



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS MICRO Y  
PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO FERRETERÍA: CASO  
EMPRESA FERRETERÍA ROMAR S.C.R.L., DISTRITO SAN  
JUAN BAUTISTA, AYACUCHO 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA

**MOLINA BAUTISTA, WENDY KAREN  
ORCID: 0000-0001-6758-933x**

ASESOR

**MGTR.CHUCHÓN HUAMANÍ, ARTURO  
ORCID: 0000-0002-3426-6742**

**AYACUCHO – PERÚ  
2020**

## **2. EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTORA**

Molina Bautista, Wendy Karen

ORCID: 0000-0001-6758-933x

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, estudiante de Pregrado,  
Ayacucho, Perú

### **ASESOR**

Mgtr. Chuchón Huamaní, Arturo

ORCID: 0000-0002-3426-6742

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Ayacucho, Perú

### **JURADO**

Mgtr. Berrocal Chillce, Judith

ORCID: 0000-0002-8569-9824

Mgtr. Jáuregui Prado, Alcides

ORCID: 0000-0002-6611-9894

Mgtr. Tipe Herrera, Carlos

ORCID: 0000-0003-4439-1448

### 3. HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

.....

Mg. JAUREGUI PRADO, Alcides

Miembro

ORCID: 0000-0002-6611-9480

.....

Mg. TIPE HERRERA, Carlos Celso

Miembro

ORCID: 0000-0003-4439-1448

.....

Mg. BERROCAL CHILLCE, Judith

Presidenta

ORCID: 0000-0002-9569-9824

.....

Mg. CHUCHÓN HUAMANÍ, Arturo

Asesor

ORCID: 0000-0002-3426-6742

#### **4. HOJA DE AGRADECIMIENTO Y/ O DEDICATORIA**

Al ser divino llamado DIOS quien siempre me ilumina desde arriba, y a mis seres queridos mis padres quienes me apoyan para lograr todos mis objetivos, dándome todo su cariño puro.

## 5. RESUMEN

En la actualidad las micro y pequeña empresa ayacuchana, presenta una falta de comunicación organizacional debido a la carencia de innovación y creatividad tecnológica, para su posicionamiento en el mercado lo cual garantizaría su crecimiento y desarrollo para competir con otras empresas, por lo que resulta muy importante su estudio en nuestra región. En esta investigación se planteó el siguiente enunciado ¿cómo es la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, distrito san juan bautista, Ayacucho,2019? el objetivo general: describir la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2019. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, de nivel de investigación descriptiva y de diseño de investigación no experimental. Se obtuvo como población a 12 trabajadores de la ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista. Para la recolección de datos, se usó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Los resultados muestran que el 67% de los encuestados mencionan que sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje, el 58% de los encuestados mencionan que utilizan folletos como medio de comunicación y el 25% de los encuestados mencionan que la forma en que se comunican los jefes con los trabajadores es buena. Se llegó a la conclusión que la comunicación organizacional en el rubro de ferreterías del distrito san juan bautista es eficiente y buena.

**Palabras claves:** comunicación organizacional, micro y pequeñas empresas

## 6. ABSTRACT

Currently, the small and micro-business in Ayacucho, presents a lack of organizational communication due to the lack of innovation and technological creativity, for its positioning in the market which would guarantee its growth and development to compete with other companies, making it very its study in our region is important. In this investigation, the following statement was presented: how is organizational communication in micro and small companies in the hardware sector, district of San Juan Bautista, Ayacucho, 2019? Having as general objective: to describe the organizational communication in the micro and small companies of the hardware sector of the San Juan district Bautista, Ayacucho, 2019. The methodology used was of a quantitative type, at the level of descriptive research and of non-experimental research design- cross. Twelve workers from” the Romar S.C.R.L hardware store in the San Juan Bautista district were obtained as a population. For data collection, the survey technique and the questionnaire instrument were used. The results show that 67% of the respondents mention that their colleagues express themselves correctly when communicating a message, 58% of the respondents mention that they use brochures as a means of communication and 25% of the respondents mention that the The way bosses communicate with workers is good. It was concluded that organizational communication in the area of hardware stores in the San Juan Bautista district is efficient and good.

**Keywords:** organizational communication, micro and small companies

## 7. CONTENIDO

2. Equipo de trabajo .....	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor .....	iii
4. Hoja de agradecimiento y/ o dedicatoria .....	iv
5. Resumen.....	v
6. Abstract.....	vi
7. Contenido.....	vii
8. Índice de tablas .....	ix
9. Índice de figuras.....	x
I. Introducción .....	11
II. Revisión de literatura.....	13
6.1 Antecedentes.....	13
6.2 Variable: Comunicación Organizacional .....	17
III. Hipótesis de la investigación.....	26
IV. Metodología .....	27
4.1 Diseño de la investigación.....	27
4.2 Nivel de la investigación .....	27
4.3 Diseño de la investigación.....	27
4.4 Población y muestra .....	27
4.5 Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	29
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	30

4.7 Plan de análisis .....	30
4.8 Matriz de consistencia .....	31
4.9 Principios éticos.....	32
V. Resultados .....	33
5.1 Resultados.....	33
5.2. Análisis de resultados .....	46
VI. Conclusiones y recomendaciones .....	51
6.1 Conclusiones.....	51
6.2 Recomendaciones .....	52
Referencias Bibliográficas .....	53
Anexos.....	57

## 8. ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> Las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas.....	34
<b>Tabla 2:</b> Los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados.....	34
<b>Tabla 3:</b> sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje.....	36
<b>Tabla 4:</b> Los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles.....	37
<b>Tabla 5:</b> En su organización se usan los memorandos como medio de comunicación .....	38
<b>Tabla 6:</b> En su organización se usan informes como medio de comunicación.....	39
<b>Tabla 7:</b> En su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación..	40
<b>Tabla 8:</b> En su organización se usan los folletos como medio de comunicación .....	41
<b>Tabla 9:</b> la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena.....	41
<b>Tabla 10:</b> la forma en que se comunica el jefe con los trabajadores (comunicación descendente) es buena.....	42
<b>Tabla 11:</b> la forma en que se comunican los trabajadores del mismo rango (comunicación horizontal) es buena.....	43
<b>Tabla 12:</b> la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena.....	44

## 9. ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> Las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas.....	34
<b>Figura 2:</b> Los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados.....	35
<b>Figura 3:</b> sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje.....	36
<b>Figura 4:</b> Los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles.....	37
<b>Figura 5:</b> En su organización se usan los memorandos como medio de comunicación.....	38
<b>Figura 6:</b> En su organización se usan informes como medio de comunicación.....	39
<b>Figura 7:</b> En su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación..	40
<b>Figura 8:</b> En su organización se usan los folletos como medio de comunicación.....	41
<b>Figura 9:</b> la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena.....	42
<b>Figura 10:</b> la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena.....	43
<b>Figura 11:</b> la forma en que se comunican los trabajadores del mismo rango (comunicación horizontal) es buena.....	44
<b>Figure 12:</b> la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena.....	45

## I. INTRODUCCIÓN

La comunicación organizacional ha sido uno de los ejes primordiales para contrarrestar los desafíos en los mercados, ante estos retos la visión empresarial no solo debe estar sostenida en el mercado de la economía, administración que han destacado el actuar de las empresas desde el siglo XIX. a este se incorpora la cultura, identidad y la comunicación como nuevos fundamentos del hecho empresarial, ya que estos tres aspectos instauran el sistema nervioso central (Ansede Espiñeira, 2011) es ahí donde nace el interés de investigar sobre la comunicación organizacional de ¿cómo es la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, distrito san juan bautista, Ayacucho,2019?, Que deriva de la línea de investigación que es gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas que tiene como objetivo desarrollar el proceso administrativo: planeación, organización, dirección y control. por lo tanto esta investigación se centró en el estudio de la función de dirección y organización en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, ello debido a la función que tiene como finalidad la ejecución de los planes según la estructura organizacional, mediante el control de los esfuerzos del grupo.

En el presente trabajo titulado la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías, distrito san juan bautista, Ayacucho,2019, tuvo como objetivo general describir la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2019. Para dar respuesta al objetivo general se mencionan los siguientes objetivos específicos : identificar la comunicación oral en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del distrito san juan bautista, Ayacucho, 2019, conocer la comunicación escrita en las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del distrito san juan bautista, Ayacucho, 2019 y analizar los flujos de

comunicación que se usan dentro de las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías del distrito san juan bautista, Ayacucho , 2019.

La justificación de la elaboración del proyecto la comunicación organizacional beneficiará tanto a los empresarios como a los trabajadores en el rubro de ferreterías del distrito san juan bautista, Ayacucho, 2019, esta investigación servirá como una herramienta de soporte para establecer mejoras de comunicación y análisis en la empresa; también se establecerá información adecuada para el mejoramiento de la comunicación, con ello se podrá buscar mecanismos que puedan incrementar las ventas en beneficio de la empresa. La metodología utilizada es de tipo cuantitativa, de nivel de investigación descriptiva y de diseño de investigación no experimental, la población estuvo conformada 12 trabajadores de la ferretería Romar S.C.R.L. del distrito San juan bautista, la técnica que se usó fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario , Los resultados muestran que el 67% de los encuestados mencionan que sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje, el 58% de los encuestados mencionan que utilizan folletos como medio de comunicación y el 25% de los encuestados mencionan que la forma en que se comunican los jefes con los trabajadores es buena, llegando a las conclusiones de acuerdo al objetivo general, se concluyó lo siguiente: según la mayoría de los trabajadores encuestados del rubro ferretería del distrito san juan bautista se determinó que la comunicación organizacional dentro de las organizaciones es buena , por cuanto la comunicación oral, escrita y los flujos de comunicación dentro de la organización se da de manera adecuada y eficiente.

## I. REVISIÓN DE LITERATURA

### 6.1 Antecedentes

#### Antecedentes internacionales

(David, 2014) En su tesis cuyo título es “La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel drive, Ambato Ecuador”. El objetivo general es estudiar la incidencia de una deficiente comunicación organizacional interna sobre el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive la presente investigación se quiere demostrar el impacto y relación entre la comunicación y el desarrollo organizacional, la comunicación debe ser concebida como un vector estratégico y un aspecto integral, cuyos efectos y causas pueden ser comunes reflejadas en el clima laboral, la cultura, el estilo de liderazgo, la toma de decisiones, las relaciones, el trabajo en grupo, y en definitiva en los niveles de producción y el desarrollo organizacional, La metodología de la presente investigación tiene una explicación cualitativa, porque se analizó detenidamente la comunicación interna y el desarrollo organizacional, finalmente se concluye, la comunicación organizacional, es una disciplina reciente y últimamente aplicada, por esta misma razón su evolución puede ser uno de los pilares de éxito de muchas compañías, especialmente en el área del desarrollo organizacional, ya que la transformación que se avecina en un futuro no muy lejano va a ser de grandes proporciones, y va generar múltiples cambios al interior de la empresa así como está sucediendo actualmente, las empresas poco competitivas que no se adapten a este tipo de cambios, se verán obligadas a desaparecer o quedar atrás.

Busca contemplar la incidencia de la comunicación organizacional en la empresa san Miguel Drive, así mismo pretende demostrar el efecto entre la comunicación y el

desarrollo organizacional. La comunicación debe ser vista como un vector vital y debe ser evidenciado en el ambiente laboral, toma de decisiones, cultura trabajo en equipo.

(Ospina, Rojo, & Zuluaga, 2014) En su tesis cuyo título es “La comunicación organizacional mecanismo para el mejoramiento de la productividad en Generali Medellin - Colombia”. El objetivo general fue hacer un plan jerárquico de correspondencia que sea parte de su procedimiento comercial, anticipándose a un estándar que resalte una cultura autorizada globalizada. El diseño de la investigación fue experimental y el nivel cuantitativo. La conclusión de la investigación afirma que las organizaciones, como piezas centrales en el desarrollo de una cultura autorizada, se concentraron en la correspondencia bidireccional, distinguiendo las necesidades internas y externas, fortaleciendo las puertas abiertas para el desarrollo y construyendo un sistema especial de correspondencia con el mercado, estrategias para mejorar el instrumento. y de esta manera producir patrones, metodologías y métodos para supervisar de manera progresiva y adecuada la fuerza de trabajo que es una parte de la organización que cambia la administración como una administración social, entendiéndola como un control que ayuda al procedimiento dentro de asociaciones con tipos específicos de Actividad y edad de diversas dimensiones.

Busca hacer un plan de correspondencia nivelado que formará parte de una estrategia comercial y presentará una cultura globalizada, se certifica que las asociaciones son piezas centrales en el avance de una cultura globalizada, se concentraron en la correspondencia bidireccional, separando tanto las necesidades internas como externas.

(Hernández, 2013) En su tesis cuyo título es “Plan de comunicación organizacional para industrias Garsam,S.A.de C,V. México”; El objetivo principal del presente trabajo de investigación es describir la relación que existe entre comunicación y organización específicamente en las micro y pequeñas empresas y la forma en que la comunicación

organizacional mejora los procesos comunicativos de las personas a nivel interno y externo, que permita lograr una mejor actividad, mediante herramientas y técnicas comunicacionales. La metodología utilizada para la investigación es de tipo cuantitativo, bibliográfico y documental. conclusiones a lo largo de este trabajo nos pudimos percatar que la comunicación es un proceso social, que permite al ser humano relacionarse con sus semejantes a través de mensajes y códigos, por eso no podemos limitar su uso en los medios audio visuales o escritos, la comunicación organización es otro de los usos de esta ciencia que ha cobrado relevancia en estos últimos años debido a su funcionalidad, dentro de estas sean entendibles y factibles para quien la conforma y que el intercambio de información surja tanto en el interior como en el exterior de las organizaciones

Existe la conexión entre comunicación y organización en las micro y pequeñas empresas y la forma en que la comunicación mejora los procesos comunicativos que permite a las personas identificarse con sus compañeros a través de mensajes y códigos, esa es la razón por la que no podemos restringir su utilización en los diversos medios.

### **Antecedentes nacionales**

(Ancco, 2016) En su tesis cuyo título es la “Comunicación organizacional y clima organizacional en la municipalidad distrital de Hualmay 2015”, El objetivo general es Determinar la relación entre Comunicación y Clima Organizacional en la Municipalidad Distrital de Hualmay 2015, En la Municipalidad Distrital de Hualmay la comunicación organizacional y el clima laboral juegan un papel muy importante entre los miembros de la misma organización, la comunicación es el intercambio de ideas, pensamientos entre dos o más personas, la comunicación es una doble vía, por la que se transita en ambas direcciones, en un lado está el que envía el mensaje y en el otro lado

está el que recibe el mensaje , La metodología descriptiva correlacional el diseño de la investigación es no experimental transversal, conclusión dentro de toda organización la comunicación y el clima organizacional, planifica, ejecuta y analiza los procesos comunicacionales, fortaleciendo las relaciones entre el personal, manteniendo una imagen pulcra, eficiente y un buen clima laboral, la comunicación organizacional es de vital importancia, dentro de un sistema +abierto que es influido por el medio ambiente, al mismo tiempo que este influye en el sistema de la organización, se centró en conocer los problemas y las necesidades de la comunicación y el clima organizacional entre los administrativos y la parte gerencial

La comunicación organizacional y el clima organizacional asume un trabajo significativo entre los individuos de una misma asociación, siendo la comunicación un intercambio de pensamientos, así como la comunicación es un camino de dos vías, en el que se transita en varias direcciones, en un lado está la persona que envía el mensaje y en el otro lado opuesto está la persona que recibe el mensaje.

(Ramos, 2017) En su tesis cuyo título es “La comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del poder judicial del cono norte, lima, 2016.”, El objetivo general es determinar la relación que existe entre la comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del cono norte de Lima, durante el año 2016 .La metodología en la presente trabajo de investigación se establecieron como variables de estudio a la comunicación organizacional y la percepción de la gestión administrativa, ambas variables fueron de naturaleza cualitativa y de escala ordinal, por lo tanto se pudieron establecer relaciones de orden entre las categorías, conclusión la investigación realizada, permitió incrementar los conocimientos acerca de la comunicación organizacional y la gestión administrativa en instituciones públicas, se describieron las

diferentes teorías relacionadas con estas variables así como la importancia de considerarlas dentro de la gestión pública.

Podemos ver que existe relación estrecha entre la comunicación organizacional y la gestión administrativa, los dos factores son de naturaleza subjetiva y de escala ordinal.

Por lo tanto, se podían establecer conexiones entre las escalas.

## **6.2 Variable: Comunicación Organizacional**

(Martinez, 2012) afirma que la comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad. La comunicación organizacional también nos permite conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo. Asimismo, la comunicación en las organizaciones es fundamental para el cumplimiento eficaz de sus objetivos.(p.45)

(Fernández, 2012) menciona acerca de la comunicación organizacional:

surge como disciplina en el campo de las ciencias sociales hace tres décadas. Centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en la organización, a fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, y entre estos y el público externo, lo que conduce a mejor perfeccionamiento de la empresa o institución, y al fortalecimiento de su identidad. (p.43)

(Góngora, 2014) menciona que la comunicación organizacional:

Es una joven disciplina que tiene sus matrices conceptuales y teóricas en la psicología social, la sociología y la ciencia de la administración, por ello ha sido explicada a través de enfoques. Actualmente se aprecian nuevas tendencias en su estudio e interpretación, así como su presencia en lo que se ha dado en llamar campo de la comunicación social.

(García, 2018) afirma que:

La comunicación es un medio que se utiliza para transmitir información y se da en un proceso evolutivo para lograr un buen conocimiento de la misma uno de esos procesos evolutivos en la comunicación dentro de una empresa a la cual llamamos, Comunicación Organizacional, una disciplina empleada para fortalecer aquellas dinámicas usadas por una empresa para transmitir sus mensajes en forma: clara, concisa y asertiva. La Comunicación Organizacional, ha implementado diversas estrategias para mejorar el relacionamiento con los empleados para mejorar el rendimiento de la misma. Pasa de ser una comunicación unilateral, en donde solo el directivo tenía acceso a la información, a una comunicación colectiva. Por esto, la Comunicación Organizacional, aunque llega a ser más abierta y asequible, se debe ser más cuidadoso en la forma en que se presenta la información. (p.67)

(Castro, 2014) La comunicación organizacional es la que construyen los establecimientos y es una parte de su modo de vida o de sus estándares. Debido a esto, la comunicación entre las autoridades de varias dimensiones, los supervisores y subordinados, y los directores con el resto de la asociación, debe ser líquida. Dentro de las asociaciones hay un largo voraz para que los representantes conozcan la mayor cantidad de datos, de modo que cuando la correspondencia es más notable, el sentimiento de inquietud disminuye y se pierde menos tiempo. Por lo tanto, es importante que en los intercambios dentro de la asociación damos un espacio para tener la opción de hablar sobre ellos más adelante, a la luz del hecho de que, si se toman en serio, pueden terminar teniendo ramificaciones críticas para una organización.

(Segredo, García, López, & Perdomo, 2017) Dice acerca de la comunicación:

la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre la misma organización y su medio.

Las comunicaciones dentro de la organización deben estar enmarcadas dentro de los parámetros de la responsabilidad; por lo que se deben asumir criterios y objetivos en el momento de exponer una idea, dar instrucciones, solicitar determinada acción o simplemente informar, dado que el efecto intrínseco y complejo de la comunicación se pierda o desvirtúa cuando es contemporánea. Es una herramienta para potenciar las fortalezas, la identidad y los valores de la organización y lograr posicionamiento de la misma, así como desarrollar la imagen institucional y favorecer la relación con el ambiente externo. Además, facilita el diagnóstico y evaluación de la marcha de los aspectos comunicativos en la institución. (p.33)

(Castro, 2015) sostiene acerca de la comunicación organizacional:

En las organizaciones hay una inclinación a no compartir, no a impartir, a la luz del hecho de que, erróneamente, se siente que mantener los datos los deja en una posición ventajosa e inigualable, aceptan que en caso de que descarguen los datos, no tienen ninguna posibilidad. Estará desprevenido en contraste con los demás. Dentro de las asociaciones hay una tensión insaciable de los representantes para conocer el mayor número de datos: por lo tanto, cuanto más prominente es la correspondencia, el sentimiento de nerviosismo disminuye y se pierde menos tiempo. Además, los clamores se mantienen alejados (chismes, historias, distorsiones por conocer las historias fragmentadas, etc.): todos estos son conocidos como fragmentos de chismes. Por lo tanto, es vital que en las correspondencias dentro de la asociación les demos un espacio para que tengan la opción de hablar progresivamente sobre ellos, a la luz del hecho de que gravemente pueden tener ramificaciones desgarradoras para una organización. (p.88)

(Alvarez, 2013) La comunicación es concebida, por tanto, como una serie de instrumentos y herramientas al servicio de objetivos de las corporaciones e instituciones

y que, poco a poco, van instaurándose como factores internos de valor estratégico. pero antes de dar ese salto a funciones estratégicas, las prácticas en la gestión de la comunicación están sometidas a los modos de hacer de la publicidad, sobre todo, y, como veremos, de las finanzas. La publicidad tenía establecidas formulas desde mediados del ciclo XIX y operaba con técnicas muy precisas (diseño y producción, estrategias de medios, compra, seguimiento y control) y percibía a cambio una comisión establecida desde el principio y mantenida en torno al 15% de la facturación bruta.

La comunicación organizacional es el tipo de comunicación que se usa dentro de una organización, esta se puede dividir en la comunicación oral y escrita (Gamez, 2012))

(Flores, Jiménez, Rodriguez, & Vázquez, 2016) La comunicación organizacional es un elemento base para que se desarrolle la vida en sociedad e imprescindible para que el hombre logre la adaptación al medio en que vive, por lo que es consustancial al individuo en todas las etapas de su existencia. Reviste mayor relevancia cuando se desarrolla dentro de un contexto de cambio organizacional, donde están implícitos una serie de elementos a tomarse en cuenta, además del choque cultural que se pudiera presentar. De modo que es esencial para la integración de las funciones administrativas, establecidas en la planeación, organización y control de los objetivos estratégicos de una institución.

(Laureano, 2016) La comunicación organizacional es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella. También se entiende como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. La importancia de la comunicación organizacional

radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad empresarial y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los empleados.

(Martinez, 2011) La comunicación ha sido el elemento determinante en el desarrollo y organización de los seres humanos, ya que esta transmisión de mensajes permite el intercambio de ideas, las que directa o indirectamente influyen en la percepción de la realidad y que tarde o temprano se reflejan en sus relaciones con los miembros del grupo. El adecuado flujo de información plantea ciertos aspectos a resolver, como son las restricciones, el ruido del ambiente, la cantidad de información, el perfil del emisor y receptor, etc.(p.115)

(Preciado, Ramírez, & Losada, 2016) En las organizaciones la comunicación permite la interacción que, en términos generales, lleva al logro de los objetivos organizacionales. La comunicación conecta a las personas y genera adhesión “haciendo posible articular los propósitos de cada individuo con una meta que los convoca a todos y en la que se pueden reconocer”(p.26).

(Rivera, Rojas, Fernández, & Teresita, s.f) es una forma de comunicación interpersonal, pero de características tales que constituye un ámbito diferente. Posee las características dominantes de la comunicación interpersonal, pero también la determinan el número de miembros en la organización y la posición de cada quien. En una organización es fundamental la jerarquización y el flujo de comunicación en función de las posiciones de poder. Otra característica de la comunicación organizacional es la reproducción en serie de los mensajes: estos se transmiten de una persona a otra, luego de ésta a una tercera, y así sucesivamente. La comunicación organizacional tiene lugar dentro de los límites definidos y se relaciona con el logro de las metas de su organización. Ejemplo de esta comunicación son las empresas, escuelas,

iglesias, partidos políticos, grupos deportivos, y todo conjunto de individuos formalmente estructurado para conseguir un fin común. (p.54)

(Chico, 2015) la comunicación es un fenómeno que ha estado presente desde el origen de la humanidad, en diversas manifestaciones: oral, escrita, pictográfica, kinésica, para lenguaje, proxémica, entre otras. Siendo ésta misma el amalgama entre el ser humano y las relaciones entre ellos”. Siendo esencial, ya que, si se cuenta con una estrategia de comunicación adecuada dentro de la organización, la empresa logrará ser más efectiva y productiva proceso que nos permite conectarnos con nuestro entorno (p.47)

(Flórez, 2014) La comunicación organizacional es un campo de conocimiento que estudia el intercambio de mensajes hacia el interior, exterior y entre diferentes sistemas organizativos. También es un proceso social y una práctica profesional, que comprende un conjunto de actitudes, habilidades, técnicas y actividades

(Bresó, 2012) Como puede comprenderse con facilidad, la comunicación juega un papel esencial en estas facetas. La misión y visión como elementos y valores intangibles esenciales de la organización han de ser comunicadas para que tengan valor, y por ello, la comunicación se convierte en un componente esencial de estas facetas. Es una comunicación peculiar porque no solo es cognitiva, que busca informar, sino también conativa y afectiva. Se trata de comunicar y también contagiar un proyecto para crear las condiciones para que vaya convirtiéndose en realidad; no de informar sin más de algo que existe, sino de ofrecer un objetivo, un proyecto capaz de ilusionar y movilizar recursos, esfuerzo, adhesión y compromiso. Es algo futuro pero que ha de inspirar, influir y moldear el presente. Además, hay otro componente en este tipo de comunicación muy general pero esencial para la organización. Se trata de una comunicación que ha de interpelar personal y colectivamente (p.50).

(Goldhaber, s.f) Manifiesta que la comunicación organizacional es el flujo de comunicaciones internas, (ascendentes y descendentes y horizontales) que se dan dentro de una organización, para establecer relaciones entre los individuos que conforman la organización. En consecuencia, cuando se comunica puertas adentro, las relaciones de trabajo se desenvuelven en un ambiente de sinceridad, de escucha y de circulación de la información. (p.65)

(Runa, 2017) menciona que cuando se piensa en la comunicación dentro de una organización, se refiere al proceso de intercambio de información que puede tener diversos flujos ya que la comunicación es multidireccional y se basa en la estructura de la empresa. Todas las organizaciones tienen una estructura a seguir. Esta formación es representada muchas veces en organigramas.

### **Dimensión 1: Comunicación oral**

La comunicación oral, por su parte, nos permite entablar comunicaciones con retroalimentación e interacción inmediata entre emisor y receptor, el cual al momento de responder toma el lugar de emisor y su compañero el de receptor y así sucesivamente mientras transcurre el intercambio de mensajes. Por ende, este tipo de comunicación se convierte en efímera: dado que una vez producido el sonido ya no está más, y así uno tras otro –pensemos entonces como si soltáramos globos al aire, entendiendo a los globos como palabras, y uno tras otro desaparece a medida que los liberamos de nuestro cuerpo (Kricun, 2016).

La comunicación oral es aquella que se establece entre dos o más personas, tiene como medio de transmisión el aire y como código un idioma. Cada vez que nos comunicamos hacemos uso de un lenguaje. Pero una forma muy particular de usar el lenguaje es la comunicación oral que corresponde al intercambio de información entre las personas sin

hacer uso de la escritura, de signos, de gestos o señales, sino utilizando únicamente la voz para transmitir una información (Miguel, 2017).

La comunicación oral es el tipo de comunicación que usamos en el lenguaje para expresar, demostrar, explicar, describir, contar, entender, comprender, defenderse, argumentar, entre otras acciones (Ministerio de educación, 2015)

### **Dimensión 2: Comunicación escrita**

La comunicación escrita es el tipo de comunicación que perduración en el tiempo, y gracias a esto su capacidad de ser releído una y mil veces por la persona que posea los documentos en su poder. Asimismo, en este tipo de comunicación la opción de réplica por parte del receptor del mensaje, sin contar las nuevas tecnologías, provocan que la interacción sea mucho más difícil de concretarse de manera inmediata (Kricun, 2016)

La comunicación escrita es aquella que transmite mensajes por medio de signos. símbolos o palabras que se consignan en un papel, un tablero o en otros medios y que pueden ser percibidos por la vista. (Ministerio de trabajo, s.f)

La comunicación escrita es cualquier tipo de interacción que haga uso del código escrito. Aunque se basa en el mismo sistema lingüístico de la oralidad, sus propiedades son distintas. Así, a diferencia de otras, la forma escrita es completamente convencional. Esta debe seguir patrones definidos de acuerdo con las reglas establecidas por el lenguaje; en este tipo de comunicación podemos encontrar los memorados, informes, correos electrónicos, folletos, etc. (Castillo, 2018)

### **Dimensión 3: Flujos de comunicación**

Los flujos de la comunicación implican la comunicación hacia arriba, hacia abajo y lateralmente, que tienen lugar ya que los trabajadores estarán continuamente en comunicación, con la información suficiente para desempeñar bien su trabajo. Hasta este

punto es posible que se lleven a cabo los flujos de la comunicación un tanto limitado en el ascendente pero se permite utilizando un canal específico (Montoya, 2014)

Los flujos de comunicación son procesos de comunicación que se llevan a cabo al interior de la organización de acuerdo a la estructura formal (organigrama) y éstos pueden ser Descendente, Ascendente u Horizontal (Ecured, s.f)

Los flujos de comunicación nos dicen por dónde pasan los datos de la empresa y hacia dónde van entre sectores de la empresa. Las empresas generan diariamente un gran volumen de información que desempeña un papel importante en las organizaciones cuando son conocidas por todos. Entre estos podemos encontrar a la comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación horizontal y la comunicación transversal. (runa, 2017)

### **III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la presente investigación no se formulará una hipótesis.

(Dominguez, 2015) menciona que “es necesario aclarar que no todas las investigaciones formulan hipótesis. Esto depende del enfoque de estudio y de su alcance. Así como del diseño de investigación que se esté planteando” (p.51).

## **IV. METODOLOGÍA**

### **4.1 Diseño de la investigación**

El tipo de investigación fue cuantitativo.

(Dominguez, 2015): “Es secuencial y probatorio, que representa un conjunto de procesos. Parte de una idea que se delimita y deriva en preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o perspectiva teórica” (p.14).

### **4.2 Nivel de la investigación**

El nivel que se utilizó fue descriptivo.

(Dominguez, 2015)“Describe fenómenos sociales y clínicos en una circunstancia temporal y geográfica determinada. Desde el punto de vista cognitivo .su finalidad es representar y desde el punto de vista estadístico, su propósito estimar parámetros” (p.52).

### **4.3 Diseño de la investigación**

El diseño de esta investigación fue no experimental porque se recolectarán datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es 32 describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hérrnandez, 2014)

### **4.4 Población y muestra**

#### **Población**

La población está conformada por 12 trabajadores de la ferretería Romar S.C.R.L

(Tamayo, 2012) señala que: “La población es la tonalidad de un fenómeno de estudio, este fenómeno debe ser cuantificable, es el conjunto total de individuos, que poseen características comunes observables en un lugar y momento determinado donde se desarrolla la investigación” (pág. 180).

#### **Muestra**

La muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población (Hérendez, 2014)

#### 4.5 Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Comunicación Organizacional	La comunicación organizacional es el tipo de comunicación que se usa dentro de una organización, esta se puede dividir en la comunicación oral y escrita (gámez gastélum, 2012)	Dimensión 1: Comunicación oral	Palabras Voz Expresar Entender	<b>LIKERT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• muy de acuerdo</li> <li>• de acuerdo</li> <li>• indeciso</li> <li>• en desacuerdo</li> <li>• muy en desacuerdo</li> </ul>
		Dimensión 2: Comunicación escrita	Memorandos Informes Correos electrónicos Folletos	
		Dimensión 3: Flujos de comunicación	Comunicación ascendente Comunicación descendente Comunicación horizontal Comunicación transversal	

## **4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **Técnicas**

En esta investigación se usó la técnica de la encuesta

Según (Arias, 2012) “La encuesta es una técnica que pretende obtener información que suministra a un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismos, o en relación con un tema en particular”

### **Instrumentos**

El cuestionario consta de 12 preguntas de acuerdo a la presente investigación.

(Arias, 2012) Menciona que “Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”

## **4.7 Plan de análisis**

De acuerdo a la naturaleza y forma de esta investigación, el análisis de los presentes resultados se tabulará empleando el respectivo uso de la estadística descriptiva y usando como medio de soporte el programa presenta hojas de cálculo Microsoft Excel y para el llenado de datos de usará el programa de procesador de texto Microsoft Word.

#### 4.8 Matriz de consistencia

Titulo	Enunciado	Objetivos	Hipótesis	Variable	Metodología
<p>Comunicación organizacional en la micro y pequeñas empresas del rubro de ferreterías - caso empresa Ferretería Romar S.C.R.L. en el distrito san juan bautista, ayacucho,2019</p>	<p><b>PROBLEMA GENERAL</b> ¿Cómo es la comunicación organizacional en la micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías - caso empresa Ferretería Romar S.C.R.L. en el distrito san juan bautista, ayacucho,2019?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) ¿cómo se da la comunicación oral en las micro y pequeñas empresas del rubro ferretería Romar S.C.R.L. en el distrito san juan bautista, Ayacucho,2019?</p> <p>b) ¿cómo se da la comunicación escrita en las micro y pequeñas empresas del rubro ferretería Romar S.C.R.L. en el distrito san juan bautista, Ayacucho, 2019?</p> <p>c) ¿Cómo se usan los flujos de comunicación en las micro y pequeñas empresas del rubro ferretería Romar S.C.R.L. del distrito san juan bautista, Ayacucho 2019?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b> Describir la comunicación organizacional en la micro y pequeñas empresas del rubro ferretería - caso empresa Ferretería Romar S.C.R.L., distrito san juan bautista,ayacucho,2019</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a) Identificar la comunicación oral que se realizan dentro de la micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías - caso empresa Ferretería Romar S.C.R.L. en el distrito San Juan Bautista, Ayacucho ,2019</p> <p>b) Conocer la importancia de la comunicación escrita en la micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías-caso empresa Ferretería Romar S.C.R.L. distrito San Juan Bautista , Ayacucho ,2019.</p> <p>c) Analizar los flujos de comunicación que usan las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías - caso empresa Ferretería Romar S.C.R.L., distrito San Juan Bautista, Ayacucho 2019.</p>	<p>Para la presente investigación no se formulará una hipótesis.</p> <p>Dominguez(2015) menciona que “es necesario aclarar que no todas las investigaciones formulan hipótesis. Esto depende del enfoque de estudio y de su alcance. Así como del diseño de investigación que se esté planteando”(p.51)</p>	<p>Comunicación organizacional</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <p>¿comunicación oral</p> <p>¿comunicación escrita</p> <p>¿Flujos de comunicación</p>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Población:</b> 12 trabajadores de la Ferretería Romar “SCRL”</p> <p><b>Técnica:</b> encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionario</p>

## **4.9 Principios éticos**

Los principios éticos como las normas que sirven como guía para orientar la conducta, Existen, sin embargo, numerosos principios éticos compartidos a nivel social. En las diferentes esferas de nuestra vida profesional los cursos de acción que decidamos tomar tienen que respetar una serie de estándares éticos que se han vuelto vinculantes para los miembros de las distintas comunidades académicas y científicas.

### **Protección a las personas:**

(ULADECH, 2019) menciona que “la persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio”.

### **Beneficencia y no maleficencia:**

(ULADECH, 2019) afirma que “se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones”. En ese sentido, la conducta del investigador no debe causar daño, debe disminuir los posibles efectos adversos y debe maximizar los beneficios.

### **Justicia**

(ULADECH, 2019) sostiene que “el investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas”.

## V. Resultados

### 5.1 Resultados

Se aplicó el cuestionario a 12 trabajadores de la ferretería Romar S.C.R.L

#### Escala valorativa:

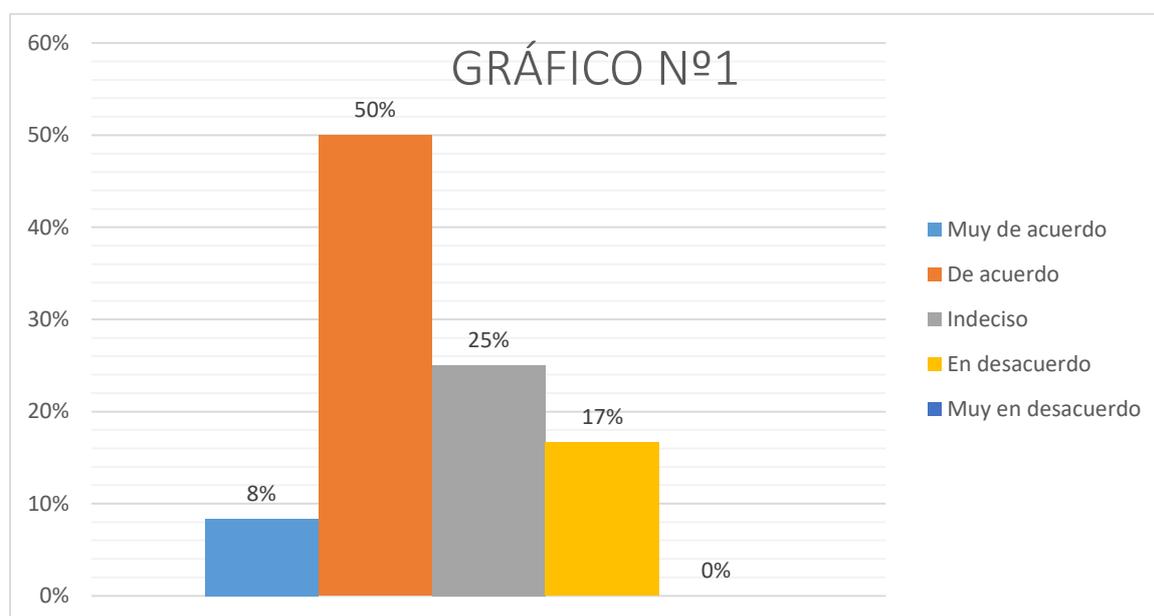
muy de acuerdo → 1 de acuerdo → 2/indeciso → 3/en desacuerdo → 4/muy en desacuerdo → 5

N.º	Ítems	VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
1	¿Las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas?	8%	50%	25%	17%	0%
2	¿Los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados?	17%	25%	0%	58%	0%
3	¿ sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje?	8%	67%	0%	25%	0%
4	¿Los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles?	0%	58%	17%	25%	0%
5	¿En su organización se usan los memorandos como medio de comunicación?	0%	25%	8%	67%	0%
6	¿En su organización se usan informes como medio de comunicación?	0%	25%	25%	50%	0%
7	¿En su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación?	0%	33%	17%	50%	0%
8	¿En su organización se usan los folletos como medio de comunicación?	25%	58%	17%	0%	0%
9	¿ la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena?	17%	33%	25%	25%	0%
10	¿ la forma en que se comunica el jefe con los trabajadores (comunicación descendente) es buena?	25%	33%	17%	25%	0%
11	¿ la forma en que se comunican los trabajadores del mismo rango (comunicación horizontal) es buena?	0%	50%	0%	50%	0%
12	¿ la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena?	17%	67%	8%	8%	0%

**Tabla 1:** Las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas

Pregunta 1	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	1	8%
De acuerdo	6	50%
Indeciso	3	25%
En desacuerdo	2	17%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 1:** Las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas

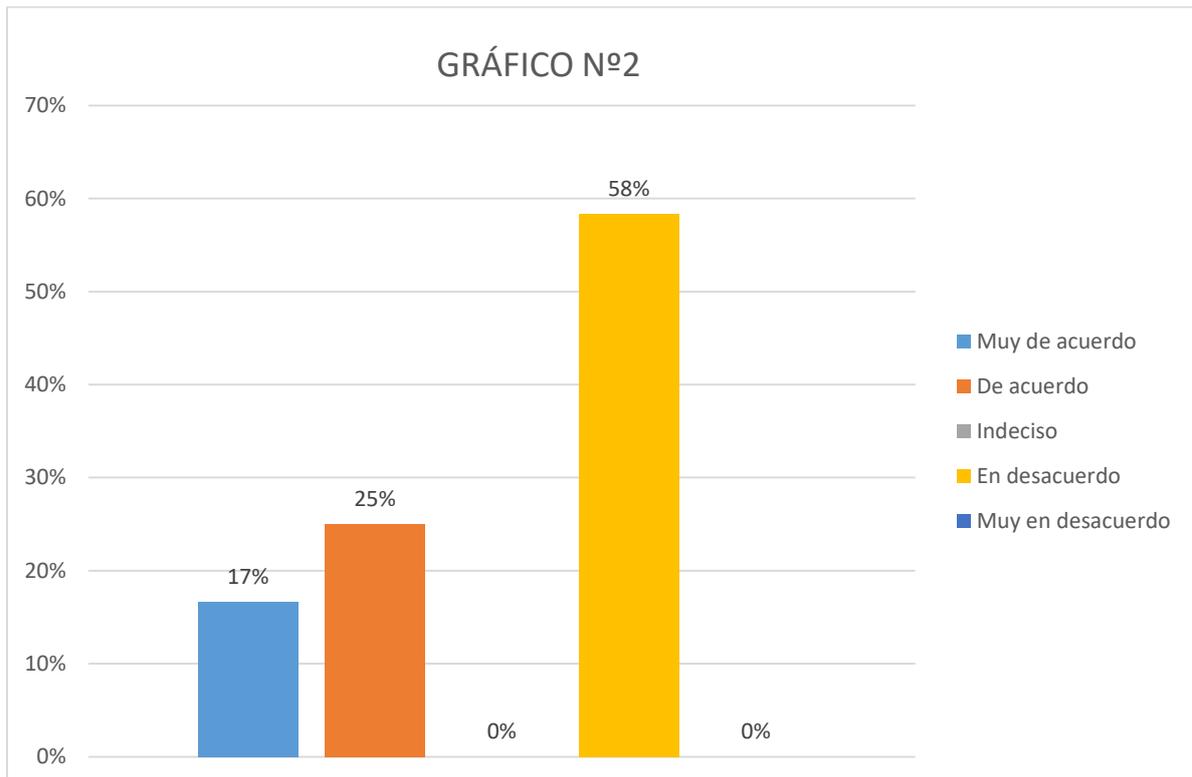
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla n° 1 y gráfico 1, de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas, el 8% que equivale a 1 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 50% equivalente a 6 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 25% equivalente a 3 encuestados respondieron “indeciso”; el 17% equivalente a 2 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “ muy en desacuerdo”.

**Tabla 2:** Los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados

Pregunta 2	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	2	17%
De acuerdo	3	25%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	7	58%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 2:** Los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados

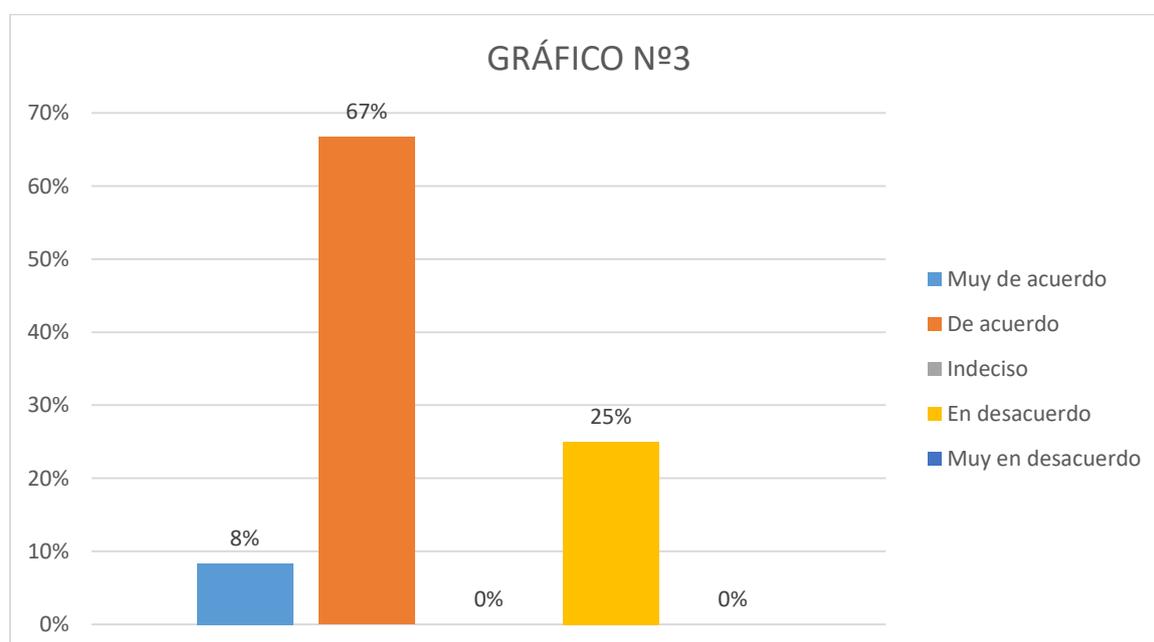
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla n° 2 y gráfico 2, de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados , el 17% que equivale a 2 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 25% equivalente a 3 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron “indeciso”; el 58% equivalente a 7 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “ muy en desacuerdo”.

**Tabla 3:** sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje

Pregunta 3	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	1	8%
De acuerdo	8	67%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	3	25%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 3:** sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje

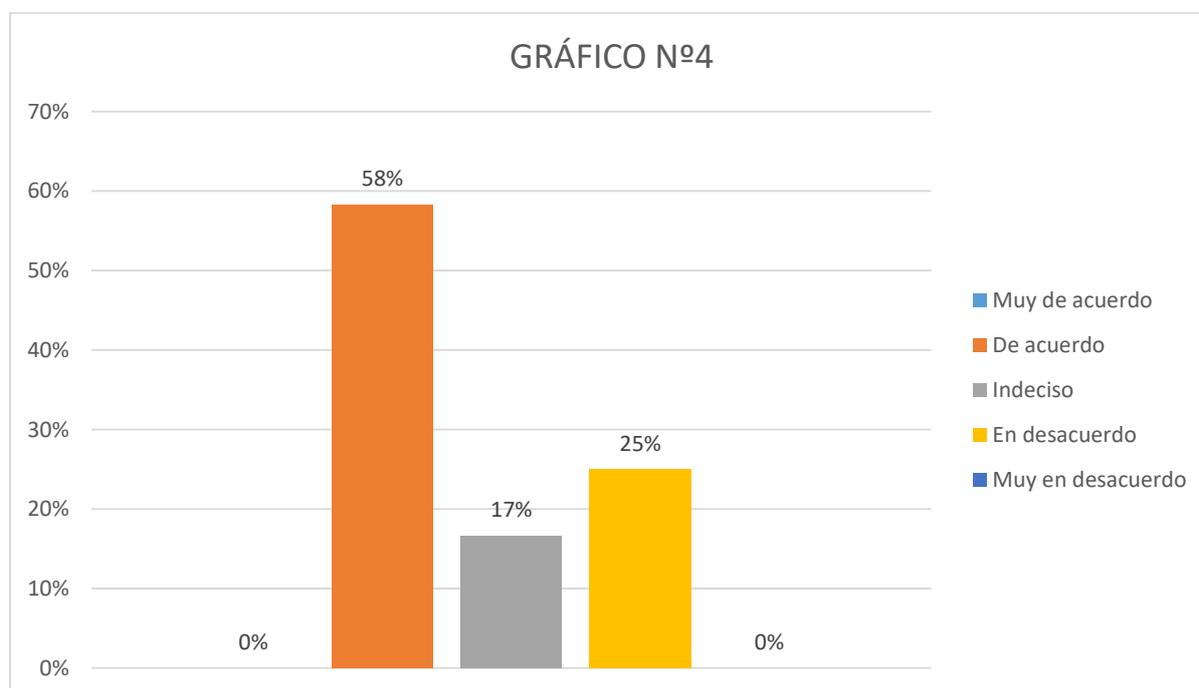
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla n° 3 y gráfico 3, de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje , el 8% que equivale a 1 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 67% equivalente a 8 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron “indeciso”; el 25% equivalente a 3 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “ muy en desacuerdo”.

**Tabla 4:** Los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles

Pregunta 4	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	7	58%
Indeciso	2	17%
En desacuerdo	3	25%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 4:** Los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles

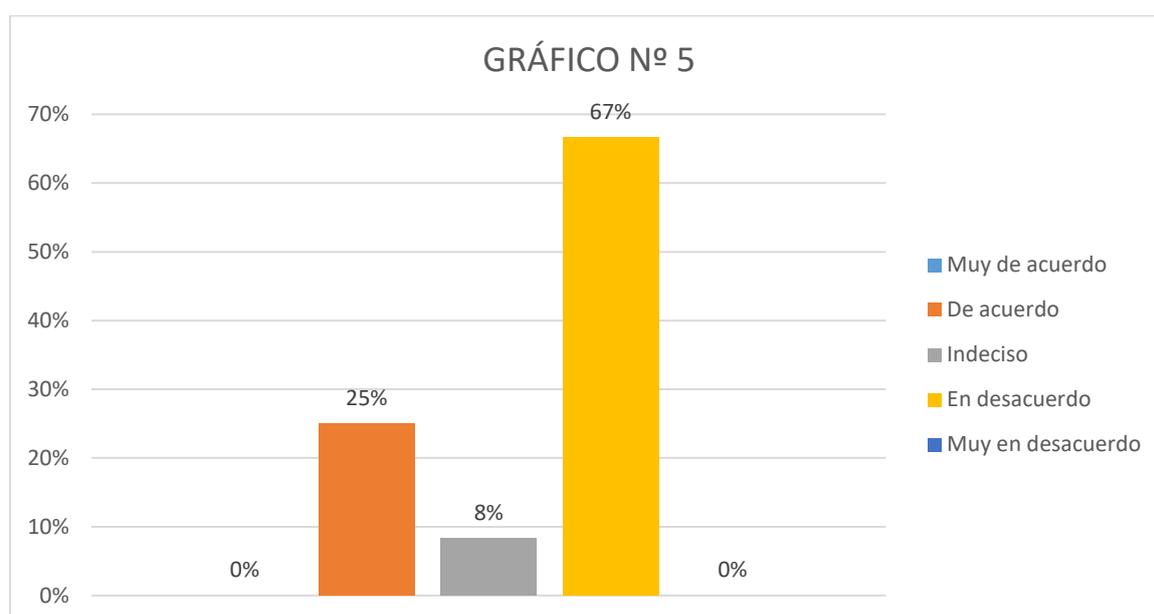
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla n° 4 y gráfico 4, de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles , el 0% que equivale a 0 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 58% equivalente a 7 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 17% equivalente a 2 encuestados respondieron “indeciso”; el 25% equivalente a 3 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “ muy en desacuerdo”.

**Tabla 5:** En su organización se usan los memorandos como medio de comunicación

Pregunta 5	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	3	25%
Indeciso	1	8%
En desacuerdo	8	67%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 5:** En su organización se usan los memorandos como medio de comunicación

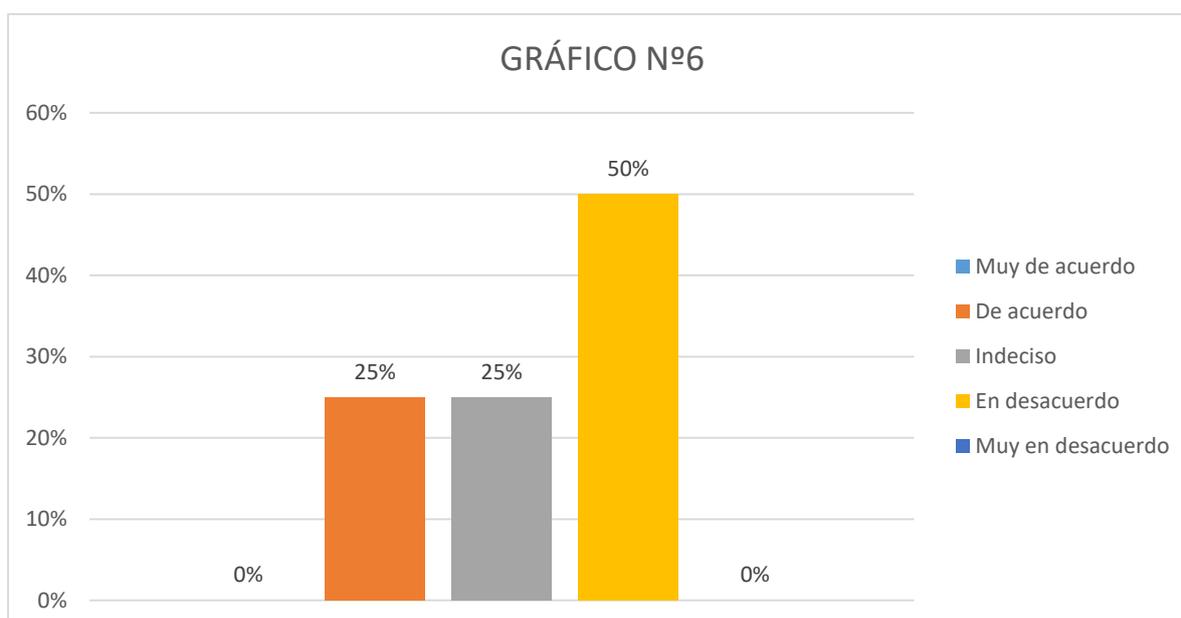
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla n° 5 y gráfico 5, de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre si en su organización se usan los memorandos como medio de comunicación , el 0% que equivale a 0 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 25% equivalente a 3 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 8 % equivalente a 1 encuestados respondieron “indeciso”; el 67 % equivalente a 8 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “muy en desacuerdo”.

**Tabla 6:** En su organización se usan informes como medio de comunicación

Pregunta 6	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	3	25%
Indeciso	3	25%
En desacuerdo	6	50%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 6:** En su organización se usan informes como medio de comunicación

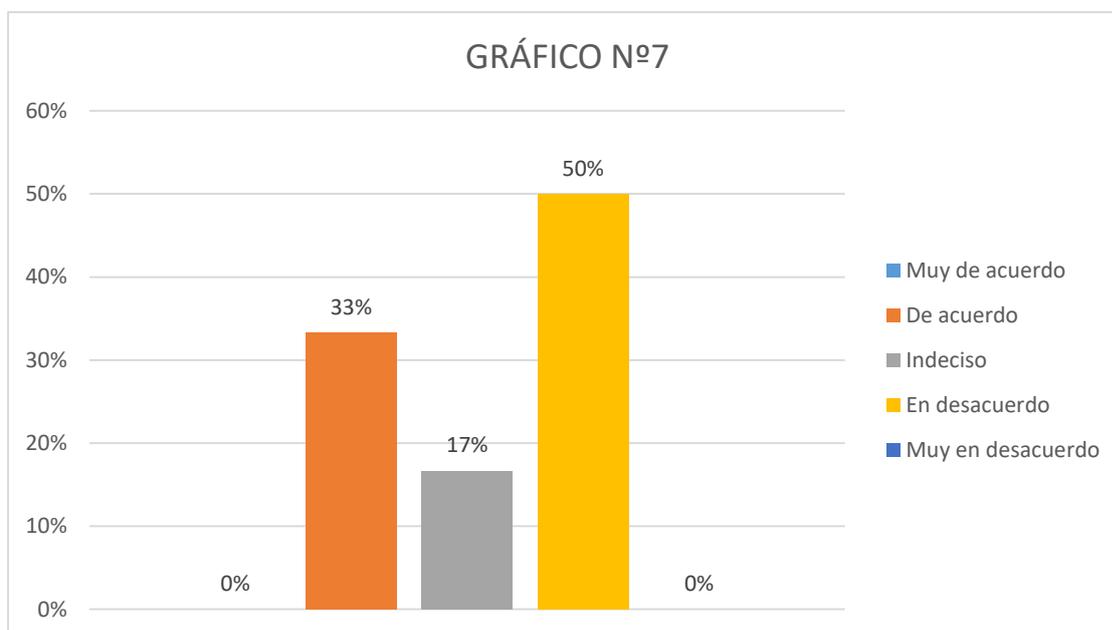
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla nº 6 y gráfico 6, de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre si en su organización se usan informes como medio de comunicación, el 0% que equivale a 0 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 25% equivalente a 3 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 25 % equivalente a 3 encuestados respondieron “indeciso”; el 50 % equivalente a 6 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “muy en desacuerdo”.

**Tabla 7:** En su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación

Pregunta 7	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	4	33%
Indeciso	2	17%
En desacuerdo	6	50%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 7:** En su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación

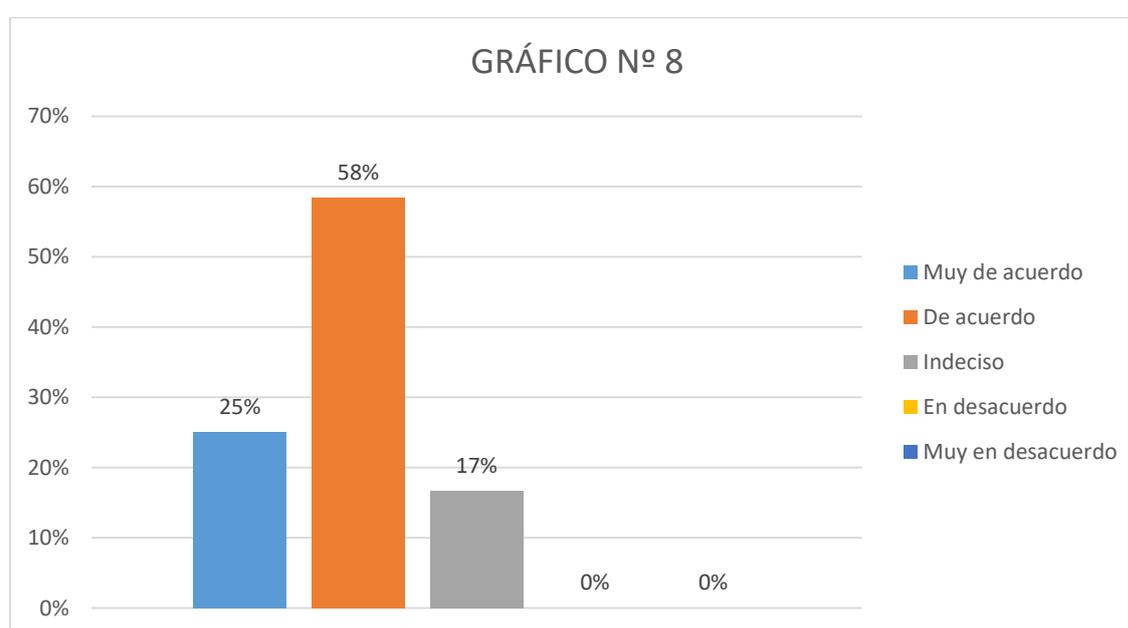
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla n° 7 y gráfico 7 , de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre si en su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación, el 0% que equivale a 0 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 33% equivalente a 4 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 17 % equivalente a 2 encuestados respondieron “indeciso”; el 50 % equivalente a 6 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “muy en desacuerdo”.

**Tabla 8:** En su organización se usan los folletos como medio de comunicación

Pregunta 8	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	3	25%
De acuerdo	7	58%
Indeciso	2	17%
En desacuerdo	0	0%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 8:** En su organización se usan los folletos como medio de comunicación

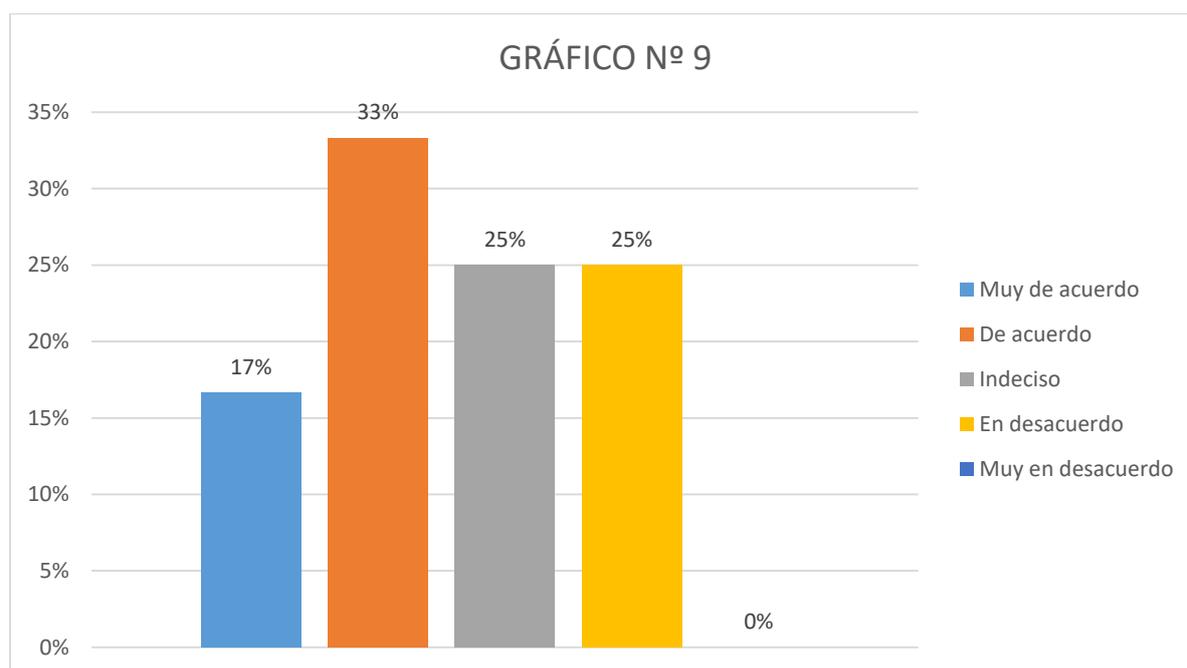
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla n° 8 y gráfico 8 , de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre si en su organización se usan folletos como medio de comunicación, el 25% que equivale a 3 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 58% equivalente a 7 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 17 % equivalente a 2 encuestados respondieron “indeciso”; el 0 % equivalente a 0 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “muy en desacuerdo”.

**Tabla 9:** la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena

Pregunta 9	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	2	17%
De acuerdo	4	33%
Indeciso	3	25%
En desacuerdo	3	25%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 9:** la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena

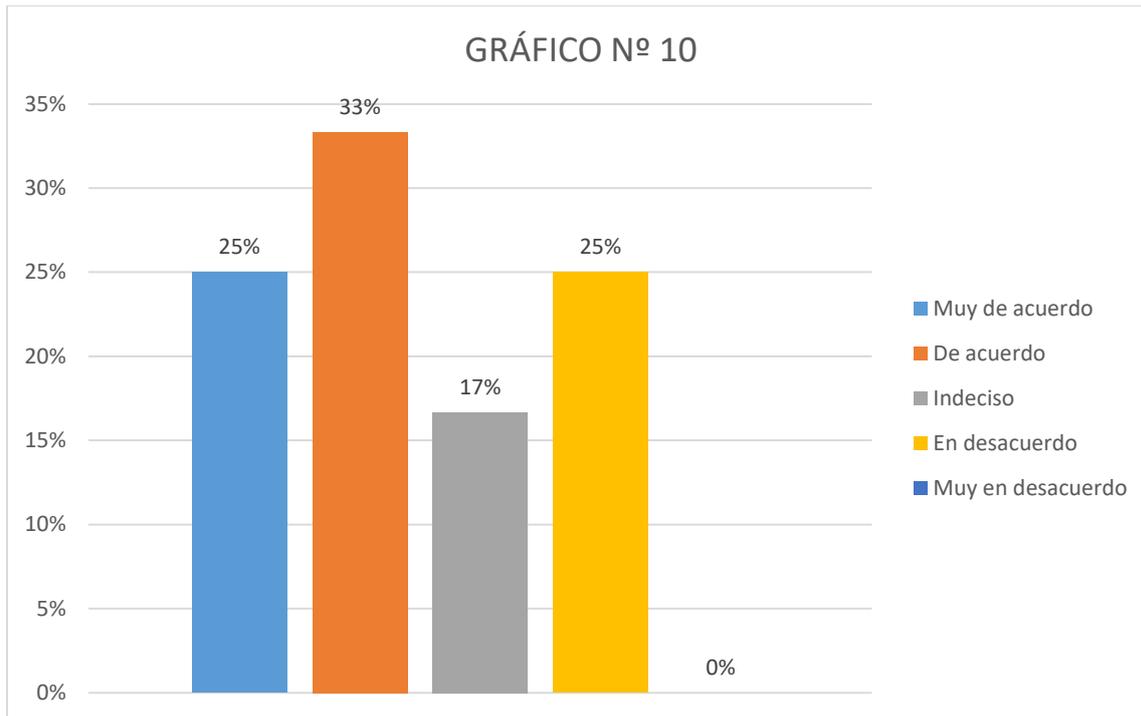
**Fuente:** Elaboración propia

**interpretación:** en la tabla n° 9 y gráfico 9, de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre si los trabajadores en la forma que se comunican con los jefes es buena, el 17% que equivale a 2 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 33% equivalente a 4 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 25% equivalente a 3 encuestados respondieron “indeciso”; el 25% equivalente a 3 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “ muy en desacuerdo”.

**Tabla 10:** la forma en que se comunica el jefe con los trabajadores (comunicación descendente) es buena

Pregunta 10	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	3	25%
De acuerdo	4	33%
Indeciso	2	17%
En desacuerdo	3	25%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** Elaboración propia



**Figura 10:** la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena

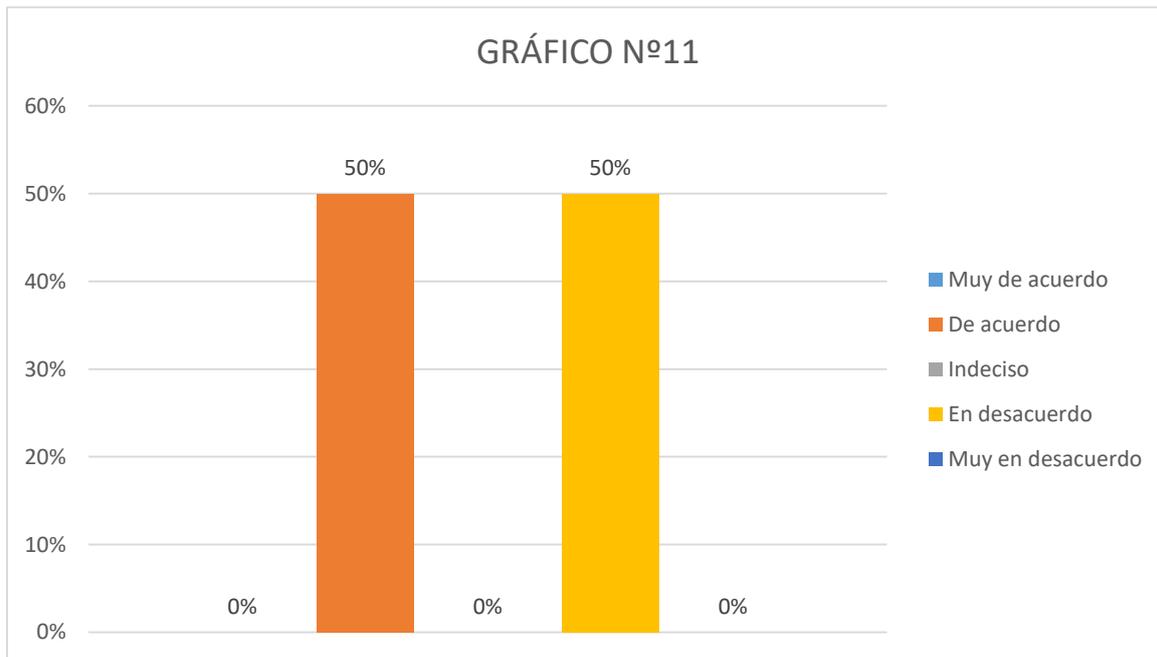
**Fuente:** Elaboración propia

**interpretación:** en la tabla n° 10 y gráfico 10 , de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre si la forma en que se comunica el jefe con los trabajadores (comunicación descendente) es buena, el 25% que equivale a 3 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 33% equivalente a 4 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 17 % equivalente a 2 encuestados respondieron “indeciso”; el 25 % equivalente a 3 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “muy en desacuerdo”.

**Tabla 11:** la forma en que se comunican los trabajadores del mismo rango (comunicación horizontal) es buena

Pregunta 10	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	0	0%
De acuerdo	6	50%
Indeciso	0	0%
En desacuerdo	6	50%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figura 11:** la forma en que se comunican los trabajadores del mismo rango (comunicación horizontal) es buena

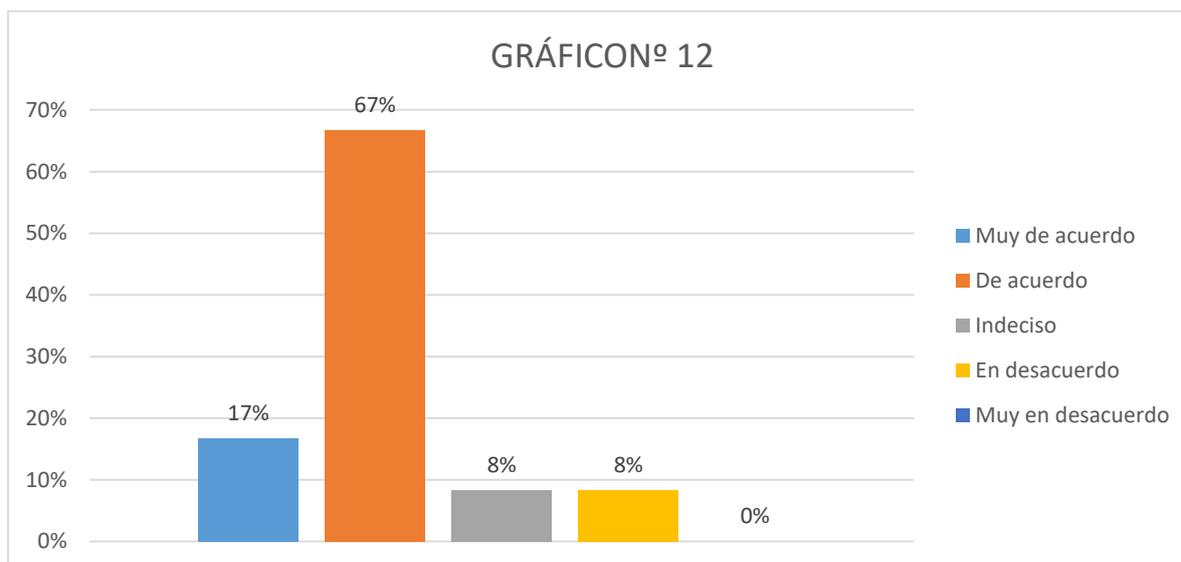
**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla n° 11 y gráfico 11 , de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre la forma en que se comunican los trabajadores del mismo rango (comunicación horizontal) es buena, el 0 % que equivale a 0 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 50% equivalente a 6 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 0 % equivalente a 0 encuestados respondieron “indeciso”; el 50 % equivalente a 6 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “muy en desacuerdo”.

**Tabla 12:** la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena

Pregunta 12	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Xi	f1	h1
Muy de acuerdo	2	17%
De acuerdo	8	67%
Indeciso	1	8%
En desacuerdo	1	8%
Muy en desacuerdo	0	0%
total	12	100%

**Fuente:** elaboración propia



**Figure 12:** la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena

**Fuente:** Elaboración propia

**Interpretación:** en la tabla nº 12 y gráfico 12 , de 12 encuestados que representan el 100% encuesta sobre la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena , el 17 % que equivale a 2 encuestados respondieron “muy de acuerdo”; el 67% equivalente a 8 encuestados respondieron “de acuerdo”, el 8 % equivalente a 1 encuestados respondieron “indeciso”; el 8 % equivalente a 1 encuestados respondieron “en desacuerdo” y el 0% correspondiente a 0 encuestados respondieron “muy en desacuerdo”.

## 5.2. Análisis de resultados

### **En relación al objetivo específico N° 01: Identificar la comunicación oral dentro de la micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías- caso empresa ferretería Romar S.C.R.L. en el distrito san juan bautista, Ayacucho,2019**

en la tabla n° 1 denominada “las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas”, de 12 encuestados que representan el 100%, el 8% respondieron “muy de acuerdo”; el 50% respondieron “de acuerdo”, el 25% respondieron “indeciso”; el 17% respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo. De los resultados obtenidos de la presente encuesta se tiene que del total de trabajadores un 58% están de acuerdo y muy de acuerdo y el otro 42% respondieron en desacuerdo e indeciso, lo cual demuestra que se debe mejorar las palabras adecuadas para una mejor comunicación.

Estos resultados se asemejan con los resultados obtenidos de (Ancco huarac, 2016), quien determinó que el 30.30% siempre realiza movimientos para enfatizar o acentuar una palabra o frase, permitiendo entender el mensaje, el 60.61% a veces y el 9.09% nunca

en la tabla n° 2 denominada “los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados”, de los 12 encuestados que representan el 100%, el 17% respondieron “muy de acuerdo”; el 25% respondieron “de acuerdo”, el 0% respondieron “indeciso”; el 58% respondieron en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo”, de los resultados obtenidos se muestra que la mayoría de trabajadores que representa el 58% mencionan estar en desacuerdo con el tipo de voz que utilizan para comunicarse.

en la tabla n° 3 denominada “sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje”, de 12 encuestados que representan el 100%, el 8% respondieron “muy de acuerdo”; el 67% respondieron “de acuerdo”, el 0% respondieron “indeciso”; el 25% respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo”. Tenemos como

resultados que el 67% están de acuerdo con la manera adecuada de comunicarse entre sus compañeros.

en la tabla nº 4 denominada “sobre los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles”, de 12 encuestados que representan el 100 %, el 0% respondieron “muy de acuerdo”; el 58% respondieron “de acuerdo”, el 17% respondieron “indeciso”; el 25% respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo”. Los resultados obtenidos mencionan que una mayoría que representa al 58% manifiesta estar de acuerdo, que los mensajes utilizados son entendibles y adecuados dentro de la organización para una comunicación eficiente. los resultados obtenidos mencionan que una mayoría que representa al 58% manifiesta estar de acuerdo, que los mensajes utilizados son entendibles y adecuados dentro de la organización para una comunicación eficiente.

**En relación al objetivo específico N° 02: Conocer la comunicación escrita dentro de la micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías- caso empresa ferretería Romar S.C.R.L. en el distrito san juan bautista, Ayacucho,2019**

en la tabla nº 5 denominada “en su organización se usan los memorandos como medio de comunicación”, de 12 encuestados que representan el 100%, el 0% respondieron “muy de acuerdo”; el 25% respondieron “de acuerdo”, el 8 respondieron “indeciso”; el 67 % respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo, estos resultados muestran que el 67% de los encuestados están en desacuerdo con el uso del memorándum como medio de comunicación dentro de la empresa

en la tabla nº 6 denominado “en su organización se usan informes como medio de comunicación”, de 12 encuestados que representan el 100%, el 0% respondieron “muy de acuerdo”; el 25% respondieron “de acuerdo”, el 25 % respondieron “indeciso”; el 50 %

respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo”. De los resultados obtenidos manifiestan que el 50% de los encuestados están en desacuerdo con el uso de informes como medio de comunicación dentro de la empresa, pero un 25% está de acuerdo, con los informes como medio de comunicación para poder mejorar el control de los trabajadores

en la tabla nº 7 denominada “en su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación”, de 12 encuestados que representan el 100%, el 0% respondieron “muy de acuerdo”; el 33% respondieron “de acuerdo”, el 17 % respondieron “indeciso”; el 50 % respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo” De los resultados obtenidos los encuestados que representan a la mayoría de los trabajadores mencionan que no tienen conocimiento de este medio de comunicación

Estos resultados coinciden con el trabajo de investigación de (Hernández romero, 2013) Aunque se reporta el correo electrónico como el segundo medio utilizado, su uso es escaso (30%). Respecto a la claridad en la información emitida vía correo electrónico, los empleados mencionan que carecen de claridad (60%) o lo desconocen (30%) y solo un (10%) atribuye como muy claro este medio

en la tabla nº 8 denominada “en su organización se usan folletos como medio de comunicación”, de 12 encuestados que representan el 100%, el 25% respondieron “muy de acuerdo”; el 58% respondieron “de acuerdo”, el 17 % respondieron “indeciso”; el 0 % respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo”. De los resultados obtenidos de la presente encuesta se tiene que la mayoría que representa a un 58% y 25% están de acuerdo y muy de acuerdo con el tipo de comunicación que utiliza la empresa para mejorar sus ventas.

**En relación al objetivo específico N° 03: Analizar los flujos de comunicación que usan las micro y pequeñas empresas del rubro ferreterías- caso empresa ferretería Romar S.C.R.L. en el distrito san juan bautista, Ayacucho,2019**

en la tabla n° 9 denominada “los trabajadores en la forma que se comunican con los jefes es buena”, de 12 encuestados que representan el 100, el 17% respondieron “muy de acuerdo”; el 33% respondieron “de acuerdo”, el 25% respondieron “indeciso”; el 25% respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo”. De los resultados obtenidos de la presente encuesta se tiene que del total de trabajadores un 50% están de acuerdo y muy de acuerdo y el otro 50% respondieron en desacuerdo e indeciso, lo cual demuestra que se debe mejorar la forma de comunicación en la empresa.

en la tabla n° 10 denominada “la forma en que se comunica el jefe con los trabajadores (comunicación descendente) es buena” , de 12 encuestados que representan el 100%, el 25% respondieron “muy de acuerdo”; el 33% respondieron “de acuerdo”, el 17 % respondieron “indeciso”; el 25 % respondieron “en desacuerdo” y el 0 respondieron muy en desacuerdo”. De los resultados obtenidos de la presente encuesta se tiene que del total de trabajadores un 58% están de acuerdo y muy de acuerdo y el otro 42% respondieron en desacuerdo e indeciso, lo cual demuestra que se debe mejorar la forma como se comunica su jefe con los trabajadores en la empresa.

Estos resultados coinciden con el trabajo de investigación de (Hernández romero, 2013) en lo que respecta a la comunicación con los dueños de la empresa el 90% de los empleados lo calificó como excelente y buena, y el 10% restante lo califico como regular.

en la tabla n° 11 denominada “la forma en que se comunican los trabajadores del mismo rango (comunicación horizontal) es buena”, de 12 encuestados que representan el 100%, el 0 % respondieron “muy de acuerdo”; el 50% respondieron “de acuerdo”, el 0 % respondieron

“indeciso”; el 50 % respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo”. De los resultados obtenidos el 50% de los trabajadores mencionan que la comunicación es buena entre ellos y el otro 50% mencionan que se debe mejorar la comunicación mediante capacitaciones a los trabajadores.

en la tabla nº 12 denominada “la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena “, de 12 encuestados que representan el 100%, el 17 % respondieron “muy de acuerdo”; el 67% respondieron “de acuerdo”, el 8 % respondieron “indeciso”; el 8 % respondieron “en desacuerdo” y el 0% respondieron “muy en desacuerdo”. Estos resultados muestran que los todos los participantes de las micro y pequeña empresa de la ferretería Romar S.C.R.L. que representa la mayoría del 67% y 17% mencionan tener una buena comunicación.

## **VI. Conclusiones y recomendaciones**

### **6.1 Conclusiones**

1. De acuerdo al objetivo general, se concluyó lo siguiente: según la mayoría de los trabajadores del rubro ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista encuestados se determinó que la comunicación organizacional dentro de la organización en las que trabaja, es buena, esto porque la comunicación oral, comunicación escrita y los flujos de comunicación dentro de su organización se da de manera eficiente. Por lo tanto, se logró describir la comunicación organizacional en el rubro ferretería de manera adecuada.

2. concerniente al objetivo n° 1:

Según los trabajadores de la ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista encuestados, se identificó que la comunicación oral dentro de la organización es adecuada esto porque las palabras, voz, entendimientos y expresiones son correctas

3. concerniente al objetivo n° 2:

De acuerdo a los trabajadores de la ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista “encuestados se determinó que la comunicación escrita dentro de su organización no es la adecuada, por cuanto no se utilizan los memorandos, informes, correos electrónicos y folletos.

4. concerniente al objetivo n° 3:

según los trabajadores de la ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista encuestados, se encontró que el flujo de comunicación dentro de la organización es muy fluido, porque la comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación horizontal, comunicación transversal es buena entre todos los participantes que representa una gran mayoría.

se pudo determinar la importancia de la comunicación organizacional en la micro y pequeñas empresas, ya que esta ayuda a tener un mejor desempeño, va a generar utilidades a la empresa y también a tener una mejor productividad

## **6.2 Recomendaciones**

1. Se recomienda a la ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista, mejorar la comunicación organizacional mediante el fortalecimiento de aspectos como la comunicación oral, comunicación escrita y los flujos de comunicación.
2. Se sugiere a la ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista , mejorar la comunicación oral en sus organizaciones mediante capacitaciones y cursos de oratoria.
3. se aconseja a la ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista , mejorar la comunicación escrita para el crecimiento y fortalecimiento de las capacidades organizacionales en bien de la empresa y los trabajadores.
4. se insta a la ferretería Romar S.C.R.L del distrito san juan bautista , para la buena comprensión e interrelación entre los participantes se deben mejorar los flujos de comunicación.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvarez, j. (2013). *manejo de la comunicación organizacional espacios, herramientas y tendencias en gestión de negocios*. Obtenido de <http://biblio.upmx.mx/textos/146146.pdf>
- Ancco, m. (2016). *comunicación organizacional y clima organizacional en la municipalidad distrital de hualmay 2015*. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1849/COMUNICACION\\_ORGANIZACIONAL\\_CLIMA\\_ORGANIZACION\\_ANCCO\\_HUARAC\\_MINERVA\\_ADRIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1849/COMUNICACION_ORGANIZACIONAL_CLIMA_ORGANIZACION_ANCCO_HUARAC_MINERVA_ADRIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ansede Espiñeira, p. (11 de abril-mayo de 2011). *La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento*. .
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Editorial Episteme.
- Bresó, J. M. (2012). *La comunicación en las organizaciones: Una aproximación desde el modelo de análisis multifacético para la gestión y la intervención organizacional (modelo Amigo)*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1471/147125259003.pdf>
- Castillo. (2018). *comunicación escrita en la actualidad*.
- Castro, A. d. (2014). *Comunicación organizacional. Técnicas y estrategias*. Obtenido de [https://books.google.com.pe/books?id=WyKVBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=WyKVBAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- castro, A. d. (2015). *Manual práctico de comunicación organizacional* (primera ed.). (E. U. norte, Ed.) Barranquilla, Colombia: Verbum.
- Chico, M. (2015). *Plan de comunicación externa de la unidad de educación especializada puyo*. Obtenido de

<http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/2557/1/TUAEXCOMMCPIE001-2016.pdf>

David, B. T. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE*. Título de ingeniero de empresas, UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, Ecuador. Obtenido de <https://hsigris.github.io/TES2016/132%20o.e..pdf>

Dominguez. (2015). *Manual de la metodología de la investigación científica(MIMI)*. Obtenido de [https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2018/manual\\_de\\_metodologia\\_de\\_investigacion\\_cientifica\\_MIMI.pdf](https://www.uladech.edu.pe/images/stories/universidad/documentos/2018/manual_de_metodologia_de_investigacion_cientifica_MIMI.pdf)

Ecured. (s.f). flujos de comunicación.

Fernández, m. (2012). *eumed.net*. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/898/Comunicacion%20Organizacional.htm>

Flores, I., Jiménez, R., Rodríguez, R., & Vázquez, M. (2016). La comunicación en las organizaciones.

Gamez, g. (2012).

García. (2018). COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL 2.0, La comunicación siglo XX y la llegada del siglo XXI, el desafío de las empresas en la era digital. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10139/Garc%C3%ADa2018.pdf?sequence=2&isAllowed=y%20%20>

Goldhaber. (s.f). comunicación organizacional. *Diana*.

Góngora. (2014). *dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1387697>

Hernández. (2014). *Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias*. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Hernández, a. (2013). *Plan de comunicación organizacional para industrias Garsam, S.A. de C.V. México*. Obtenido de <http://132.248.9.195/ptd2014/enero/0707891/0707891.pdf>

Kricun, C. C. (2016). *Diferencias comunicación Oral y Escrita*. Obtenido de [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/blog/docentes/trabajos/31547\\_113141.pdf](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/31547_113141.pdf)

Laureano, c. (2016). *La comunicación organizacional como instrumento estratégico de gestión administrativa en el Agrobanco- año 2016*. Obtenido de <http://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/UNE/1496/TM%20AD-Ad%203230%20L1%20-%20Laureano%20Condor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Martinez. (2011). *comunicación organizacional*. Obtenido de <http://comunicacionorganizacionaluia.blogspot.com/2011/02/comunicacion-organizacional-seleste.html>

Martinez, j. (2012). Obtenido de <http://lacomuorg.blogspot.com/2013/10/definicion.html>

Miguel, Á. (2017).

*Ministerio de educación*. (2015).

*Ministerio de trabajo*. (s.f).

Montoya Robles, M. (2014). *flujos de comunicación organizacional*.

Ospina, m., Rojo, y., & Zuluaga, j. (2014). *la comunicación organizacional mecanismo para el mejoramiento de la productividad en generalni colombia*. Obtenido de <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/1161/La%20comunicaci%c3%b3n%20organizacional%20mecanismo%20para%20el%20mejoramiento%20de%20la%20productividad%20en%20Generali%20Colombia..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Preciado, Á., Ramírez, G., & Losada, J. (2016). Preciado, A., Guzmán, H., y Losada, J. (2013). Usos y prácticas de comunicación estratégica. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/235121088.pdf>
- Ramos, m. (2017). *La comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte, Lima. 2016*. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6906/Ramos\\_CMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/6906/Ramos_CMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Rivera, Rojas, Fernández, & Teresita. (s.f). La comunicación como gestión organizacional organizacional.
- Runa. (2017). *Flujos y tipos de comunicación organizacional*.
- Segredo, García, López, & Perdomo. (2017). *Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública*. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-74592017000100028](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74592017000100028)
- Tamayo, M. (2012). Metodología de la Investigación. México.
- ULADECH. (2019). CÓDIGO DE ÉTICA PARA LA INVESTIGACIÓN. Chimbote.

## Anexos

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	2020				2020				2020				2020			
		Setiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
		I	I	II	II	III	III	IV	IV	I	I	II	II	III	III	IV	IV
1	Socialización del spa	X															
2	Avance de análisis de resultados		X														
3	Avance del análisis de resultados			X													
4	Presentación de análisis de resultados				X												
5	Mejora del análisis de resultados					X											
6	Conclusiones y recomendaciones						X										
7	Introducción, resumen y abstract							X									
8	Introducción, resumen y abstract								X								
9	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen - abstract									X							
10	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen - abstract										X						
11	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen - abstract											X					
12	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen - abstract												X				
13	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción													X			
14	Calificación de la redacción de análisis de resultados, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen - abstract														X		
15	Presentar el pre informe mejorado															X	
16	Sustentación del pre informe mejorado																X

## Anexo 2: Presupuesto

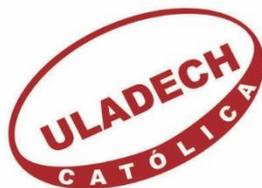
<b>Presupuesto</b>			
<b>Localidad: Huamanga</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>Bienes de consumo:</b>			
Lapicero	02 unidad	5.00	1.00
USB	01 unidad	15.00	15.00
Resaltador	01 unidad	2.00	2.00
Corrector	01 unidad	4.00	4.00
Folder y fásster	02 unidad	2.00	4.00
<b>Servicios:</b>			
Pasajes	10 veces	0.80	8.00
Impresiones	100 unidades	0.10	10.00
Copias	80 unidades	0.10	8.00
Internet	80 horas	0.5	40.00
Turnitin	1	50.00	50.00
<b>Total, general.</b>	-	-	142.00

### Financiamiento

La investigación presentada fue financiada solamente por el investigador mediante medios propios.

### Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

a) Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**CUESTIONARIO**

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO FERRETERÍA - CASO EMPRESA FERRETERÍA ROMAR S.C.R.L., DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO 2019.

Estimado señor (a): Estimado gerente sírvase contestar el presente cuestionario con un aspa (X). Su respuesta será de carácter confidencial y le agradeceré por su veracidad en su respuesta. Agradezco su tiempo y su colaboración.

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indeciso	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1	2	3	4	5

#### DATOS GENERALES

1.1.SEXO: MASCULINO

FEMENINO

<b>VARIABLE: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>		<b>Valoración</b>				
Nº	ITEMS	1	2	3	4	5
	<b>DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN ORAL</b> (palabra, voz, expresar, entender)					
<b>1</b>	¿Las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas?					
<b>2</b>	¿Los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados?					
<b>3</b>	¿ sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje?					
<b>4</b>	¿Los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles?					
	<b>DIMENSION 2: COMUNICACIÓN ESCRITA</b> (memorandos, informes, correos electrónicos, folletos)					
<b>5</b>	¿En su organización se usan los memorandos como medio de comunicación?					
<b>6</b>	¿En su organización se usan informes como medio de comunicación?					
<b>7</b>	¿En su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación?					
<b>8</b>	¿En su organización se usan los folletos como medio de comunicación?					
	<b>DIMENSIÓN 3: FLUJOS DE COMUNICACIÓN</b> (comunicación ascendente, comunicación descendente, comunicación horizontal, comunicación transversal)					
<b>9</b>	¿ la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena?					
<b>10</b>	¿ la forma en que se comunica el jefe con los trabajadores (comunicación descendente) es buena?					
<b>11</b>	¿ la forma en que se comunican los trabajadores del mismo rango (comunicación horizontal) es buena?					
<b>12</b>	¿ la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena?					

## Anexo 4: Otros

### Ruc de la empresa

<b>RUC:</b> 20452679621 - FERRETERIA ROMAR S.C.R.L.
<b>Tipo Contribuyente:</b> SOC.COM.RESPONS. LTDA
<b>Nombre Comercial:</b> ROMAR S.R.L.
<b>Fecha de Inscripción:</b> 11/07/2005
<b>Estado:</b> ACTIVO
<b>Condición:</b> HABIDO
<b>Domicilio Fiscal:</b> ---SAN PEDRO NRO. 250 AYACUCHO - HUAMANGA - AYACUCHO
<b>Actividad(es) Económica(s):</b>  Principal - CIIU 52348 - VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.  Secundaria 1 - CIIU 60230 - TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA.

Solicitud al Dueño de la empresa ferretería ROMAR S.C.R.L

SOLICITO: Permiso para realizar Trabajo de Investigación

Señor: Prado Cata Luz Margol.

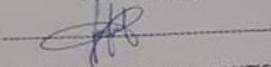
GERENTE DE LA Ferretería Romar S.C.R.L

Yo, WENDY KAREN MOLINA BAUTISTA; identificado con DNI N° 76228634 con domicilio en Asoc barrio bar la libertad MZ" A1 " lote 09 del Distrito de Ayacucho, ante usted respetuosamente me presento y expongo.

En la actualidad como estudiante vengo realizando mis estudios en el ciclo V en la Universidad Católica de Chimbote (ULADECH), filial Ayacucho. Solicito se me conceda realizar unas encuestas para obtener información y ejecutar mi proyecto de investigación titulada: **"COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO FERRETERÍAS, SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO 2019"**. El objetivo de mi investigación será para medir los resultados de la empresa, que le ayudará a mejorar las debilidades de su organización a la que viene representando en la ciudad de Ayacucho.

En espera de su autorización solicitada quedo de usted su apoyo para lograr mi objetivo.

Ajentamente,



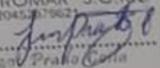
WENDY KAREN MOLINA BAUTISTA

DIRECCION: Asoc Barrio la libertad MZ" A1 "lote 09

CELULAR: 932009202

CORREO:molinaw360@gmail.com

FERRETERIA "ROMAR" S.C.R.L  
RUC 20452619621

  
Luz Margol Prado Cata  
Gerente General

DNI = 28591068  
RUC = 20452619621

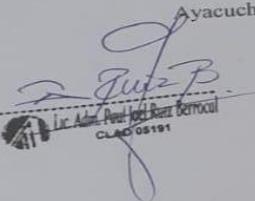
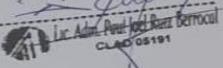
## Constancia de Validación

**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo Paul Joel Ruiz Berrocal, identificado con el número de  
DNI N° 41902942 licenciado en Administración  
con CARNET DE COLEGIO N° 05191, he revisado el proyecto de tesis  
denominado "trabajo en equipo en las micro y pequeñas empresas del rubro cafeterías:  
caso empresa café ayacuchano e.i.r.l. del distrito de ayacucho, 2020"  
que desarrolla la alumna Wendy Molina Bautista, para optar por el grado de Bachiller en  
Ciencias Administrativas.

Tras evaluar los instrumentos de recolección de datos (encuestas) con la finalidad de  
optimizar los resultados, valido de instrumento presentando por el tesista puesto que reúnen  
las condiciones para que la información que se obtenga se ajuste a la realidad.

Ayacucho, \_\_\_\_\_ del 2020

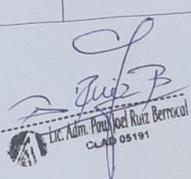
  


.....  
DNI: 41902942

CASO: \_\_\_\_\_  
AUTOR:  
WENDY MOLINA BAUTISTA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS

Orden	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN								
		¿Es pertinente con el concepto?		¿Necesita mejorar la redacción?		¿Es tendencioso o sesgado?		¿Se necesita más ítems para medir el concepto?		
		SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
IOE	DIMENSIÓN 1: COMUNICACIÓN ORAL (palabra, voz, expresar, entender)									
1	¿Las palabras que se usan para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuadas?	X				X	X			X
2	¿Los tonos de voz que se usa para comunicar un mensaje dentro de la organización son adecuados?	X				X	X			X
3	¿sus compañeros se expresan de manera correcta al momento de comunicar un mensaje?	X				X	X			X
4	¿Los mensajes que se dan dentro de la organización por parte de sus compañeros son entendibles?					X	X			X
IOE	DIMENSIÓN 2: COMUNICACIÓN ESCRITA (memorandos, informes, correos electrónicos, folletos)									
5	¿En su organización se usan los memorandos como medio de comunicación?	X				X	X			X
6	¿En su organización se usan informes como medio de comunicación?	X				X	X			X
7	¿En su organización se usan correos electrónicos como medio de comunicación?	X				X	X			X
8	¿En su organización se usan los folletos como medio de comunicación?	X				X	X			X
IOE	DIMENSIÓN 3: FLUJOS DE COMUNICACIÓN (comunicación ascendente, comunicación descendente,									

  
 Lic. Adm. Piedad Ruiz Berrocal  
 CLAB 05191

	comunicación horizontal, comunicación transversal)					X	X			X
9	¿ la forma en que se comunican los trabajadores con el jefe (comunicación ascendente) es buena?	X				X	X			X
10	¿ la forma en que se comunica el jefe con los trabajadores (comunicación descendente) es buena?	X				X	X			X
11	¿ la forma en que se comunica el jefe con los trabajadores (comunicación descendente) es buena?	X				X	X			X
12	¿ la forma en que se comunican entre todos los participantes de su organización (comunicación transversal) es buena?	X								

  
 Lic. Adm. Piedad Ruiz Berrocal  
 CLAB 05191

## Porcentaje del turnitin:

### Wendy - taller de investigación

---

#### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE  
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

5%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

#### ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

9%

★ [www.scribd.com](http://www.scribd.com)

Fuente de Internet

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias < 4%

Excluir bibliografía

Activo