



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 BOTICAS:
CASO BOTICA WARIFARMA, DISTRITO DE
AYACUCHO, 2020**

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

AUTOR

AYLAS GASTELU, CARLOS JOSE

ORCID: 0000-0001-8135-457X

ASESOR

MGTR. CHUCHON HUAMANI ARTURO

ORCID: 0000-0002-3426-6742

AYACUCHO – PERÚ

2021

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Aylas Gastelú, Carlos José.

ORCID: 0000-0001-8135-457X

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

ASESOR

Mgtr. Chuchon Huamani 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: 0000-0002-9569-9824

Mgtr. Jáuregui Prado, Alcides

ORCID: 0000-0002-6611-9480

Mgtr. Tipe Herrera, Carlos

ORCID: 0000-0003-4439-1448

HOJA DE FIRMA DEL JURADO Y ASESOR

.....
Mgtr. Berrocal Chillce, Judith
Presidenta

.....
Mgtr. Jáuregui Prado, Alcides
Miembro

.....
Mgtr. Tipe Herrera, Carlos Celso
Miembro

.....
Mgtr. Chuchon Huamani Arturo
Asesor

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a la memoria de mis padres, también a mis hijos y familiares
que me acompañan en vida.

RESUMEN

La presente investigación centrada en la comunicación organizacional tiene como enunciado general: ¿Cómo es la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020?; teniendo como objetivo general: describir la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020. La metodología fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal. Se obtuvo como población un total de 6 trabajadores de la Botica Warifarma. Para la recolección de datos, se usó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario. Los resultados muestran el 50% respondieron que “Casi siempre” las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuada; además el 50% también menciona que “Casi siempre” las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas. Por lo que se llegó a la conclusión de que la comunicación organizacional en la botica Warifarma es adecuada, ya que se corroboró que tanto la comunicación interna, la comunicación verbal y la comunicación no verbal dentro de esta organización son adecuadas.

Palabras Claves: Comunicación, comunicación interna, comunicación verbal y comunicación no verbal

ABSTRACT

This research, which focuses on organisational communication, has the general objective of describing organisational communication in micro and small enterprises in the apothecary sector: the case of Botica Warifarma, Ayacucho district, 2020; and the general objective of describing organisational communication in micro and small enterprises in the apothecary sector: the case of Botica Warifarma, Ayacucho district, 2020. The methodology was applied with a quantitative approach, a descriptive level and a non-experimental, transversal design. A total of 6 workers from the Botica Warifarma were interviewed. The survey technique and the questionnaire instrument were used for data collection. The results show that 50% responded that "Almost always" the words used in oral communication within their organization are adequate; in addition 50% also mentioned that "Almost always" the words used in written communication within their organization are adequate. Therefore, it was concluded that the organizational communication in the Warifarma pharmacy is adequate, as it was corroborated that both internal communication, verbal communication and non- verbal communication within this organization are adequate.

Keywords: Communication, internal communication, verbal communication and non-verbal communication

CONTENIDO

Equipo de trabajo	ii
Hoja de firma del jurado y asesor	iii
Dedicatoria	iv
Resumen	v
Abstract	vi
Contenido	vii
Índice de tablas.....	viii
Índice de Figuras	ix
I. Introducción.....	10
II. Revisión de literatura.....	12
2.1 Antecedentes.....	12
2.1.1 Antecedentes internacionales	12
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	14
2.2.3 Antecedentes locales	16
2.2 Bases teóricas.....	18
2.2.1 Comunicación organizacional	18
2.2.2 Comunicación interna.....	20
2.2.3 Comunicación verbal.....	21
2.2.4 Comunicación no verbal.....	21
2.2.4 Indicadores	22
III. Hipótesis de la investigación.....	24
IV. Metodología.....	25
4.1 Tipo de investigación.....	25
4.2 Nivel de la investigación.....	25
4.3 Diseño de la investigación	25
4.4 Universo y muestra	25
4.5 Definición y operalización de variables.....	26
4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	27
4.7 Plan de análisis.....	27
4.8 Matriz de consistencia	28
4.9 Principio éticos	29
V. Resultados	31
5.1 Resultados.....	31
5.2 Análisis de resultados	42
VI. Conclusiones	45
Aspectos complementarios.....	47
Recomendaciones	47
Referencias Bibliográficas	48
Anexos	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Sexo de los trabajadores de Warifarma	31
Tabla 2: Edad de los trabajadores de Warifarma.....	32
Tabla 3: En su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores	33
Tabla 4: En su organización, reconocen sus logros	34
Tabla 5: Usted está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización.....	35
Tabla 6: Las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas.....	36
Tabla 7: Las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas.....	37
Tabla 8: Existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización.....	38
Tabla 9: Los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos	39
Tabla 10: Los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados	40
Tabla 11: Los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sexo de los trabajadores de Warifarma.....	31
Figura 2: Edad de los trabajadores de Warifarma.....	32
Figura 3: En su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores	33
Figura 4: En su organización, reconocen sus logros.....	34
Figura 5: Usted está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización.....	35
Figura 6: Las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas.....	36
Figura 7: Las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas.....	37
Figura 8: Existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización.....	38
Figura 9: Los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos	39
Figura 10: Los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados	40
Figura 11: Los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos	41

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, Carrasco (2012) menciona que en Colombia, La comunicación organizacional crece más cada día, si bien todavía falta mucho por hacer en torno a la comunicación organizacional se podría señalar que en un alto porcentaje las empresas se han abierto a la comunicación organizacional, el empresario ha entendido que más que controlar autoritariamente debe procurar la comunicación dialógica con sus trabajadores, es decir reconocer al otro en toda su dimensión para que juntos procuren el bienestar empresarial.

Por otra parte, Tello (2013) menciona que en el Perú, las empresas no tienen una práctica comunicacional que se sostenga en un sistema de decisión gerencial, sino en la experticia y los recursos disponibles. En nuestro contexto la discusión oscila entre los modelos transnacionales que intentan adaptar un orden extraño pero eficaz y los modelos familiares cargados de la afectividad temerosa de un sistema que no está en capacidad de enfrentar los cambios propios de nuestra sociedad. He ahí la importancia de invertir en la integración, planeamiento e implementación de un sistema de comunicación que permita mejorar el rendimiento general de la empresa.

Lopez (2018) autor ayacuchano, determinó que el clima organizacional es muy importante y debe ser tomado en cuenta en toda organización, debido a que tiene efecto en el comportamiento de los miembros, en los equipos, en la institución y por ende en la productividad.

El problema general de la investigación fue: ¿Cómo es la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito Ayacucho 2019?

El tema que se escogió para la presente investigación se obtuvo en base a la línea de investigación Gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, cuyo objetivo es desarrollar las investigaciones relacionadas al proceso administrativo de: planeación, organización, dirección y control; así como otras actividades propias de la micro y pequeña empresa. Este tema deriva de la función de dirección.

El objetivo general de esta investigación fue describir la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito Ayacucho 2019; los objetivos específicos son: Identificar las características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020. Identificar las características de la comunicación verbal en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020. Identificar las características de la comunicación no verbal en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.

La metodología a usar fue de tipo cuantitativo, el nivel que se utilizará será el descriptivo y el diseño será no experimental.

La justificación de esta investigación se da porque beneficiará a la botica Warifarma porque se hará un estudio descriptivo que brindará información acerca de cómo está desarrollando su comunicación organizacional, y de tal manera buscar los cambios para la mejora. Además se pretende contribuir a la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote brindando una fuente de investigación más para futuros investigadores.

Finalmente se llegó a la conclusión de que Se concluye en que se describió satisfactoriamente la comunicación organizacional de los trabajadores de la botica Warifarma; obteniéndose que según la mayoría de los encuestados (trabajadores) la

comunicación organizacional es adecuada, ya que se corroboró que tanto la comunicación interna, la comunicación verbal y la comunicación no verbal dentro de esta organización son adecuadas.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

2.1.1 Antecedentes internacionales

Passarelli (2016) en su investigación denominada “La gestión de la comunicación en la Organización Soluciones Postales”, realizada en Argentina, afirma que el principal objetivo de esta investigación fue vincular de manera directa la imagen con la organización, es decir, asociar la identidad visual con la empresa; como así también posicionar a Soluciones Postales como referente en el entorno y rubro donde se desenvuelve. La metodología fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo diseño transversal. La investigación llegó a la conclusión de que “la interpretación de las conversaciones que se dan en la organización y entre los actores que integran la misma, son necesarias para planificar escenarios posibles que aporten y ayuden a la transformación deseada. Para acceder y comprender dichas conversaciones es necesario el uso de herramientas y técnicas metodológicas, principalmente las entrevistas en profundidad y la observación participante”.

Cuffia (2015) en su investigación denominada “Comunicación al interior de las organizaciones: Análisis del caso Viví la bolsa, revista de

comunicación interna de la Bolsa de Comercio de Rosario”, realizada en Rosario, Argentina, el principal objetivo de esta investigación fue analizar la gestión estratégica de la comunicación interna en la organización Bolsa Comercio de Rosario, a través de la revista Viví la Bolsa. La metodología fue de tipo cuantitativa y de nivel cualitativa. La investigación llegó a la conclusión de que “la revista Viví la Bolsa cumplió con uno de los objetivos principales que se propuso al inicio, y que fue la integración. Sin embargo, al escuchar a nuestros informantes, pudimos observar que tienen una impresión de la organización que difiere de la impresión que tienen de la revista”.

Delgado & Gimenez (2014) en su investigación denominada “La importancia de gestionar las comunicaciones internas en sus sistema de medios Públicos. Caso Cicunc”, realizada en Mendoza, Argentina; afirma que el principal objetivo de esta investigación fue proponer un Plan de Comunicación Interna que articule las diferentes identidades que conforman el Sistema de Medios sobre un lineamiento común basado en la formulación de su filosofía y genere una forma de trabajo articulado. La metodología fue de tipo cuantitativo y nivel descriptivo. La investigación llegó a la conclusión de que “la comunicación constituye una dimensión de importancia capital en la actividad de cualquier organización. De modo que no sólo resulta un soporte de infraestructura sobre el que se articulan las actividades de una organización, sino que constituye de hecho, la base del crecimiento y desarrollo de ésta”.

Aguerre (2013) en su investigación denominada “Desarrollo de la gestión de la comunicación organizacional en empresas”, realizada en Argentina, menciona que el principal objetivo de esta investigación fue entender cuáles han sido los factores que han influido en el desarrollo y la consolidación de la práctica profesional de comunicación organizacional dentro de las empresas. La Metodología fue descriptiva e interpretativa. La investigación llegó a la conclusión de que “el desarrollo y consolidación de la gestión de las funciones de la comunicación organizacional en éstas dos multinacionales investigadas que pertenecen al mismo tamaño y sector, se llevó a cabo de manera diferente”.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Rurush (2018) en su investigación denominada “Caracterización de la comunicación organizacional como herramienta de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro Actividades de alojamiento para estancias cortas del distrito de Huaraz, 2015”, realizada en Huaraz, afirma que el principal objetivo de esta investigación fue describir y determinar las características de la comunicación interna como herramienta de calidad en las Micro y Pequeñas empresas del Sector Servicios de Alojamiento para estancias cortas en la ciudad de Huaraz, 2015. La metodología fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y de diseño no experimental (transeccional o transversal). La investigación llegó a la conclusión de que “la comunicación efectiva existe dentro de una empresa

cuando hay un clima de confianza con los colaboradores, o también cuando se les tiene informados sobre las políticas, estrategias, metas, misión, visión y valores, éstos se sienten identificados, partes de la organización, por ende, participarán con más ahínco en las tareas dispuestas”.

Minerva (2016) en su investigación denominada “Comunicación Organizacional y Clima Organizacional en la Municipalidad Distrital de Hualmay 2015”, realizada en Lima, el principal objetivo de esta investigación fue proponer una matriz de indicadores de evaluación de la comunicación organizacional y el clima organizacional interna, de la Municipalidad Distrital de Hualmay 2015. La Metodología fue de cuantitativo y de nivel descriptivo el diseño de la investigación es no experimental-transversal. La investigación llegó a la conclusión de que “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”.

Saravia Dongo (2018) en su investigación denominada “Incidencia de la comunicación organizacional interna sobre el desarrollo organizacional del gobierno regional de Arequipa, 2018”, realizada en Arequipa, el principal objetivo de esta investigación fue determinar la incidencia de la

comunicación organizacional interna en el desarrollo organizacional del Gobierno Regional de Arequipa. La metodología fue de tipo cuantitativa y de nivel descriptivo. La investigación llegó a la conclusión de que “el impacto que produce en el Gobierno Regional de Arequipa la comunicación organizacional interna es que: pocas veces incide en el mejoramiento de la productividad y en el cambio de actitudes de los trabajadores”.

2.2.3 Antecedentes locales

Porras Méndez (2018) en su investigación denominada “Comunicación Y Fortalecimiento Organizacional En La Universidad Nacional Autónoma De Huanta, Ayacucho, 2018.”, realizada en Ayacucho, afirma que el principal objetivo de esta investigación fue determinar y explicar el nivel de relación entre la comunicación y el fortalecimiento organizacional en la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Ayacucho, 2018. La metodología fue de tipo no experimental, nivel relacional y método cuantitativo. La investigación llegó a la conclusión de que “existe una relación significativa entre la comunicación y el fortalecimiento organizacional en la Universidad Nacional Autónoma de Huanta- Ayacucho y también existe relación significativa entre la comunicación interna y fortalecimiento organizacional en la Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Ayacucho, 2018”

Feria (2015) en su investigación denominada “Comunicación organizacional y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de Jesús

Nazareno, Ayacucho - 2015”, realizada en Ayacucho, el principal objetivo de esta investigación fue determinar y estudiar la relación comunicación organizacional en la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho, durante el año 2015. La metodología fue de enfoque cuantitativo, tipo descriptivo correlacional y de método hipotético deductivo. La investigación llegó a la conclusión de que “la comunicación organizacional no posee relación con la calidad de servicio que se presta dentro de la institución. Si bien es cierto, los trabajadores están orientados a brindar un buen servicio, sin embargo, la falta de capacitación y conocimiento para desarrollar servicios de alta calidad al usuario es notable. Además, carecen de conocimientos específicos en las áreas, manteniendo una cultura orientada sólo hacia la prestación de servicios al cliente”.

Godoy (2015) en su investigación denominada “Comunicación estratégica en organizaciones no gubernamentales de Ayacucho ¿Apoyo a la comunidad o imagen institucional? 2010-2014”, realizada en Ayacucho, el principal objetivo de esta investigación fue estudiar de qué manera la comunicación estratégica contribuyó a desarrollar con eficacia los objetivos previstos por las principales ONG en Ayacucho. La metodología fue de tipo descriptivo, diseño cualitativo. La investigación llegó a la conclusión de que “la comunicación estratégica contribuyó a desarrollar con eficacia los objetivos previstos por las principales ONG en Ayacucho, a partir de una adecuada articulación de trabajo con otras instituciones y mostrando cierta prioridad a la imagen corporativa. En los cuatro casos, se ha visualizado el

cumplimiento de los objetivos previstos por las ONG, sin embargo, esto se ha trabajado siempre teniendo en cuenta la imagen corporativa o el posicionamiento de las ONG”.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Comunicación organizacional

Entre las teorías más importantes de la comunicación organizacional tenemos las siguientes:

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (2017) menciona que la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, el tipo de comunicación que existe dentro de una organización se le denomina comunicación interna, y esta, a su vez se puede dividir en comunicación verbal y en comunicación no verbal.

De manera similar tenemos a Valdez (s.f.) quien menciona que “la comunicación organizacional es un proceso de creación, intercambio, procesamiento y almacenamiento de mensajes dentro de un sistema de objetivos determinados. La toma de decisiones se desarrolla dentro de un mundo de comunicación y educación” (p.24).

También, Queris, Sánchez & Manzano (2014) afirman que: “la comunicación organizacional es el proceso por medio del cual los miembros de determinada organización o empresa recolectan información pertinente acerca del medio en que se desenvuelven en el mundo empresarial y los cambios que ocurren dentro de ella”(p.287).

Chiquito (2017) “la comunicación organizacional es un instrumento que ayuda a las organizaciones a alcanzar sus metas cuando es utilizada de manera correcta. ¿Cuáles son estas? Dependerá de la actividad de la empresa y a la clase de audiencias con las que interactúa” (p.16).

Cámara (2018) menciona que:

“La comunicación organizacional abraza todos los públicos, tanto internos como externos, y como hemos comentado debe gestionarse de forma integral, interrelacionada y equilibrada, desde la comunicación de la dirección, la comunicación interna y externa, a la comunicación del producto. Pero también tiene que gestionar la imagen y otros activos intangibles, como la marca, la reputación corporativa, la responsabilidad social corporativa, la cultura organizacional o la gestión del conocimiento” (p.15).

Por otra parte, según Del Cisne (2017) afirma que “La Comunicación Organizacional es la encargada de mantener una relación armónica entre los diferentes públicos de la institución; según las formas que se usan, esta puede ser verbal o no verbal”(p.18).

De igual manera, Ortiz & Silva (2011) afirma que “la comunicación organizacional brinda información entre los miembros de una empresa que al transmitir un mensaje promueve la comunicación; esta puede ser verbal o no verbal”.

En resumen, la comunicación organizacional, es un proceso por el cual se realiza un intercambio de mensajes entre el receptor y el emisor, esta comunicación resulta muy importante porque es un pilar para el buen funcionamiento de la organización.

2.2.2 Comunicación interna

Donado (2012) manifiesta que “la comunicación interna es una actividad que comprende la emisión y recepción de mensajes dentro de una organización y cuya finalidad es la creación y mantenimiento de buenas relaciones basadas en la confianza y el reconocimiento entre sus miembros”.

Del Cisne (2017) manifiesta que “la comunicación Interna es un recurso gerenciable en orden a alcanzar los objetivos corporativos y culturales, organizacionales, funcionales, estratégicos y comportamentales de la empresa. La Comunicación Interna no es un fin, sino un medio y una herramienta insustituible para desarrollar las nuevas competencias, que supone el nuevo contrato psicológico que hoy vincula a los hombres con las organizaciones: la flexibilidad, la polivalencia, la apertura a los cambios, el espíritu de participación, el talante innovador, el trabajo en equipo, etc.”

Donado (2012) sostiene que la comunicación interna:

“Permite crear una identidad de la empresa en un clima de **confianza** y motivación, conocer ampliamente a la organización y sentirla como propia, mantener constantemente **informados**, de manera individual y grupal, a los empleados y estudiantes (en este caso), hacer públicos los logros obtenidos

por la empresa, **reconocer** públicamente el desempeño de algún empleado, promover una comunicación a todas las escalas.”

2.2.3 Comunicación verbal

Minerva (2016) manifiesta que la comunicación verbal “está formada por el uso oral o escrito de las palabras para comunicar un significado. La comunicación escrita puede ser tanto interna como externa” (p.19).

Rurush (2018) manifiesta que este tipo de comunicación “se usa para transferir el mensaje usa **palabras habladas** (oral) o **escritas**, por ende, el idioma, que vendría a ser el símbolo del canal en el proceso de comunicación, es pieza clave para el proceso de comunicación”.

Universidad del Salvador (2018) menciona que la comunicación verbal es aquella en la que “las palabras (habladas) constituyen la base para la transmisión de contenidos. Sin duda es el instrumento de comunicación más importante entre las personas. El lenguaje y el pensamiento van íntimamente unidos, de manera que los pensamientos deben transformarse en palabras para que los demás puedan **entender** lo mejor posible lo que se quiere transmitir”.

2.2.4 Comunicación no verbal

Para Chiavenato (2013), citado en Rurush Minaya (2018) menciona que “en este tipo de comunicación no se usan las palabras ni la escritura como en el anterior tipo, sino para poder codificar los pensamientos usan

elementos como los **gestos**: expresiones de la cara y del cuerpo; como la tonalidad en la voz” (p.15).

Rodríguez citado en Minerva (2016) manifiesta que se produce cuando “la comunicación tiene lugar sin la intervención de los medios orales o escritos. Es una comunicación a través de **comportamientos y símbolos** que determinan el significado que la persona les da en la comunicación. Las expresiones, los gestos y las posturas corporales proporcionan significados que son reconocidos instantáneamente por las personas”.

2.2.4 Indicadores

Dimensión 1: Comunicación interna

Confianza: Seguridad, especialmente al emprender una acción difícil o comprometida (Real Academia Española, 2018).

Reconocimiento: Acción de reconocer o reconocerse (Real Academia Española, 2018).

Informado: Capacidad de conocer información sobre un determinado tema (Real Academia Española, 2018).

Dimensión 2: Comunicación verbal

Palabras habladas: hace parte de la oralidad y esta requiere la capacidad del habla (Real Academia Española, 2018).

Palabras escritas: es parte de la escritura y esta implica tanto la capacidad de escribir como de leer aquello que se escribe (Real Academia Española, 2018).

Entendimiento: Capacidad de pensar y obrar con buen juicio, prudencia, reflexión, sensatez y responsabilidad (Real Academia Española, 2018).

Dimensión 3: Comunicación no verbal

Gestos: Acción de difundir (Real Academia Española, 2018).

Comportamiento: Noticia o dato que informa acerca de algo (Real Academia Española, 2018).

Símbolo: Signo que establece una relación de identidad con una realidad, generalmente abstracta, a la que evoca o representa (Real Academia Española, 2018).

III. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación no se formulará una hipótesis general ni hipótesis específicas. Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “no todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio” (p.92).

IV. METODOLOGÍA

4.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada con enfoque cuantitativo porque parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

4.2 Nivel de la investigación

El nivel es descriptivo porque se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (Hernández et al., 2014).

4.3 Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es no experimental transversal porque en este tipo de investigaciones se recolectan datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (Hernández et al., 2014).

4.4 Universo y muestra

Población: La población está conformada por 6 trabajadores de la empresa Warifarma SAC, cuyo RUC es 20600974581, ubicada en el distrito Ayacucho. La población es un conjunto finito o infinito de elementos, sobre los que vamos a realizar observaciones (Universidad de la Punta, 2014).

4.5 Definición y operacionalización de variables

Comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala
Comunicación organizacional	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (2017) menciona que la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, el tipo de comunicación que existe dentro de una organización se le denomina comunicación interna, y esta, a su vez se puede dividir en comunicación verbal y en comunicación no verbal.	La variable de “Comunicación organizacional” será medida mediante el uso de la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario	Comunicación interna	Confianza Reconocimiento Informado	<p>¿En su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores?</p> <p>¿En su organización, reconocen sus logros?</p> <p>¿Usted está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización?</p>	<p>Likert:</p> <p>- Nunca (1)</p> <p>- Casi nunca (2)</p> <p>- A veces(3)</p> <p>- Casi siempre (4)</p> <p>- Siempre(5)</p>
			Comunicación verbal	Palabras habladas Palabras escritas Entendimiento	<p>¿Las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas?</p> <p>¿Las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas?</p> <p>¿Existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización?</p>	
			Comunicación no verbal	Gestos Comportamiento Símbolos	<p>¿Los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos?</p> <p>¿Los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados?¿Los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos?</p>	

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de recolección de datos

Como técnica de investigación se elaboró una encuesta, usando como instrumento el cuestionario basado en 12 preguntas con dos alternativas de escala likert, Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5); así para poder recolectar datos exactas y concretas, para luego hacer una tabulación.

Instrumento

el instrumento para la investigación es el cuestionario, donde se formularán las preguntas con opciones que corresponden a las variables: independiente y dependiente.

4.7 Plan de análisis

Para realizar la presente investigación se hizo uso del programa de hojas de cálculo Microsoft Excel y también el Programa SPSS; para la redacción del proyecto también se usó el programa Microsoft Word.

4.8 Matriz de consistencia

Comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020

Enunciados del problema	Objetivos de la investigación	Hipótesis ;	Variable	Metodología
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo es la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>¿Cuáles son las características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020?</p> <p>¿Cuáles son las características de la comunicación verbal en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020?</p> <p>¿Cuáles son las características de la comunicación no verbal en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020?</p>	<p>Objetivo general:</p> <p>Describir la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Identificar las características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.</p> <p>Identificar las características de la comunicación verbal en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.</p> <p>Identificar las características de la comunicación no verbal en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.</p>	<p>Para la presente investigación no se formulará una hipótesis general ni hipótesis específicas.</p> <p>Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) “no todas las investigaciones cuantitativas plantean hipótesis. El hecho de que formulemos o no hipótesis depende de un factor esencial: el alcance inicial del estudio” (p.92).</p>	<p>Comunicación organizacional</p> <p>Dimensión: Comunicación interna</p> <p>Confianza Reconocimiento Informado</p> <p>Dimensión: Comunicación verbal</p> <p>Palabras habladas Palabras escritas Entendimiento</p> <p>Dimensión: Comunicación no verbal</p> <p>Gestos Comportamiento Símbolos</p>	<p>Tipo:</p> <p>Aplicada con enfoque cuantitativo</p> <p>Nivel:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población:</p> <p>6 trabajadores</p> <p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>

4.9 Principio éticos

En el desarrollo del informe de investigación, se aplicó los principios éticos que orientan la investigación (**Uladech Católica, 2020**), anexada en el Código de Ética para la Investigación, bajo la Resolución N° 0916-2020-CU-ULADECH Católica.

Protección a las personas: La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesita cierto grado de protección respetando la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio.

Libre participación y derecho a estar informado: Las personas que desarrollan actividades de investigación tienen el derecho a estar bien informados sobre los propósitos y finalidades de la investigación que desarrollan, o en la que participan; así como tienen la libertad de participar en ella, por voluntad propia.

Beneficencia no-maleficencia: Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad: Las investigaciones que involucran el medio ambiente, plantas y animales, deben tomar medidas para evitar daños; se deben respetar la dignidad de los animales y el cuidado del medio ambiente incluido las plantas, por encima de los fines científicos; para ello, deben tomar medidas para evitar daños y planificar acciones para disminuir los efectos adversos y maximizar los beneficios.

Justicia: El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurar que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la investigación derecho a acceder a sus resultados.

Integridad científica: La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1: Sexo de los trabajadores de Warifarma

Género	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Masculino	1	17%
Femenino	5	83%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

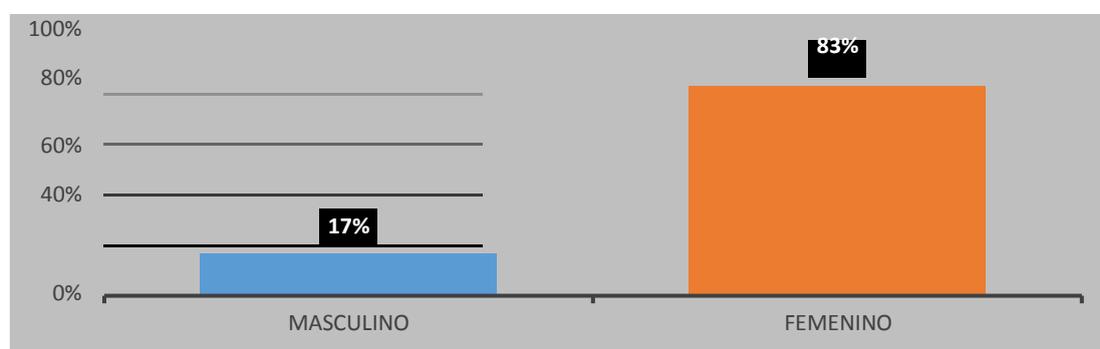


Figura 1: Sexo de los trabajadores de Warifarma

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 1 y la Figura 1, de 6 trabajadores que representan al 100% de los encuestados, el 17% equivalente a 1 encuestado es hombre y el 83% equivalente a 5 encuestados son mujeres; por lo que la mayoría de trabajadores son de género femenino.

Tabla 2: Edad de los trabajadores de Warifarma

Edad	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
X_i	f_i	$h_i\%$
Entre 18 y 29 años	2	33%
Entre 30 y 49 años	3	50%
De 50 a más años	1	17%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

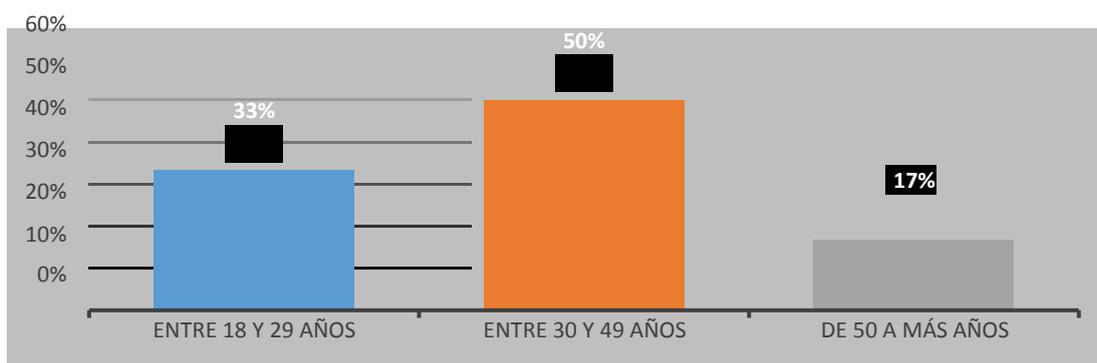


Figura 2: Edad de los trabajadores de Warifarma

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 2 y la Figura 2, de 6 trabajadores que representan al 100% de los encuestados, el 33% equivalente a 2 encuestados tienen entre 18 y 29 años; el 50% equivalente a 3 encuestados tienen entre 30 y 49 años; y el 17% equivalente a 1 encuestado tiene más de 50 años; por lo tanto, existe mayor cantidad de trabajadores que tienen entre 30 y 49 años.

Tabla 3: En su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores

Pregunta 1	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	3	50%
Casi siempre	2	33%
A veces	1	17%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

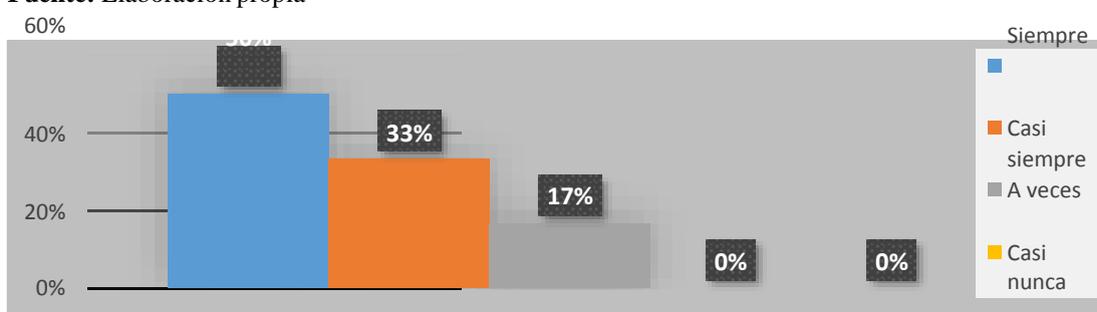


Figura 3: En su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 3 y la Figura 3, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si en su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 17% equivalente a 1 encuestado respondió A veces; el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron casi siempre y el 50% correspondiente a 3 personas respondieron Siempre; en conclusión la mayoría menciona que “Siempre” en su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores.

Tabla 4: En su organización, reconocen sus logros

Pregunta 2	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	1	17%
Casi siempre	3	50%
A veces	2	33%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

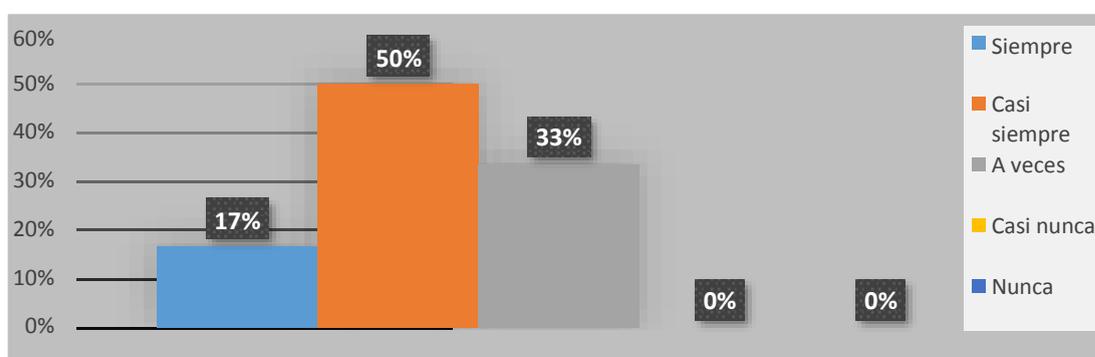


Figura 4: En su organización, reconocen sus logros

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 4 y la Figura 4, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si en su organización, reconocen sus logros, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron A veces; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron casi siempre y el 17% correspondiente a 1 personas respondieron Siempre; en conclusión la mayoría menciona que “Casi siempre” en su organización, reconocen sus logros.

Tabla 5: Usted está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización

Pregunta 3	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	2	33%
Casi siempre	2	33%
A veces	2	33%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

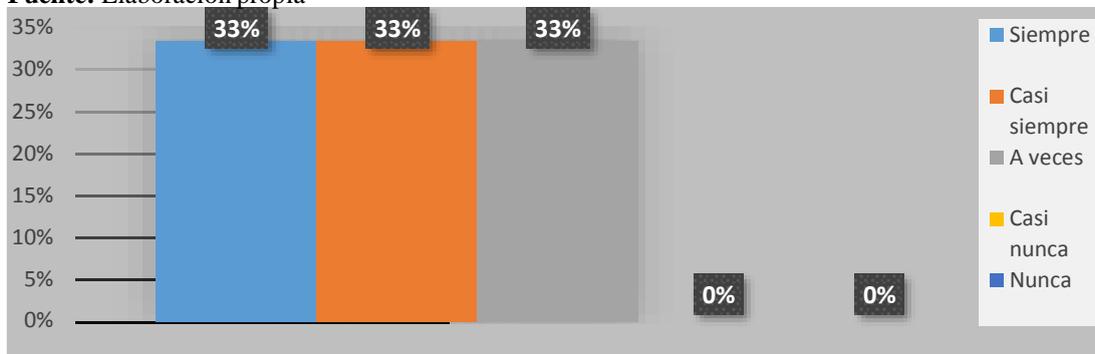


Figura 5: Usted está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 5 y la Figura 5, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización, el 0% equivalente a 5 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron A veces el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron casi siempre y el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron Siempre; en conclusión mencionan por igual que a veces, casi siempre y siempre con respecto a si está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización.

Tabla 6: Las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas

Pregunta 4	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	2	33%
Casi siempre	3	50%
A veces	1	17%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

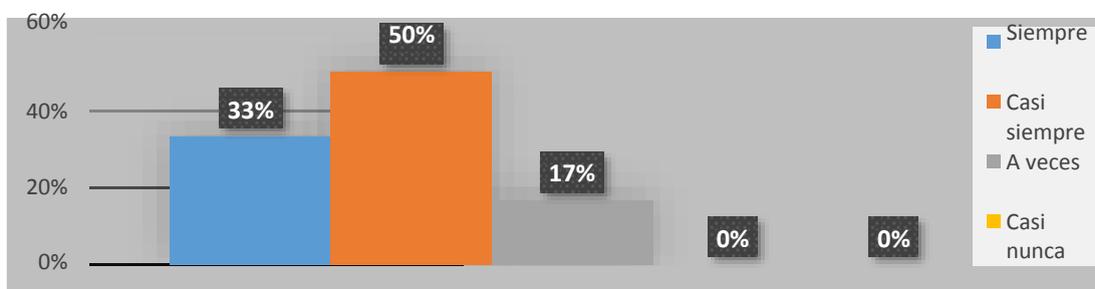


Figura 6: Las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 6 y el gráfico 6, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 17% equivalente a 1 encuestado respondió A veces; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron casi siempre y el 33% correspondiente a 2 personas respondieron Siempre; en conclusión la mayoría menciona que “Casi siempre” las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas.

Tabla 7: Las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas

Pregunta 5	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	1	17%
Casi siempre	3	50%
A veces	2	33%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

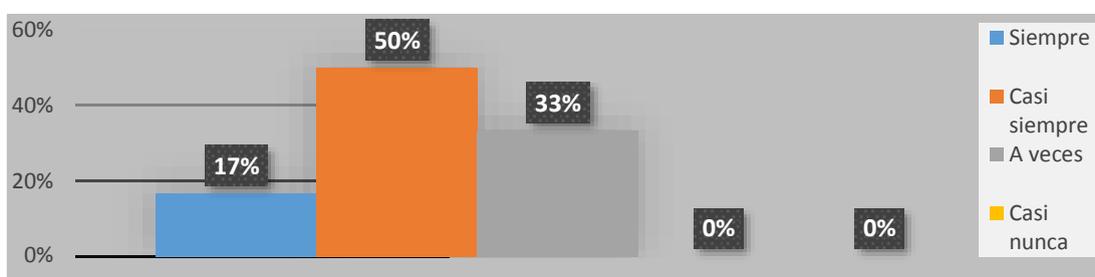


Figura 7: Las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 7 y el gráfico 7, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron A veces; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron casi siempre y el 17% correspondiente a 1 personas respondieron Siempre; en conclusión la mayoría menciona que “Casi siempre” las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas.

Tabla 8: Existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización

Pregunta 6	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	2	33%
Casi siempre	3	50%
A veces	1	17%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

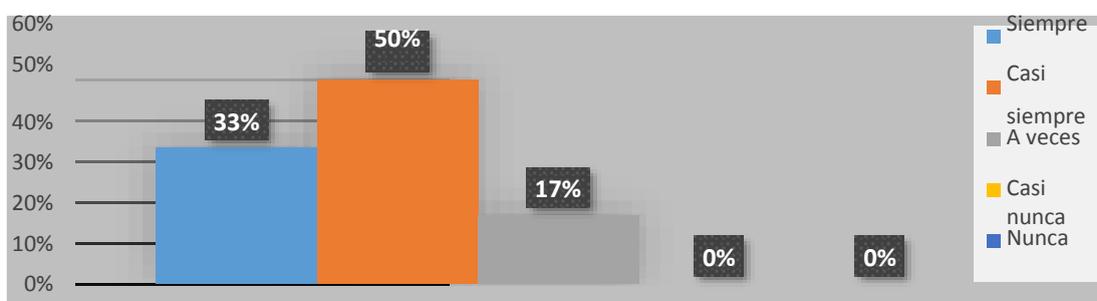


Figura 8: Existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 8 y el gráfico 8, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 17% equivalente a 1 encuestados respondieron A veces; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron casi siempre y el 33% correspondiente a 2 personas respondieron Siempre; en conclusión la mayoría menciona que “Casi siempre” existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización.

Tabla 9: Los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos

Pregunta 7	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	3	50%
Casi siempre	2	33%
A veces	1	17%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

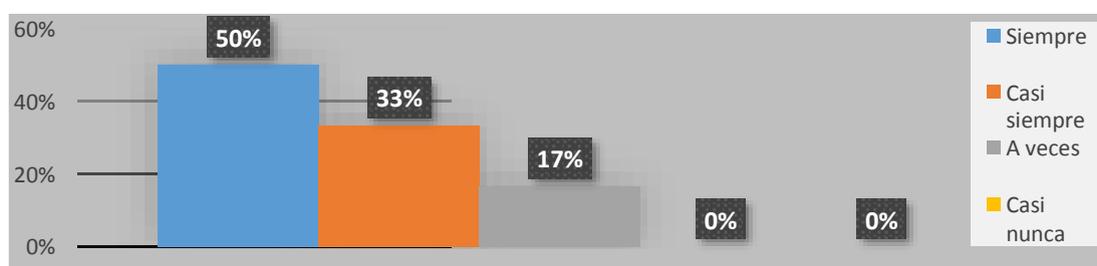


Figura 9: Los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 9 y el gráfico 9, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 17% equivalente a 1 encuestado respondió A veces; el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron casi siempre y el 50% correspondiente a 3 personas respondieron Siempre; en conclusión la mayoría menciona que “Siempre” los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos.

Tabla 10: Los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados

Pregunta 8	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	4	67%
Casi siempre	2	33%
A veces	0	0%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia

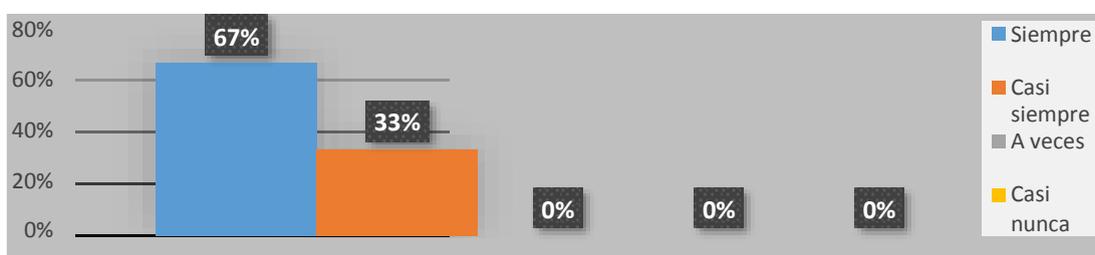


Figura 10: Los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados

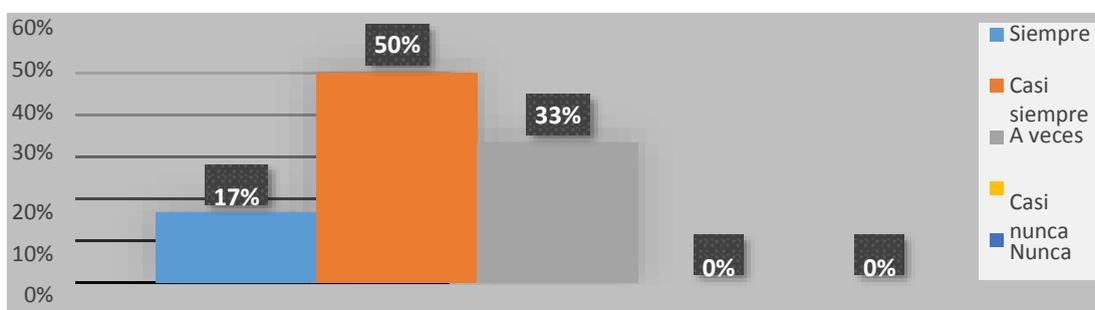
Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 10 y el gráfico 10, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron A veces; el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron casi siempre y el 67% correspondiente a 4 personas respondieron Siempre; en conclusión la mayoría menciona que “Siempre” los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados.

Tabla 11: Los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos

Pregunta 9	Frecuencia absoluta	Frecuencia Relativa
Xi	fi	hi%
Siempre	1	17%
Casi siempre	3	50%
A veces	2	33%
Casi nunca	0	0%
Nunca	0	0%
Total	6	100%

Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Figura 11: Los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Según la Tabla 11 y el gráfico 11, de 6 colaboradores de la botica Warifarma que representan al 100% de los encuestados, con respecto a si los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos, el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron nunca; el 0% equivalente a 0 encuestados respondieron casi nunca; el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron A veces; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron casi siempre y el 17% correspondiente a 1 personas respondieron Siempre; en conclusión la mayoría menciona que “Casi siempre” los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos.

5.2 Análisis de resultados

Acerca del objetivo específico 1: Identificar las características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.

A partir del objetivo mencionado, los resultados más importantes mencionan que el 50% correspondiente a 3 personas respondieron que “Siempre” en su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron que “Casi siempre” en su organización, reconocen sus logros; el 33% equivalente a 2 encuestados respondieron que “Siempre, con respecto a si está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización.

Estos resultados se comparan con lo obtenido por Porras (2018) en su investigación denominada “Comunicación Y Fortalecimiento Organizacional En La Universidad Nacional “Autónoma De Huanta”, Ayacucho, 2018” quien encontró que la comunicación interna según los encuestados es regular, ya que el 36% de los trabajadores mencionan que la comunicación interna es buena solo a veces. Por lo que estos resultados no concuerdan con lo obtenido en esta investigación.

Acerca del objetivo específico 2: Identificar las características de la comunicación verbal en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.

A partir del objetivo mencionado, los resultados más importantes mencionan que el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron que “Casi siempre” las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son

adecuadas; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron que “Casi siempre” las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron que “Casi siempre” existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización.

Estos resultados se comparan con lo obtenido por Minerva (2016) en su investigación denominada “Comunicación Organizacional y Clima Organizacional en la Municipalidad Distrital de Hualmay 2015” quien encontró que la comunicación verbal en la Municipalidad de Hualmay es buena porque el 54.55% de trabajadores encuentran que siempre el mensaje transmitido en forma verbal satisface sus necesidades de información; por lo tanto los resultados concuerdan de manera positiva con lo obtenido en esta investigación.

Acercas del objetivo específico 3: Identificar las características de la comunicación no verbal en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.

A partir del objetivo mencionado, los resultados más importantes mencionan que el 50% correspondiente a 3 personas respondieron que “Siempre” los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos; el 67% correspondiente a 4 personas respondieron que “Siempre” los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados; el 50% equivalente a 3 encuestados respondieron que “Casi siempre” los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos.

Estos resultados se comparan con lo obtenido por Minerva (2016) en su investigación denominada “Comunicación Organizacional y Clima Organizacional en la Municipalidad Distrital de Hualmay 2015” quien encontró que la comunicación no verbal en la Municipalidad de Hualmay es regular porque el 60.61% de los encuestados mencionan que a veces la comunicación no verbal es usada adecuadamente; por lo que los resultados de esta investigación, difieren con lo encontrado en esta.

VI. CONCLUSIONES

Conclusión general

De acuerdo al objetivo general: Se concluye en que se describió satisfactoriamente la comunicación organizacional de los trabajadores de la botica Warifarma; obteniéndose que según la mayoría de los encuestados (trabajadores) la comunicación organizacional es adecuada, ya que se corroboró que tanto la comunicación interna, la comunicación verbal y la comunicación no verbal dentro de esta organización son adecuadas.

Conclusiones específicas

1. De acuerdo al objetivo específico 1: Se concluye en que se logró identificar las características de la comunicación interna en la botica Warifarma; obteniéndose que existe un alto grado de confianza entre los trabajadores, se reconocen los logros de los trabajadores dentro de esa empresa y siempre están informados de las novedades que suceden dentro de la empresa; por lo que la comunicación interna dentro de esta organización es adecuada.

2. De acuerdo al objetivo específico 2: Se concluye en que se logró identificar las características de la comunicación verbal en la botica Warifarma; obteniéndose que las palabras que se usan en la tanto en la comunicación oral como en la escrita son adecuadas y existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de la empresa; por lo que la comunicación verbal dentro de esta organización es adecuada.

3. De acuerdo al objetivo específico 3: Se concluye en que se logró identificar las características de la comunicación no verbal en la botica Warifarma; obteniéndose que los gestos que se usan dentro de la organización son efectivos, los comportamientos adecuados y los símbolos de señalización también son efectivos; por lo que la comunicación no verbal dentro de esta organización es adecuada.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

1. Se recomienda a la empresa Botica Warifarma del distrito de Ayacucho, estudiar e informarse más sobre cómo mejorar la comunicación organizacional de su empresa, para que esta aumente aún más; eso se puede lograr mejorando la comunicación interna, la comunicación verbal y la comunicación no verbal dentro de esta organización.
2. Se recomienda a la empresa Botica Warifarma del distrito de Ayacucho, mejorar la comunicación interna dentro de su organización, a través de seguir reconociendo los logros de los trabajadores, seguir informándolos de las novedades y así aumentar la confianza en la empresa.
3. Se recomienda a la empresa Botica Warifarma del distrito de Ayacucho, mejorar la comunicación verbal en la empresa, a través de reuniones para establecer el lenguaje oral que se tiene que usar en la organización y también para que los trabajadores se relacionen más y así puedan incrementar el nivel de entendimiento entre ellos.
4. Se recomienda a la empresa Botica Warifarma del distrito de Ayacucho, mejorar la comunicación no verbal en su empresa, esto se puede lograr a través del uso adecuado de los gestos al momento de comunicarse y de tal manera mejorar los comportamientos dentro de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguerre, C. (2013). Desarrollo de la gestión de la comunicación organizacional en empresas [Maestría en Estudios Organizacionales, Universidad de San Andrés]. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Cámara González de Matauco, S. (2018). La era digital, la nueva era de la sostenibilidad. Estudio del liderazgo en comunicación digital de la responsabilidad social corporativa. In *Universitat Oberta de Catalunya (UOC)*. <http://hdl.handle.net/10609/82285>
- Chiquito Lazo, E. E. (2017). *Componente práctico del examen complejo previo a la obtención del título de licenciada en psicología organizacional*. <http://192.188.52.94:8080/bitstream/3317/8842/1/T-UCSG-PRE-FIL-CPO-141.pdf>
- Cuffia, L. (2011). *Comunicación al interior de las organizaciones: Análisis del caso "Viví la bolsa", revista de comunicación interna de la Bolsa de Comercio de Rosario* [Tesina de grado presentada en la escuela de Comunicación Social, Universidad del Rosario, Argentina]. <https://rehip.unr.edu.ar/handle/2133/5273>
- Del Cisne Idrovo Suárez, V. (2017). *Universidad De Cuenca Autoras* [Trabajo de investigación previo a la obtención del Título de Licenciada en Comunicación Social, Mención Relaciones Públicas, Universidad de Cuenca]. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/4239/1/Tesis.pdf>
- Delgado, N. A., & Gimenez, A. V. (2014). *La importancia de gestionar las comunicaciones internas en us sistema de medios Públicos. Caso Cicunc* [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina].

<http://bdigital.uncu.edu.ar/6506>

- Donado Godoy, G. J. (2012). *Análisis al modelo de comunicación organizacional y diseño posterior del plan de comunicaciones adecuado para la Universidad de San Buenaventura, Sede Bogotá* [Tesis para optar el título de Comunicador Social y Periodista, Fundación Universitaria Los Libertadores].
https://www.academia.edu/35181174/Análisis_al_modelo_de_comunicación_organizacional_y_diseño_posterior_del_Plan_de_Comunicaciones_adecuado_para_la_Universidad_de_San_Buenaventura_sede_Bogotá
- Feria Calderón, J. A. (2015). “*Comunicación organizacional y la calidad de servicio de la Municipalidad Distrital de Jesús Nazareno, Ayacucho - 2015*” [Universidad Nacional De San Cristóbal De Huamanga].
<http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1829>
- Godoy Vargas, F. (2015). *Comunicación estratégica en organizaciones no gubernamentales de Ayacucho ¿Apoyo a la comunidad o imagen institucional? 2010-2014* [Universidad Nacional de San Cristóbal de Huamanga].
<http://repositorio.unsch.edu.pe/handle/UNSCH/1830>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (5ta ed.).
- López, A. (2017). *Motivación laboral de los docentes de la I.E. Dos de Mayo de Villa Paccha - distrito de Chulucanas, 2016*. Tesis de Maestría, Universidad de Piura.
- Minerva Adriana, A. H. (2016). *Comunicación Organizacional y Clima Organizacional en la Municipalidad Distrital de Hualmay 2015* [Informe de tesis para optar el título de Licenciada en Administración, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].

- http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1849/COMUNICACION_ORGANIZACIONAL_CLIMA_ORGANIZACION_ANCCO_HUARAC_MINERVA_ADRIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Niño Rojas, M. (2011). Metodología de la investigación. In *Botanica Marina* (Vol. 23, Issue 2). <https://doi.org/10.1515/botm.1980.23.2.117>
- Ortiz, J. M., & Silva, C. (2011). *Comunicación organizacional*.
- Passarelli, L. (2014). “ *La gestión de la comunicación en la Organización Soluciones Postales .*”
- Porras Méndez, C. R. (2018). *Comunicación Y Fortalecimiento Organizacional En La Universidad Nacional “Autónoma De Huanta”, Ayacucho, 2018*. [Universidad César Vallejo]. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/33560/oviedo_gn.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Queris Rojas, M., Sánchez Hernández, J. M., & Manzano Aroche, M. (2014). *Model to Manage Communications to integrate the management System . Partial Resumen Palabras clave : Keywords : Introducción. 5(2), 286–307*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5123786.pdf>
- Real Academia Española. (2018). *Diccionario de la Real Academia Española*.
- Rurush Minaya, J. M. (2018). *Caracterización de la comunicación organizacional como herramienta de la Gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro Actividades de alojamiento para estancias cortas del distrito de Huaraz, 2015* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8635/COMUNICACION_INTERNA ESTRATEGIAS_RURUSH_MINAYA_JORGE

_MICHELL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Saravia Dongo, F. A. (2018). “Incidencia de la comunicación organizacional interna sobre el desarrollo organizacional del gobierno regional de Arequipa, 2018” [Universidad Nacional De San Agustín De Arequipa]. In *Universidad San Agustín de Arequipa*.
<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/9121/RIMsadofa1.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Universidad de la Punta. (2014). *Población y muestra*.

Universidad del Salvador. (2018). *Comunicación*.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco. (2017). *Comunicación organizacional como dimensión necesaria para medir el clima en las organizaciones en salud pública*. 28–37.
<http://revistas.ujat.mx/index.php/horizonte/article/view/1256/1670>

Valdez, R. (n.d.). *Desarrollo organizacional y comunicación organizacional*.

Valle, M. (2003). La Comunicación Organizacional de Cara al Siglo XXI. *Razón y Palabra*, 32, 14.

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2019-2020								Año 2020-2021							
		Semestre I				Semestre II				Semestre I				Semestre II			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto.	X	X	X													
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación.			X													
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación.				X												
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor.				X												
5	Mejora del marco teórico.					X	X										
6	Redacción de la revisión de la literatura.						X	X									
7	Elaboración del consentimiento informado. (*)							X									
8	Ejecución de la metodología.							X									
9	Resultados de la investigación.								X								
10	Conclusiones y recomendaciones.									X							
11	Redacción del pre informe de Investigación.									X							
12	Redacción del informe final.										X	X					
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación.												X	X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos.															X	
15	Redacción de artículo científico.																X

Anexo 2: Presupuesto

Financiamiento:

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.10	100	10.00
• Fotocopias	0.10	100	10.00
• Empastado	-		
• Papel bond A-4 (500 hojas)	-		
• Lapiceros	1	5	5.00
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	1	50.00
Sub total			
Total presupuesto			75.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	cantidad	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	0	0	0
• Búsqueda de información en base de datos	00.00	0	00.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	00.00	0	00.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	00.00	0	00.00
Sub total			0
Recurso humano			
• Pasajes para recolectar información y coordinación del proyecto	1	10	10.00
Sub total			10.00
Total presupuesto no desembolsable			10.00
Total (S/.)			85.00

La investigación fue financiada por medios propios.

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

ENCUESTA – DIRIGIDA A LOS COLABORADORES

La presente encuesta es anónima y forma parte de un trabajo de investigación denominado “Comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020”, que tiene por finalidad recolectar información para el desarrollo de este proyecto, se le ruega responder con total sinceridad marcando una “X”.

DATOS GENERALES: **SEXO:** MASCULINO FEMENINO

EDAD:

Entre 18 y 29 años:()

Entre 30 y 49 años:()

Más de 50 años:()

ESCALA VALORATIVA:

- 1 = Nunca
- 2 = Casi nunca
- 3 = A veces
- 4 = Casi siempre
- 5 = Siempre

Nº	Items	Valoración				
		1	2	3	4	5
	Comunicación organizacional en Warifarma					
	Dimensión 1: Comunicación interna (Confianza, Reconocimiento, Informado)					
1	¿En su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores?					
2	¿En su organización, reconocen sus logros?					
3	¿Usted está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización?					
	Dimensión 2: Comunicación verbal (Palabras habladas, Palabras escritas, Entendimiento)					
4	¿Las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas?					
5	¿Las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas?					
6	¿Existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización?					
	Dimensión 3: Comunicación no verbal (Gestos, comportamiento, símbolos)					
7	¿Los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos?					
8	¿Los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuado?					
9	¿Los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos?					

Anexo 4: Evidencias de solicitud

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

**SOLICITO: PERMISO PARA
REALIZAR ENCUESTAS SOBRE LA
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
EN LA BOTICA WARIFARMA.**

**SEÑOR GERENTE DE LA EMPRESA DE BOTICA WARIFARMA SOCIEDAD
ANÓNIMA CERRADA.**

Yo, Aylas Gastelú Carlos José, identificado con DNI: 44179819, con domicilio Asociación La Victoria Mz "A1" / Lt 18 del distrito de San Juan Bautista, con número de carnet universitario N° 3111151232, estudiante Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (ULADECH), de nuestra ciudad, con todo respeto solicito:

Permiso para realizar encuestas sobre la comunicación organizacional en su empresa Botica Warifarma, ya que estoy realizando una investigación en el Curso de Taller de Investigación IV, con el título: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO BOTICAS: CASO BOTICA WARIFARMA, DISTRITO DE AYACUCHO, 2020.

Por lo expuesto.

Ruego acceder a mi petición por ser de justicia.

Ayacucho 20 de setiembre de 2020



Aylas Gastelú, Carlos José.
DNI: 44179819

Anexo 6: Consentimiento informado.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Investigador principal del proyecto: Aylas Gastelú, Carlos José.

Estimado participante:

El presente estudio tiene el objetivo describir la comunicación organizacional en las micro y pequeñas empresas, rubro boticas: caso Botica Warifarma, distrito de Ayacucho, 2020.

Toda la información que se obtenga de los análisis será confidencial y sólo los investigadores y el comité de ética podrán tener acceso a esta información; además será guardada en una base de datos protegidas con contraseñas. Tu nombre no será utilizado en ningún informe. Si decides no participar, no se te tratará de forma distinta ni habrá prejuicio alguno. Si decides participar, eres libre de retirarte del estudio en cualquier momento.

Si tienes dudas acerca de tus derechos como participante de un estudio de investigación, puedes llamar a la Mg. Zoila Rosa Limay Herrera, presidente del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Tel: (+51043) 327-933, e-mail: zlimayh@uladech.edu.pe

Obtención del Consentimiento Informado

He sido informado y se ha leído el procedimiento de este estudio, por lo cual estoy completamente informado de los objetivos del estudio; además el investigador me ha explicado sobre el estudio y ha absuelto mis dudas sobre la investigación, por ello voluntariamente doy mi consentimiento para participar en este estudio:

Quispe Gonzales, Grisel Irene.

Nombres y apellidos del participante



Quispe Gonzales, Grisel Irene.
DNI N°: 44800018

Aylas Gastelú, Carlos José.

Nombres y apellidos del encuestador



Aylas Gastelú, Carlos José.
DNI N°: 44179819

Ayacucho 24 de octubre del 2020.

Anexo 7: Validación de datos

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

YO: HIERAL BRAYAM DÍAZ MARTÍNEZ; identificado con DNI 0037532, con carnet de colegiatura N° 26512, con el grado de: Licenciado en Administración.

Por medio de este presente hago constar que he revisado con fines de validación el (los) instrumentos de recolección de datos Cuestionario. Elaborado AYLAS GASTELÚ, CARLOS JOSÉ; a los efectos de su aplicación a los elementos de la población (muestra), seleccionada para el trabajo de investigación:

“COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO BOTICAS: CASO BOTICA WARIFARMA, DISTRITO DE AYACUCHO, 2020”, que se encuentra realizado.

Luego de la revisión correspondiente se recomienda al estudiante tener en cuenta las observaciones hechas al instrumento con la finalidad de optimizar los resultados:

Ayacucho 30 de marzo del 2021.


.....
Lic. Adm. Hiera/Brayam Díaz Martínez
GLAD - 26512

Firma y sello

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Hiera! Brayam Diaz Martínez.
- 1.2. Grado Académico: Licenciado.
- 1.3. Profesión: Administrador.
- 1.4. Institución donde labora: Constructora Gamarra Engineers S.A.C.
- 1.5. Cargo que desempeña: Administrador.
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario.
- 1.7. Autor del instrumento: Aylas Gastelú, Carlos José.
- 1.8. Carrera: Administración.

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes a la variable Comunicación organizacional

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Comunicación interna (Confianza, Reconocimiento, Informado)							
1. ¿En su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores?	X		X		X		
2. ¿En su organización, reconocen sus logros?	X		X		X		
3. ¿Usted está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización?	X		X		X		
Dimensión 2: Comunicación verbal (Palabras habladas, Palabras escritas, Entendimiento)							
4. ¿Las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas?	X		X		X		
5. ¿Las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas?	X		X		X		
6. ¿Existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización?	X		X		X		
Dimensión 3: Comunicación no verbal (Gestos, comportamiento, símbolos)							

7. ¿Los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos?	X		X		X		
8. ¿Los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados?	X		X		X		
9. ¿Los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


 Lic. Adm. Hiera Brayam Díaz Martínez
 CLAD - 26512

Firma

Hiera Brayam Díaz Martínez

DNI N°: 0037532

Nota: se adjunta la matriz de ÍTEMS

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	ÍTEMS	FUENTE	ESCALA
Comunicación organizacional	Comunicación interna	Confianza	¿En su organización, existe un grado de confianza alto entre los colaboradores?	Trabajador y gerente	Likert
		Reconocimiento	¿En su organización, reconocen sus logros?	Trabajador y gerente	
		Informado	¿Usted está informado de todas las novedades que suceden dentro de su organización?	Trabajador y gerente	
	Comunicación verbal	Palabras habladas	¿Las palabras que se usan en la comunicación oral dentro de su organización son adecuadas?	Trabajador y gerente	
		Palabras escritas	¿Las palabras que se usan en la comunicación escrita dentro de su organización son adecuadas?	Trabajador y gerente	
		Entendimiento	¿Existe un alto grado de entendimiento entre los colaboradores de su organización?	Trabajador y gerente	
	Comunicación no verbal	Gestos	¿Los gestos que se usan como forma de comunicación no verbal dentro de su organización son efectivos?	Trabajador y gerente	
		Comportamiento	¿Los comportamientos de los colaboradores cuando quieren comunicar algo son adecuados?	Trabajador y gerente	
		Símbolos	¿Los símbolos de señalización que se usan dentro de su organización son efectivos?	Trabajador y gerente	

Anexo 8: Porcentaje del turnitin

Aylas Gastelú - Comunicación Organizacional

INFORME DE ORIGINALIDAD

0%

INDICE DE SIMILITUD

0%

FUENTES DE
INTERNET

0%

PUBLICACIONES

%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS
