



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN**

**CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN  
INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA  
GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO  
PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019**

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

**AUTOR**

**CUNYA ABAD, REBECA  
ORCID: 0000-0002-5363-9663**

**ASESOR**

**MGTR. MUÑOZ AGUILAR, ESTUARDO  
ORCID: 0000-0002-9053-8175**

**PUCALLPA – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

Cunya Abad, Rebeca  
ORCID: 0000-0002-5363-9663  
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Sullana, Perú

### **ASESOR**

Mgtr. Muñoz Aguilar, Estuardo  
ORCID: 0000-0002-9053-8175  
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Chimbote , Perú

### **JURADO**

Mgtr. Pinchi Guerrero, Edwar  
ORCID: 0000-0003-2727-0513

Mgtr. Lozano Ruíz, Roger  
ORCID: 0000-0002-8007-0265

Mgtr. Meza Salinas, José Luis  
ORCID: 0000-0003-2735-8259

## FIRMA DE JURADO Y ASESOR

-----  
Mgtr. Lozano Ruíz, Roger  
Miembro

-----  
Mgtr. Meza Salinas, José Luis  
Miembro

-----  
Mgtr. Pinchi Guerrero, Edwar  
Presidente

-----  
Mgtr. Muñoz, Aguilar Estuardo  
Asesor

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradezco a Dios por brindarme la salud y sabiduría necesaria para la elaboración de este proyecto; y por darme su amor y apoyo incondicional en cada logro de mi vida.

Por otro lado, agradezco a mi asesor, quién a través de sus conocimientos y enseñanzas brindadas, nos ha guiado en el transcurso del desarrollo de éste proyecto.

## **DEDICATORIA**

A mis padres, ya que gracias a su amor y apoyo infinito, han sido mi motivación primordial para el logro de mis objetivos y metas propuestas.

A mis hermanos y sobrinos, por siempre estar conmigo en los momentos más importantes y difíciles, brindándome consejos de amor y aliento.

## RESUMEN

Esta investigación presentó como problema ¿Cuáles son las principales características de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019? y como objetivo general, determinar las principales características de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019. El método utilizado fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – corte transversal, con una población y muestra de 10 micro y pequeñas empresas, a las mismas que se les aplicó un cuestionario estructurado con 20 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: el 100% considera que la buena comunicación hacia los colaboradores siempre permite cumplir eficientemente su labor, el 50% señala que siempre existe una buena relación entre el personal de la Mype, el 60% indica que siempre comunican de forma clara las funciones de sus colaboradores, el 50% afirma que casi siempre presentan dificultades para implementar la gestión de calidad, el 80% manifiesta que siempre evalúa el desempeño de sus colaboradores, el 80% expresa que siempre realiza acciones que contribuyan en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. Como conclusión, se determinó que la comunicación interna y la gestión de calidad son elementos importantes para los negocios, ya que contribuye hacia el logro de sus objetivos; sin embargo, muchos de ellos presentan dificultades que impiden establecer su correcta implementación y aplicación.

**Palabras claves:** Comunicación interna, Gestión de calidad, micro y pequeñas empresas, prendas de vestir, representantes y Sector comercio.

## ABSTRACT

This research presented as a problem: What are the main characteristics of internal communication as a relevant factor for quality management in micro and small companies in the commerce sector, clothing item, Sullana district, 2019? and as an objective to determine the main characteristics of internal communication as a relevant factor for quality management in micro and small companies in the commerce sector, clothing item, Sullana district, 2019. The method used was quantitative, descriptive and level. non-experimental design - cross section, with a population and sample of 10 micro and small companies, to which a structured questionnaire with 20 questions was applied. Obtaining the following results: 100% consider that good communication towards collaborators always allows them to efficiently carry out their work, 50% indicate that there is always a good relationship between MSM staff, 60% indicate that they always communicate clearly the functions of their collaborators, 50% affirm that they almost always have difficulties to implement quality management, 80% state that they always evaluate the performance of their collaborators, 80% express that they always carry out actions that contribute to the satisfaction of the customer needs and expectations. As a conclusion, it was determined that internal communication and quality management are important elements for businesses, since they contribute towards the achievement of their objectives; however, many of them have difficulties that prevent their correct implementation and application.

**Keywords:** Internal communication, Quality management, micro and small companies, clothing, representatives and Commerce sector.

## CONTENIDO

1. Título de la tesis	
2. Equipo de Trabajo .....	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor .....	iii
4. Agradecimiento .....	iv
5. Dedicatoria .....	v
6. Resumen.....	vi
7. Abstract.....	vii
8. Contenido.....	viii
9. Índice de tablas y gráficos .....	x
I. Introducción.....	14
II. REVISIÓN DE LA TERATURA .....	19
2.1. Antecedentes .....	19
2.2. Bases teóricas .....	31
2.3. Marco conceptual .....	49
III. Hipótesis .....	51
3.1. Variables .....	51
IV. Metodología.....	52
4.1. Diseño de la investigación .....	52
4.2. Población y muestra .....	53
4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores .....	55
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	56
4.5. Plan de análisis .....	56
4.6. Matriz de consistencia.....	58
4.7. Principios éticos .....	59
V. Resultados .....	60



<b>5.1. Resultados .....</b>	<b>60</b>
<b>5.2. Análisis de los resultados .....</b>	<b>80</b>
<b>VI. Conclusiones.....</b>	<b>87</b>
<b>Aspectos complementarios .....</b>	<b>89</b>
<b>Referencias bibliográficas .....</b>	<b>90</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>95</b>

## ÍNDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

### Tablas

Tabla 1. <i>Operacionalización de Variables</i> .....	55
Tabla 2. <i>Matriz de Consistencia</i> .....	58
Tabla 3. <i>La relación entre representante y colaborador evita problemas.</i> .....	60
Tabla 4. <i>La buena comunicación a los colaboradores les permite cumplir eficientemente su labor.</i> .....	61
Tabla 5. <i>Existe una buena relación entre los colaboradores de la Mype.</i> .....	62
Tabla 6. <i>Comunica de forma clara las funciones a sus colaboradores con la finalidad de realizarlas de manera óptima.</i> .....	63
Tabla 7. <i>Motiva a sus colaboradores para lograr un buen desempeño en su labor.</i> 64	
Tabla 8. <i>La buena comunicación a los colaboradores contribuye en el logro de los objetivos de la Mype.</i> .....	65
Tabla 9. <i>Permite que sus colaboradores expresen fácilmente sus inquietudes e insatisfacciones.</i> .....	66
Tabla 10. <i>Ayuda a resolver de manera correcta los conflictos o diferencias entre el personal.</i> .....	67
Tabla 11. <i>El ambiente laboral influye en el desempeño laboral de los colaboradores de la Mype.</i> .....	68
Tabla 12. <i>La información que les brinda a los colaboradores llega de forma clara y concreta.</i> .....	69
Tabla 13. <i>Le dificulta implementar la gestión de calidad dentro de la Mype.</i> .....	70
Tabla 14. <i>La gestión de calidad permite cumplir los objetivos y metas planteadas por la Mype.</i> .....	71
Tabla 15. <i>Utiliza herramientas que le permita brindar un producto y servicio de calidad en la Mype.</i> .....	72

<b>Tabla 16. Ejecuta los cambios necesarios para la mejora en las diversas actividades de la Mype. ....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 17. Capacita frecuentemente a los colaboradores para contribuir en el buen funcionamiento y desarrollo de la Mype. ....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 18. Realiza las acciones correspondientes para contribuir en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes. ....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 19. Promueve la mejora continua de los productos y procesos de la Mype. ....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 20. Evalúa el desempeño de los colaboradores en cuanto a las actividades realizadas dentro de la Mype. ....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 21. Evalúa los resultados obtenidos junto a los objetivos planteados a fin de mejorarlos. ....</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 22. Evalúa los resultados logrados para identificar si la comunicación interna y la gestión de calidad son un factor relevante en la Mype. ....</b>	<b>79</b>

## Gráficos

<b>Figura 1. La relación entre representante y colaborar evita problemas. ....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 2. La buena comunicación a los colaboradores les permite cumplir eficientemente su labor. ....</b>	<b>61</b>
<b>Figura 3. Existe una buena relación entre los colaborados de la Mype. ....</b>	<b>62</b>
<b>Figura 4. Comunica de forma clara las funciones a sus colaboradores con la finalidad de realizarlas de manera óptima. ....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 5. Motiva a sus colaboradores para lograr un buen desempeño en su labor.</b>	<b>64</b>
<b>Figura 6. La buena comunicación a los colaboradores contribuye en el logro de los objetivos de la Mype. ....</b>	<b>65</b>
<b>Figura 7. Permite que sus colaboradores expresen fácilmente sus inquietudes e insatisfacciones. ....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 8. Ayuda a resolver de manera correcta los conflictos o diferencias entre el personal. ....</b>	<b>67</b>
<b>Figura 9. El ambiente laboral influye en el desempeño laboral de los colaboradores de la Mype. ....</b>	<b>68</b>
<b>Figura 10. La información que les brinda a los colaboradores llega de forma clara y concreta. ....</b>	<b>69</b>
<b>Figura 11. Le dificulta implementar la gestión de calidad dentro de la Mype. .</b>	<b>70</b>
<b>Figura 12. La gestión de calidad permite cumplir los objetivos y metas planteadas por la Mype. ....</b>	<b>71</b>
<b>Figura 13. Utiliza herramientas que le permita brindar un producto y servicio de calidad en la Mype. ....</b>	<b>72</b>
<b>Figura 14. Ejecuta los cambios necesarios para la mejora en las diversas actividades de la Mype. ....</b>	<b>73</b>
<b>Figura 15. Capacita frecuentemente a los colaboradores para contribuir en el buen funcionamiento y desarrollo de la Mype .....</b>	<b>74</b>

<b>Figura 16. Realiza las acciones correspondientes para contribuir en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.....</b>	<b>75</b>
<b>Figura 17. Promueve la mejora continua de los productos y procesos de la Mype</b>	<b>76</b>
<b>Figura 18. Evalúa el desempeño de los colaboradores en cuanto a las actividades realizadas dentro de la Mype.....</b>	<b>77</b>
<b>Figura 19. Evalúa los resultados obtenidos junto a los objetivos planteados a fin de mejorarlos.....</b>	<b>78</b>
<b>Figura 20. Evalúa los resultados logrados para identificar si la comunicación interna y la gestión de calidad son un factor relevante en la Mype. ....</b>	<b>79</b>

## I. INTRODUCCIÓN

La importancia que tienen las micro y pequeñas empresas en el Perú, radica debido al gran aporte que éstas generan para el crecimiento de la economía y la disminución del desempleo en el país. Son consideradas como una oportunidad para mejorar la calidad de vida de las personas mediante el emprendimiento, pues las incentiva a sumergirse al mundo de los negocios, tanto en el sector comercio como en el sector servicios. Sin embargo, a pesar de la relevancia que éstas poseen en el mercado, muchas de las empresas presentan inconvenientes para su surgimiento y posicionamiento, ya que sienten que no cuentan con el apoyo del gobierno. Es por ello, que la mayoría de éstas han optado por recurrir a la informalidad sin darse cuenta que gracias a ella podrían obtener más beneficios para su desarrollo. Según el INEI (2020) actualmente el Perú posee un número de 2 701 066 empresas activas, cifra que pertenece al III trimestre del 2020.

Hoy en día, muchas de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir presentan grandes problemas relacionados con la gestión de calidad, puesto que la mayoría de éstas carecen de un sistema que les permita a los representantes gestionar una mejora continua en los procesos y productos que éstas ofrecen. No obstante a ello, cabe recalcar el gran desinterés que muestran por establecer estrategias para lograr la satisfacción del cliente. En este caso, las empresas deben tener en cuenta que el cliente es muy importante para su crecimiento y desarrollo, por tanto deben brindarles experiencias positivas, el cual genere así su conformidad y lealtad para con éstas.

Otro problema que las micro y pequeñas empresas también suelen presentar es acerca de la comunicación interna, debido a que los propietarios y/o representantes desconocen la importancia que ésta desarrolla. Si bien es cierto, la comunicación siempre ha estado presente en las empresas; sin embargo, no todas cuentan con la capacidad de implementar estrategias que generen una comunicación sólida y estable, la cual involucre a todos sus colaboradores. Esto se ha visto evidenciado en la escasa información que los trabajadores tienen acerca de las Mypes, muchos no tienen claro cuál es su razón de ser, desconocen su misión, visión y objetivos que estas quieren llevar a cabo.

Por otro lado, este problema también afecta de manera negativa al clima laboral, ya que carece de un buen sistema de comunicación entre los propios colaboradores que la conforman, muchas veces no saben de qué manera o como interrelacionarse entre ellos mismos, lo que ha generado una mala relación y distanciamiento en cada uno de ellos, haciendo así perder el interés de querer lograr los objetivos generales para priorizar sus objetivos personales. Asimismo, dicha ineficiencia al limitar una adecuada relación laboral, genera que las Mypes no puedan desarrollar un mejoramiento continuo, puesto que éstas se ven afectadas en su funcionamiento, debido a que no pueden ejecutar un liderazgo apropiado, fomentar el trabajo en equipo, ni mejorar la efectividad en los procesos de los productos o servicios.

Dichos problemas no solo se han registrado a nivel local, pues éstos también aparecen a nivel internacional, como es el caso de Latinoamérica, donde las micro y pequeñas empresas de Ecuador presentan una escasa comunicación interna, debido a que no la consideran necesaria dentro de sus procesos, lo cual ha afectado a establecer estrategias de planificación para su buena organización. Las empresas como sistemas

sociales necesitan procesar información, actualmente estamos viviendo en un mundo socialmente tecnológico, donde se ha producido diversos cambios en la forma de cómo se desarrolla la comunicación. Las Tics son una gran herramienta para este proceso, pues ofrece una gran efectividad en la toma de decisiones, en el trabajo en equipo, en la planificación y en todas las funciones (Salazar, 2017).

Por otro lado, en Bolivia, se ha considerado que las micro y pequeñas empresas representan la mayor parte de empresas que operan en el país y en su economía. Su importancia se destaca, debido a la relevancia y aporte que tienen para generar altos niveles de empleo, mediante la competitividad y productividad que éstas tienen para su desarrollo. Por ésta razón, se estableció una prueba piloto centrada en la mejora continua, a fin de fundamentar su estabilidad para beneficio de las empresas de los diferentes sectores y rubros, pues el objetivo de este proyecto es incrementar su productividad y condición laboral (OIT, 2018).

Asimismo, en Piura, la mayoría de las micro y pequeñas empresas de la provincia de Sullana, presentan como objetivo general establecer la calidad de sus productos y servicios mediante la planificación y control. En la actualidad, las empresas necesitan herramientas y directrices que les permitan controlar y supervisar la mejora de los procesos en los productos o servicios que éstos ofrecen a sus clientes y proveedores, a fin de alcanzar las expectativas y condiciones que éstos requieren para satisfacer sus necesidades. Esto le otorgará a las organizaciones el beneficio de desarrollar un posicionamiento competitivo frente al sector en las que éstas se desarrollan (Ramos, 2020).



Por consiguiente, en el distrito de Sullana, se ha considerado por desarrollar el presente trabajo de investigación, tomando como micro y pequeñas empresas al sector comercio, rubro prendas de vestir, en las cuales se ha determinado la presencia de problemas relacionados con la comunicación interna y la gestión de calidad, puesto que la mayoría de los propietarios y/o representantes desconocen de tales temas y los consideran poco importantes para el desarrollo de sus negocios. Sin embargo, la aplicación de éstas es fundamental, ya que se encuentran presentes en todos sus procesos administrativos y operativos dentro y fuera de la empresa.

Por esta razón, esta investigación presenta como enunciado de problema: ¿Cuáles son las principales características de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019?, y como problemas específicos se determinaron los siguientes: 1. ¿Cuáles son las principales características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019?; 2. ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019?; y, 3. ¿Cuál es la eficacia de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019?

Ante ello, para dar solución a la problemática, se planteó como objetivo general: Determinar las principales características de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019. Asimismo, para cumplir con

la finalidad del objetivo general se ha establecido los siguientes objetivos específicos:

1. Describir las principales características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019;
2. Establecer las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019;
- y, 3. Evaluar la eficacia de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.

Esta investigación se justifica de forma teórica, ya que su importancia se basa en la utilidad que poseerá en las investigaciones de los posteriores investigadores. Como justificación práctica, este trabajo de investigación, presenta una información útil y relevante, de modo que será beneficioso para la institución. Como justificación metodológica, el presente estudio recaudará nuevos resultados, información y datos importantes, que generarán nuevos conocimiento sobre el comportamiento actual de las variables de estudio en las micro y pequeñas empresas.

Por último, el método que se utilizó fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – corte transversal, con una población finita de 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, la misma que se tomará como muestra, debido a su pequeño tamaño; y como técnica para la recolección de datos se utilizó la encuesta, empleando como instrumento el cuestionario, el cual está estructurado con 20 preguntas, las cuales fueron desarrolladas bajo la escala de Likert.

## II. REVISIÓN DE LA TERATURA

### 2.1. Antecedentes

#### **Internacionales.**

Caicedo (2018) en su proyecto *diseño de una estrategia de comunicación interna para fortalecer el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Rubbercom* (tesis de pregrado), planteó como problema ¿Qué estrategia de comunicación interna se diseñaría para fortalecer el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa RUBBERCOM de la ciudad de Ambato? y como objetivo general estableció diseñar una estrategia de comunicación interna para fortalecer el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa RUBBERCOM de la ciudad de Ambato. El método utilizado fue de tipo descriptivo-correlacional, nivel cualitativo y diseño no experimental, con una población de 12 trabajadores de la empresa Rubbercom, de los cuales, 4 integran el departamento administrativo y 8 integran el departamento operativo. La técnica de recolección de datos se realizó aplicando encuestas; una para recabar información acerca de la comunicación interna en la organización, y otra para conocer el rendimiento laboral de los trabajadores. Obteniendo como resultados para la primera encuesta: El 50% de los trabajadores encuestados manifiestan que la comunicación interna de la empresa es regular, el 58% de los encuestados manifiestan que solamente a veces le proporcionan la información para el desarrollo de sus funciones, el 42% de los encuestados considera que lo más importante para mejorar el desempeño de los trabajadores es el ambiente laboral, el 42% de los empleados encuestados manifiestan que siempre se interesa por dar su punto de vista en la toma de decisiones, el 58% de los empleados encuestados manifiestan que siempre se interesan por capacitarse y superarse dentro de la empresa.

Como conclusión en cuanto a la comunicación interna que se maneja actualmente en la empresa el personal la denomina como desorganizada y no han notado interés alguno por parte de la directiva para que esto cambie.

Chávez (2017) en su proyecto *estrategias de comunicación interna para fortalecer la comprensión y eficiencia en los procesos de carne & maduro restaurante* (tesis de posgrado), presentó como problema ¿Cómo contribuir al fortalecimiento de la comunicación interna de Carne & Maduro Restaurante a fin de que exista una mayor comprensión y eficiencia en sus procesos? y como objetivo general dispuso contribuir al fortalecimiento de la comunicación interna de Carne & Maduro Restaurante a fin de que exista una mayor comprensión y eficiencia en su procesos. El método utilizado fue desarrollado bajo un enfoque mixto tanto cualitativo como cuantitativo, con una muestra de 67 personas, entre ellos colaboradores y jefes administrativos. Para la recopilación de datos se realizó una revisión y análisis empírico, además de la aplicación de una encuesta. Se obtuvo los siguientes resultados: Un 42% siente que la comunicación en Carne & Maduro no es la suficientemente útil para realizar su trabajo, el 37% considera que solo en algunas ocasiones les han informado sobre los cambios realizados en la empresa, el 33% manifestó que nada les impide tener un buen rendimiento laboral, el 21% señala que se encuentra desmotivado dado a que sus logros no son reconocidos, el 63% considera que puede comunicarse con algún directivo de forma fácil y directa. En conclusión, se identificó que en Carne & Maduro Restaurante existe una notable ausencia de procesos comunicativos bien estructurados, ya que la comunicación que se desarrolla en la empresa presenta falacias en cuanto a flujos de comunicación, motivación y cultura organizacional. Por otro lado, se

determinó que la comunicación se circula solo de directivos a subordinados, lo cual genera un distanciamiento del trabajador hacia la organización.

Cupuerán (2017) en su proyecto la *gestión de calidad en la mejora de los procesos del área administrativa de la coop. de ahorro y crédito “Bola Amarilla”* (tesis de posgrado). El problema científico de la investigación radica en la necesidad de desarrollar propuestas, aplicando un Modelo de Gestión de la Calidad basado en la ISO 9001-2015, para la mejora del proceso administrativo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”, determinando como objetivo general gestionar los procesos del área administrativa de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”, basado en un modelo de gestión de calidad. El método utilizado fue de tipo descriptivo, no experimental y de nivel cuantitativo, con una población de 10 empleados que laboran en la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Bola Amarilla”. Para la recopilación de datos se empleará la encuesta, la misma que estuvo compuesta por 18 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 67% considera que si están definidas las responsabilidades por procesos y conoce sus funciones, el 78% desconoce que la entidad aplique métodos para medir la eficiencia de su gestión, el 100% de los encuestado manifiesta que no conoce que se encuentre establecido algún sistema u otra herramienta de gestión de calidad, el 67% indica que el ambiente laboral es bueno, el 89% siendo concuerda en que la entidad casi siempre implementa procesos, para equipar con los recursos al personal para sus labores en la satisfacción del cliente. En conclusión se determinó que en la entidad que no existen parámetros de un sistema de gestión de calidad, por lo cual no es posible solventar la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente externo. Es por ello que para la mejora de los procesos administrativos mediante la

aplicación de la Norma ISO 9001:2015 se planteó un manual de gestión de calidad agrupando los parámetros establecidos en dicha norma.

### **Nacionales.**

Sánchez (2019) en sus tesis *gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro venta al por menor de prendas de vestir para damas en el mercado modelo de Tingo María, del distrito Rupa - Rupa, provincia de Leoncio Prado, 2019* (tesis de pregrado). Planteó como enunciado del problema *¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micros y pequeñas empresas del sector - comercio, rubro venta al por menor de prendas de vestir para damas en el mercado modelo de Tingo María, del Distrito de Rupa - Rupa, Provincia de Leoncio Prado, 2019?* y como objetivo principal estableció determinar las características de la Gestión de calidad bajo el enfoque del liderazgo en las micros y pequeñas empresas del sector - comercio, rubro venta al por menor de prendas de vestir para damas en el mercado modelo de Tingo María, del Distrito de Rupa - Rupa, Provincia de Leoncio Prado, 2019. El método utilizado es de tipo descriptivo, no correlacional y de corte transversal, donde trabajó con una población de 30 y una muestra de 12 Mypes, haciendo uso de la técnica de la encuesta, la cual estuvo estructurada por 23 preguntas. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 58% de los trabajadores de las Mypes tienen un aprendizaje lento en relación a las dificultades para implementar la gestión de calidad, el 100% de los representantes mencionan que la gestión de calidad si ayuda a alcanzar los objetivos y metas, el 100% de los representantes ayudan a resolver problemas de manera correcta. Se llegó a la conclusión que los representantes manejan empíricamente sus negocios, con una atención de calidad, con un precio competitivo, incrementando la venta y

teniendo una mayor rentabilidad. Además, se deduce que tienen conocimientos y aplican el liderazgo a través de la comunicación y les interesa las sugerencias tanto al personal y de los clientes perfeccionando los equipos de trabajo para lograr los objetivos deseados empresarialmente.

Rurush (2018) en su tesis *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* (tesis de pregrado), determinó como problema ¿Cuáles son 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? y como objetivo general planteó 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. El método fue de tipo descriptivo, no experimental (transeccional), con una población de 15 Mypes y una muestra de 95 trabajadores; para la recopilación de datos utilizó la técnica de encuestas, y de instrumento un cuestionario de 23 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 73% está de acuerdo que tienen claro las funciones que su jefe inmediato le ha explicado, sabiendo cuáles son sus límites y responsabilidades, el 45% indican que la buena comunicación entre su jefe o entre compañeros hace que sea efectiva el trabajo que realizan, el 55% están totalmente de acuerdo que la comunicación es importante y facilita su trabajo en la empresa donde laboran, , el 73% están de acuerdo que realizan su trabajo entendiendo a lo que le quiso decir su jefe inmediato, el 46% está indeciso al responder a la proposición sobre la importancia de la comunicación interna en la empresa, el 46%

está de acuerdo que comunican fácilmente sus insatisfacciones al no lograr ningún resultado favorable. En conclusión la mayoría de los encuestados perciben que la comunicación es un proceso esencial para un trabajo óptimo en cualquier organización, por consiguiente, con la comunicación se logra un buen ambiente de trabajo alcanzando los objetivos de la empresa, con estrategias apropiadas.

Manzano (2017) en su trabajo *la comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador agencias Puno y Juliaca-2016* (tesis pregrado), presentó como problema ¿De qué manera la comunicación interna se relaciona con el desempeño laboral del talento humano de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador agencias Puno y Juliaca? y como objetivo general dispuso identificar la relación entre la comunicación interna y el desempeño laboral del talento humano de la cooperativa de ahorro y crédito San Salvador-agencias Puno - Juliaca 2016. El método utilizado fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y de diseño no experimental, con una población de todo su personal y una muestra de 11 colaboradores a quienes se les aplicó un cuestionario para la respectiva recolección de datos. Teniendo como resultados: El 45% de los encuestados muestra su indiferencia, manifiestan que rara vez realizan aportes para el mejoramiento de alguna actividad, el 45% de los encuestados, afirman estar en desacuerdo en que solo las opiniones y sugerencias permiten lograr los objetivos, el 36% de los encuestados afirman que la comunicación interna influye en su rendimiento laboral, el 36% de los encuestados manifiestan la que comunicación ayuda a tener precisión y eficiencia en su trabajo, el 32% de los encuestados, afirman que una adecuada comunicación interna permitirá un mejor desempeño laboral. Como conclusión se establece que la empresa debe utilizar de mejor manera los medios de comunicación interna a fin de que



disminuya la comunicación informal que afecta el desempeño laboral, y desarrollar metodologías para un mejor control de los flujos de comunicación interna. Además de definir de forma clara y precisa los roles y responsabilidades del trabajo e incentivar el trabajo en equipo.

Ancoo (2016) en su proyecto *comunicación organizacional y clima organizacional en la municipalidad distrital de Hualmay 2015* (tesis de pregrado), sostuvo como problema ¿De qué manera la comunicación organizacional incide en el clima organizacional de la municipalidad distrital de Hualmay 2015? y como objetivo principal estableció determinar la relación entre Comunicación Organizacional y Clima Organización de la Municipalidad Distrital de Hualmay 2015. El método utilizado fue de tipo descriptiva, nivel cuantitativa, no experimental – transversal, con una población de 33 trabajadores, se utilizó las encuestas como instrumento para la recopilación de datos. Siendo los resultados: El 54.55% indica que en ocasiones despejan sus dudas y de esa manera satisface su necesidad de información, el 48.48% señalan que en ocasiones sus superiores siempre están al pendiente por mantener e incentivar la motivación de sus colaboradores, el 42.42% expresa que existe buena relación entre sus compañeros, el 45.45% indican que en ocasiones su jefe los apoya cuando estos se encuentran en dificultades. Con lo que se concluye que la municipalidad distrital de Hualmay requiere urgentemente desarrollar estrategias de forma efectiva las cuales generen sensaciones de seguridad y un clima laboral favorable para que sus colaboradores se sientan motivados e integrados.

## **Regionales.**

Bobbio (2019) en su tesis *caracterización de la gestión de calidad y capacitación de las Mype rubro hamburgueserías en Urb. Piura - Piura, año 2018*. (Tesis de pregrado). Tuvo como problema ¿Qué características tiene la Gestión de calidad y capacitación en las MYPE rubro hamburgueserías en Urb. Piura - Piura, año 2018?, del cual se desprende el siguiente objetivo conocer la gestión de calidad y la capacitación en las MYPE rubro hamburgueserías en Urb. Piura - Piura, año 2018. El método utilizado fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, con una población de 9 propietarios y 26 colaboradores de las Mypes del rubro de hamburgueserías. Por consiguiente, se empleó un cuestionario estructurado por 25 preguntas, del cual se obtuvieron los siguientes resultados: el 44% de los propietarios siempre miden la satisfacción del cliente acorde a las expectativas del servicio, el 44% de los propietarios siempre evalúa el impacto de los procesos en las actividades de la empresa y el 11% de los propietarios siempre tienen presente la mejora de los objetivos a través del sistema de gestión de calidad para un buen servicio ante clientes y futuros clientes. Se llegó a concluir respecto a la gestión de calidad que existe un bajo cumplimiento de los principios ya que la mayoría de los trabajadores no ejecutan sus funciones dentro de la MYPE, y esto se debe a que desconocen y no cumplen con las normas ISO 9001:2015.

Garrido (2018) en su tesis titulada *caracterización de la gestión de calidad y el planeamiento estratégico en las MYPES hoteleras del centro de Piura, año 2018* (Tesis Pregrado), determinó como problema ¿Qué características tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico de las MYPES hoteleras del centro de Piura en

el año 2018?, y como el objetivo general definió determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES del rubro Hotelero del centro de la ciudad de Piura en el año 2018. El método utilizado fue tipo descriptiva, nivel cuantitativo y diseño no experimental de corte transversal, con una población de 46 trabajadores y 11 propietarios, a los cuales se les aplicó el instrumento de recolección de datos “encuesta”, el cual estuvo estructurado por 28 preguntas. Se obtuvieron los siguientes resultados: El 28% de los encuestados si cumple en su empresa con satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, el 91% de encuestados si consideran conveniente mejorar o implementar la gestión de calidad para ofrecer un mejor servicio de calidad, el 51% de encuestados indicaron que si planifican sus actividades que le permiten logran los objetivos. Se concluyó, la principal conclusión se determinó que las características de la Gestión de calidad y el Planeamiento estratégico de las MYPES hoteleras del centro de Piura son la utilización de una gestión débil en sus operaciones y una administración empírica producto de la falta de conocimientos, control y cultura organizacional.

Yahuana (2018) en su trabajo *la comunicación interna y su relación con el clima laboral de la unidad de gestión educativa local – Ugel Morropon, 2018* (tesis de pregrado), planteó como problema ¿Cuál es la relación entre la comunicación interna y el clima laboral en la gestión educativa local – UGEL Morropón, 2018? y como objetivo general estableció determinar la relación entre la comunicación interna y el clima laboral en la gestión educativa local – UGEL Morropón, 2018. El método utilizado fue de tipo descriptivo – correlacional, de nivel cuantitativo y diseño no experimental, se trabajó mediante encuestas estructuradas por 37 preguntas, tomando en cuenta la escala de Likert, la misma que fue dirigida a 60

colaboradores de la UGEL Morropón. Obteniendo los siguientes resultados: Para la dimensión de comunicación intrapersonal el 58.33% de los colaboradores indican que la UGEL de Morroón presenta una muy buena comunicación intrapersonal, el 40% afirman que presenta una buena comunicación intrapersonal, el 55% de los colaboradores señalan que la Ugel de Morropón presenta una muy buena comunicación interpersonal. En cuanto a la dimensión de comunicación institucional el 51.6% de los colaboradores expresan que la Ugel de Morropón presenta una buena comunicación institucional, el 38.33% manifiestan que presenta una comunicación institucional regular. Se obtuvo como conclusión que la comunicación interpersonal e institucional tiene una relación lineal con el aspecto del clima laboral, mientras que la comunicación intrapersonal carece de una asociación lineal con el clima laboral.

### **Locales.**

Surita (2019) en su tesis *caracterización de la gestión de calidad y competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018* (Tesis de Pregrado), presentó como problema ¿Cuáles son las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, año 2018? y como objetivo general dispuso describir las principales características de la Gestión de Calidad y Competitividad de las micro y pequeñas empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, Año 2018. El método utilizado fue de tipo descriptiva, de nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. La población es finita, para variable gestión de calidad, con una muestra de 15 representantes y para la variable competitividad la población es infinita, con una muestra de 384 clientes. Asimismo, se aplicó la técnica

de la encuesta, mediante un cuestionario estructurado con 23 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados: el 100% de los gerentes encuestados manifiestan que si definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad, el 53% de los gerentes encuestados manifiestan que si mantiene una buena comunicación con sus colaboradores, el 40% de los gerentes encuestados manifiestan que si supervisan las actividades que realiza su personal, el 67% de los gerentes encuestados manifiestan que el personal no participa en la elaboración de los objetivos. Como conclusión se identificó que los elementos del proceso administrativo de la gestión de calidad en las Mypes dedicadas a la venta de muebles en Sullana, definen sus objetivos de acuerdo a las políticas de calidad, existe una persona encargada de controlar la calidad de la empresa y además cuentan con políticas de calidad establecidas en relación al producto que ofrecen. Sin embargo, no cuentan con un sistema de gestión de calidad.

Carrasco (2018) en su tesis *caracterización de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPEs del sector comercio– rubro ópticas de la ciudad de Sullana, año 2018* (Tesis de Pregrado), determinó como problema ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE del sector comercio-rubro ópticas de la ciudad de Sullana, año 2018? y como objetivo general planteó en describir las principales características de la gestión de calidad y la competitividad de las MYPE del sector comercio-rubro ópticas de la ciudad de Sullana, año 2018. El método utilizado fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal. La población es finita, para la variable gestión de calidad, con una muestra de 20 trabajadores y para la variable competitividad la población es infinita, con una muestra de 68 clientes. Para el recojo

de información, se aplicó la técnica de la encuesta, mediante un cuestionario estructurado con 19 preguntas. Se obtuvo los siguientes resultados: El 55% considera que la empresa si cuentan con productos innovadores para lograr la mejora continua, el 50% si cuenta con una persona que supervise las labores de los colaboradores, el 55% si tiene una comunicación adecuada con sus colaboradores, el 60% si motiva a su personal, para que cumplan los objetivos, el 35% cuentan con mecanismos de control que verifique el logro de los objetivos, el 57% considera que, el personal si está capacitado para brindar un servicio de calidad. Como conclusión se determinó que los representantes, utilizan con más frecuencia el principio de relaciones con proveedores, ya que ellos se sienten satisfechos por los productos ofrecidos. Asimismo, se identificó la Planificación, la mayoría tiene una estructura funcional para la realización de tareas, seguidamente el proceso de organización por la estructura establecida en los perfiles de los cargos que se deben realizar, por otra parte, se tiene el elemento de control donde usan mecanismos para verificar el logro de objetivos.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Comunicación interna.**

#### **Definición.**

Según Morató (2016) señala que, la comunicación interna es aquella herramienta que tiene como finalidad transmitir información dentro de las organizaciones, es indispensable porque permite establecer y estructurar las relaciones entre las diferentes áreas que la conforman. Esta fomenta el desempeño operacional a través de la cooperación, coordinación y la satisfacción en las actividades laborales, haciendo que los colaboradores tengan claro sus funciones y se sienten identificados con la empresa; por otro lado, la falta de comunicación dentro del entorno empresarial reduce la realización de las actividades por parte de los colaboradores; es por ello, que es importante manejar una buena gestión de comunicación en las organizaciones, de tal manera que se pueda transmitir con facilidad la información necesaria para la ejecución de las actividades laborales.

La comunicación interna más que una herramienta de gestión es una técnica la cual facilita alcanzar los objetivos organizacionales, busca como prioridad lograr la eficacia y eficiencia en la recepción y comprensión de los mensajes. Esta comunicación va dirigida al público interno, a los colaboradores y subordinados de la empresa; es decir, a todo su personal. Tiene como iniciativa generar un ambiente armonioso, productivo y participativo.

Por tanto, la comunicación interna se basa como eje principal en generar la motivación efectiva para el recurso humano, haciendo que el personal desarrolle una mejor organización de sus tareas y responsabilidades a fin de que su trabajo se enfoque

al logro de los objetivos de la empresa. El objetivo principal de esta comunicación es establecer vínculos entre las diferentes áreas de trabajo y los directivos, que permita desarrollar una relación directa para establecer un buen clima laboral, donde se tome en cuenta las expectativas e inquietudes del personal.

La comunicación interna permite a la empresa:

- **Generar la implicación del personal;** incentivar el compromiso colectivo, en la cual todos los empleados tengan como prioridad alcanzar los objetivos de la empresa, con la finalidad de promover el trabajo en equipo.
- **Armonizar las acciones de la organización;** prevenir las oposiciones, diferencias o discrepancias en las laborales cotidianas, a través del diálogo entre las diferentes áreas y niveles jerárquicos.
- **Propiciar un cambio de actitudes;** esto se puede conseguir de acuerdo al nivel del conocimiento del rumbo de la organización, según esto se puede alcanzar una actitud positiva, la cual permita la toma de decisiones individuales y grupales, a fin de lograr las metas de la organización.
- **Mejorar la productividad;** al establecer una comunicación interna eficaz, los empleados tendrán claros los objetivos y estarán en condiciones de mejorar su desempeño laboral para obtener un alto nivel productivo (Brandolini et al., 2009).

### **Importancia de la comunicación interna.**

Según Ostos (2016) señala que, existe una relación estrecha entre la comunicación y el comportamiento de las personas dentro de las organizaciones. La comunicación tiene un papel importante y significativo en la determinación del nivel



de motivación con respecto a sus empleados. Cuando éstos conocen y tienen claro la misión, visión, objetivos, estrategias y responsabilidades, se crea un clima laboral estable e idóneo que permite facilitar la coordinación de las actividades para el logro de los objetivos. Cuando la comunicación se desarrolla de una manera eficiente y eficaz trae muchos beneficios, puesto que reduce la incertidumbre y mejora el desempeño laboral a través de la satisfacción y el compromiso del personal. De acuerdo a ello, el uso correcto de los canales de comunicación, vertical, lateral e informal mejora el desempeño y la satisfacción de la personas y de los grupos dentro de las organización.

### **Objetivos de la comunicación interna.**

Los objetivos de la comunicación interna permiten direccionar su planificación y establecer un rumbo de negocio que permita diferenciar a la empresa del resto de la competencia. Si bien sabemos, muchas veces las empresas buscan el mismo objetivo interno, el cual es generar una atención al cliente eficiente. Existen diferentes objetivos en la comunicación interna que ayudan a cumplir las metas organizacionales de la empresa. A continuación, se establecen los objetivos que las empresas utilizan más a menudo:

- **Colaborar con la visión de la empresa;** si bien es cierto que los directivos realizan la visión de la empresa, es fundamental el involucramiento de sus empleados en la misma, para así lograr que se sientan parte de la cultura e implicarse en la organización; además, del pleno conocimientos de sus valores. Cuando hablamos de visión nos referimos a la forma en la que las empresas quieren verse en un futuro, esto representa la expectativa sobre lo

que se quiere ser, el actuar a largo plazo y en base a lo cual está basada la misión.

- **Evitar una imagen negativa;** el proyectar una imagen positiva es necesaria para que los empleados hablen en términos deseados sobre la empresa. Esta responsabilidad cae sobre los directivos, la cual es generar una comunicación interna que desarrolle el papel a la perfección.
- **Manejar la información desde y para todos los sectores;** es importante generar la información que los empleados necesiten y otorgarles de una manera en la que la comprenda y pueda generar el Feedback en la comunicación.
- **Involucrar al equipo de trabajo en el plan de la empresa;** cada empleado debe conocer su trabajo y la forma en la que colabora en la consecución de los objetivos y metas de la empresa. Este hecho configura como parte de la misión, que es la forma de cómo se debe realizar las actividades, las cuales ayudan a concretar las expectativas consideradas en la visión.
- **Minimizar y proveer respuestas rápidas;** en cuanto a conductas inadecuadas frente a los cambios surgidos en el entorno, los cuales son externos de la empresa y pueden ser de índole económica, comercial o tecnológica (Feijóo y Palazzolo, 2016).

## **Canales de la comunicación.**

Según Morató (2016) menciona que, los principales canales de comunicación son los siguientes:

- **Cara a cara:** Este canal de comunicación es uno de los más efectivos al interior de una organización. Especialmente si se trata de la presencia física, el tono de voz y las expresiones faciales del hablante, estos aspectos ayudan a los receptores a interpretar mejor lo que éste intenta comunicar en el mensaje.
- **Medios de transmisión masiva:** En este canal se utilizan los equipos de amplificación y las videoconferencias, especialmente cuando se quiere transmitir información de una manera visual y auditiva, relacionada a una audiencia masiva.
- **Aparatos telefónicos (red fija y móvil):** Algunos ejecutivos optan por este medio o canal de comunicación por ser el más apropiado, especialmente cuando necesitan transmitir un mensaje privado o complejo, ya sea dirigido a un solo individuo o a un grupo pequeño de personas.
- **Mensajes electrónicos:** Estos canales de comunicación electrónicos, utilizan el correo electrónico, internet, intranet y plataformas de redes sociales para la comunicación uno a uno, de manera grupal o masiva.
- **Medios escritos:** Este tipo de comunicación se utiliza solo cuando no necesitan interactuar para comunicar un mensaje a un empleado o a un grupo de ellos. En este medio se utilizan las cartas, memos, informes, políticas, manuales, noticias y anuncios.

## **Funciones de la comunicación.**

Según Robbins y Judge (2009) indica que, las funciones de la comunicación son las siguientes:

- **Control:** La comunicación influye de manera directa en el control del comportamiento de los empleados. Las empresas cuentan con niveles jerárquicos de autoridad y dirección, los cuales exigen que los trabajadores cumplan los lineamientos formales establecidos por los superiores. Por otro lado, la comunicación también se genera de manera informal influyendo asimismo en el control del comportamiento, esto se da cuando un grupo de trabajo genera hostigamiento a un miembro eficiente y eficaz, haciéndolo quedar mal frente a sus demás compañeros.
- **Motivación:** La comunicación promueve a la motivación puesto que brinda información clara y precisa a los empleados acerca de cuál es su trabajo, que tan bueno es y cómo es que pueden mejorarlo si este fuera necesario.
- **Expresión emocional:** Muchos trabajadores definen a su equipo de trabajo como la principal fuente de interacción social. Las relaciones que se generan dentro de este grupo de trabajo proporciona la facilidad de que sus miembros expresen sus emociones, ya sean sentimientos de frustración o satisfacción laboral.
- **Información:** esta función tiene relación con el rol que toman las empresas para la toma de decisiones, brinda la información necesaria que los grupos y sus miembros requieren, transmitiendo los datos correspondientes para analizar e identificar las mejores alternativas de elección.

Para que los miembros de un equipo de trabajo se desempeñen eficientemente, es necesario establecer un régimen de control sobre ellos, evaluar su desempeño, proporcionar medios donde puedan expresar sus emociones y hacerles sentir partícipes en la toma de decisiones. Todo ello es muy importante para que la empresa lleve a cabo un buen funcionamiento a fin de su mejora y desarrollo organizacional.

### **Flujos de la información en la comunicación.**

La comunicación interna en las organizaciones se da dependiendo de la persona que emita el mensaje y la función que desarrolla dentro de la empresa. Según Berceruelo (2011) indica que la comunicación puede darse de tres maneras: descendente, ascendente u horizontal:

- **Comunicación descendente:** Este tipo de comunicación es la más frecuente en el trabajo, se basa en las funciones de los directivos para el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Se produce cuando los superiores transmiten algún tipo de información a sus subordinados, ya sea por temas relacionados a la ejecución o instrucción de sus actividades a fin de establecer una mejor coordinación entre las distintas áreas de la organización. En otros términos, la comunicación descendente va dirigida hacia abajo; es decir, los directivos se relacionan con los colaboradores a través de los órganos de línea, van desde los niveles jerárquicos más altos hasta los más bajos. Sus objetivos fundamentales se basan en:

- ✓ Informar
- ✓ Dirigir
- ✓ Instruir la realización de las actividades a los trabajadores
- ✓ Evaluar el desempeño

- ✓ Controlar procesos
  - ✓ Motivar al público interno
  - ✓ Informar a los individuos acerca de lo que se debe hacer, como hacerlo y lo que se espera de estas.
- **Comunicación ascendente:** Es aquella que es transmitida por los niveles inferiores. Mayormente son mensajes dirigidos a los superiores donde a través de los canales correspondientes los subordinados hacen llegar sus quejas, inquietudes y sugerencias con respecto al desempeño del desarrollo de sus actividades. Este tipo de comunicación produce una retroalimentación positiva para dinamizar una buena gestión de relaciones internas, esto se debe a que le permite a la gerencia contar con la información necesaria para determinar métodos, sistemas y planes de trabajo, la cual ha sido generada gracias al personal.
  - **Comunicación horizontal:** Es aquella comunicación que se establece entre dos o más personas en la cual no existe la intervención de ninguna autoridad. Es decir, esta comunicación se da entre individuos que cuentan con el mismo nivel jerárquico, ya sean perteneciente del mismo departamento, área o grupo de trabajo.

### **Barreras de la comunicación.**

Estas barreras actúan de manera negativa en las relaciones laborales; es decir, obstaculizan la comunicación entre los miembros de la empresa, causando que el mensaje que se desea transmitir se distorsione. Según Chiavenato (2009) señala que, hay tres tipos de barreras:

- **Barreras personales:** Este tipo de barreras proviene de ciertos aspectos de cada persona, son interferencias causadas por sus emociones, limitaciones y valores de sí mismos. Las barreras más frecuentes que se pueden dar en el trabajo son: el no saber escuchar, las emociones personales y las desmotivaciones. Estas barreras individuales pueden bloquear la comunicación con su entorno.
- **Barreras físicas:** Son aquellas interferencias que se manifiestan en el ambiente laboral donde se desarrolla el proceso de la comunicación; es decir, son situaciones que puedan contraer distracciones como por ejemplo: un trabajo que contraiga distracciones ya sea a través de ruidos, distancia, limitaciones físicas, entre otros aspectos.
- **Barreras semánticas:** Son restricciones o distorsiones que se generan mediante los símbolos con los cuales se realiza la comunicación, estos pueden ser dado a través de palabras u otras formas de comunicación ya sean gestos o señales, los cuales podrían tener diferentes significados según el número de personas que lo reciban; esto quiere decir que no todas pueden entender el mismo mensaje de igual manera causando así la distorsión de su significado.

### **Formas de comunicación.**

Sus formas se fundamentan dependiendo si ésta se realiza dentro o fuera de la organización y de la estructura jerárquica en la que se desarrolla, pueden ser de tipo formal e informal.

- **Comunicación formal:** Este tipo de comunicación es propia de la organización, ya que tiene establecidos sus propios protocolos y sus niveles jerárquicos, esta comunicación se da de manera escrita y oral dado que la fuente de información es fácil de localizar. Se emplea generalmente para la transmisión de órdenes, instrucciones, o cuestiones relacionadas con el trabajo.
- **Comunicación informal:** Esta comunicación surge a partir de los comportamientos, espontáneos e informales de parte de los miembros de la organización, siendo éstos generados por su interacción entre cada uno de ellos. Esto es conocido como chisme o información de pasillo, los cuales poseen una facilidad de transmitirse e informarse en las diferentes áreas de la organización, puesto que no tiene reglas o está sujeto a un canal previamente definido (Fernández y Fernández, 2017).

### **2.2.2. Gestión de Calidad**

#### **Definición.**

Según Udaondo (1992) indica que, la gestión de calidad se entiende como el conjunto de procesos por medio de los cuales se obtiene la calidad mediante la correcta coordinación de tareas. Para ello, la dirección desarrolla estrategias de planificación a futuro, establece programas y supervisa los resultados en función de la calidad con relación a su mejora permanente y continúa.

De este modo, la gestión de calidad cuenta con la participación de los directivos en el estudio, análisis y garantías de los productos o servicios ofrecidos por la empresa, asegurándose de que se realicen las siguientes acciones:



- Determinar los objetivos de calidad, integrando de esta manera los intereses de la empresa con las necesidades del cliente
- Lograr que los productos o servicios se desarrollen con conformidad según los objetivos, proporcionando los medios requeridos para lograrlos.
- Analizar y asegurar el logro de la calidad deseada.
- Mejorar constantemente, convirtiendo los objetivos y el logro de la calidad en un sistema de procesos dinámicos.

Por otro lado Cortés (2017) indica que, los Sistemas de Gestión de calidad son el conjunto de actividades realizadas por los directivos, en las cuales se establecen las políticas de la calidad, las responsabilidades y objetivos, éstas se implantan mediante la planificación, el control, el aseguramiento y mejora permanente de la calidad.

Sus principales objetivos son:

- Estar presente en todas las actividades realizadas dentro de las empresas, definiendo su marco operativo.
- Lograr el compromiso de cada uno de los integrantes de la empresa, sin tomar en cuenta el puesto de trabajo o actividad que realice.
- Tener en cuenta que cada persona es proveedor y cliente de otras, considerándolo de esta manera como pieza clave dentro del proceso de la calidad.
- Estar atento en la prevención, a fin de realizar las cosas bien en el primer intento y en el plazo pronosticado, teniendo en cuenta los requisitos del cliente.
- Cada departamento o área deberá tener establecidos sus propios sistemas para gestionar su trabajo, y el objetivo de la calidad se encargará de su

confiabilidad de éstos y de la organización entre los diferentes departamentos.

- Integrar a cada uno de los participantes de la empresa, fomentando el compromiso y participación de todos, a fin de obtener la satisfacción de estos con respecto a su trabajo.

La gestión de calidad se encarga de que las organizaciones puedan identificar y analizar las exigencias del cliente; determinar el conjunto de procesos que generen posibles mejoras para que el producto o servicio sea aceptado por su público; y por último, mantener el control de dichos procesos, estableciendo así confianza para la empresa y sus clientes en cuanto a la productividad de productos que cumplan con los requisitos exigidos por el mercado, a fin de ofrecer una mejor satisfacción a los clientes.

### **Calidad.**

Según Ishikawa (1994) menciona que, cuando se habla del término de hacer productos de buena calidad muchas veces se interpreta de forma equivocada, puesto que lo entienden como una manera de elaborar productos extraordinarios con la mejor calidad posible. Sin embargo, al hablar de calidad se refiere a elaborar, diseñar y ofrecer productos con una calidad que esté dispuesto a satisfacer de una manera equivalente las necesidades del cliente cuando éste lo utilice. En otros términos, la "buena calidad" hace referencia acerca de la capacidad que tiene la empresa para producir productos con la mejor calidad, dependiendo de la disponibilidad de los recursos con la que éste cuente como las maquinarias, tecnologías y procesos de producción, los cuales desarrollen productos que estén al alcance de los clientes y a

sus necesidades, teniendo en cuenta también dichos factores como su coste y previsto uso.

La calidad no puede ser una excepción al momento de adquirir un producto o servicio, ya que al ser comercializado en el mercado, este gana su popularidad y aceptación frente a sus clientes de hoy y del futuro, debido a sus cualidades que lo alejan de lo común frente a otros productos y de algún modo tiene cierta distinción o excepción con respecto a lo corriente o cotidiano y esto lo vuelve un producto sin igual por excelencia (Cuatrecasas y González, 2017).

### **Importancia de la gestión de calidad.**

Según Sánchez (2017) expresa, que la aplicación del sistema de gestión de calidad es importante ya que cuenta con algunos beneficios como lo la mejora del desempeño en las empresas. Su objetivo principal es aumentar su capacidad permanentemente para cumplir con su propósito institucional, entregando bienes y servicios que respondan a las necesidades de la población. Por otro lado, beneficia alcanzando la satisfacción de los clientes con los productos y servicios ofrecidos por las empresas. También incrementa el control que éste sistema requiere, mediante la revisión, verificación y de validación que minimicen aquella posibilidad de entregar un servicio el cual no cumpla con las necesidades y expectativas del usuario.

### **Beneficios de la gestión de calidad.**

Dentro de la implementación de los sistemas de gestión de la calidad se ha hallado muchas dificultades, unas evidentes y otras no, se podría decir de forma curiosa, que tanto los directivos como sus trabajadores toman resistencia frente a los cambios que conllevan estos sistemas. Esto se debe a que la implementación de estos

resulta costosa; sin embargo, en una opinión generalizada indica que con la mejoría obtenida con respecto a la eficiencia y a la disminución de errores, sus costos disminuyen.

Los beneficios potenciales que genera la implementación de un sistema de gestión de la calidad basados en la norma internacional (ISO 9001) son los siguientes:

- La capacidad que tiene para proporcionar de manera eficiente productos y servicios que satisfagan los requisitos y necesidades del cliente.
- Facilitan las oportunidades en el aumento de satisfacción del cliente.
- Estos abordan riesgos y oportunidades relacionadas con sus contextos y objetivos.
- Tienen capacidad para demostrar su conformidad con respecto a los requisitos que el sistema de gestión de calidad especifica (León et al., 2018).

### **Principios de la gestión de calidad.**

Los ocho principios de la gestión de calidad son los siguientes:

#### **1. Enfoque al cliente:**

Se sabe que para las empresas sus clientes son lo más importantes, así como satisfacer todos y cada uno de sus requerimientos y expectativas. Las organizaciones deben tener claro que las necesidades de sus clientes no son algo estático, sino dinámico, puesto que van cambiando a lo largo del tiempo. Es por ello, que es importante tomar en cuenta tanto sus necesidades actuales como las futuras, a fin de mantener su fidelidad y atención de los clientes para con la empresa.

Ahora bien, las organizaciones no deben enfocarse solo en conocer las necesidades o expectativas de sus clientes, sino también en dar soluciones en los productos y servicios con los que éstos se relacionan, con la finalidad de obtener una mejora constante y permanente superando así sus expectativas y requerimientos que éstos solicitan.

Este principio nace para entender que todas las organizaciones dependen de sus clientes. Es importante obtener la satisfacción de cada uno de ellos, cubriendo sus necesidades y satisfaciendo sus expectativas, a fin de que el cliente se sienta sumamente satisfecho e identificado con la empresa (Sánchez, 2015).

## **2. Liderazgo:**

Según González (2016) el liderazgo tiene como función mejorar las condiciones del producto o servicio y apoyar al personal que los ofrece, brindándoles el mayor campo de acción posible para que éstos se sientan motivados y comprometidos con su trabajo. Es por ello, que las empresas de calidad requieren más la participación del liderazgo que de la dirección, ya que liderar significa motivar a las personas.

## **3. Participación del personal:**

El personal constituye la esencia de las organizaciones, y su buena gestión conlleva a las personas disponer de sus conocimientos y habilidades necesarias para ser utilizados en beneficio de la empresa. Es importante que el personal muestre interés e involucramiento en el trabajo, ya que esto conlleva a cumplir con las expectativas y necesidades del grupo así como también ayuda a mejorar el grado de satisfacción de la persona (Cortés, 2017).

#### **4. Enfoque basado en procesos:**

Según Pérez (2012) es uno de los principios más importantes en la gestión de calidad, ya que permite obtener resultados más eficientes a través de la relación y gestión de las actividades con los recursos. Este enfoque ayuda de forma rápida y sencilla a identificar problemas y hallar su rápida solución. De modo, que repercute positivamente en la organización en la capacidad de adaptarse a las exigencias y cambios en el mercado.

#### **5. Enfoque de sistema para la gestión:**

Según Balagué y Saarti (2014) manifiesta que, la parte más importante para alcanzar y lograr los objetivos de una organización es establecer un claro enfoque de sistema para la gestión. Consiste en comprender, reconocer y tramitar aquellos procesos interrelacionados del sistema, obteniendo así como resultado la eficiencia y eficacia que requiere una organización. Es demasiado importante para las organizaciones tener un sistema, ya que ayuda en la mejora de probabilidades del éxito de las organizaciones para cumplir sus objetivos.

#### **6. Mejora continua:**

Según Cortés (2017) define a la mejora continua, como una de las medidas para lograr el adecuado desempeño de las empresas; asimismo, se le considera como el proceso a seguir para lograr que los productos y servicios sean mejores, así como las diversas actividades que las empresas realizan. Dichas acciones deben ser implementadas, ya que nacen a partir de las distintas mediciones de sus productos y procesos que son realizadas en las organizaciones.

Este principio da inicio a la implementación de medidas innovadoras, que tienen como fin mejorar los productos y procesos que brindan las distintas organizaciones. Es importante considerar que la mejora continua debe estar presente en todo tiempo así como ejecutar su constante práctica, para lograr aumentar la eficacia y la eficiencia en las organizaciones. Cuando la empresa aplica o pone en práctica un sistema de gestión de calidad, las distintas formas de evaluación permiten desarrollar planes de acción que buscan mejorar e identificar no conformidades mejorando así las actividades de la organización.

#### **7. Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones:**

Según Cuatrecasas y González (2017) menciona que, este enfoque se basa en la recolección de información para lograr una acertada toma de decisiones, basándose en la objetividad de los datos y los beneficios que éstas conlleva. Este principio es uno de los más importantes dentro de las organizaciones, ya que se considera que en estas empresas pueden nacer muchas ideas, algunas pueden llevar al éxito y otras al fracaso. Por esta razón, es importante, que antes de tomar cualquier decisión se pueda seleccionar entre distintas alternativas de solución, siempre y cuando se analice los pros y contras de cada una de ellas.

El proceso para la toma de decisiones consiste en conocer el problema que se presenta en el producto o proceso de la empresa, identificando así la posible causa del mismo; analizar la información ya sea interna o externa; plantear posibles soluciones, para ello es importante contar con dos o más alternativas o estrategias, a fin de escoger la mejor; y por último, seleccionar la solución adecuada y establecer estrategias de evaluación que permitan seleccionar la mejor opción. Es importante evaluar adecuadamente cada alternativa, para la correcta solución.

## **8. Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:**

Este principio está relacionado con la parte externa de la empresa, por lo cual es muy importante y difícil de controlar a comparación de la parte interna. Por este motivo, se debe establecer y mantener buenas relaciones con los proveedores a fin de asegurar que los productos, materiales, materia prima o insumos que estos ofrezcan cumplan con las características correspondientes a la calidad.

Una buena relación entre organización y proveedores permite aumentar y consolidar una comunicación efectiva, asegurando así la disminución o eliminación de ciertos aspectos negativos como incumplimientos de entrega de bienes o servicios útiles en la producción de la empresa. Este principio es primordial, puesto que genera un mejor control de productos o procesos relacionados con el proveedor (Carreño, 2016).

### **Ciclo de Deming.**

Es un sistema muy utilizado actualmente en las empresas, que consiste en implementar acciones de mejora continua para aumentar la competitividad y calidad en los procesos de los productos y servicios de la empresa.

Según Zapata (2015) manifiesta que, el ciclo de Deming comprende las siguientes etapas:

- **Planificar;** en este paso se analiza la situación actual de la empresa, determinando la problemática, los objetivos y las acciones correspondientes para lograr los resultados esperados.



- **Desarrollar;** consiste en ejecutar las acciones propuestas para lograr las mejoras de la empresa. Para este paso lo más recomendable es realizar una prueba piloto para identificar el funcionamiento de éstas.
- **Verificar;** se comprueba el resultado de las acciones ejecutadas, para identificar el nivel de su funcionamiento. En caso no fueran satisfactorias, se corrige para alinearlas hacia el alcance de los objetivos.
- **Actuar;** finalizado el proceso, se analizan y comparan los resultados para verificar si su aplicación es eficiente para la empresa y si no, realizar las acciones correspondientes para su mejora.

### **2.3. Marco conceptual**

**Micro y pequeñas empresas.** Son entidades económicas establecidas ya sea por una persona natural o jurídica, cuyo fin es generar ingresos monetarios a través de las diferentes actividades comerciales. Su importancia radica en ser el motor de la economía del país, pues genera altos niveles de empleo, lo cual contribuye y favorece a disminuir el alto índice de desempleo (Peña et al., 2016).

**Gestión de calidad.** Es un conjunto de procesos mediante el cual la empresa planea, ejecuta y controla las diversas actividades que desarrolla. Esta garantiza y ayuda a brindar un producto o servicio de calidad que satisfaga las necesidades y expectativas de los clientes. Por otro lado, Se encarga de corregir los errores que puedan presentarse de forma continua en las diversas actividades, a fin de garantizar la excelencia en los procesos, servicios o productos de manera eficiente (González, 2017).

**Comunicación interna.** Es aquel proceso comunicativo que se desarrolla en el ámbito interno de las organizaciones; es decir, en el factor humano de las empresas. Esta herramienta es de vital importancia, ya que permite transmitir información, establecer buenas relaciones, motivar al recurso humano y generar un clima organizacional estable, mejorando así la eficiencia y eficacia de la organización (Fuente, 2019).

**Microempresario.** Es aquella persona que ejecuta o desarrolla un negocio por cuenta propia, la cual es responsable de tomar decisiones, enfrentar riesgos y obtener beneficios de dicha actividad. Su objetivo principal es generar ingresos económicos que satisfagan sus necesidades y las de su familia. Asimismo, se le considera un aportador para la sociedad, ya que contribuye en la economía del país, generando puestos de empleo para personas con bajos recursos (Chagerben et al., 2017).

**Tienda de prendas de vestir.** Es un local o establecimiento que se encuentra dedicado a la comercialización de artículos de vestir, donde se realizan las transacciones y relaciones entre empresas, proveedores y consumidores. Este mercado está dirigido para damas, caballeros y/o niños, el cual a través de una buena gestión, atención y negociación va a depender su crecimiento y desarrollo (Castro, 2014).

**Clientes.** El cliente o consumidor es la persona que ofrece sus recursos económicos a cambio de la adquisición de un producto o servicio en las diferentes organizaciones, a fin satisfacer sus gustos o necesidades. Es importante tener en cuenta que el cliente es el elemento clave de la economía de toda empresa, el cual desea tener experiencias positivas sintiéndose libre de entrar a un local y no sentirse presionado ni condicionado para comprar (Belmartino et al., 2016).

### **III. Hipótesis**

Esta investigación no contó con hipótesis, puesto que éste estudio consistió en describir y caracterizar la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir en el distrito Sullana, a fin de establecer su estructura o comportamiento. Por otro lado, Cacciamani (2016) menciona que, la hipótesis son aquellas suposiciones que buscan comprobar o corroborar a través de las observaciones la veracidad o falsedad sobre el resultado de algún experimento o investigación.

#### **3.1. Variables**

**Comunicación interna;** es aquel proceso comunicativo que tiene como finalidad transmitir información dentro de las organizaciones. Es indispensable porque permite crear, establecer y estructurar mejores relaciones, motivar al factor humano y generar un ambiente laboral estable que permita mejorar la eficiencia y eficacia de la empresa (Morató 2016).

**Gestión de calidad;** es un sistema mediante el cual las empresas realizan un conjunto de acciones para determinar las políticas de calidad, las responsabilidades y los objetivos a lograr. Esta implementación se realiza por medio de la planificación, el control, el aseguramiento y la mejora de la calidad basados en los procesos de la elaboración de los productos y servicios a brindar (Cortés 2017).

## **IV. METODOLOGÍA**

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

#### **Tipo.**

Esta investigación se consideró por ser de tipo cuantitativo, ya que se basó en recopilar datos a través de encuestas, para determinar o medir el comportamiento de las variables en este estudio, presentando los resultados mediante tablas y gráficos estadísticos. Además, Baena (2014) menciona que, la investigación cuantitativa es aquella con la cual se pretende medir o cuantificar numéricamente las variables de estudio, mediante el análisis de resultados a través de las diferentes herramientas, que pueden ser matemáticas, informáticas o estadísticas.

#### **Nivel.**

Por otro lado, esta investigación es de nivel descriptivo, ya que se centró principalmente en describir las características de la comunicación interna y la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana. Asimismo, Muñoz (2015) establece que, la investigación descriptiva consiste en describir la situación de la realidad y el comportamiento de las variables de estudio, sin la necesidad de intervenir de alguna manera en ella. Esta se basa más que todo, en obtener la información necesaria para detallar los puntos más relevantes de la investigación y no en comprobar dichos experimentos o hipótesis.

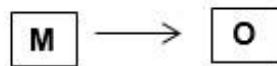
#### **Diseño.**

Esta investigación fue de diseño no experimental – corte transversal, ya que consistió en recopilar datos en un tiempo determinado, sin hacer modificaciones en las características de las variables de estudio. Del mismo modo, (Castillo et al., 2014)

indica que, la investigación no experimental es aquella en la cual no se controlan ni se manipulan las variables de estudio, simplemente se basa en observar sus características en su estado natural a fin de analizarlas e interpretarlas para llegar a sus respectivas conclusiones.

Asimismo, cuenta con un diseño descriptivo, porque se recogió información sobre dos variables en una determinada población, sin la intención de implementar mejoras en este estudio.

Su representación se expresa de la siguiente manera:



Donde **M** representa la muestra que se utilizó en éste estudio y **O** representa las mediciones realizadas en las variables de interés.

#### **4.2. Población y muestra**

##### **Población.**

Esta investigación utilizó una población finita compuesta por 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir del distrito Sullana. Además, Del Río (2013) señala que, el universo o población es el conjunto de individuos, fenómenos o elementos que cuentan con características similares y de los cuales se desea llevar a cabo una determinada investigación en un tiempo y espacio determinado.

### **Muestra.**

En este estudio se consideró como muestra, la totalidad de la población, debido a su pequeño tamaño, la cual está conformada por 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana. La muestra es aquel subconjunto tomado de forma representativa de la población. Ésta se toma con la finalidad de hacer un estudio menos complejo acerca comportamiento de las variables en una determinada población. Por otro lado, hay que tener en cuenta que el estudio de la muestra representativa no siempre va a coincidir exactamente a la distribución de la población total, pero sí va a tener una probabilidad de asemejarse (Hernández et al., 2018).

### 4.3. Definición y operacionalización de variables e indicadores

**Tabla 1**

*Operacionalización de Variables*

<b>Variables</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Fuentes o Informantes</b>
<b>Variable 1</b> Comunicación Interna	Herramienta indispensable, que permite transmitir información de las organizaciones mediante la estructuración de los vínculos entre las diferentes áreas que la conforman. (Aliure, 2015).	Evaluar las características de la comunicación interna en cuanto a los flujos, funciones y canales, a fin de determinar su desarrollo en la Mvne.	Flujos de la Comunicación	Comunicación Descendente Comunicación Ascendente Comunicación Horizontal	Likert	Cuestionario	Propietarios y/o representantes
			Funciones	Control Motivación Expresión Emocional Información			
			Barreras de la comunicación	Personales Físicas Semánticas			
<b>Variable 2</b> Calidad Gestión de	Sistema de acciones que se realizan para determinar políticas y asegurar el control y mejora permanente en los productos o servicios en las empresas (Cortés, 2017).	Evaluar las características de la gestión de calidad en cuanto al proceso de identificar el nivel de desarrollo que aplica la Mype.	Planificar Hacer	Identificar Objetivos Hacer Capacitar Evaluar			
			Verificar	Seguimiento			
			Actuar	Mejora Continua			

Fuente: Elaboración Propia.

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnicas.**

Esta investigación utilizó como técnica la encuesta, la cual estuvo dirigida a 10 propietarios y/o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana. Por otro lado, Baena (2014) señala que, la encuesta es una técnica para investigación cuantitativa que tiene como principal función recoger información necesaria sobre un determinado grupo de personas representativas de la población.

##### **Instrumento.**

En este estudio se aplicó un cuestionario compuesto por 20 preguntas, de las cuales 10 están relacionadas a la variable comunicación interna y 10 a la variable gestión de calidad. Asimismo, (Castillo et al., 2014) menciona que, el cuestionario es una de las herramientas básicas que los investigadores emplean para obtener la información. Se basa en un conjunto de preguntas relacionadas con las variables de estudio. Su principal función es facilitar el análisis y la comparación en los resultados de los encuestados.

#### **4.5. Plan de análisis**

Para el análisis de datos en la presente investigación se realizó un análisis descriptivo, mediante la elaboración de tablas de distribución de frecuencias porcentuales y figuras estadísticas.



En cuanto a la elaboración de este trabajo se hizo uso de los siguientes programas:

- **Microsoft Word;** ya que mediante este programa se pudo realizar la estructura y redacción de cada una de las características de las variables de estudio, así como en la elaboración de cada una de las encuestas, Además, ayudó a verificar avances de mejora para la investigación.
- **Microsoft Excel;** este programa permitió elaborar y diseñar las tabulaciones con sus respectivas figuras estadísticas de los datos recopilados de la encuesta.
- **Programa Acrobat Reader;** mediante este programa se descargó los archivos digitales del campus y de los diferentes repositorios los cuales sirvieron de guía para la elaboración del presente trabajo de investigación.

#### 4.6. Matriz de consistencia

**Tabla 2**

*Matriz de Consistencia*

**Título: CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019**

<b>PROBLEMAS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL:</b>		<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b>
¿Cuáles son las principales características de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019?	Determinar las principales características de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.	<b>VARIABLE 1</b> Comunicación interna	Cuantitativo
		<b>VARIABLE 2</b> Gestión de calidad	<b>NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN</b> Descriptivo
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>		<b>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>
1. ¿Cuáles son las principales características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019?	1. Describir las principales características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.		<b>POBLACIÓN Y MUESTRA</b>
2. ¿Cuáles son las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019?	2. Establecer las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.		La población y muestra será 10 micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, siendo ésta la totalidad por ser pequeña.
3. ¿Cuál es la eficacia de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019?	3. Evaluar la eficacia de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.		<b>TÉCNICA</b> Encuesta
			<b>INSTRUMENTO</b> Cuestionario

**Fuente: Elaboración Propia.**

#### 4.7. Principios éticos

Según la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote en su Código de Ética señala que los principios éticos son los siguientes:

- 1. Protección a las personas:** La información que se obtuvo de los participantes fue utilizada solo con fines de investigación.
- 2. Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad:** Se tomó en cuenta las medidas correspondientes para el cuidado y respeto del medio ambiente, evitando sus daños y maximizando los beneficios.
- 3. Libre participación y derecho a estar informado:** Se brindó la información correspondiente a los involucrados, sobre los propósitos y finalidades de la investigación, mediante un consentimiento informado.
- 4. Beneficencia no maleficencia:** No se causaron daños o hechos mal intencionados sobre los negocios y las personas participes de la investigación.
- 5. Justicia:** Cada participante recibió un trato equitativo en los diferentes procesos, procedimientos y servicios relacionados a la investigación.
- 6. Integridad Científica:** Se trabajó con integridad y actitud en las diferentes actividades científicas y procesos de la investigación (Comité Institucional de Ética en Investigación, 2019).

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

#### Objetivo específico 1.

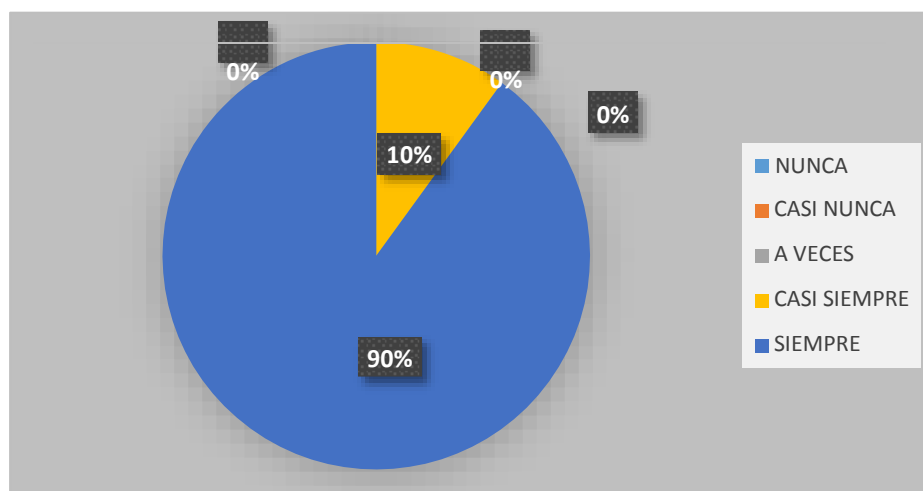
Describir las principales características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.

**Tabla 3.** *La relación entre representante y colaborador evita problemas.*

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
CASI SIEMPRE	1	10%
SIEMPRE	9	90%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 1.** *La relación entre representante y colaborador evita problemas.*  
**Fuente:** Tabla 3.

#### Interpretación.

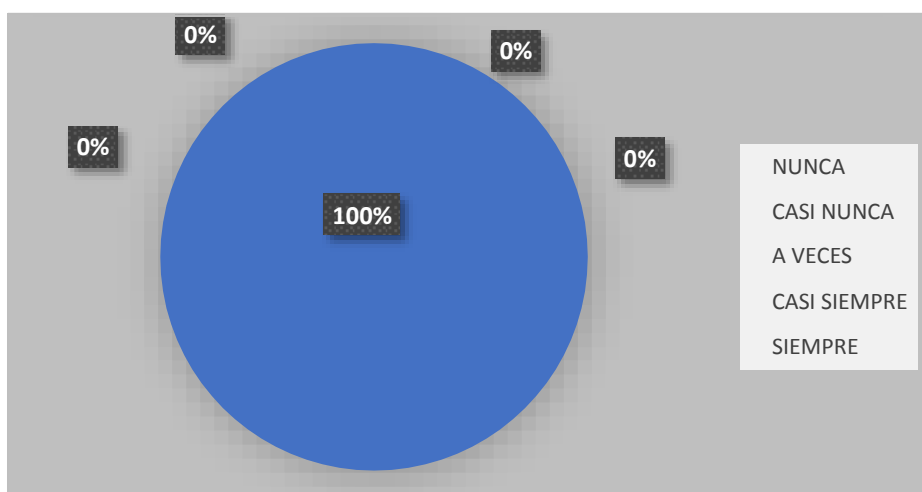
En la figura anterior se observa que el 90% de los representantes manifiesta que la relación que existe con sus colaboradores siempre evita problemas; mientras que un 10% considera que ésta la evita casi siempre.

**Tabla 4. La buena comunicación a los colaboradores les permite cumplir eficientemente su labor.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
CASI SIEMPRE	0	0%
SIEMPRE	10	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 2. La buena comunicación a los colaboradores les permite cumplir eficientemente su labor.**

**Fuente:** Tabla 4.

### **Interpretación.**

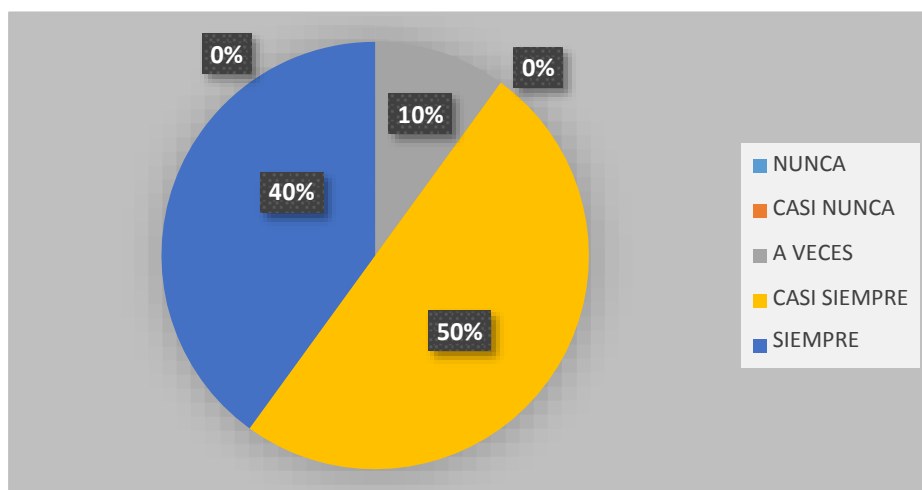
En la figura anterior se observa que el 100% de los representantes considera que la buena comunicación hacia los colaboradores siempre permite el cumplimiento efectivo de su labor.

**Tabla 5. Existe una buena relación entre los colaboradores de la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	10%
CASI SIEMPRE	5	50%
SIEMPRE	4	40%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 3. Existe una buena relación entre los colaboradores de la Mype.**

**Fuente:** Tabla 5.

### **Interpretación.**

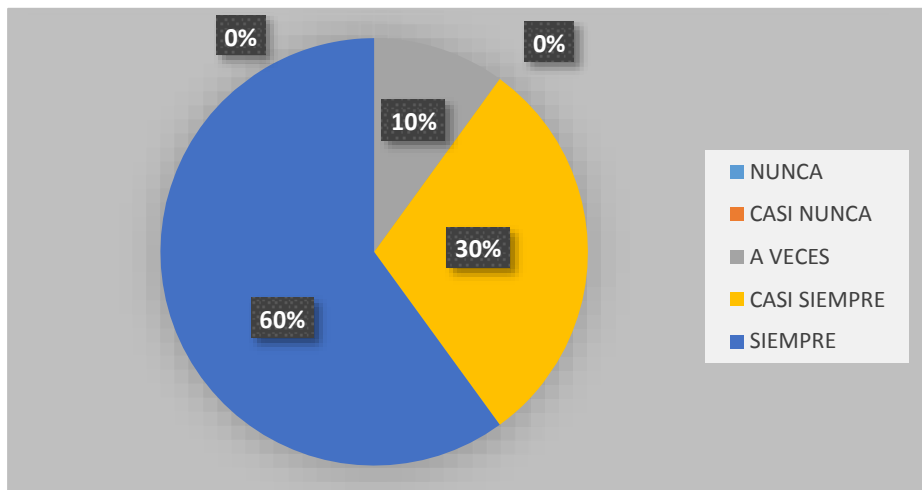
En la figura anterior se observa que el 50% de los representantes señala que casi siempre existe una buena relación entre los colaboradores dentro de las micro y pequeñas empresas; mientras que un 40% afirma que siempre se desarrolla una buena relación; asimismo, un 10% manifiesta que solo a veces suele a ver una buena relación entre ellos.

**Tabla 6. Comunica de forma clara las funciones a sus colaboradores con la finalidad de realizarlas de manera óptima.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	10%
CASI SIEMPRE	3	30%
SIEMPRE	6	60%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 4. Comunica de forma clara las funciones a sus colaboradores con la finalidad de realizarlas de manera óptima.**

**Fuente:** Tabla 6.

### **Interpretación.**

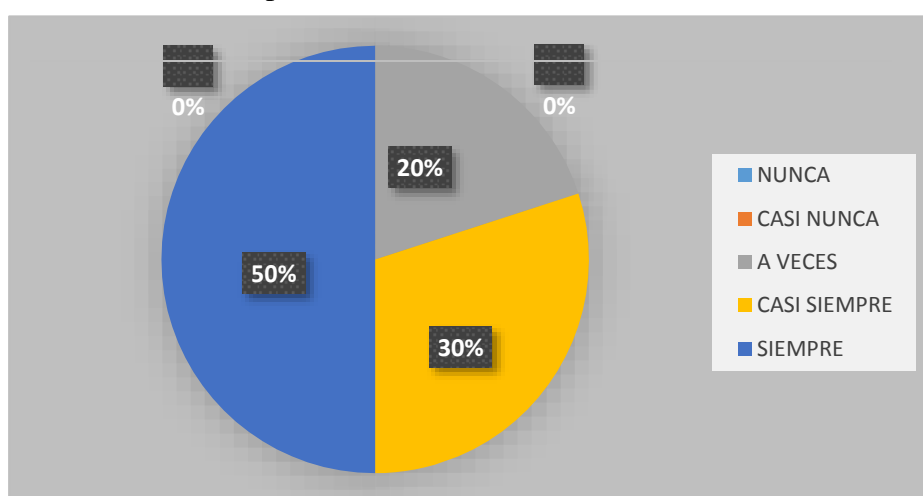
En la figura anterior se observa que el 60% de los representantes indica que siempre comunican de forma clara las funciones a sus trabajadores; mientras que el 30% señala que lo realiza casi siempre; asimismo, un 10% expresa que solo a veces son claros al comunicar dichas funciones.

**Tabla 7. Motiva a sus colaboradores para lograr un buen desempeño en su labor.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	2	20%
CASI SIEMPRE	3	30%
SIEMPRE	5	50%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 5. Motiva a sus colaboradores para lograr un buen desempeño en su labor.**

**Fuente:** Tabla 7.

### **Interpretación.**

En la figura anterior se observa que el 50% de los representantes señala que siempre motivan a sus colaboradores para lograr el mejor desempeño en su labor; mientras que un 30% expresa que los motivan casi siempre; asimismo, el 20% manifiesta que lo realiza solo a veces.

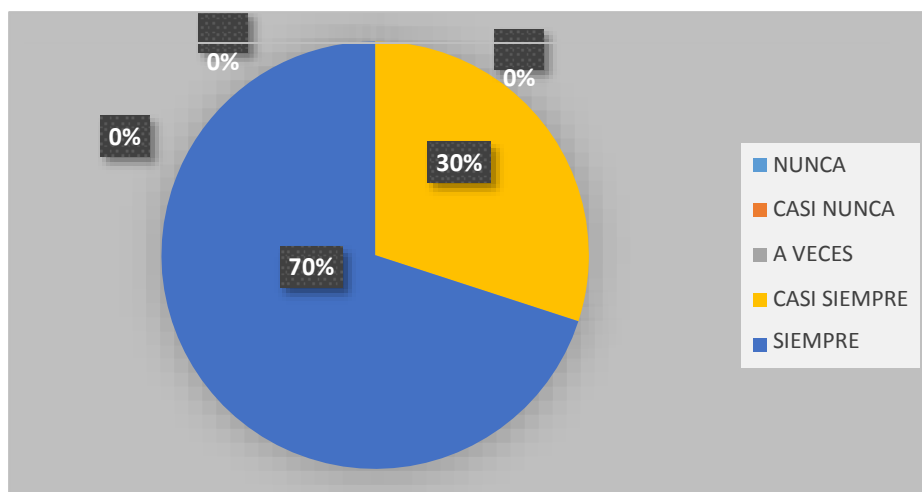


**Tabla 8.** *La buena comunicación a los colaboradores contribuye en el logro de los objetivos de la Mype.*

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
CASI SIEMPRE	3	30%
SIEMPRE	7	70%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 6.** *La buena comunicación a los colaboradores contribuye en el logro de los objetivos de la Mype.*

**Fuente:** Tabla 8.

### **Interpretación.**

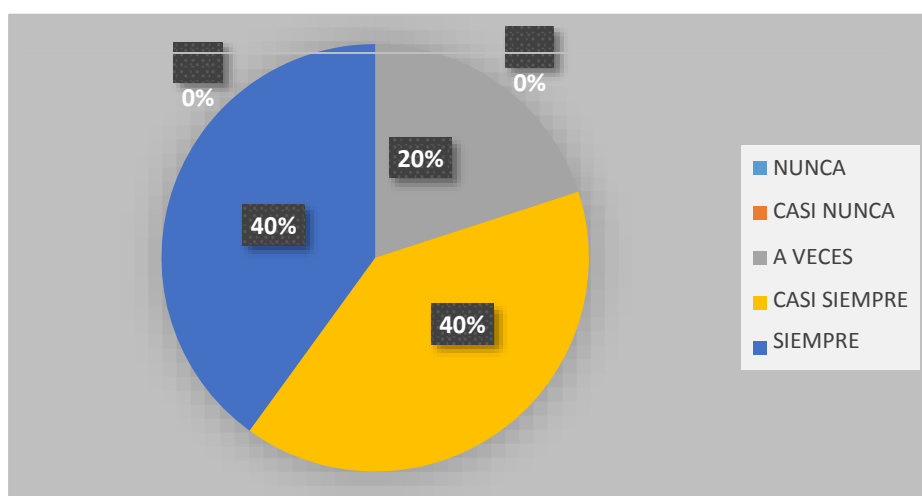
En la figura anterior se observa que el 70% de los representantes considera que la buena comunicación hacia los colaboradores siempre les permite lograr los objetivos; mientras que un 30% señala que ésta casi siempre contribuye en el logro de éstos.

**Tabla 9. Permite que sus colaboradores expresen fácilmente sus inquietudes e insatisfacciones.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	2	20%
CASI SIEMPRE	4	40%
SIEMPRE	4	40%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 7. Permite que sus colaboradores expresen fácilmente sus inquietudes e insatisfacciones.**

**Fuente:** Tabla 9.

### **Interpretación.**

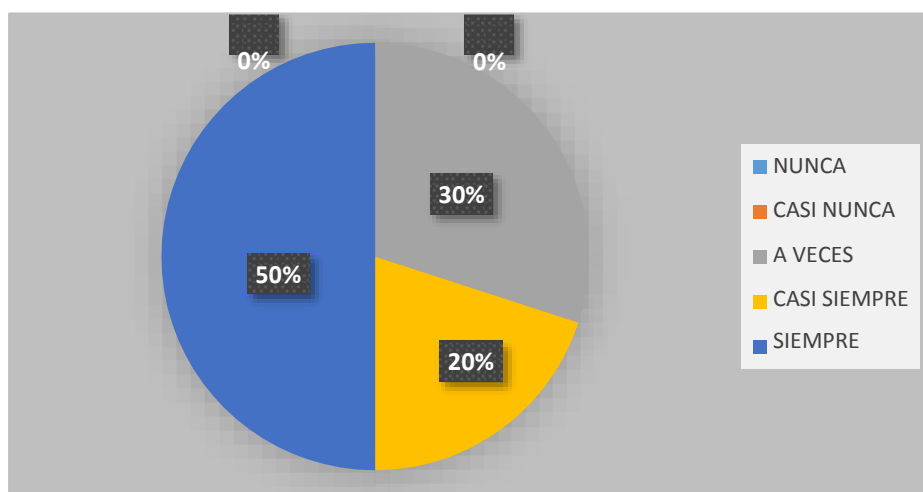
En la figura anterior se observa que el 40% de los representantes afirma que siempre permiten que sus colaboradores expresen con facilidad sus inquietudes e insatisfacciones; mientras que un 40% indica que casi siempre les brindan esa facilidad; asimismo, un 20% señalan que lo hace solo a veces.

**Tabla 10. Ayuda a resolver de manera correcta los conflictos o diferencias entre el personal.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	3	30%
CASI SIEMPRE	2	20%
SIEMPRE	5	50%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 8. Ayuda a resolver de manera correcta los conflictos o diferencias entre el personal.**

**Fuente:** Tabla 10.

### **Interpretación.**

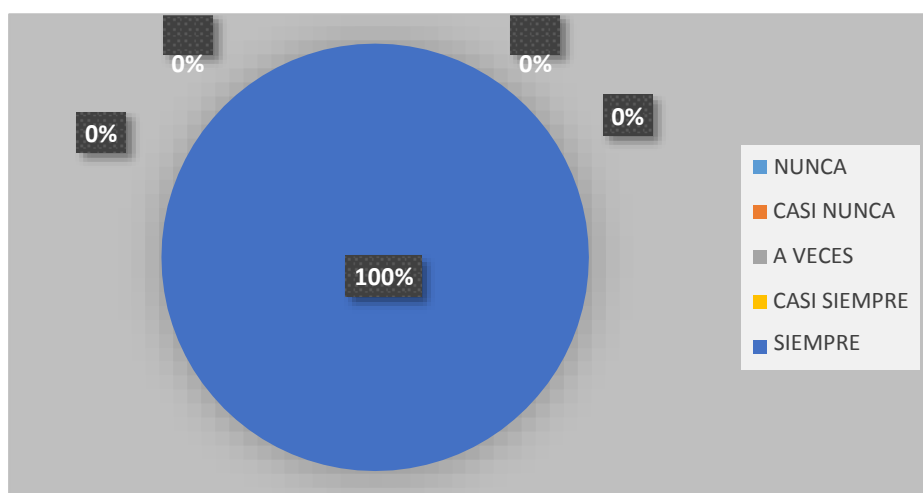
En la figura anterior se observa que el 50% de los representantes señala que siempre ayudan a resolver de manera correcta los conflictos o diferencias entre el personal; mientras que un 30% manifiesta que solo a veces intervienen en estos asuntos; asimismo, un 20% indica que casi siempre toman medidas que ayuden en esto.

**Tabla 11. El ambiente laboral influye en el desempeño laboral de los colaboradores de la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
CASI SIEMPRE	0	0%
SIEMPRE	10	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 9. El ambiente laboral influye en el desempeño laboral de los colaboradores de la Mype.**

**Fuente:** Tabla 11.

### **Interpretación.**

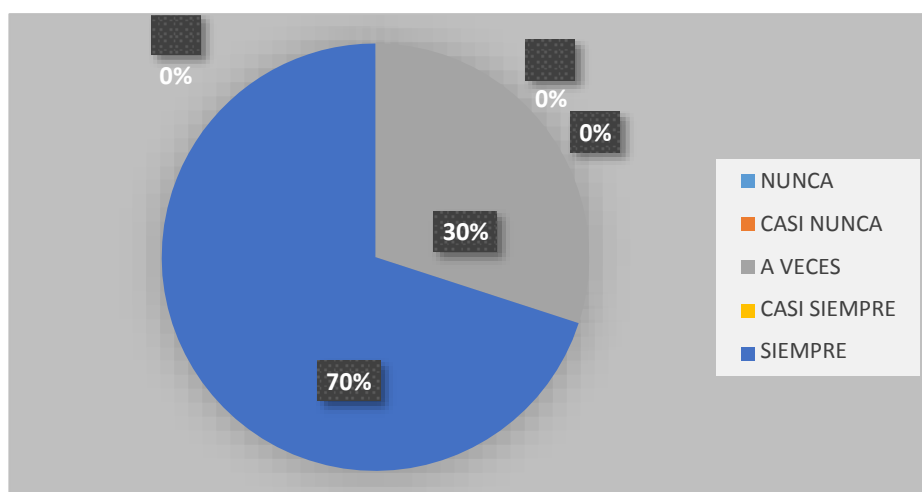
En la figura anterior se observa que el 100% de los representantes considera que el ambiente laboral si influye en el desempeño de los colaboradores de la Mype.

**Tabla 12. La información que les brinda a los colaboradores llega de forma clara y concreta.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	3	30%
CASI SIEMPRE	0	0%
SIEMPRE	7	70%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 10. La información que les brinda a los colaboradores llega de forma clara y concreta.**  
**Fuente:** Tabla 12.

**Interpretación.**

En la figura anterior se observa que el 70% de los representantes considera que la información que les brinda a los colaboradores siempre llega de forma clara y concreta; mientras que el 30% señala que solo a veces ésta llega de forma correcta.

## Objetivo específico 2.

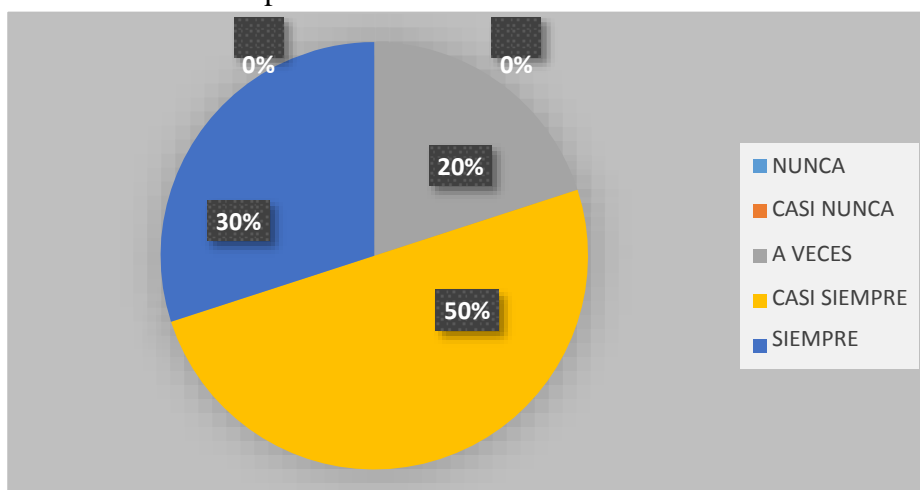
Establecer las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.

**Tabla 13.** *Le dificulta implementar la gestión de calidad dentro de la Mype.*

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	2	20%
CASI SIEMPRE	5	50%
SIEMPRE	3	30%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 11.** *Le dificulta implementar la gestión de calidad dentro de la Mype.*

**Fuente:** Tabla 13.

## Interpretación.

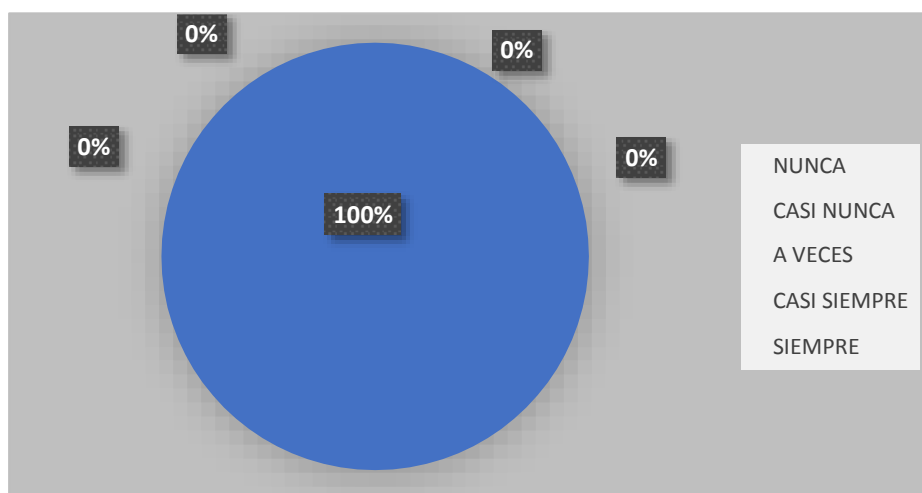
En la figura anterior se observa que el 50% de los representantes señala que casi siempre cuentan con dificultades para implementar la gestión de calidad en la Mype; mientras que el 30 % indica que siempre presentan estos inconvenientes; asimismo, el 20% manifiesta que solo a veces tienen problemas en cuánto a la aplicación de esta.

**Tabla 14. La gestión de calidad permite cumplir los objetivos y metas planteadas por la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
CASI SIEMPRE	0	0%
SIEMPRE	10	100%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 12. La gestión de calidad permite cumplir los objetivos y metas planteadas por la Mype.**

**Fuente:** Tabla 14.

### **Interpretación.**

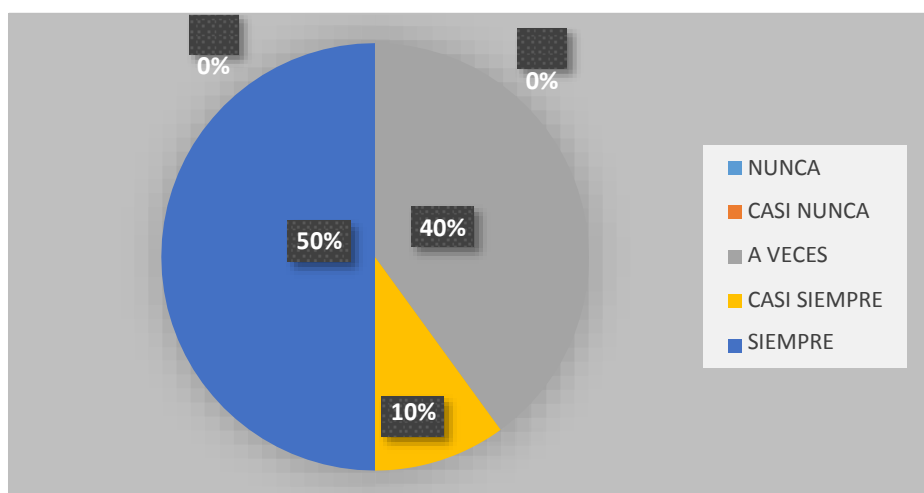
En la figura anterior se observa que el 100% de los representantes considera que la gestión de calidad siempre permite cumplir los objetivos y metas planteadas por la Mype.

**Tabla 15. Utiliza herramientas que le permita brindar un producto y servicio de calidad en la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	4	40%
CASI SIEMPRE	1	10%
SIEMPRE	5	50%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 13. Utiliza herramientas que le permita brindar un producto y servicio de calidad en la Mype.**

**Fuente:** Tabla 15.

### **Interpretación.**

En la figura anterior se observa que el 50% de los representantes señala que siempre utilizan herramientas para brindar una atención y servicio de calidad; mientras que el 40% manifiesta que las aplica solo a veces; asimismo, el 10% indica que las emplean casi siempre.

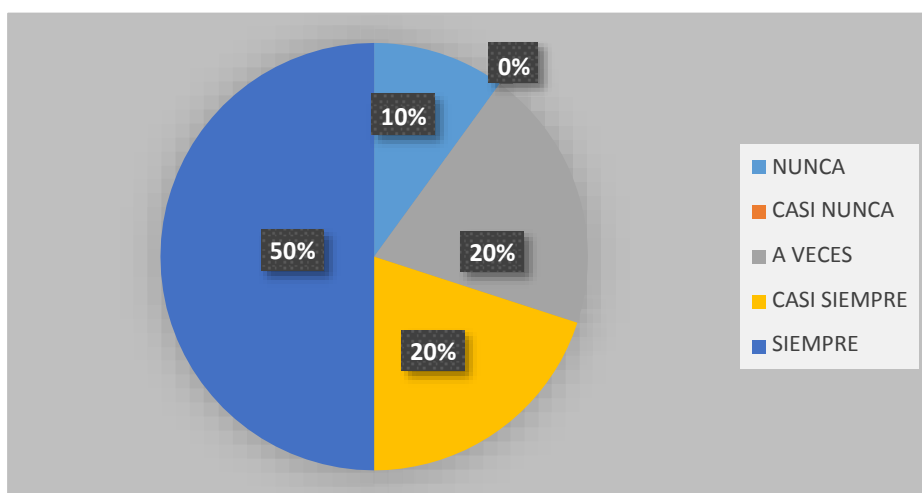


**Tabla 16. Ejecuta los cambios necesarios para la mejora en las diversas actividades de la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	1	10%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	2	20%
CASI SIEMPRE	2	20%
SIEMPRE	5	50%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 14. Ejecuta los cambios necesarios para la mejora en las diversas actividades de la Mype.**

**Fuente:** Tabla 16.

### **Interpretación.**

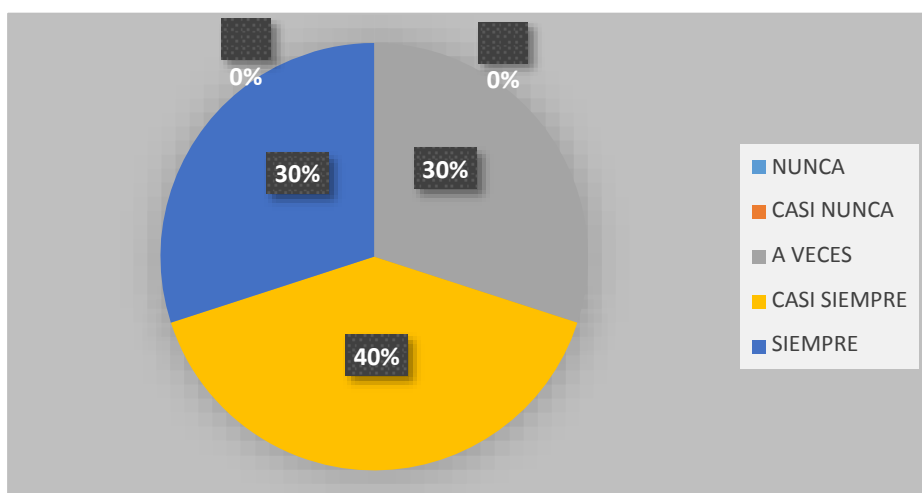
En la figura anterior se observa que el 50% de los representantes considera que siempre ejecutan los cambios necesarios para la mejora de diversas actividades; mientras que el 20% manifiesta que lo realizan casi siempre; asimismo, el 20% señala que a veces; por último, el 10% afirma que nunca.

**Tabla 17. Capacita frecuentemente a los colaboradores para contribuir en el buen funcionamiento y desarrollo de la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	3	30%
CASI SIEMPRE	4	40%
SIEMPRE	3	30%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 15. Capacita frecuentemente a los colaboradores para contribuir en el buen funcionamiento y desarrollo de la Mype.**  
Fuente: Tabla 17.

### Interpretación.

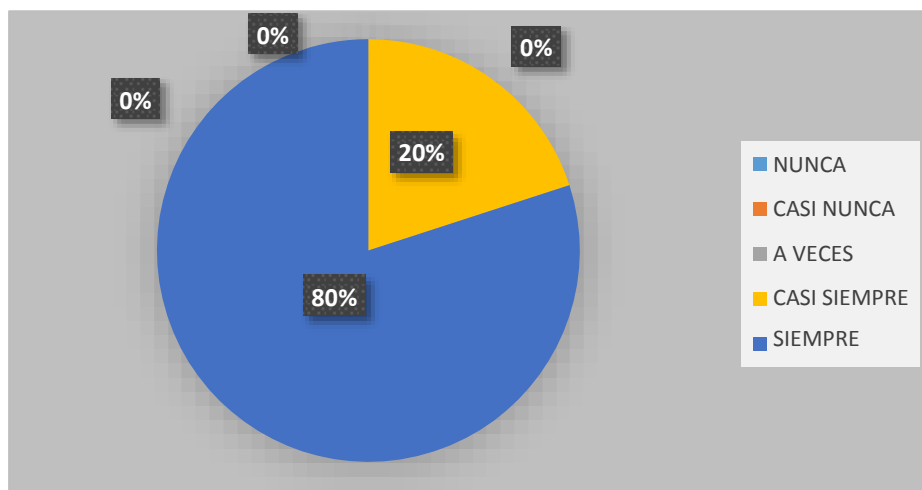
En la figura anterior se observa que el 40% de los representantes afirma que Casi siempre capacitan a sus colaboradores a fin de mejorar el funcionamiento y desarrollo de la Mype; mientras que el 30% señala que lo realizan siempre; asimismo, el 30% manifiesta que solo a veces.

**Tabla 18. Realiza las acciones correspondientes para contribuir en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
CASI SIEMPRE	2	20%
SIEMPRE	8	80%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 16. Realiza las acciones correspondientes para contribuir en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes.**

**Fuente:** Tabla 18.

### **Interpretación.**

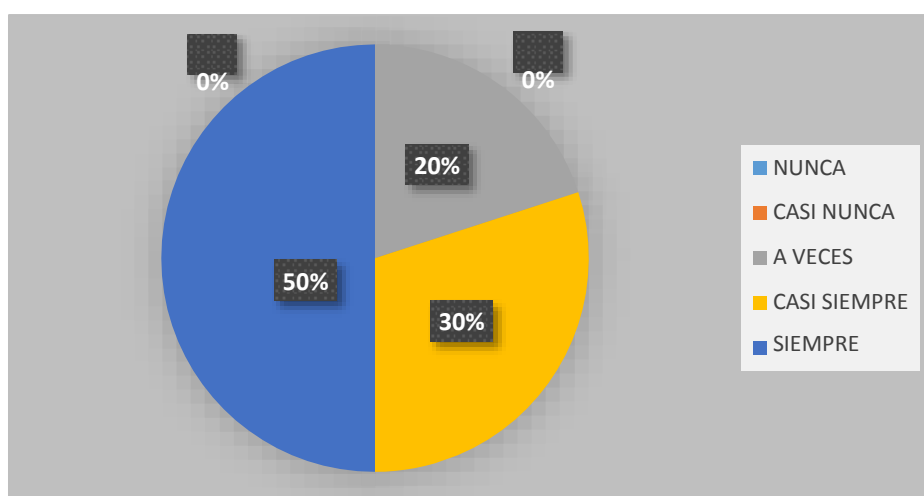
En la figura anterior se observa que el 80% de los representantes afirma que siempre realizan las acciones correspondientes para contribuir en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes; mientras que un 20% señala que casi siempre ejecutan dichas acciones.

**Tabla 19. Promueve la mejora continua de los productos y procesos de la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	2	20%
CASI SIEMPRE	3	30%
SIEMPRE	5	50%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 17. Promueve la mejora continua de los productos y procesos de la Mype.**

**Fuente:** Tabla 19.

### **Interpretación.**

En la figura anterior se observa que el 50% de los representantes manifiesta que siempre promueven la mejora continua de los productos y procesos de la Mype; mientras que un 30% señala que la fomentan casi siempre; asimismo, un 20% indica que la realizan solo a veces.

### Objetivo específico 3.

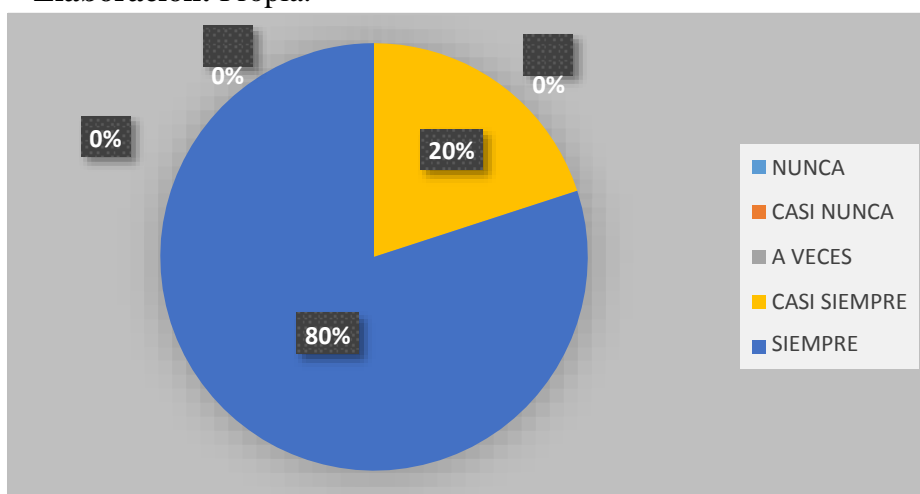
Evaluar la eficacia de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.

**Tabla 20. Evalúa el desempeño de los colaboradores en cuanto a las actividades realizadas dentro de la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
CASI SIEMPRE	2	20%
SIEMPRE	8	80%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 18. Evalúa el desempeño de los colaboradores en cuanto a las actividades realizadas dentro de la Mype.**

**Fuente:** Tabla 20.

### Interpretación.

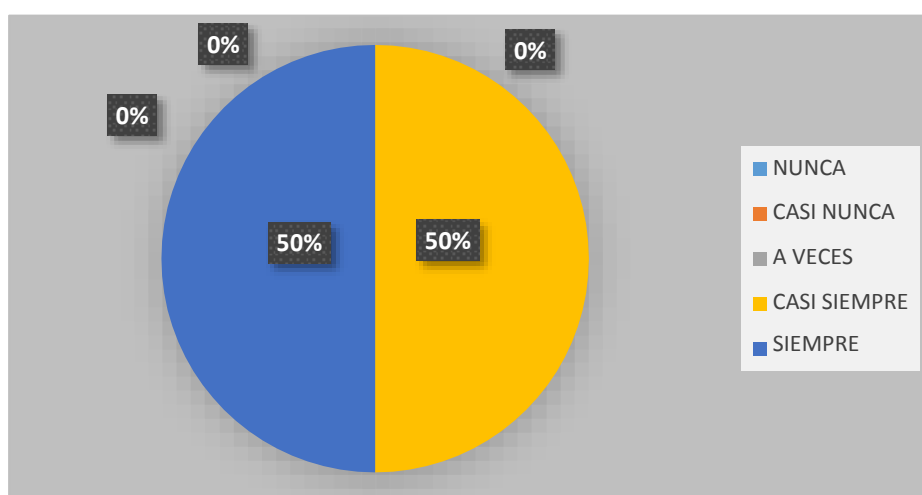
En la figura anterior se observa que el 80% de los representantes afirma que siempre evalúan el desempeño de las actividades de los colaboradores; mientras que un 20% indica que lo evalúan casi siempre.

**Tabla 21. Evalúa los resultados obtenidos junto a los objetivos planteados a fin de mejorarlos.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	0	0%
CASI SIEMPRE	5	50%
SIEMPRE	5	50%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 19. Evalúa los resultados obtenidos junto a los objetivos planteados a fin de mejorarlos.**

**Fuente:** Tabla 21.

### **Interpretación.**

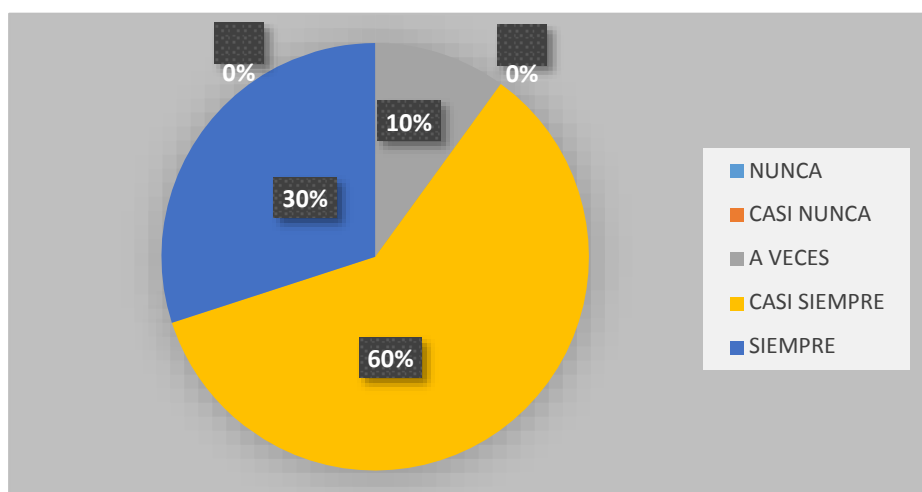
En la figura anterior se observa que el 50% de los representantes señala que siempre evalúan los resultados obtenidos junto con los objetivos planteados a fin de mejorarlos; mientras que el otro 50% indica que los evalúan casi siempre.

**Tabla 22. Evalúa los resultados logrados para identificar si la comunicación interna y la gestión de calidad son un factor relevante en la Mype.**

INSTRUCCIONES	TOTAL	PORCENTAJE
NUNCA	0	0%
CASI NUNCA	0	0%
A VECES	1	10%
CASI SIEMPRE	6	60%
SIEMPRE	3	30%
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta – Junio 2020.

**Elaboración:** Propia.



**Figura 20. Evalúa los resultados logrados para identificar si la comunicación interna y la gestión de calidad son un factor relevante en la Mype.**

**Fuente:** Tabla 22.

### Interpretación.

En la figura anterior se observa que el 60% de los representantes manifiesta que casi siempre emplean un seguimiento adecuado a los resultados logrados para identificar si la comunicación interna y la gestión de calidad son un factor relevante en la Mype; mientras que un 30% señalan que lo realizan siempre; asimismo, un 10% indica que lo hace solo a veces.

## **5.2. Análisis de los resultados**

**Con respecto al objetivo específico 1. Describir las principales características de la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.**

El 90% afirman que la relación que mantienen con sus trabajadores siempre evita problemas (Tabla3), sin embargo, Ancoo (2016) muestra que, el 54.55% de los trabajadores manifiestan que en ocasiones se comunican para aclarar sus dudas, a fin de satisfacer su necesidad de información y reducir la descoordinación. Esto resultados nos demuestra que la relación entre subordinados y jefes es una manera de evitar conflictos de cualquier índole que sea, Por lo cual sus jefes casi siempre tratan de emplear espacios de discusión o coordinación con forme a los malos entendidos y mensajes erróneos.

El 100% consideran que la buena comunicación hacia los trabajadores siempre permite cumplir eficientemente su labor (Tabla4), concuerdan con Rurush (2018) donde muestra que, el 45% afirman que la buena comunicación entre jefe y compañeros permite realizar su trabajo de manera efectiva. Estos resultados nos demuestra que una buena comunicación trae consigo el cumplimiento eficiente de la labor de los trabajadores, Por lo cual, entendemos que esto genera un eficaz y efectivo manejo de información de su labor.

El 50% señalan que casi siempre existe una buena comunicación entre los trabajadores de la mype (Tabla5), concuerdan con Ancoo (2016) donde muestra que, el 42.42% manifiestan existe una buena relación, asimismo, concuerdan con Yahuana (2018) quien muestra que, el 51.6% manifiestan que se desarrolla una buena comunicación entre los trabajadores, por otro lado, discrepan con Rurush (2018) donde



muestra que, el 55% manifiestan un desacuerdo en referencia hacia la existencia de una comunicación sincera entre los trabajadores. Estos resultados nos demuestran que la buena comunicación entre los trabajadores es primordial para el apoyo y mejor coordinación de los procesos en la empresa.

El 60% indican que siempre comunican de forma clara las funciones a sus trabajadores (Tabla6), coinciden con Cupuerán (2017) quien muestra que, el 67% de si tienen claras su funciones y responsabilidades. Asimismo, coinciden con Rurush (2018) quien señala que, el 73% afirman estar de acuerdo en la claridad con la cual su jefe les explica sus funciones. Por otro lado, discrepan con Caicedo (2018) quien señala que, al 58% solo a veces les brindan información de sus funciones. Estos resultados nos demuestran que comunicar con claridad las responsabilidades y funciones de los trabajadores permite mejorar los procesos de calidad.

El 50% señalan que siempre motivan a sus trabajadores, a fin lograr su mejor desempeño en sus labores (Tabla7), discrepan con Ancoo (2016) quien muestra que, el 48.48% señalan que solo en ocasiones su superiores están al pendiente de sus motivaciones. Asimismo, contrastan con Chávez (2017) donde señala que, el 21% se encuentran desmotivados debido a que reconocen sus logros. Estos resultados nos demuestra el poco interés que demuestran las Mypes por mantener a un personal motivado e incentivado.

El 70% consideran que la buena comunicación hacia los trabajadores siempre les permite lograr los objetivos de las mypes (Tabla8), se asemejan con Según Manzano (2017) donde muestra que, el 36% indican que la comunicación interna les permite tener precisión y eficiencia en su trabajo. Estos resultados nos demuestran que

la comunicación interna es uno de los factores más importantes, que permite la eficacia y eficiencia de la empresa mediante los esfuerzos organizados de los subordinados.

El 40% afirman que siempre permiten que sus colaboradores expresen con facilidad sus inquietudes e insatisfacciones, mientras que el 40% indican que casi siempre les brindan esa facilidad (Tabla9), coinciden con Rurush (2018) quien señala que, el 46% pueden brindar con facilidad sus insatisfacciones. Por otro lado, discrepan con los resultados encontrados por Ancoo (2016) quien muestra que, el 54.55% solo en ocasiones despejan sus dudas. Estos resultados nos demuestran que los propietarios y/o representantes les brindan ese apoyo a sus trabajadores para despejar sus dudas e inquietudes, sin embargo no es la suficiente para que estos la hagan con la confianza que corresponde.

El 50% de los encuestados señalan que si ayudan a resolver de manera correcta los conflictos y diferencias del personal (Tabla10), se asemejan con Sánchez, (2019) donde muestra que, el 100% si ayudan a resolver problemas. Asimismo, se asemejan con Ancoo (2016) donde establece que, el 45.45% de los trabajadores en ocasiones reciben el apoyo de su jefe cuando estos se encuentran en dificultades. Estos resultados nos demuestra que los representantes resuelven de manera idónea los conflictos y diferencias entre el personal a través los diferentes métodos de comunicación que se emplean en la empresa, por lo cual es beneficioso para el clima laboral de esta.

El 100% de los encuestados afirman que el ambiente laboral si influye en el desempeño laboral de los trabajadores (Tabla11), se asemeja con Caicedo (2018) donde muestra que, el 42% indican que el ambiente laboral es un factor muy importante que permite mejorar la productividad y el desempeño de los trabajadores.

Esto nos demuestra que el desempeño de los trabajadores va a depender según al ambiente laboral que se maneja en la empresa.

El 70% de los encuestados consideran que la información que les brinda a los trabajadores siempre llega de forma clara y concreta (Tabla12), se asemejan con los resultados encontrados por Chávez (2017) donde muestra que, al 37% solo en algunas ocasiones se les ha informado sobre situaciones importantes o cambios realizados en la Mype. Estos resultados nos demuestran que los representantes comunican de forma clara y precisa aspectos importantes de la empresa.

**En cuanto al objetivo específico 2. Establecer las principales características de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.**

El 50% expresan que casi siempre cuentan con dificultades para llevar a cabo la implementación de la gestión de calidad (Tabla13), difieren con Sánchez (2019) donde muestra que, el 58% de los trabajadores tienen un aprendizaje lento con respecto a las dificultades que presentan para la implementación de la gestión de calidad. Esto nos demuestra que los trabajadores tienen miedo a los cambios lo cual le ha dificultado para adecuarse a un sistema de gestión de calidad.

El 100% indican que la gestión de calidad siempre contribuye en el logro de los objetivos y metas de las Mypes (Tabla14), concuerdan con Sánchez (2019) donde muestra que, el 100% afirman que la gestión de calidad si ayuda a lograr los objetivos y metas del negocio. Esto nos demuestra que la gestión de calidad permite cumplir con los objetivos y metas trazadas por las empresas, contribuyendo en su mejora y desarrollo de esta.

El 50% siempre utilizan herramientas que les permita brindar una atención y servicio de calidad (Tabla15), contrastan con Cupuerán (2017) quien señala que, el 100% indican que no utiliza ningún sistema o herramienta establecida para la gestión de calidad. Estos resultados nos demuestran que la comunicación es una herramienta útil para ofrecer una atención y servicio de calidad, ya permite establecer una relación estable con sus clientes generando así su lealtad y confiabilidad para con la empresa.

El 50% manifiestan que siempre ejecutan los cambios necesarios para la mejora de las actividades de la Mype (Tabla16), se asemejan con Garrido (2018) donde muestra que, el 51% si planifican actividades que les permita lograr los objetivos de la empresa. Estos resultados nos demuestra que los cambios que ejecutan los representantes, si son necesarios para la mejora de sus actividades de las micro y pequeñas empresas, lo cual es muy importante debido a los grandes cambios que ocurren hoy en día en el ámbito empresarial.

El 40% de los señalan que casi siempre capacitan a sus trabajadores para mejorar el funcionamiento y desarrollo de la Mype (Tabla17), se asemejan con Carrasco (2018) donde muestra que, el 57% del personal si se encuentra capacitado para brindar un servicio de calidad. Estos resultados nos demuestran que la capacitar al personal es punto clave para lograr un buen funcionamiento y crecimiento del negocio.

El 80% afirman que siempre realizan las acciones correspondientes que contribuyan en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes (Tabla18), se asemeja con Garrido (2018) donde muestra que, el 28% de las empresas si realizan las acciones correspondientes para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, pero lo realizan a través de la documentación. Estos resultados nos

demuestra que los representantes y los subordinados realizan las acciones necesarias que contribuyen satisfactoriamente con las necesidades y expectativas de sus clientes, a través de la buena comunicación proporcionándoles una experiencia y servicio de calidad.

El 50% manifiestan que siempre promueven la mejora continua de los productos y procesos de la Mype (Tabla19), concuerdan con Garrido (2018) quien muestra que, el 91% consideran necesario y conveniente mejorar o implementar un sistema que mejore los productos y servicios de la empresa. Estos resultados nos demuestra que la mayoría de los propietarios y/o representantes están fomentado y trabajando en la mejora continua, en base a sus productos, servicios y procesos.

**Por último, referente al objetivo específico 3. Evaluar la eficacia de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.**

El 80% señalan que siempre realizan la debida evaluación sobre el desempeño de los trabajadores en cuanto a sus actividades realizadas dentro de la Mype (Tabla20), coinciden con los resultados encontrados por Bobbio (2019) quien muestra que, el 44% siempre evalúan el impacto de los procesos en cuanto a las actividades realizadas. Asimismo, coinciden con Surita (2019) donde muestra que, el 40% si supervisan y evalúan las actividades realizadas por el personal. Además, concuerdan con Carrasco (2018) donde muestra que, 50% afirman que cuentan con una persona encargada de supervisar las labores de los trabajadores. Por otro lado, se asemejan con Caicedo (2018) donde muestra que, el 58% de los trabajadores señalan que siempre se interesan capacitarse y superarse en su trabajo. Estos resultados nos demuestran que es

importante realizar la evaluación correspondiente en cuanto al desempeño de las actividades de los trabajadores, para identificar sus deficiencias y habilidades.

El 50% indican que siempre evalúan los resultados obtenidos junto a los objetivos planteados a fin de mejorarlos (Tabla21), coinciden con Carrasco (2018) quien muestra que, el 35% de las mypes si cuentan con un mecanismo de control que verifiquen el logro de los objetivos. Asimismo coinciden con Bobbio (2019) quien muestra que, el 44% siempre evalúan los resultados de los procesos de las actividades. Por otro lado, discrepan con Cupuerán (2017) donde muestra que, el 78% señalan que desconocen que la entidad aplique algún tipo de método para evaluar la eficiencia de los resultados de la empresa. Estos resultados nos demuestran que es importante realizar una frecuente evaluación y comparación de los resultados y los objetivos, para analizarlos y mejorarlos.

El 60% de los representantes manifiestan que casi siempre evalúan los resultados logrados para identificar si la comunicación interna y la gestión de calidad son un factor relevante en la Mype (Tabla22), se asemeja con Rurush (2018) quien muestra que, el 55% de los encuestados afirman estar de acuerdo sobre la importancia que tiene la comunicación interna en el desarrollo de su trabajo en la empresa. Estos resultados nos demuestran que la comunicación interna y la gestión de calidad son factores muy importantes porque ayudan a cumplir y mejorar los resultados logrados en las empresas.

## **VI. CONCLUSIONES**

La totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas señalan que la comunicación interna cuenta con varios factores que influyen en su desarrollo, siendo el más importante el ambiente en el que se labora. La mayoría señalan que cuentan con cierto conocimiento de esta, ya que la consideran importante porque les permite ser eficientes, promover una relación de confianza y evitar problemas. Es por ello que señalan que existe una buena comunicación entre los trabajadores de la empresa, debido a que los representantes ayudan a resolver los conflictos y diferencias que existen entre ellos.

Asimismo, los representantes afirman que comunican de forma clara y concreta las responsabilidades y funciones a los trabajadores, pues estos permiten que sus colaboradores expresen con facilidad sus inquietudes e insatisfacciones que se les presente. Asimismo, manifiestan que gracias a la buena comunicación han desarrollado un mejor grado de motivación, lo cual ha beneficiado a la Mype en el logro óptimo de sus objetivos.

Respecto a la gestión de calidad, la totalidad de los representantes de las micro y pequeñas empresas consideran que ésta si contribuye en el logro de los objetivos planteados, pero la mayoría no tienen conocimiento acerca de ella, teniendo como dificultad para su implementación el miedo a los cambios. Sin embargo, utilizan herramientas que permiten brindar una atención y servicio de calidad. También aseguran que realizan los cambios necesarios para la mejora de sus actividades, tomando en cuenta la opinión y sugerencias de sus colaboradores, dando como resultado la contribución para la satisfacción de las necesidades y expectativas requeridas de sus clientes.

Además, señalan que siempre capacitan a sus trabajadores, realizando de forma continua una respectiva evaluación del desempeño de sus actividades, a fin de lograr un mejor desarrollo de estos. Asimismo, afirman que siempre realizan un análisis completo de los objetivos y los resultados obtenidos a fin de mejorarlos, realizando las acciones correspondientes para llevar a cabo un sistema de comunicación y gestión de calidad permanente.



## **Aspectos complementarios**

### **Recomendaciones**

Informarse de forma detallada sobre la importancia de la gestión de calidad, para que la empresa pueda lograr la aceptación y satisfacción de sus clientes. Para ello, debe desarrollar un conjunto de actividades y procedimientos que le permitan obtener las características necesarias y requeridas para alcanzar todo tipo de productos y servicios de calidad, cumpliendo así con las expectativas, gustos y preferencias de sus clientes.

Implementar un nuevo sistema de comunicación interna en la empresa, el cual le permita anular todo tipo de barreras comunicativas que impidan desarrollar una relación permanente entre los representantes y trabajadores, creando de esta manera, un clima laboral estable para el buen funcionamiento y desarrollo de las actividades grupales e individuales.

Fortalecer y mantener la confianza desarrollada entre directivos y trabajadores en base a la participación de éstos en la toma de decisiones, para la mejora y aceptación de las mismas, fomentando la motivación e involucramiento en el desarrollo óptimo de sus responsabilidades, así como en la relación que se mantiene entre los trabajadores, cultivando en ellos la resolución de los problemas que estén afectando el ambiente laboral en el que se desenvuelven.

## Referencias bibliográficas

- Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación: Método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Editorial UOC. [https://books.google.com.pe/books?id=K5HLDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicación+en+las+empresas&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj0we631sbqAhXBHLkGHaTIAks4qgEQ6AEwAnoECAQQA#v=onepage&q=comunicación en las empresas&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=K5HLDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicación+en+las+empresas&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj0we631sbqAhXBHLkGHaTIAks4qgEQ6AEwAnoECAQQA#v=onepage&q=comunicación+en+las+empresas&f=false)
- Ancoo, M. (2016). *Comunicación Organizacional y Clima Organizacional en la Municipalidad Distrital de Hualmay 2015*. Tesis de pregrado. 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](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1849/COMUNICACION_ORGANIZACIONAL_CLIMA_ORGANIZACION_ANCCO_HUARAC_MINERVA_ADRIANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. Grupo Editorial Patria. [https://books.google.com.pe/books?id=6aCEBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjaluPes9\\_sAhWcEbkGHc79B9MQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=6aCEBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjaluPes9_sAhWcEbkGHc79B9MQ6AEwAnoECAIQAg#v=onepage&q&f=false)
- Balagué, N., & Saarti, J. (2014). *Gestión de la calidad en la biblioteca*. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/57654>
- Belmartino, A., Liseras, N., & Berges, M. (2016). ¿Qué atributos busca el consumidor en prendas de vestir? Un análisis aplicado al mercado de la indumentaria en Argentina. *TEC Empresarial*, 10(1), 7. <https://doi.org/10.18845/te.v10i1.2530>
- Berceruelo, B. (2011). *Comunicación Interna en la Empresa*. Wolters Kluwer. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Bobbio, J. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Capacitación de las Mype Rubro Hamburgueserías en urb. Piura - Piura, Año 2018*. Tesis de pregrado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14364/GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CAPACITACION\\_BOBBIO\\_CHUYES\\_JOHAN\\_PAOLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14364/GESTION_DE_CALIDAD_CAPACITACION_BOBBIO_CHUYES_JOHAN_PAOLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Brandolini, A., Gonzáles, M., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna: claves para una gestión exitosa*. Editorial La Crujía. [https://books.google.com.pe/books?id=j7MGSQAACAAJ&dq=Comunicación+Interna+brandolini&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjqpD\\_06bqAhX2DrkGHZ4IAdMQ6AEwAHoECAEQAQ](https://books.google.com.pe/books?id=j7MGSQAACAAJ&dq=Comunicación+Interna+brandolini&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjqpD_06bqAhX2DrkGHZ4IAdMQ6AEwAHoECAEQAQ)
- Cacciamani, S. (2016). *Formular hipótesis*. Narcea Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/46194>
- Caicedo, A. P. (2018). *Diseño de una Estrategia de Comunicación Interna para Fortalecer el Desempeño Laboral de los Trabajadores de la Empresa Rubbercom*. Tesis de pregrado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2468/1/76752.pdf>

- Carrasco, E. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y la Competitividad de las Mypes del sector comercio - rubro ópticas de la ciudad de Sullana, Año 2018*. Tesis de Pregrado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10562/COMPETITIVIDAD\\_GESTION\\_DE\\_CALIDAD\\_CARRASCO\\_DEYRA\\_ELVA\\_LIZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10562/COMPETITIVIDAD_GESTION_DE_CALIDAD_CARRASCO_DEYRA_ELVA_LIZETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carreño, Á. (2016). *Gestión de la calidad en la industria alimentaria*. Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/128553>
- Castillo, C., Olivares, S., & González, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Grupo Editorial Patria. [https://books.google.com.pe/books?id=8uLhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjaluPes9\\_sAhWcEbkGHc79B9MQ6AEwCXoECAMQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=8uLhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjaluPes9_sAhWcEbkGHc79B9MQ6AEwCXoECAMQAg#v=onepage&q&f=false)
- Castro, B. (2014). *Promociones en espacios comerciales*. IC Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/44540>
- Chagerben, L., Yagual, A., & Hidalgo, J. (2017). La importancia del financiamiento en el sector microempresario. *Dominio de Las Ciencias*, 3(2), 783–798. <https://doi.org/10.23857/dom.cien.pocaip.2017.3.2.783-798>
- Chávez, D. (2017). *Estrategias de Comunicación Interna para fortalecer la comprensión y eficiencia en los procesos de Carne & Maduro Restaurante*. Tesis de posgrado. Universidad Autónoma de Occidente. <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/9743/T07411.pdf;jsessionid=9F185FA93D9906F1C1FF73CBF126AA33?sequence=1>
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones*. McGraw Hill. Mexico.
- Comité Institucional de Ética en Investigación (CIEI). (2019). *Código de Ética para la Investigación Versión 002 Chimbote-Perú*. [www.uladech.edu.pe](http://www.uladech.edu.pe)
- Cortés, J. (2017). *Sistemas de Gestión de Calidad (Iso 9001:2015)*. ICB Editores. [https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=RhkwDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- Cuatrecasas, Ll., & González, J. (2017). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación*. Profit Editorial. <https://books.google.com.pe/books?id=k449DwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Cupuerán, B. (2017). *La gestión administrativa en la mejora de los procesos del área administrativa de la coop. de ahorro y crédito "Bola"*. Tesis de posgrado. Universidad Técnica del Norte. [http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7697/1/PG\\_572\\_TESIS.pdf](http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/7697/1/PG_572_TESIS.pdf)
- Del Río, D. (2013). *Diccionario-Glosario de Metodología de la Investigación Social*. Uned Cuadernos. [https://books.google.com.pe/books?id=XtlEAgAAQBAJ&pg=PT177&dq=hipotesis+de+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwispfPey9\\_sAhXfE7kGHU](https://books.google.com.pe/books?id=XtlEAgAAQBAJ&pg=PT177&dq=hipotesis+de+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwispfPey9_sAhXfE7kGHU)

- f7AJUQ6AEwBXoECAYQAg#v=onepage&q=hipótesis de investigación&f=false
- Feijoó, J., & Palazzolo, S. (2016). *La comunicación en turismo*. Ugerman Editor. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/78919>
- Fernández, E., & Fernández, L. (2017). *Comunicación empresarial y atención al cliente 2.ª edición*. Ediciones Paraminfo, SA. <https://books.google.com.pe/books?id=kAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicación+en+las+empresas&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjA1vLS0MbqAhXtK7kGHS7EC5A4HhDoATADegQIABAC#v=onepage&q=comunicación en las empresas&f=false>
- Fuente, C. (2019). *Marketing interno y comunicación en la empresa*. Editorial Elearning, S.L. [https://books.google.com.pe/books?id=eXfIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicación+interna&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwigz6TH\\_sjqAhUzDbkGHSxSBk44MhDoATAIegQICRAC#v=onepage&q=comunicación interna&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=eXfIDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicación+interna&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwigz6TH_sjqAhUzDbkGHSxSBk44MhDoATAIegQICRAC#v=onepage&q=comunicación interna&f=false)
- Garrido, L. (2018). *Caracterización de la Gestión de Calidad y el Planeamiento Estratégico en las MYPES hoteleras del Centro de Piura en el año 2018*. Tesis de pregrado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/7838>
- González, Ó. (2016). *Sistema de gestión de calidad: Teoría y práctica bajo la norma ISO 2015*. Ecoe Ediciones. [https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestión+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi\\_g9iP48nsAhVsL7kGHVvOC4sQ6AEwA3oECAQQAg#v=onepage&q=gestión de calidad&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=baUwDgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=gestión+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwi_g9iP48nsAhVsL7kGHVvOC4sQ6AEwA3oECAQQAg#v=onepage&q=gestión de calidad&f=false)
- González, P. (2017). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo: UF0049*. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/44245?page=2>
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., & Moreno, L. (2018). *Metodología de la Investigación Científica*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. [https://books.google.com.pe/books?id=y3NKDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjaluPes9\\_sAhWcEbkGHc79B9MQ6AEwB3oECAgQAg#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=y3NKDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjaluPes9_sAhWcEbkGHc79B9MQ6AEwB3oECAgQAg#v=onepage&q&f=false)
- INEI. (2020). *Demografía Empresarial en el Perú*. [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia\\_empresarial.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia_empresarial.pdf)
- Ishikawa, K. (1994). *Introducción al control de calidad*. Editorial Díaz de Santos. <https://www.marcialpons.es/libros/introduccion-al-control-de-calidad/9788479781729/>
- León, C., Menéndez, A., Rodríguez, I., López, B., García, M., & Fernández, S. (2018). Importancia de un sistema de gestión de la calidad en la Universidad de Ciencias

- Médicas. *Revista Archivo Médico de Camagüey*, 22(6), 843–857.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1025-02552018000600843](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1025-02552018000600843)
- Manzano, H. (2017). *La Comunicación Interna y el Desempeño Laboral del Talento Humano en la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Salvador Agencias Puno y Juliaca-2016*. Tesis de pregrado. Universidad Nacional del Altiplano.  
[http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4840/Manzano\\_Chura\\_Hilda\\_Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4840/Manzano_Chura_Hilda_Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Morató, J. (2016). *La comunicación corporativa*. Editorial UOC.  
<https://elibro.net/es/ereader/uladech/114039?page=60>
- OIT. (2018, June 26). *MYPES de Bolivia mejorarán su productividad con metodología de “Mejora Continua” de la OIT*. [https://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS\\_633278/lang--es/index.htm](https://www.ilo.org/lima/sala-de-prensa/WCMS_633278/lang--es/index.htm)
- Ostos, E. (2016). Comunicación interna en la identidad corporativa de los trabajadores de salud pública en la región Lima. *Correspondencias & Análisis*, 6, 79–98.  
<https://doi.org/10.24265/cian.2016.n6.05>
- Peña, N., Aguilar, Ó., & Posada, R. (2016). *Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México*. Pearson Educación.  
[https://elibro.net/es/ereader/uladech/108432?as\\_title\\_name=micro\\_y\\_pequeña\\_empresa&as\\_title\\_name\\_op=unaccent\\_\\_icontains&prev=as&page=1](https://elibro.net/es/ereader/uladech/108432?as_title_name=micro_y_pequeña_empresa&as_title_name_op=unaccent__icontains&prev=as&page=1)
- Pérez, J. (2012). *Gestión por procesos 5a edición*. ESIC EDITORIAL.  
<https://books.google.com.pe/books?id=qbDaVMS6uhUC&pg=PA13&dq=principios+de+la+gestión+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiJwMrIkabqAhXDB9QKHVV4CHA4FBD0ATAIegQIBxAC#v=onepage&q=principios de la gestión de calidad&f=false>
- Ramos, C. (2020). La Gestión de Calidad, la Competitividad, el Financiamiento y la Formalización en las Mype de la Provincia de Sullana, Perú. *Revista Tecnológica ESPOL*. <http://www.rte.espol.edu.ec/index.php/tecnologica/article/view/699/413>
- Robbins, S., & Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. Editorial Prentice Hall Iberia. <https://www.marcialpons.es/libros/comportamiento-organizacional/9786074420982/>
- Rurush, J. (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*. Tesis de pregrado. 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](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8635/COMUNICACION_INTERNA ESTRATEGIAS_RURUSH_MINAYA_JORGE_MICHELL.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Salazar, A. (2017). La comunicación interna como desafío en las PyMES comerciales de Guayaquil. *INNOVA Research Journal*, 2(10.1), 165–174.  
<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n10.1.2017.499>

- Sánchez, S. (2019). *Gestión de Calidad bajo el enfoque del Liderazgo de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Comercio-Rubro Venta al por menor de Prendas de Vestir para Damas en el Mercado Modelo de Tingo Maria, del Distrito de Rupa-Rupa, Provincia de Leoncio Prado, 2019*. Tesis de pregrado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15638/LIDERAZGO\\_COMERCIO\\_SANCHEZ\\_SACRAMENTO\\_SAIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/15638/LIDERAZGO_COMERCIO_SANCHEZ_SACRAMENTO_SAIDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez, S. (2017). *Gestión de la calidad ISO 9001/2015 en comercio*. Editorial Elearning. <https://books.google.com.pe/books?id=izZWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=principios+de+la+gestion+de+calidad&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj6oq23opHqAhWUGLkGHfK1DH4Q6AEwBHoECAEQAg#v=onepage&q&f=false>
- Surita, E. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad y Competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas dedicadas a la venta de muebles en la ciudad de Sullana, Año 2018*. Tesis de pregrado. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10594/CARACTERIZACION\\_COMPETITIVIDAD\\_SURITA\\_HERRERA\\_EMERITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/10594/CARACTERIZACION_COMPETITIVIDAD_SURITA_HERRERA_EMERITA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Udaondo, M. (1992). *Gestión de calidad*. Ediciones Díaz de Santos, S. A. [https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&dq=udaondo&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiamp2coqbqAhUiF7kGHS\\_IBd4Q6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=udaondo&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=hoRIEGdLGxIC&printsec=frontcover&dq=udaondo&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiamp2coqbqAhUiF7kGHS_IBd4Q6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=udaondo&f=false)
- Yahuana, L. (2018). *La Comunicación Interna y su Relación con el Clima Laboral de la Unidad de Gestión Educativa Local-Ugel Morropón, 2018*. Tesis de pregrado. Universidad Nacional de Piura. <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1706/ADM-YAH-HUA-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Zapata, A. (2015). *Ciclo De La Calidad Phva*. Editorial Universidad Nacional de Colombia. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/129837>

## **Anexos**

### **Anexo 1: Instrumento de recolección de datos**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y  
ADMINISTRATIVAS**

#### **ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

El presente cuestionario tiene como finalidad recoger información de los datos correspondientes de las Mypes para el desarrollo del trabajo de investigación denominado: Caracterización de la comunicación interna como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro prendas de vestir, distrito Sullana, 2019.

La información que se propondrá será utilizada solo y únicamente con fines de investigación académica, de ante mano, se le sugiere y agradece su valiosa colaboración.

#### **Leyenda de alternativas**

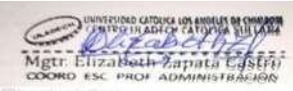
**1. Nunca    2. Casi nunca    3. A veces    4. Casi siempre    5. Siempre**

N°	Ítems	Alternativas				
		1	2	3	4	5
<b>D1: Flujos de la comunicación</b>						
1	La relación entre representante y trabajador evita problemas.					
2	La buena comunicación a los colaboradores les permite cumplir eficientemente su labor.					
3	Existe una buena relación entre los colaboradores de la Mype.					
<b>D2: Funciones de la comunicación</b>						
4	Comunica de forma clara las funciones a sus colaboradores con la finalidad de realizarlas de manera óptima.					
5	Motiva a los colaboradores para lograr un buen desempeño en su labor.					
6	La buena comunicación a los colaboradores contribuye en el logro de los objetivos de la Mype					
7	Permite que sus colaboradores expresen fácilmente sus inquietudes e insatisfacciones					
<b>D3: Barreras de la comunicación</b>						
8	Ayuda a resolver de manera correcta los conflictos o diferencias del personal					
9	El ambiente laboral influye en el desempeño laboral de los colaboradores de la Mype					
10	La información que les brinda a los colaboradores llega de forma clara y concreta					
<b>V2: Gestión de Calidad</b>						
<b>D1: Planificar</b>						
11	Le dificulta implementar la gestión de calidad dentro de la Mype					
12	La gestión de calidad permite cumplir los objetivos y metas planteadas por la Mype					
13	Utiliza herramientas que le permita brindar un producto y servicio de calidad en la Mype					
<b>D2: Hacer</b>						
	Ejecuta los cambios necesarios para la mejora en las diversas actividades de la Mype					
	Capacita frecuentemente a los colaboradores para contribuir en el buen funcionamiento y desarrollo de la Mype					
<b>D3: Verificar</b>						
	Evalúa el desempeño de los colaboradores en cuanto a las actividades realizadas dentro de la Mype					
	Evalúa los resultados obtenidos junto a los objetivos planteados a fin de mejorarlos					
	Evalúa los resultados logrados para identificar si la comunicación interna y la gestión de calidad son un factor relevante en la Mype.					
<b>D4: Actuar</b>						
	Realiza las acciones correspondientes para contribuir en la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes					
	Promueve la mejora continua de los productos y procesos de la Mype Mype.					




## Anexo 2: Validación por expertos

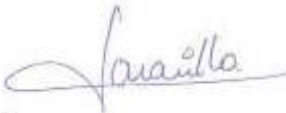
### INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9	X		X			X	X		X		
10	X		X			X	X		X		
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4	X		X			X	X		X		
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9	X		X			X	X		X		
10	X		X			X	X		X		
<b>Aspectos Generales</b>										<b>Si</b>	<b>No</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										X	
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										X	
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial										X	
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir										X	
<b>Validez</b>											
<b>Aplicable</b>						<b>No aplicable</b>					
<b>Aplicable atendiendo a las observaciones</b>											
<b>Validado por:</b> Mgtr. Elizabeth Zapata Castro						C.I.: 06563				Fecha: 25/05/2020	
<b>Firma y sello:</b> 						Teléfono: 944661797				e-mail: ezapatac@uladech.edu.pe	

**INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE  
INVESTIGACIÓN**

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	X		X			X	X		X			
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7	X		X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	X		X			X	X		X			
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7	X		X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			
<b>Aspectos Generales</b>										<b>Si</b>	<b>No</b>	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial										X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir										X		
<b>Validez</b>												
<b>Aplicable</b>						<b>No aplicable</b>						
<b>Aplicable atendiendo a las observaciones</b>												
<b>Validado por:</b> Mgtr. Darwin Alejandro Siancas Escobar						<b>C.I.:</b> Colegiatura N° 867				<b>Fecha:</b> 25/05/2020		
<b>Firma y sello:</b> 						<b>Teléfono:</b> 969633022				<b>e-mail:</b> dsiancas@unf.edu.pe		

**INFORME DE JUICIO DE EXPERTO SOBRE EL INSTRUMENTO DE  
INVESTIGACIÓN**

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										Observaciones (si debe eliminarse o modificarse un ítem por favor indique)	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No		
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	X		X			X	X		X			
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7	X		X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			
1	X		X			X	X		X			
2	X		X			X	X		X			
3	X		X			X	X		X			
4	X		X			X	X		X			
5	X		X			X	X		X			
6	X		X			X	X		X			
7	X		X			X	X		X			
8	X		X			X	X		X			
9	X		X			X	X		X			
10	X		X			X	X		X			
<b>Aspectos Generales</b>										<b>Si</b>	<b>No</b>	
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										X		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										X		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencial										X		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta, sugiera los ítems a añadir										X		
<b>Validez</b>												
<b>Aplicable</b>						<b>No aplicable</b>						
<b>Aplicable atendiendo a las observaciones</b>												
<b>Validado por:</b> Bach. Helen Geraldine Jaramillo Morán						<b>C.I.:</b> Cód. de Bach.: A00692398				<b>Fecha:</b> 25/05/2020		
<b>Firma y sello:</b> 						<b>Teléfono:</b> 969348875				<b>e-mail:</b> geral2428@hotmail.com		

### Anexo 3: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929 114 082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

Complete la siguiente información en caso desee participar:

Nombre completo:	LUISA FERNANDA FRANCO MONTES
Firma del participante:	
Firma del investigador:	
Fecha:	15/06/2020

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado

TOP - ROPA Y ACCESORIOS



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929 114 082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

Complete la siguiente información en caso desee participar:

Nombre completo:	Bartha Alburquerque
Firma del participante:	
Firma del investigador:	
Fecha:	15/06/2020

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado

Tienda de Ropa "ALBURGUEQUE"



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y**  
**ADMINISTRATIVAS**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929 114 082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

Complete la siguiente información en caso desee participar:

Nombre completo:	Ena Anali Gonzales clavo
Firma del participante:	
Firma del investigador:	
Fecha:	19/06/2020

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado

Centro Comercial "LA BARATURA"



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA  
ENTREVISTAS**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019.**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929114082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

**Complete la siguiente información en caso desee participar:**

<b>Nombre completo:</b>	Corrales Rimapa, Nestor
<b>Firma del participante:</b>	
<b>Firma del investigador:</b>	
<b>Fecha:</b>	16/06/2020

Inversiones “RIMAPA”

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA  
ENTREVISTAS**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019.**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929114082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

**Complete la siguiente información en caso desee participar:**

<b>Nombre completo:</b>	Silva Macalupú, Olga
<b>Firma del participante:</b>	
<b>Firma del investigador:</b>	
<b>Fecha:</b>	16/06/2020

Exclusividades “Guiandi”

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA  
ENTREVISTAS**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019.**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929114082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

**Complete la siguiente información en caso desee participar:**

<b>Nombre completo:</b>	Nieves Martínez, Fiorella
<b>Firma del participante:</b>	
<b>Firma del investigador:</b>	
<b>Fecha:</b>	17/06/2020

Exclusividades “NIEVES”

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA  
ENTREVISTAS**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019.**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929114082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

**Complete la siguiente información en caso desee participar:**

<b>Nombre completo:</b>	Elizabeth Ruiz
<b>Firma del participante:</b>	
<b>Firma del investigador:</b>	
<b>Fecha:</b>	16/06/2020

“Coquetas Fashion

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA  
ENTREVISTAS**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019.**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929114082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

**Complete la siguiente información en caso desee participar:**

<b>Nombre completo:</b>	Villa Reyes Castros, Pamela
<b>Firma del participante:</b>	
<b>Firma del investigador:</b>	
<b>Fecha:</b>	16/06/2020

Boutique “ELEMENTS”

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA  
ENTREVISTAS**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019.**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929114082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

**Complete la siguiente información en caso desee participar:**

<b>Nombre completo:</b>	Herrera Moran, Karina
<b>Firma del participante:</b>	
<b>Firma del investigador:</b>	
<b>Fecha:</b>	16/06/2020

“Karina Fashion”

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA  
ENTREVISTAS**

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

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



Estimado participante:

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación científica conducida por Cunya Abad Rebeca, que es parte de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Filial Sullana.

La investigación denominada: **CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO, RUBRO PRENDAS DE VESTIR, DISTRITO SULLANA, 2019.**

- La entrevista durará aproximadamente 15 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera anónima.
- La información brindada será grabada (si fuera necesario) y utilizada para esta investigación.
- Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento si se siente afectado, así como dejar de responder alguna interrogante que le incomode. Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.
- Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico [rebeca.cunya22@gmail.com](mailto:rebeca.cunya22@gmail.com) y al N° de celular: 929114082. Así como con el Comité de Ética de la Investigación de la Universidad.

**Complete la siguiente información en caso desee participar:**

<b>Nombre completo:</b>	Elser Torres
<b>Firma del participante:</b>	
<b>Firma del investigador:</b>	
<b>Fecha:</b>	17/06/2020

Centro comercial “Cubas”

CIEI VERSIÓN 001

Aprobado

## BASE DE DATOS

Sujetos	Preguntas																				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	93
2	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	94
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	93
4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	3	5	5	5	3	4	5	3	5	5	4	87
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5	4	5	5	4	92
6	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	89
7	5	5	3	1	4	5	4	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	83
8	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	3	92
9	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	3	5	5	5	3	5	4	4	87
10	5	5	4	4	3	4	3	3	5	5	3	5	5	1	3	5	5	5	4	4	81

## Captura de Turnitin

Empastado x +

campus.uladech.edu.pe/mod/turnitintooltwo/view.php?id=1577191

NP-202101-ADMINISTRACIÓN-PUCALLPA-TALLER DE INVESTIGACIÓN IV-A

Tablero del curso

Mis entregas

Ocultar barras laterales

Sección 1 Sección 2

Título	Fecha de inicio	Fecha límite de entrega	Fecha de publicación
Empastado - Sección 1	13 jun 2021 - 11:15	20 jun 2021 - 11:15	20 jun 2021 - 11:15

Actualizar entregas

Ver recibo digital	Título de la Entrega	Identificador del trabajo de Turnitin	Entregado	Similitud		
	EMPASTADO	1607341043	16/06/2021 01:15	0%		

Navegación

- Área personal
  - Inicio del sitio
  - Páginas del sitio
- Mis cursos
  - 18NP202101111788A
  - 18NP202101111787A
  - 18NP202101111786A
  - 18NP202101111785A
  - 18NP202101111784A
  - 18NP202101111783A
  - Participantes
  - Insignias
  - Competencias
  - Calificaciones
- General
  - Semana 1
  - Semana 2

Activa Windows  
Ir a Configuración de PC para activar Windows.

Windows taskbar: 04:38 a.m., 17/06/2021