicarlos e incluirlos en la mejora y ejecución de un proyecto común.

Problema general: ¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019? ¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019? ¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019? ¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019? ¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019? ¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019?

La presente investigación tuvo como propósito dar a conocer la problemática de Corporación S.A.C., en la que se analizó la situación de la cadena de suministro para identificar los puntos débiles de la organización, permitiendo desarrollar estrategias que permitan gestionar eficientemente la comunicación interna. Además, se presentó información concreta, conocimientos actuales y se compararon teorías para la obtención de nuevos conocimientos, contribuyendo en posteriores estudios relacionados a las variables de cadena de suministro y comunicación interna. Finalmente ésta investigación contribuyó de forma metodológica, ya que evaluó a las variables a través del uso de una



herramienta de investigación que facilitó determinar la correlación entre la cadena de suministro y comunicación interna, vinculada a la gestión de organizaciones, mediante una investigación cuantitativa, de método deductivo, tipo aplicada, de diseño no experimental – transversal, nivel descriptivo – correlacional, técnica de la encuesta y un instrumento de medición como el cuestionario, donde se buscó evidenciar la asociación de la cadena de suministro y la comunicación interna. De esta forma, contribuir en el desarrollo de Corporación Credikord S.A.C., donde la cadena de suministro a través de una adecuada gestión de la comunicación interna facilitará lograr de forma eficiente los objetivos empresariales, evitando la recesión de su crecimiento, manteniéndose en el mercado y brindando mayores oportunidades laborales dentro de la ciudad de Lima.

El objetivo general fue: Determinar la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Determinar la relación entre la cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Determinar la relación entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Determinar la relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Determinar la relación entre la cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Determinar relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

La hipótesis general planteada fue: Existe relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Existe relación entre la cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Existe relación entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Existe relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Existe la relación entre la cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Existe relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

## II. MÉTODO

### 2.1. Tipo y diseño de investigación

#### 2.1.1. Método

En este estudio se hizo uso del método hipotético- deductivo.

Una problemática se plantea en base a la observación de situaciones singulares, de lo cual surgen las inferencias (proceso deductivo), formulándose una hipótesis desde las consideraciones teóricas y ello genera un juicio deductivo, para posteriormente tratar de comprobarlo de forma empírica (Bisquerra,1998, p. 62).

#### 2.1.2. Nivel de investigación

El estudio de investigación por su nivel cumple con la naturaleza de un estudio descriptivo y correlacional. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 92), manifiestan que la investigación descriptiva tiene el propósito de definir prioridades y propiedades significativas para evaluar cualquier fenómeno, pretendiendo la medición o recolectar información independientemente o conjunta sobre definiciones las variables que se estudien. Además, Soto (2015, p. 54), refiere que la finalidad del nivel correlacional es evidenciar el nivel de vinculación de las variables (dos o más), donde el análisis debe ser del mismo sujeto o fuente de información.

#### 2.1.3. Tipo de estudio

Según Sabino (como se citó en Huamanchumo et. al., 2015, p. 73), una investigación aplicada tiene relación con la básica, ya que se encuentra sujeto a las nuevas invenciones o la mejora de la investigación básica, siendo que se beneficia de dichos conocimientos, distinguiéndose por el empleo y efectos prácticos de los conocimientos. Es así que en este estudio la investigación es de tipo aplicada, buscando aplicar los conocimientos, a situaciones reales y lograr cambios en beneficio de la sociedad.

#### 2.1.4. Diseño de investigación

No experimental – Trasversal

La presente investigación se basa en sucesos ya acontecidos, no busca tener control sobre las variables, se limita a la observación de situaciones reales y se describe en un solo momento determinado; la investigación entonces es de diseño no experimental – transversal.

Al respecto, Kerlinger (como se citó en Huamanchumo et al., 2015, p. 85), manifiesta que, en una investigación no experimental, no existe manipulación de una o más variables, donde el investigador no ostenta control con respecto a las variables porque ya se produjeron los hechos.

Los diseños de investigación transaccional o transversal toman datos en un determinado momento y se compara como la “fotografía” de algo que acontece, entonces podemos señalar que los sucesos expuestos en esta investigación se realizaron en un momento establecido y se aplicaron los instrumentos en una fecha única (Hernández et al., 2014, p. 154).

## 2.2. Operacionalización de variable

### 2.2.1. Variables

Variable 1: Cadena de Suministro. Según Chopra y Meindl (2013, p. 2): consideran que está constituida por todos los elementos directamente o indirectamente involucrados, para la satisfacción del usuario. Es así que la cadena de valor implica al conjunto de funciones involucradas en el proceso de atención de un pedido.

Dimensión 1: Estrategia o diseño Chopra y Meindl (2013, p. 6): manifiestan que, en esta etapa se toma la decisión de estructurar la cadena de suministro, programando los recursos a emplear y los procedimientos a efectuar en cada fase, configurándolos para un periodo largo.

Indicadores: Proveedores, sistemas de información, transporte y almacén.

Dimensión 2: Planeación. Según Chopra y Meindl (2013): señalan que, en esta fase se define lineamientos en base a los cuales una cadena de suministro funcionará en un tiempo determinado. Siendo necesario tener en cuenta en la toma de decisiones, la incertidumbre en la demanda, las tasas de cambio y la competencia.

Indicadores: Inventario, demanda, costos y precios.

Dimensión 3: Operación. Según Chopra y Meindl (2013): manifiestan que, en esta fase se toman decisiones vinculadas a los pedidos de los clientes individuales. En la cadena de suministro la operación tiene como meta manipular de la mejor forma posible los pedidos ingresantes de clientes.

Indicadores: Gestión de pedidos, distribución y entrega

Variable 2: Comunicación Interna. Según Bayón (2008): define como un grupo de labores que realiza una empresa para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus integrantes, mediante la utilización de diversos medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de objetivos organizacionales.

Dimensión 1: Impulso. Según Bayón (2008): señala que la dirección debe impulsar la comunicación interna a través de todos los canales posibles para conseguir los resultados y objetivos de la empresa. Contando con voluntad de la dirección en impulsar los cambios.

Indicadores: Proceso de dirigir, toma de decisiones y cultura empresarial.

Dimensión 2: Innovación. Según Bayón (2008): manifiesta que, es necesario una transformación de la cultura empresarial en la cual se desarrolle la implantación de políticas de comunicación interna y la puesta en marcha de canales y medios que favorezcan la implicación y consiguiente participación de todos en un proyecto común de la empresa.

Indicadores: Canales, medios e interoperatividad.

Dimensión 3: Implicación. Según Bayón (2008) indica que, la comunicación interna busca que los integrantes que están involucrados en el procedimiento participen en la toma de decisiones y logren identificarse con la empresa.

Indicadores: Participación, identificación y delegación.

Dimensión 4: Información. Según Bayón (2008): señala que, la información es la esencia, la finalidad de la comunicación interna. El desarrollo de la información que se manifiesta a los trabajadores está propenso a un conjunto de riesgos, o llamado de otra manera: las percepciones de los directivos. Se puede prevenir este tipo de riesgos, implantando sistemas de información para la comunicación interna, apostando por la evolución de la empresa, ya que actualmente muchas empresas han optado por ello.

Indicadores: Percepción, riesgos y redes.

Dimensión 5: Identidad. Según Bayón (2008): señala que, la identidad se manifiesta completamente reconocible de la comunicación interna con la cultura de la organización. Una comunicación eficiente produce valor para la empresa, ya que ayuda a que los

integrantes de la misma, asuman valores, el estilo organizacional y el modus operandi de la empresa.

Indicadores: Valores, estilo organizativo y modus operandi.

### 2.2.2. Operacionalización de variables

A continuación, se presenta en la Tabla 1: la operacionalización de las variables de estudio.

Tabla 1

*Operacionalización de variables*

Tabla 1. Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	NIVELES	ESCALA DE MEDICIÓN	
CADENA DE SUMINISTRO	Chopra y Meindl (2013) consideran lo siguiente: Una cadena de suministro está constituida por todas las partes implicadas directa o indirectamente, para la satisfacción del cliente. (p. 1)	La variable 1 (cadena de suministro) se midió mediante las dimensiones de estrategia, planeación y operación, donde se elaboró cuestionario de 11 ítems.	Estrategia	Proveedores	1	(1) N = NUNCA (2) CN = CASI NUNCA (3) AV = A VECES (4) CS = CASI SIEMPRE (5) S = SIEMPRE	Ordinal	
				Sistemas de información	2			
				Transporte	3			
			Planeación	Almacén	4			
				Inventario	5			
				Demanda	6			
				Costos	7			
				Precios	8			
				Operación	Gestión de pedidos			9
					Distribución			10
					Entrega			11
COMUNICACIÓN INTERNA	Según Bayón (2008), la comunicación interna se define como un conjunto de actividades que realiza una organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de objetivos organizacionales. (p. 276)	La variable 1 (cadena de suministro) se midió mediante las dimensiones impulso, innovación, Implicación, Información e identidad, donde se elaboró cuestionario de 15 ítems.	Impulso	Proceso de dirigir	12	(1) N = NUNCA (2) CN = CASI NUNCA (3) AV = A VECES (4) CS = CASI SIEMPRE (5) S = SIEMPRE	Ordinal	
				Toma de decisiones	13			
				Cultura empresarial	14			
			Innovación	Canales	15			
				Medios	16			
				Inter operatividad	17			
			Implicación	Participación	18			
				Identificación	19			
				Delegación	20			
			Información	Percepción	21			
				Riesgos	22			
				Redes	23			
				Valores	24			
				Identidad	Estilo organizativo			25
			Modus operandi		26			

Fuente: Elaboración propia

## 2.3. Población, muestra y muestreo

### 2.3.1. Población

Esta investigación presenta una población que corresponde a un total de 60 trabajadores de Corporación Credikord S.A.C., de la ciudad de Lima 2019. Al respecto, Levin y Rubín (como se citó en Huamanchumo y Rodríguez, 2015, p. 119), define a la población como la totalidad de un grupo que será tomado como materia de estudio, sobre los cuales se trata de emitir conclusiones.

Las características de la población son: homogeneidad, tiempo, espacio y cantidad (Huamanchumo y Rodríguez, 2015, p. 120).

### 2.3.2. Muestra y muestreo

Corporación Credikord S.A.C., de la ciudad de Lima, cuenta con 60 trabajadores, los cuales serán tomados para el desarrollo del presente trabajo, al ser una población finita, la muestra se obtiene de manera censal.

Huamanchumo et. al (2015, p. 122) manifiestan que, la muestra es como subconjunto de la población, escogida para tomar parte en el estudio. Luego se emplean las características de la muestra, llamados estadísticos, para realizar deducciones sobre los parámetros de la población.

### 2.3.3. Criterios de selección

Criterios de inclusión: Hombres y mujeres, que tienen vínculo laboral directa con Corporación Credikord S.A.C., de la ciudad de Lima, que aceptaron de manera voluntaria a resolver el cuestionario.

Criterio de exclusión: Hombres y mujeres, que no tienen vínculo laboral directa ni indirecta con Corporación Credikord S.A.C., de la ciudad de Lima.

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

### 2.4.1. Técnica de recolección de datos

Para la recopilación de datos se efectuó el procedimiento de la encuesta, dirigida a los trabajadores de Corporación Credikord S.A.C., Lima, 2019. Al respecto Huamanchumo et. al (2015, p. 163) señalan que, la encuesta es un instrumento flexible, permite variedad de preguntas, economía de tiempo, inspección de la muestra, control del lugar de recolección y costos bajos.

#### 2.4.2. Instrumento de recolección de datos

El instrumento de recopilación de datos que se empleó es: el cuestionario, cual consta de 26 preguntas elaboradas sobre los indicadores y dimensiones de las variables: cadena de suministro y comunicación interna. El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para obtener los datos necesarios para alcanzar los objetivos planteado en la investigación (Bernal, 2006, p. 217).

En la presente investigación se aplicó la escala de Likert, definiendo el nivel del instrumento de recopilación de información. Al respecto, Hernández et al. (2014, p. 200), señala que la escala de Likert se lleva a cabo formando un alto número de afirmaciones que estimen al objeto de actitud y se apliquen a una muestra piloto para recolectar las valoraciones del grupo en cada ítem o pregunta. Además, Malhotra (2004, p. 258) refiere es una escala de medición considerablemente aplicada la cual necesita que los encuestados señalen si están conformes o no con cada una de los conjuntos de cuestiones sobre los objetos de estímulo.

#### 2.4.3. Validación del instrumento

El instrumento es confiable y válido porque estuvo sujeto a la apreciación de 4 expertos en la metodología y la materia. Se presentó para la validación, un formato que contenía de forma detallada las preguntas desarrolladas en base al indicador, la dimensión y la variable. Donde la evaluación realizada por los 4 expertos determinó que el cuestionario es aplicable para realizar el estudio y el análisis de datos. Al respecto, Soto (2015, p. 72), refiere que la validez define si el instrumento es aplicable para medir lo que se desea analizar, las cuales pueden ser de las siguientes clases: la validez de criterio, constructo y de contenido.

A continuación, en la tabla 2. se presenta a los responsables que evaluaron y validaron el instrumento de investigación:

Tabla 2

##### *Validación de expertos*

Nº	Experto	Calificación del instrumento	Grado
Experto 1	Dr. Alva Arce Rosel Cesar	Aplicable	Doctor
Experto 2	Dr. Carranza Estela Teodoro	Aplicable	Doctor
Experto 3	Mg. Casma Zarate Carlos Antonio	Aplicable	Magister
Experto 4	Mg. Barca Barrientos Jesús Enrique	Aplicable	Magister

*Fuente: Elaboración propia.*



#### 2.4.4. Confiabilidad del instrumento

Hernández et al. (2014, p. 200), mencionan que la confiabilidad del instrumento es el nivel en que su empleo en el mismo objeto de estudio genere los mismos resultados de forma coherente y consistente. Para determinar la confiabilidad del instrumento de investigación se sometió al análisis estadístico del Alfa de Cronbach a través del programa SPSS.

A continuación, se muestra en la tabla 3. el resumen del procesamiento de casos, el cual son los resultados del SPSS que se realizó a una prueba piloto conformada por 10 personas que no son mi muestra, la cual tiene las mismas condiciones y características que el grupo de estudio.

Tabla 3

*Resumen de procesamiento de las variable cadena de suministro y comunicación interna*

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta en SPSS 25.*

Asimismo, se detalla en la tabla 4 la escala de medidas para evaluar el coeficiente de Cronbach; y en las siguientes tablas 5 y 6, se muestra el estadístico de confiabilidad obtenido por cada variable:

Tabla 4

*Escala de medidas para evaluar el coeficiente alfa de Cronbach*

VALORES	NIVEL
-1,00 a 0,00	No confiable
0,01 a 0,49	Baja confiabilidad
0,50 a 0,75	Moderada Confiabilidad
0,76 a 0,89	Fuerte Confiabilidad
0,90 a 1,00	Alta Confiabilidad

*Fuente: Elaborado en base a George y Mallery (2018).*

Tabla 5

*Estadística de confiabilidad para la variable cadena de suministro*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,787	11

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta en SPSS 25.*

Tabla 6

*Estadística de confiabilidad para la variable comunicación interna*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,825	15

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta en SPSS 25.*

Se visualiza que el Alfa de Cronbach tiene un coeficiente de confiabilidad de 0,787 para la primera variable: cadena de suministro y un coeficiente de confiabilidad de 0,825 para la segunda variable: comunicación interna, de acuerdo a la tabla de escalas de medida de George y Mallery, ambas variables se encuentran dentro del rango de 0,76 a 0,89, siendo un coeficiente de fuerte confiabilidad, por lo tanto, el instrumento es confiable.

### 2.5.Procedimiento

Primero, se preparó el instrumento para la encuesta. Seguido de la coordinación y solicitud de autorización del entorno de estudio, y finalmente la aplicación de la encuesta.

### 2.6.Métodos de análisis de datos

#### 2.6.1.Análisis descriptivo

Hernández et al. (2014, p. 287), señalan que para cada uno de los ítems y cada una de las variables de estudio: se realiza los análisis estadísticos y luego se aplica cálculos estadísticos para contrastar las hipótesis.

#### 2.6.2.Análisis inferencial

Hernández et al. (2014, p. 306), se emplea para dos procedimientos enlazados: probar hipótesis poblacionales y evaluar parámetros. Aspectos éticos

### 2.7.Aspectos éticos

La investigación se desarrollará teniendo en cuenta los principios y valores éticos; y así la investigadora pueda determinar lo planteado en la hipótesis, con la convicción de extraer datos honestos por parte de los encuestados, donde se mantenga el anonimato y la confidencialidad ofrecida por el grupo de estudio. Asimismo, la presente investigación estará sujeta a la evaluación del programa Turnitin para corroborar la autenticidad de la misma donde se refleje: veracidad, responsabilidad, transparencia, objetividad y fiabilidad.

### III. RESULTADOS

#### 3.1. Análisis descriptivo

##### 3.1.1. Variable Cadena de suministro

Tabla 7

*Variable cadena de suministro*

Variable	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Cadena de suministro	Bajo	5	8,3
	Medio	44	73.3
	Alto	11	18.3
	Total	60	100.0

*Fuente: Elaboración propia*

Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada en Corporación Credikord S.A.C., respecto al nivel de gestión de la variable cadena de suministro es: 73,3% medio; 18,3% alto y 8,3% bajo.

##### 3.1.2. Variable Comunicación interna

Tabla 8

*Variable comunicación interna*

Variable	Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Comunicación interna	Bajo	5	8.3
	Medio	48	80.0
	Alto	7	11.7
	Total	60	100.0

*Fuente: Elaboración propia*

Los resultados obtenidos de la encuesta aplicada en Corporación Credikord S.A.C., respecto al nivel de gestión de la variable comunicación interna es: 80,0% medio; 18,3% alto y 8,3% bajo.

### 3.2. Análisis inferencial

#### 3.2.1. Prueba de normalidad

Este estadístico se aplicó con la intención de saber si los datos presentan o no distribución normal, estableciendo la siguiente hipótesis:

H<sub>0</sub>: Los datos tienen una distribución normal.

H<sub>1</sub>: Los datos no tienen una distribución normal.

Condición:

Si N > 50, entonces se utiliza Kolmogórov-Smirnov.

Regla de decisión:

Si  $\alpha < 0,05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Si  $\alpha > 0,05$  se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Tabla 9

#### *Prueba de normalidad*

Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			
	Estadístico	gl	Sig.
Cadena de suministro	0.188	60	0.000
Comunicación interna	0.163	60	0.000

*Fuente: Datos obtenidos de la encuesta en SPSS 25.*

La prueba de normalidad muestra que la variable cadena de suministro presenta un nivel de significancia bilateral (sig=0,000) y la variable comunicación interna presenta un nivel de significancia bilateral (sig=0,000), siendo ambas menores que el p valor (0,05). En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que los datos no tienen una distribución normal. Debido a ello, se utilizó el estadístico no paramétrico Rho de Spearman para validar las hipótesis y medir la correlación.

#### 3.2.2. Prueba de hipótesis general

Tabla 10

#### *Grado de Correlación*

Rango	Relación	Rango	Relación
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta	0	No existe correlación
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte	+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable	+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media	+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil	+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
		+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

*Nota: Tomado de Metodología de la investigación, quinta edición, por Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P., 2010, México D.F., México: McGraw-Hill*

### Significancia y decisión

Si  $\alpha < 0.05$  se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Si  $\alpha > 0.05$  se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

H: Existe relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

Tabla 11

#### *Prueba de hipótesis general*

			Cadena de suministro	Comunicación interna
Rho de Spearman	Cadena de suministro	Coefficiente de correlación	1.000	,895**
		Sig. (bilateral)		0.000
	Comunicación interna	N	60	60
		Coefficiente de correlación	,895**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,895, como se observa en la tabla 11 y a su vez, el nivel de significancia bilateral (sig=0,000) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se acepta la hipótesis alterna (H<sub>1</sub>). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 10 de correlación se concluye la cadena de suministro guarda correlación positiva muy fuerte con la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

#### 3.2.3. Prueba de hipótesis específica 1

H: Existe relación entre la cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la Cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

Tabla 12

*Prueba de hipótesis específica 1*

			Cadena de suministro	Impulso
Rho de Spearman	Cadena de suministro	Coefficiente de correlación	1.000	,812**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	Impulso	Coefficiente de correlación	,812**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,812, como se observa en la tabla 12 y a su vez, el nivel de significancia bilateral (sig=0,000) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 10 de correlación se concluye que la cadena de suministro tiene correlación positiva muy fuerte con el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

3.2.4. Prueba de hipótesis específica 2

H: Existe relación entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

$H_0$ : No existe relación entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

$H_1$ : Existe relación entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

Tabla 13

*Prueba de hipótesis específica 2*

			Cadena de suministro	Innovación
Rho de Spearman	Cadena de suministro	Coefficiente de correlación	1.000	,686**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	Innovación	Coefficiente de correlación	,686**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,686, como se observa en la tabla 13 y a su vez, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 10 de correlación se concluye que la cadena de suministro tiene correlación positiva considerable con la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

### 3.2.5. Prueba de hipótesis específica 3

H: Existe relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

$H_0$ : No existe relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

$H_1$ : Existe relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

Tabla 14

#### *Prueba de hipótesis específica 3*

			Cadena de suministro	Implicación
Rho de Spearman	Cadena de suministro	Coefficiente de correlación	1.000	,859**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	Implicación	Coefficiente de correlación	,859**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,859, como se observa en la tabla 14 y a su vez, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=0,000$ ) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 10 de correlación se concluye que la cadena de suministro tiene correlación positiva muy fuerte con la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

### 3.2.6. Prueba de hipótesis específica 4

H: Existe la relación entre la cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

H<sub>0</sub>: No existe la relación entre la Cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

H<sub>1</sub>: Existe la relación entre la cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

Tabla 15

*Prueba de hipótesis específica 4*

			Cadena de suministro	Información
Rho de Spearman	Cadena de suministro	Coefficiente de correlación	1.000	,796**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	Información	Coefficiente de correlación	,796**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,796, como se observa en la tabla 15 y a su vez, el nivel de significancia bilateral (sig=0,000) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula (H<sub>0</sub>) y se acepta la hipótesis alterna (H<sub>1</sub>). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 10 de correlación se concluye que la cadena de suministro tiene correlación positiva muy fuerte con la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima – Año 2019.

3.2.7. Prueba de hipótesis específica 5

H: Existe relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.



Tabla 16

*Prueba de hipótesis específica 5*

			Cadena de suministro	Identidad
Rho de Spearman	Cadena de suministro	Coefficiente de correlación	1.000	,615**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	60	60
	Identidad	Coefficiente de correlación	,615**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	60	60

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,615, como se observa en la tabla 16 y a su vez, el nivel de significancia bilateral (sig=0,000) es menor que el p valor (0,05), de acuerdo a la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). En consecuencia y de acuerdo a la tabla 10 de correlación se concluye que la cadena de suministro tiene correlación positiva considerable con la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

#### IV. DISCUSIÓN

4.1. El objetivo general fue determinar la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. De acuerdo a los hallazgos obtenidos para el coeficiente de correlación (0,895), se demostró que existe relación positiva muy fuerte de la cadena de suministro con la comunicación interna.

Dichos resultados tienen coherencia con el artículo científico de Zsidisin, Hartley y Saunders (2015), en donde concluyeron que el mercado de suministros y el clima de la comunicación interna de la organización se relacionan positivamente. Donde la gestión de suministros ejecuta una labor fundamental al ser un canal de información del mercado de suministros a otras funciones internas de la organización, mejorando el rendimiento de los proveedores y la integración interna involucra la interrelación, acoplamiento y la participación entre las funciones de una empresa para lograr los objetivos generales empresariales. Asimismo, se apoya en las siguientes investigaciones:

Peñaranda y Sánchez (2018), manifiestan que, sin importar el tamaño o tipología, la comunicación interna desempeña un papel fundamental en las empresas, ya que facilita la conexión entre los trabajadores de la empresa, la organización de diversas labores y procesos, siendo importante para lograr cambios relevantes en la ejecución de los procesos administrativos y de objetivos empresariales.

Kram, Tosanovic y Hegedic (2015), concluyeron que en ocasiones los problemas dentro de la cadena de suministro son generados por los sistemas internos de la empresa y su falta de eficiencia interna.

4.2. El objetivo específico 1 fue determinar la relación entre la cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Conforme a los resultados alcanzados (0,812) siendo el valor del coeficiente de correlación, se comprobó que la cadena de suministro tiene relación positiva muy fuerte con el impulso de la comunicación interna. Dichos resultados se apoyan en las siguientes investigaciones:

Asmat, Lama y Padilla (2018) concluyeron que la falta de una correcta planificación, una empresa podría tener inconvenientes para el resto de procedimientos que ejecuta para atender a un cliente, ya que disponer de procedimientos planificados facilita contar con un referente en base al cual la empresa debería trabajar y a la vez la dirección debe tener la voluntad de impulsar los cambios.

Wang y Ran (2018), concluyeron que la dirección colaborativa cumple una función primordial en el rumbo de toda cadena de suministro para conseguir sus objetivos

estratégicos. Asimismo, Rengifo (2017) manifiesta que es necesario incorporar diferentes modelos de gestión de aprovisionamiento, teniendo en cuenta la naturaleza y el rol del producto dentro del proceso, y la naturaleza y el perfil de los proveedores.

Así también, en el proceso de dirección de la empresa como parte del impulso de la comunicación interna y en la consecución de los objetivos empresariales, según Hitpass (2017) el BPM (Gestión por procesos de negocio) permite gestionar los procedimientos manuales como mecánicos, con el fin de lograr firmemente los objetivos que están ajustados a la estrategia de la organización. Generando valor para el cliente, el cual debe ser impulsado por la dirección a través de una eficiente comunicación interna.

4.3. El objetivo específico 2 fue determinar la relación entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,686), se comprobó que existe relación positiva considerable entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna. Dicho resultado tiene coherencia con las siguientes investigaciones:

Singhry (2015) en su artículo, concluyó que la capacidad de innovación es un intermediario completo respecto a la relación entre la tecnología de la cadena de suministro y su rendimiento.

Awara, Udoh y Anyadighibe (2018), concluyeron que el uso de la tecnología de la información desarrolla el rendimiento de la cadena de suministro.

Jiménez, Martínez y Cristobal (2019) mostraron que, la colaboración en la cadena de suministro presenta un impacto positivo en la innovación tecnológica, expresando que la asistencia con agentes externos promueve innovaciones, que a su vez son crecientes como drásticas. Donde la tecnología de información facilita la comunicación para la integración de la cadena de suministro.

Zhang, Van Donk y Taco Van (2016) evidenciaron que las TIC intraorganizacionales regulan el efecto de la incorporación de la cadena de suministro en el desempeño de las mismas.

4.4. El objetivo específico 3 fue determinar la relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,859), se demostró que existe correlación positiva muy fuerte. Dicho resultado presenta similitud con las siguientes investigaciones:

Niranjan, Spulick y Savitskie (2018) concluyeron que el uso de herramientas de integración presenta un resultado significativo en la relación entre flexibilidad y desempeño constante, siendo así que trabajar de forma cercana y asistida con los agentes de la cadena de suministro permite desarrollar la satisfacción de las relaciones, y puede reducir los inconvenientes que alcanzan perjudicar el desempeño de la empresa.

Asimismo, Abreu y Alcantara (2015) concluyeron que todas las funciones deben estar involucradas en la gestión de la cadena de suministro y que los dirigentes empresariales tienen un papel primordial que desempeñar: hacer frente la superioridad de las funciones en la estructura organizativa, poner en marcha la praxis del «trabajo horizontal» a través de equipos interfuncionales. Diez (2010) señala que una comunicación horizontal se implanta para favorecer el intercambio de información entre departamentos, alcanzar la conexión interna en la empresa y promover la aceleración de los procesos de administración.

4.5. El objetivo específico 4 fue determinar la relación entre la cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,796), se comprobó que existe correlación positiva muy fuerte. Dichos resultados se apoyan en las siguientes investigaciones:

Veera, Atikah, Zarina y Ali (2018) identificaron que la incorporación de la cadena de suministro interviene completamente en la asociación de la gestión de la información de la cadena de suministro y la infraestructura del sistema de información de la misma.

Flynn, Koufteros y Lu (2016) concluyeron que la falta de información como parte de la incertidumbre están positivamente relacionados la integración de la cadena de suministro.

4.6. El objetivo específico 5 fue determinar relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019. Obteniendo como coeficiente de correlación (0,615), se demostró que existe correlación positiva considerable. Dichos resultados guardan relación con las siguientes investigaciones:

Kac, Gorenak y Potocan (2016) confirmaron la existencia de una relación estadísticamente importante de la confianza en el comportamiento colaborativo en las cadenas de suministro. Donde el establecimiento y la mejora de las relaciones en la cadena de suministro está sujeto al desarrollo de la confianza, la cual se manifiesta como parte de la cultura empresarial.

Jacob, Yu y Chavez (2016), concluyeron que la comunicación interna permite integrar la cadena de suministro, a través de la satisfacción de los trabajadores, lo cual contribuye en la incorporación interna y externa de la cadena de suministro.

Thunberg, Rudberg y Gustavsson (2017) concluyeron que la falta de orientación en la cadena de suministro genera problemas, siendo necesario indagar el origen de los mismos. Asimismo, la teoría de restricciones de Goldratt (citado por Flores, 2004) menciona que, para desarrollar una solución a un alto nivel en la organización, se debe empezar identificando la restricción (el problema o cuello de botella) y establecer una decisión de mejora.

Delgado y Nuñez (2015) evidenciaron que la falta de un plan ordenado de la comunicación interna genera un entorno de trabajo desfavorable en los diferentes procesos de la empresa.

## V. CONCLUSIONES

- 5.1. Se determinó que la cadena de suministro tiene relación positiva muy fuerte con la comunicación interna, con un Rho Spearman de 0,895.
- 5.2. Se determinó que la cadena de suministro tiene relación positiva muy fuerte con el impulso de la comunicación interna, con un Rho Spearman de 0,812.
- 5.3. Se determinó que la cadena de suministro tiene relación positiva considerable con la innovación de la comunicación interna, con un Rho Spearman de 0,686.
- 5.4. Se determinó que la cadena de suministro tiene relación positiva muy fuerte con la implicación de la comunicación interna, con un Rho Spearman de 0,859.
- 5.5. Se determinó que la cadena de suministro tiene relación positiva muy fuerte con la información de la comunicación interna, con un Rho Spearman de 0,796.
- 5.6. Se determinó que la cadena de suministro tiene relación positiva considerable con la identidad de la comunicación interna, con un Rho Spearman de 0,615.

## VI. RECOMENDACIONES

- 6.1. Definida la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna se sugiere establecer una comunicación horizontal que permita la integración de las áreas involucradas en el sistema de la cadena de suministro, logrando que haya una comunicación eficaz, alcanzando el éxito de sus operaciones al crear el valor deseado por el cliente.
- 6.2. Se recomienda a la dirección impulsar la comunicación interna entre las diferentes áreas que integran la cadena de suministros, orientando a sus trabajadores hacia el logro de objetivos y generando que cada integrante de la misma, pueda ser autónomo y asertivo en sus decisiones, dando respuestas inmediatas a las necesidades o requerimientos del cliente y según la cultura organizacional.
- 6.3. Se recomienda desarrollar sistemas de información que permitan intercambiar datos en el menor tiempo posible y de forma confiable, racionalizando los diferentes procedimientos de la cadena de suministros, simplificando las funciones de los trabajadores de las diferentes áreas.
- 6.4. Se recomienda implicar al personal en los objetivos organizacionales, mediante la capacitación constante respecto al giro del negocio, las políticas organizacionales y la mejora en el cumplimiento de funciones, orientando al personal al desarrollo óptimo de sus funciones y como consecuencia evitando fallas en alguno de los eslabones de la cadena de suministros, cumpliendo con la entrega del producto final en las condiciones deseadas por el cliente.
- 6.5. Se recomienda dar relevancia a la generación de un flujo rápido de información entre las diferentes áreas que integran la cadena de suministro (internamente como externamente), ya que actualmente existen puntos débiles en cuanto a tiempo de respuesta para solicitudes de información respecto a trámites de registro de los vehículos (trimotos).
- 6.6. Se recomienda a la dirección hacer posible que, las diferentes áreas asuman los valores organizacionales logrando identificarse con la empresa, siendo necesario su liderazgo y motivación hacia los trabajadores, por mejorar su calidad en el trabajo y maximizar el valor agregado a lo largo de la cadena de suministro.

## REFERENCIAS

- Altez, C. (2017). *La Gestión de la Cadena de Suministro: El Modelo SCOR en el Análisis de la Cadena de Suministro de una PYME de Confección de Ropa Industrial en Lima Este Caso de Estudio: RIALS E.I.R.L* (Tesis de pregrado). Recuperado de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9143/Altez\\_Cárdenas\\_Gestión\\_cadena\\_suministro.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9143/Altez_Cárdenas_Gestión_cadena_suministro.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arbaiza, L. (2010). *Comportamiento organizacional: bases y fundamentos*. Buenos Aires, Argentina: Cengage Learning.
- Arru, M. (2014, 12 de marzo). Comunicación interna, una oportunidad de mejora para la empresa. *América economía*. Recuperado de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/comunicacion-interna-una-oportunidad-de-mejora-para-la-empresa>
- Asmat, D., Lama, A. y Padilla, D. (2018). *Diagnóstico, Análisis y Propuesta de Mejora en la Gestión de la Cadena de Suministro, Estudio del Caso de la Empresa Coperinsa* (Tesis de pregrado). Recuperado de [http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13227/Asmat%20Cruz\\_Lama%20Flores\\_Padilla%20García\\_Diagnóstico\\_análisis\\_propuesta1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13227/Asmat%20Cruz_Lama%20Flores_Padilla%20García_Diagnóstico_análisis_propuesta1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ballou, R. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=ii5xqLQ5VLgC&lpg=PA752&dq=MODELO%20SCOR%20Cadena%20de%20suministro&pg=PA753#v=onepage&q=MODELO%20SCOR%20Cadena%20de%20suministro&f=false>
- Bayón, F. (2008). *Organizaciones y Recursos Humanos*. Madrid, España: Editorial Síntesis



- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=h4X\\_eFai59oC&lpg=PA164&dq=definicion%20de%20poblacion%20metodologia%20de%20investigacion&pg=PA164#v=onepage&q=poblaci%C3%B3n&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&lpg=PA164&dq=definicion%20de%20poblacion%20metodologia%20de%20investigacion&pg=PA164#v=onepage&q=poblaci%C3%B3n&f=false)
- Caja, A. (2018). *Cómo hacer de la cadena de suministro un centro de valor*. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=\\_DN8DwAAQBAJ&lpg=PA1&dq=estrategia%20en%20la%20cadena%20de%20suministro&pg=PA17#v=onepage&q=estrategia%20en%20la%20cadena%20de%20suministro&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=_DN8DwAAQBAJ&lpg=PA1&dq=estrategia%20en%20la%20cadena%20de%20suministro&pg=PA17#v=onepage&q=estrategia%20en%20la%20cadena%20de%20suministro&f=false)
- Carneiro, M. (2004). *La responsabilidad social corporativa interna: la nueva frontera de los Recursos Humanos*. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=FpPDPz5\\_Q4gC&lpg=PA121&dq=proveedor%20definicion&pg=PA121#v=onepage&q=proveedor%20definicion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=FpPDPz5_Q4gC&lpg=PA121&dq=proveedor%20definicion&pg=PA121#v=onepage&q=proveedor%20definicion&f=false)
- Carrillo, S., Franco, U., Sifuentes, V. y Vilanova N. (2014, 06 de junio). Comunicación interna. *Info capital humano*. Recuperado de <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/informes/comunicacion-interna-que-están-haciendo-ahora-las-empresas/>
- Charry, H. (2017). *Gestión de la Comunicación Interna y su Relación con el Clima Organizacional* (Tesis de maestría). Recuperado de [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6743/Charry\\_ch.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/cybertesis/6743/Charry_ch.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chopra, S. y Meindl P. (2013). *Administración de la cadena de suministro: Estrategia, planeación y operación*. (5.<sup>a</sup> ed.). México: Pearson Educación.

- De la Fuente, G. y Gil, M. (2004). *Los sistemas de información en la sociedad del conocimiento*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=94sv48wCJAMC&lpg=PA35&dq=sistema%20de%20informacion%20definicion&pg=PA35#v=onepage&q=sistema%20de%20informacion%20definicion&f=false>
- Delgado, J. y Núñez, G. (2015). *El Rol de la Comunicación Interna en la Gestión del Cambio Organizacional: Evidencia de una Empresa Transnacional del Sector de Energía en el Perú* (Tesis de maestría). Recuperado de [http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1730/Jackeline\\_Tesis\\_Maestria\\_2015.pdf?sequence=3&isAllowed=y](http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1730/Jackeline_Tesis_Maestria_2015.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Díaz, H., García, R. y Porcell, N. (2008). Las PyMES: costos en la cadena de abastecimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (63), 5-21. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20611455002>
- Edgar, R. y Edgar, R. (2009). *Cadena de abastecimiento. Gestión de entornos competitivos*. Lima, Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Estaun, M. (2018, 31 de diciembre). La Cadena de Gestión de Suministro (SCM): qué es y cuáles son las ventajas que ofrece. *Escuela de Negocios de la Innovación y los Emprendedores*. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/cadena-gestion-suministro-negocios-internacionales/>
- Fernández, V. (2010). *Desarrollo de Sistemas de Información: una metodología basada en el modelado*. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=Sqm7jNZS\\_L0C&lpg=PA1&dq=sistemas%20de%20informacion&pg=PA11#v=onepage&q=sistemas%20de%20informacion&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Sqm7jNZS_L0C&lpg=PA1&dq=sistemas%20de%20informacion&pg=PA11#v=onepage&q=sistemas%20de%20informacion&f=false)
- Díez, S. (2006). *Técnicas de comunicación: la comunicación en la empresa*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=IW6-sADnRZMC&pg=PA15&dq=comunicacion+horizontal&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjKt5yx2onmAhUNpFkKHZR5A4kQ6AEIODAC#v=onepage&q=comunicacion%20horizontal&f=false>

- Gibson, J., Ivancevich, J., Donnelly, J. y Konopaske, R. (2013). *Organizaciones, comportamiento, estructura y procesos*. México: McGraw-Hill.
- Griffin, R. y Moorhead, G. (2009). *Comportamiento organizacional*. (9.<sup>a</sup> ed.). México: Cengage Learning.
- Jacobs, M. A., Yu, W., & Chavez, R. (2016). *The effect of internal communication and employee satisfaction on supply chain integration*. *International Journal of Production Economics*, 171, 60. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1747608898?accountid=37408>
- Hassan, A. (2014, 07 de mayo). Gestión de la cadena de suministros. *Gestiopolis*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-cadena-de-suministros/>
- Hernández, G. (2014). *Diagnóstico de comunicación interna del Secretariado de ONGs Internacionales en Nicaragua, durante julio y agosto 2014* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uca.edu.ni/2794/1/UCANI3983.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. (6.<sup>a</sup> ed.). México: McGraw-Hill.
- Hitpass, B. (2017). *BPM: Business Process Management: Fundamentos y conceptos de implementación*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=Dm4-MGAY5vMC&lpg=PP1&dq=business%20process%20management&pg=PP1#v=onepage&q=business%20process%20management&f=false>
- Huamanchumo, H. y Rodríguez, J. (2015). *Metodología de investigación de las organizaciones*. Lima, Perú: Summit.
- Iglesias, A. (2010). *La gestión de la cadena de suministro*. Madrid, España: ESIC EDITORIAL.
- Ivancevich, J., Konopaske, R. y Matteson, M. (2012). *Comportamiento organizacional*. (7.<sup>a</sup> ed.). México: McGraw-Hill.
- Linares, N. (2015). *Relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Fito Pan S.R.L. de la ciudad de Trujillo - 2014* (Tesis de pregrado). Recuperado de

[http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2066/linaresaguilar\\_nelly.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2066/linaresaguilar_nelly.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Manuel, M. (2017, 20 de octubre). Planificación de la cadena de suministros: desde el S&OP hasta el IBP. *Conexionesan*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2017/10/20/la-planificacion-de-la-cadena-de-suministros/>

Manzano, C. (2017). *La cadena de suministros en el área de comercialización y su impacto en la rentabilidad de la empresa Rectima Industry de la ciudad de Ambato* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/24797/3/T3894M.pdf>

Medios y canales para la comunicación interna corporativa. (2017, 13 de enero). Recuperado de <https://www.eae.es/actualidad/noticias/medios-y-canales-para-la-comunicacion-interna-corporativa>

Muñoz B. (2005). *Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=AUpBFhMS9J8C>

Peñaranda, M. y Sánchez, V. (2018). *Análisis de la incidencia de la comunicación interna en el desarrollo y productividad de los procesos administrativos en Franquicias El Sándwich Cubano Ltda.* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/10409/5/T08029.pdf>

Ponsot, E. (2008). El estudio de inventarios en la cadena de suministros: Una mirada desde el subdesarrollo. *Actualidad Contable Faces*, 11 (17), 82-94. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=25711784008>

Ramírez, C. (2013). *Fundamentos de la administración*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=zXs5DwAAQBAJ&lpg=PP1&dq=que%20es%20dirigir%20en%20administracion%20pdf&pg=PA23#v=onepage&q=dirigir&f=false>

Rengifo, M. (2017). *Caracterización de la cadena de suministro primaria del sector minero aurífero en la región centro de Colombia y diseño de una propuesta para la mejora de su gestión* (Tesis de maestría). Recuperado de

[http://repositorio.unibague.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12313/61/1/Tesis%20Maestría\\_MGI\\_MEmmaR.pdf](http://repositorio.unibague.edu.co/jspui/bitstream/20.500.12313/61/1/Tesis%20Maestría_MGI_MEmmaR.pdf)

Rojas, M. (2014). *Gestión de Cadena de Suministro en Empresas del Sector Petroquímico* (Tesis de maestría). Recuperado de [http://tesis.luz.edu.ve/tde\\_arquivos/119/TDE-2015-07-07T10:34:38Z-5945/Publico/rojas\\_miguel.pdf](http://tesis.luz.edu.ve/tde_arquivos/119/TDE-2015-07-07T10:34:38Z-5945/Publico/rojas_miguel.pdf)

Slone, R., Dittman, P. y Mentzer, J. (2011). *Transformando la cadena de suministro: Innovando para la creación de valor en todos los procesos críticos*. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=P6SNM1o\\_0x8C&lpg=PP1&pg=PA41#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=P6SNM1o_0x8C&lpg=PP1&pg=PA41#v=onepage&q&f=false)

Socorro, F. (2003,20 de marzo). Identificación y compromiso laboral con la empresa. *Gestiopolis*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/identificacion-compromiso-laboral-empresa/>

Stephen, R. y Timothy J. (2013). *Comportamiento organizacional*. (15.<sup>a</sup> ed.). México: Pearson

Zsidisin, G. A., Hartley, J. L., Bernardes, E. S., & Saunders, L. W. (2015). *Examining supply market scanning and internal communication climate as facilitators of supply chain integration*. *Supply Chain Management*, 20(5), 549-560. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/SCM-10-2014-0364>



RUC: 20565626567

**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Lima, 26 de noviembre del 2019

Señor(es)

Universidad César Vallejo – Sede Lima Norte

De mi mayor consideración

CORPORACIÓN CREDIKORD S.A.C., con RUC 20565626567 autorizó a: Clarha Vicky Raymundo Maslucán, identificado con DNI 70781082, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Administración, para que realice las investigaciones pertinentes para desarrollar la tesis titulada: Cadena de suministro y comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

Por medio de la presente, se deja constancia de lo antes señalado.

Atentamente,

  
CORPORACION CREDIKORD S.A.C.  
FRANCO D. RAMIREZ VEGA  
GERENTE GENERAL

**CORPORACIÓN CREDIKORD S.A.C. LIMA - PERÚ**

Av. Universitaria Norte #6528 Comas - Lima  
Ofic.: (01) 536 2771 Cel.: 983 284 636  
dante.ramirez@credikord.com

MOTOS  
MOTOKAR  
MOTOCICLETAS  
MOTO FURGON

 Corporación Credikord  ventas@credikord.com  www.credikord.com

## Instrumento de recolección de datos

### “CADENA DE SUMINISTRO Y COMUNICACIÓN INTERNA EN CORPORACIÓN CREDIKORD S.A.C., LIMA 2019”

**OBJETIVO:** Determinar la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.

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

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1	2	3	4	5

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
		N	CN	AV	CS	S
1	El proceso de selección de proveedores es la más acertada.					
2	La información compartida mediante el proceso de abastecimiento de pedidos es eficiente.					
3	Considera usted que el sistema de transporte utilizado, le permite tener la capacidad para atender de forma adecuada a sus clientes.					
4	Considera que la capacidad actual de almacenaje permite ofrecer una respuesta inmediata a una demanda puntual.					
5	El inventario disponible mantiene un equilibrio idóneo para cubrir las expectativas de demanda.					
6	Se realiza una planificación de la demanda para obtener una visión de los requerimientos del mercado.					
7	Considera que se realiza la medición de los costos de forma eficiente durante el proceso de abastecimiento de pedidos.					
8	Estima que los precios establecidos le permiten generar ingresos que cubran la demanda del proceso.					
9	Considera que el ciclo de procesamiento de un pedido es eficiente.					
10	La red de distribución aplicada permite brindar un buen nivel de servicio.					
11	Estima que los pedidos se entregan en el momento preciso y sin ningún tipo de incidencia.					
12	La gerencia impulsa la comunicación entre las áreas.					
13	Considera que la gerencia promueve la intervención de las diferentes áreas en el proceso de toma de decisiones.					
14	Se fomenta la formación de una cultura de trabajo de apoyo y el intercambio de conocimientos.					
15	Estima que los canales de comunicación utilizados se adaptan a las necesidades de la organización.					
16	Cree que los medios de comunicación empleados, permiten lograr relaciones efectivas entre las diferentes áreas.					
17	El intercambio de información entre las áreas es mediante tecnologías de información (los sistemas de tele-conferencia, los sistemas de transferencia y recuperación de información, así como los sistemas de procesamiento personal de información).					
18	Se promueve una comprensión clara y compartida de los procesos.					
19	Considera que el personal participa de las actividades de la empresa (desde las capacitaciones a reuniones sociales).					
20	Estima que la delegación de responsabilidades y funciones facilita la comunicación.					
21	Cuando se establecen relaciones e intercambio de información con el cliente, considera que la percepción lograda es positiva.					
22	Los canales de información utilizados ha generado conflictos laborales.					
23	Se ha identificado carencias o dificultades en la red formal de información creados por la empresa.					
24	Considera que la comunicación contribuye a que los colaboradores asuman los valores organizacionales.					
25	Se crea un lugar de trabajo donde todos los trabajadores dirijan sus esfuerzos a alcanzar los mismos objetivos, a través de una dirección clara en las actividades cotidianas.					
26	Se capacita a los empleados para tomar mejores decisiones, alineadas con el cumplimiento de los objetivos de negocio a largo plazo.					

**Gracias por su colaboración**

CADENA DE SUMINISTRO Y COMUNICACIÓN INTERNA EN CORPORACIÓN CREDIKORD S.A.C., LIMA 2019.							
OBJETO DE ESTUDIO	PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	MÉTODO	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO
CORPORACIÓN CREDIKORD S.A.C.	¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019?	Determinar la relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	Existe relación entre la cadena de suministro y la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	VARIABLE 1: CADENA DE SUMINISTRO	Estrategia	La investigación es de método deductivo	1. Población= 60 colaboradores de Corporación Credikord S.A.C. 2. Muestra= muestra censal
	<b>ESPECIFICOS</b>	<b>ESPECÍFICOS</b>	<b>ESPECÍFICOS</b>		Planeación		
	¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019?	Determinar la relación entre la Cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	Existe relación entre la Cadena de suministro y el impulso de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.		Operación	Cuantitativa	
						<b>TIPO</b>	<b>TÉCNICA</b>
	¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019?	Determinar la relación entre la Cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	Existe relación entre la Cadena de suministro y la innovación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	VARIABLE 2: COMUNICACIÓN INTERNA	Impulso	Descriptivo - correlacional	Encuesta con escala tipo Likert
					Innovación		
	¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019?	Determinar la relación entre la cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	Existe relación entre la Cadena de suministro y la implicación de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.				
	¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019?	Determinar la relación entre la cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	Existe la relación entre la Cadena de suministro y la información de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	DATOS Implicación Información		<b>DISEÑO</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
¿Cuál es la relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019?	Determinar relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	Existe relación entre la cadena de suministro y la identidad de la comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima 2019.	Identidad		No experimental <b>FIGURA</b> 	Cuestionario de 26 ítems	


Fuente: Elaboración propia



**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación:		Cadena de suministro y comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima - Año 2019					
Apellidos y nombres del investigador:		Raymundo Maslucán, Clarha Vicky					
Apellidos y nombres del experto:		Dr. Alva Arco, Rosel César					
		ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO	
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
CADENA DE SUMINISTRO	ESTRATEGIA	PROVEEDORES	El proceso de selección de proveedores es la más acertada.	N= NUNCA	✓		
		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	La información compartida mediante el proceso de abastecimiento de pedidos es eficiente.		✓		
		TRANSPORTE	Considera usted que el sistema de transporte utilizado, le permite tener la capacidad para atender de forma adecuada a sus clientes.		✓		
		ALMACÉN	Considera que la capacidad actual de almacenaje permite ofrecer una respuesta inmediata a una demanda puntual.		✓		
	PLANEACIÓN	INVENTARIO	El inventario disponible mantiene un equilibrio idóneo para cubrir las expectativas de demanda.	CN = CASI NUNCA	✓		
		DEMANDA	Se realiza una planificación de la demanda para obtener una visión de los requerimientos del mercado.		✓		
		COSTOS	Considera que se realiza la medición de los costos de forma eficiente durante el proceso de abastecimiento de pedidos.		✓		
	OPERACIÓN	PRECIOS	Estima que los precios establecidos le permiten generar ingresos que cubran la demanda del proceso.	AV = A VECES	✓		
		GESTIÓN DE PEDIDOS	Considera que el ciclo de procesamiento de un pedido es eficiente.		✓		
DISTRIBUCIÓN		La red de distribución aplicada permite brindar un buen nivel de servicio.	✓				
COMUNICACIÓN INTERNA	IMPULSO	ENTREGA	Estima que los pedidos se entregan en el momento preciso y sin ningún tipo de incidencia.	SI = SIEMPRE	✓		
		PROCESO DE DIRIGIR	La gerencia impulsa la comunicación entre las áreas.		✓		
		TOMA DE DECISIONES	Considera que la gerencia promueve la intervención de las diferentes áreas en el proceso de toma de decisiones.		✓		
	INNOVACIÓN	CULTURA EMPRESARIAL	Se fomenta la formación de una cultura de trabajo de apoyo y el intercambio de conocimientos.	CS = CASI SIEMPRE	✓		
		CANALES	Estima que los canales de comunicación utilizados se adaptan a las necesidades de la organización.		✓		
		MEDIOS	Cree que los medios de comunicación empleados, permiten lograr relaciones efectivas entre las diferentes áreas.		✓		
	IMPLICACIÓN	NTEROPERATIVIDAD	El intercambio de información entre las áreas es mediante tecnologías de información (los sistemas de teleconferencia, los sistemas de transferencia y recuperación de información, así como los sistemas de procesamiento personal de información).	SI = SIEMPRE	✓		
		IDENTIFICACIÓN	Se promueve una comprensión clara y compartida de los procesos.		✓		
		PARTICIPACIÓN	Considera que el personal participa de las actividades de la empresa (desde las capacitaciones a reuniones sociales).		✓		
	INFORMACIÓN	DELEGACIÓN	Estima que la delegación de responsabilidades y funciones facilita la comunicación.	SI = SIEMPRE	✓		
		PERCEPCIÓN	Cuando se establecen relaciones e intercambio de información con el cliente, considera que la percepción lograda es positiva.		✓		
		RIESGOS	Los canales de información utilizados ha generado conflictos laborales.		✓		
IDENTIDAD	REDES	Se ha identificado carencias o dificultades en la red formal de información creados por la empresa.	SI = SIEMPRE	✓			
	VALORES	Considera que la comunicación contribuye a que los colaboradores asuman los valores organizacionales.		✓			
	ESTILO ORGANIZATIVO	Se crea un lugar de trabajo donde todos los trabajadores dirijan sus esfuerzos a alcanzar los mismos objetivos, a través de una dirección clara en las actividades cotidianas.		✓			
Firma del experto				Fecha 07/06/2019			


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

Título de la investigación:		Cadena de suministro y comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima - Año 2019						
Apellidos y nombres del investigador:		Raymundo Maslucán, Clarha Vicky						
Apellidos y nombres del experto:		Dr. CARRANZA ESTELA TEDORO						
		ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM (PREGUNTA)	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
CADENA DE SUMINISTRO	ESTRATEGIA	PROVEEDORES	El proceso de selección de proveedores es la más acertada.	N= NUNCA	✓			
		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	La información compartida mediante el proceso de abastecimiento de pedidos es eficiente.		✓			
		TRANSPORTE	Considera usted que el sistema de transporte utilizado, le permite tener la capacidad para atender de forma adecuada a sus clientes.		✓			
		ALMACÉN	Considera que la capacidad actual de almacenaje permite ofrecer una respuesta inmediata a una demanda puntual.		✓			
	PLANEACIÓN	INVENTARIO	El inventario disponible mantiene un equilibrio idóneo para cubrir las expectativas de demanda.	CN =CASI NUNCA	✓			
		DEMANDA	Se realiza una planificación de la demanda para obtener una visión de los requerimientos del mercado.		✓			
		COSTOS	Considera que se realiza la medición de los costos de forma eficiente durante el proceso de abastecimiento de pedidos.		✓			
		PRECIOS	Estima que los precios establecidos le permiten generar ingresos que cubran la demanda del proceso.		✓			
	OPERACIÓN	GESTIÓN DE PEDIDOS	Considera que el ciclo de procesamiento de un pedido es eficiente.	AV = A VECES	✓			
		DISTRIBUCIÓN	La red de distribución aplicada permite brindar un buen nivel de servicio.		✓			
ENTREGA		Estima que los pedidos se entregan en el momento preciso y sin ningún tipo de incidencia.	✓					
COMUNICACIÓN INTERNA	IMPULSO	PROCESO DE DIRIGIR	La gerencia impulsa la comunicación entre las áreas.	CS= CASI SIEMPRE	✓			
		TOMA DE DECISIONES	Considera que la gerencia promueve la intervención de las diferentes áreas en el proceso de toma de decisiones.		✓			
		CULTURA EMPRESARIAL	Se fomenta la formación de una cultura de trabajo de apoyo y el intercambio de conocimientos.		✓			
	INNOVACIÓN	CANALES	Estima que los canales de comunicación utilizados se adaptan a las necesidades de la organización.		✓			
		MEDIOS	Cree que los medios de comunicación empleados, permiten lograr relaciones efectivas entre las diferentes áreas.		✓			
		INTEROPERATIVIDAD	El intercambio de información entre las áreas es mediante tecnologías de información (los sistemas de teleconferencia, los sistemas de transferencia y recuperación de información, así como los sistemas de procesamiento personal de información).		✓			
	IMPLICACIÓN	IDENTIFICACIÓN	Se promueve una comprensión clara y compartida de los procesos.		S= SIEMPRE	✓		
		PARTICIPACIÓN	Considera que el personal participa de las actividades de la empresa (desde las capacitaciones a reuniones sociales).			✓		
		DELEGACIÓN	Estima que la delegación de responsabilidades y funciones facilita la comunicación.			✓		
	INFORMACIÓN	PERCEPCIÓN	Cuando se establecen relaciones e intercambio de información con el cliente, considera que la percepción lograda es positiva.			✓		
		RIESGOS	Los canales de información utilizados ha generado conflictos laborales.			✓		
		REDES	Se ha identificado carencias o dificultades en la red formal de información creados por la empresa.			✓		
	IDENTIDAD	VALORES	Considera que la comunicación contribuye a que los colaboradores asuman los valores organizacionales.			✓		
ESTILO ORGANIZATIVO		Se crea un lugar de trabajo donde todos los trabajadores dirijan sus esfuerzos a alcanzar los mismos objetivos, a través de una dirección clara en las actividades cotidianas.	✓					
MODUS OPERANDI		Se capacita a los empleados para tomar mejores decisiones, alineadas con el cumplimiento de los objetivos de negocio a largo plazo.	✓					
Firma del experto				Fecha 07/06/2019				

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

Título de la investigación:		Cadena de suministro y comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima - Año 2019						
Apellidos y nombres del investigador:		Raymundo Mastucán, Clarha Vicky						
Apellidos y nombres del experto:		MBA. Barca Barrientos, Jesús ENRIQUE						
ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
CADENA DE SUMINISTRO	ESTRATEGIA	PROVEEDORES	El proceso de selección de proveedores es la más acertada.	N= NUNCA	<input checked="" type="checkbox"/>			
		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	La información compartida mediante el proceso de abastecimiento de pedidos es eficiente.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		TRANSPORTE	Considera usted que el sistema de transporte utilizado, le permite tener la capacidad para atender de forma adecuada a sus clientes.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		ALMACÉN	Considera que la capacidad actual de almacenaje permite ofrecer una respuesta inmediata a una demanda puntual.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	PLANEACIÓN	INVENTARIO	El inventario disponible mantiene un equilibrio idóneo para cubrir las expectativas de demanda.	C= CASI NUNCA	<input checked="" type="checkbox"/>			
		DEMANDA	Se realiza una planificación de la demanda para obtener una visión de los requerimientos del mercado.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		COSTOS	Considera que se realiza la medición de los costos de forma eficiente durante el proceso de abastecimiento de pedidos.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	OPERACIÓN	PRECIOS	Estima que los precios establecidos le permiten generar ingresos que cubran la demanda del proceso.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		GESTIÓN DE PEDIDOS	Considera que el ciclo de procesamiento de un pedido es eficiente.	AV = A VECES	<input checked="" type="checkbox"/>			
		DISTRIBUCIÓN	La red de distribución aplicada permite brindar un buen nivel de servicio.		<input checked="" type="checkbox"/>			
ENTREGA	Estima que los pedidos se entregan en el momento preciso y sin ningún tipo de incidencia.	<input checked="" type="checkbox"/>						
COMUNICACIÓN INTERNA	IMPULSO	PROCESO DE DIRIGIR	La gerencia impulsa la comunicación entre las áreas.	C= CASI SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>			
		TOMA DE DECISIONES	Considera que la gerencia promueve la intervención de las diferentes áreas en el proceso de toma de decisiones.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		CULTURA EMPRESARIAL	Se fomenta la formación de una cultura de trabajo de apoyo y el intercambio de conocimientos.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	INNOVACIÓN	CANALES	Estima que los canales de comunicación utilizados se adaptan a las necesidades de la organización.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		MEDIOS	Cree que los medios de comunicación empleados, permiten lograr relaciones efectivas entre las diferentes áreas.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	IMPLICACIÓN	NTEROPERATIVIDAD	El intercambio de información entre las áreas es mediante tecnologías de información (los sistemas de teleconferencia, los sistemas de transferencia y recuperación de información, así como los sistemas de procesamiento personal de información).		<input checked="" type="checkbox"/>			
		IDENTIFICACIÓN	Se promueve una comprensión clara y compartida de los procesos.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		PARTICIPACIÓN	Considera que el personal participa de las actividades de la empresa (desde las capacitaciones a reuniones sociales).		<input checked="" type="checkbox"/>			
		DELEGACIÓN	Estima que la delegación de responsabilidades y funciones facilita la comunicación.		<input checked="" type="checkbox"/>			
	INFORMACIÓN	PERCEPCIÓN	Cuando se establecen relaciones e intercambio de información con el cliente, considera que la percepción lograda es positiva.		S= SIEMPRE	<input checked="" type="checkbox"/>		
		RIESGOS	Los canales de información utilizados ha generado conflictos laborales.			<input checked="" type="checkbox"/>		
	IDENTIDAD	REDES	Se ha identificado carencias o dificultades en la red formal de información creados por la empresa.		<input checked="" type="checkbox"/>			
		VALORES	Considera que la comunicación contribuye a que los colaboradores asuman los valores organizacionales.		<input checked="" type="checkbox"/>			
ESTILO ORGANIZATIVO		Se crea un lugar de trabajo donde todos los trabajadores dirijan sus esfuerzos a alcanzar los mismos objetivos, a través de una dirección clara en las actividades cotidianas.	<input checked="" type="checkbox"/>					
MODUS OPERANDI		Se capacita a los empleados para tomar mejores decisiones, alineadas con el cumplimiento de los objetivos de negocio a largo plazo.	<input checked="" type="checkbox"/>					
Firma del experto			Barca Barrientos	Fecha	07/06/2019			

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

Título de la investigación: Cadena de suministro y comunicación interna en Corporación Credikord S.A.C., Lima - Año 2019								
Apellidos y nombres del investigador: Raymundo Maslucán, Clarha Vicky								
Apellidos y nombre del experto: <i>MATR CASMA FAROTE, CARLOS ANTONIO</i>								
ASPECTO POR EVALUAR						OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM (PREGUNTA)	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
CADENA DE SUMINISTRO	ESTRATEGIA	PROVEEDORES	El proceso de selección de proveedores es la más acertada.	Nº NUNCA	✓			
		SISTEMAS DE INFORMACIÓN	La información compartida mediante el proceso de abastecimiento de pedidos es eficiente.		✓			
		TRANSPORTE	Considera usted que el sistema de transporte utilizado, le permite tener la capacidad para atender de forma adecuada a sus clientes.		✓			
		ALMACÉN	Considera que la capacidad actual de almacenaje permite ofrecer una respuesta inmediata a una demanda puntual.		✓			
	PLANEACIÓN	INVENTARIO	El inventario disponible mantiene un equilibrio idóneo para cubrir las expectativas de demanda.	Casi NUNCA	✓			
		DEMANDA	Se realiza una planificación de la demanda para obtener una visión de los requerimientos del mercado.		✓			
		COSTOS	Considera que se realiza la medición de los costos de forma eficiente durante el proceso de abastecimiento de pedidos.		✓			
		PRECIOS	Estima que los precios establecidos le permiten generar ingresos que cubran la demanda del proceso.		✓			
	OPERACIÓN	GESTIÓN DE PEDIDOS	Considera que el ciclo de procesamiento de un pedido es eficiente.	A VECES	✓			
		DISTRIBUCIÓN	La red de distribución aplicada permite brindar un buen nivel de servicio.		✓			
		ENTREGA	Estima que los pedidos se entregan en el momento preciso y sin ningún tipo de incidencia.		✓			
	COMUNICACIÓN INTERNA	IMPULSO	PROCESO DE DIRIGIR	La gerencia impulsa la comunicación entre las áreas.	Casi SIEMPRE	✓		
TOMA DE DECISIONES			Considera que la gerencia promueve la intervención de las diferentes áreas en el proceso de toma de decisiones.	✓				
CULTURA EMPRESARIAL			Se fomenta la formación de una cultura de trabajo de apoyo y el intercambio de conocimientos.	✓				
INNOVACIÓN		CANALES	Estima que los canales de comunicación utilizados se adaptan a las necesidades de la organización.	✓				
		MEDIOS	Cree que los medios de comunicación empleados, permiten lograr relaciones efectivas entre las diferentes áreas.	✓				
		INTEROPERATIVIDAD	El intercambio de información entre las áreas es mediante tecnologías de información (los sistemas de teleconferencia, los sistemas de transferencia y recuperación de información, así como los sistemas de procesamiento personal de información).	✓				
IMPLICACIÓN		IDENTIFICACIÓN	Se promueve una comprensión clara y compartida de los procesos.	✓				
		PARTICIPACIÓN	Considera que el personal participa de las actividades de la empresa (desde las capacitaciones a reuniones sociales).	✓				
		DELEGACIÓN	Estima que la delegación de responsabilidades y funciones facilita la comunicación.	✓				
INFORMACIÓN		PERCEPCIÓN	Cuando se establecen relaciones e intercambio de información con el cliente, considera que la percepción lograda es positiva.	SI SIEMPRE		✓		
		RIESGOS	Los canales de información utilizados ha generado conflictos laborales.			✓		
		REDES	Se ha identificado carencias o dificultades en la red formal de información creados por la empresa.			✓		
IDENTIDAD		VALORES	Considera que la comunicación contribuye a que los colaboradores asuman los valores organizacionales.	✓				
		ESTILO ORGANIZATIVO	Se crea un lugar de trabajo donde todos los trabajadores dirijan sus esfuerzos a alcanzar los mismos objetivos, a través de una dirección clara en las actividades cotidianas.	✓				
		MODOS OPERANDI	Se capacita a los empleados para tomar mejores decisiones, alineadas con el cumplimiento de los objetivos de negocio a largo plazo.	✓				
Firma del experto 			Fecha 07/06/2019 <i>7/6/19</i>					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, son el producto, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.