



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

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

**La comunicación organizacional y planeación estratégica en  
Industrias Suarez S.A.C, Comas 2019**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Licenciada en Administración**

**AUTORA:**

Escobar Quispe, Silvia Patricia ([orcid.org/0000-0001-9819-6272](https://orcid.org/0000-0001-9819-6272))

**ASESOR:**

Dr. Carranza Estela, Teodoro ([orcid.org/000-0002-4752-6072](https://orcid.org/000-0002-4752-6072))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA - PERÚ**

**2019**

### **Dedicatoria**

Dedico mi investigación a mi mamita Venancia, ya que siempre me ha cuidado desde muy pequeña cumpliendo el rol de madre y padre, brindándome su amor y motivación para poder lograr mis metas.

## **AGRADECIMIENTO**

Ante todo, primeramente, dar las gracias a DIOS por siempre estar a mi lado por brindarme sabiduría y llevarme siempre en el camino correcto.

Acto seguido a mi mamita BENANCIA por siempre motivarme a seguir mis metas y agradecerles porque siempre me han brindado su cariño, amor y comprensión durante mi formación universitaria.

Por último y no menos importante a mi asesor Dr. Teodoro Carranza Estela, por brindarme la confianza y haberme guiado en la elaboración de mi investigación.



## ÌNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Validación de expertos .....	22
<b>Tabla 2</b> Escala de medición para obtener el coeficiente de Alfa Cronbach.....	22
<b>Tabla 3</b> Resumen de procesamiento de datos .....	22
<b>Tabla 4</b> Análisis de confiabilidad .....	22
<b>Tabla 5</b> Dimensión canales .....	24
<b>Tabla 6</b> Dimensión redes.....	24
<b>Tabla 7</b> Comunicación formal.....	25
<b>Tabla 8</b> Comunicación informal .....	25
<b>Tabla 9</b> Comunicación organizacional .....	26
<b>Tabla 10</b> Dimensión estrategias .....	26
<b>Tabla 11</b> Dimensión competitividad .....	28
<b>Tabla 12</b> Prueba de normalidad .....	28
<b>Tabla 13</b> Correlación.....	28
<b>Tabla 14</b> Prueba de hipótesis.....	29
<b>Tabla 15</b> Prueba de hipótesis específica 1 .....	30
<b>Tabla 16</b> Prueba de hipótesis específica 2.....	31
<b>Tabla 17</b> Prueba de hipótesis específica 3 .....	32
<b>Tabla 18</b> Conozco los procesos que debo seguir para desarrollar correctamente su trabajo en el área asignada .....	36
<b>Tabla 19</b> Su jefe facilita la información adecuada para la solución de los a sus dudas a la hora de realizar su trabajo .....	37

## RESUMEN

El objetivo de la tesis fue determinar la relación entre la comunicación organizacional y planeación estratégica dentro de industrias Suarez S.A.C. para el desarrollo de la tesis se tomó en cuenta la teoría de los sistemas.

El tipo de investigación fue nivel, descriptivo – correlacional; el diseño de investigación, no experimental de corte transversal y el enfoque, cuantitativo, el resultado obtenido reflejo que la comunicación organizacional y planeación estratégica tienen relación positiva, como conclusión la comunicación organizacional si tenía una correlación positiva muy fuerte con la planeación estratégica en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

Palabras clave: Sistema, estratégico, comunicación organizacional, planeación.

## **ABSTRACT**

The objective of the thesis was to determine the relationship between organizational communication and strategic planning within industrias Suarez S.A.C. for the development of the project the systems theory.

The type of research was descriptive-correlational level; the research design, non-experimental cross-sectional and quantitative approach, the result obtained reflects that organizational communication and strategic planning have a positive relationship, as a conclusion organizational communication has a very strong positive correlation with strategic planning in industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

Key words: System organizational, communication, strategic planning.

## I.- INTRODUCCION

A nivel global hoy en día la comunicación organizacional pugna un rol imprescindible en todas las organizaciones grandes, medianas y pequeñas, desde el más alto cargo hasta el más bajo en todas las áreas de la organización. Se debe entender que todos los integrantes juegan un rol importante y que cada labor realizada permite el avance y crecimiento personal como también de la empresa, para ello es necesario que los líderes que están a cargo de su personal transmitan el mensaje de la manera correcta y que no se pierda en el proceso de transmitir el objetivo o meta establecida.

Si los colaboradores no se percibió una adecuada comunicación entre ellos, cada uno entendió las cosas de manera diferente y la presencia de un líder que no transmitió correctamente los mensajes los va a confundir teniendo como resultado un colaborador desorientado y metas no cumplidas dentro de la organización.

Al respecto García (1996) sostiene que la comunicación organizacional hoy en día juega un rol interno y externo en las organizaciones. Sin embargo, en la mayoría de compañías no fueron tomadas en cuenta y hoy en día siguen siendo una tarea asignatura pendiente. Un claro ejemplo dentro de ellas es que las organizaciones no definen y establecen sus funciones, generando falta de comunicación y desorientación dentro de ella por consiguiente todos los recursos y personal no sean aprovechados al máximo.

En Latinoamérica las organizaciones están apostando por la comunicación organizacional como principal fuente de herramientas para comprometer a sus colaboradores. Las organizaciones apuestan por gestionar el talento de sus trabajadores a través de ideas, expresiones y opiniones frente a futuros proyectos donde el principal protagonista es el trabajador.

A nivel Nacional sobre nuestro país en muchas entidades no existió una adecuada comunicación organizacional y es el error que la mayoría de empresas comete, ya que es indispensable la comunicación ya que tiende a contribuir de manera directa en las buenas relaciones sobre los



colaboradores de mandos de la empresa, con ello existen barreras que pueden influir el proceso de transmisión.

Vilanova (2014) sostiene que la comunicación contribuye al momento de establecer los planes estratégicos, ya que, permiten tener claro el panorama al cual se desea enfrentar la organización. Para ello se debe tener una correcta gestión que nos permita ver las falencias de la gestión y ver los resultados e impactos. Es fundamental verificar la importancia que la organización muestra frente a la comunicación ocupa una parte trascendental y resulte fundamental para lograr el éxito en un entorno cada vez más competitivo. (párr.2)

Dentro de industrias Suarez S.A.C el personal se ve desorientado y con dificultad en el momento de desarrollar sus labores, debido a que los líderes no manifiestan una adecuada comunicación generando que el personal no encontró alineamiento de estrategia en la organización. Los jefes o líderes de línea no comunicaron de manera correcta la idea que se desea transmitir, la organización no capacito a sus supervisores trayendo como consecuencia confusión en sus colaboradores. Dentro de la organización hubo una comunicación clara y fluida donde se permitió brindar ideas, opiniones y sugerencias, ya que, los colaboradores tuvieron claro lo que van a desarrollar y que cada función que se realiza contribuye al logro del objetivo permitiendo a la organización cumplir con su meta y así tener ventaja competitiva frente a sus competidores. Sin embargo, si no se tiene una comunicación eficaz el mensaje se va a distorsionar, generando confusión y errores al momento de desarrollar la actividad asignada al colaborador.

Por otro lado, se observa un ambiente laboral tenso, ya que, los empleados no tuvieron claro el curso de acción a realizar en consecuencia no se produjo los resultados establecidos. Dentro de la organización no se tuvo un modelo u protocolo a seguir, ya que, si todo los empelados conocen y hay un responsable de hacer cumplir el protocolo genera que los empleados se encuentren claro los pasos a seguir para cumplir su labor. Se observa en industrias Suarez S.A.C, falta de creatividad e innovación. Tiene al personal trabajando en los pedidos que se retrasan

generando incomodidad, ya que, no se tomaron las precauciones necesarias frente a cualquier inconveniente, la presión por lograr un pedido no permite que se brinden nuevas ideas al momento de desarrollar una actividad. En consecuencia, se reduce la productividad tanto como del colaborador como de la organización.

Otro de los problemas es que los supervisores no transmiten las metas establecidas dentro de la organización, la mayoría de veces se guarda la información y no se brinda a los colaboradores se establecen, ya que los supervisores de producción no tienen capacitaciones mensualmente de liderazgo o como tener una comunicación efectiva con sus colaboradores, la mayoría de veces mencionan que ellos ya saben lo que deben hacer y no le brindan información acerca de las dudas que presenta el colaborador.

La mayoría de sus colaboradores en industrias Suarez S.A no tiene una idea clara de los objetivos, no se promovió el desarrollo del personal. Otro de los problemas que se puede ver es que existió un conflicto de poderes ya que si un colaborador está desarrollando su función y luego viene el otro supervisor y le designa otra función generando confusión en sus colaboradores.

Tiene como objetivo analizar la importancia de la comunicación en la organización y cómo influye en los planes estratégicos lo largo de mi experiencia laboral he observado las limitaciones de los colaboradores a la hora de brindar una idea u opinión respecto a un tema, pareciera que la organización ve sus colaboradores como una máquina de producir y no como parte principal y trascendental del crecimiento de la organización.

## II. MARCO TEORICO

Al respecto Mc Phee, Robert D; Zaug & Pamela. "Organizational Theory, Organizational Communication, Organizational Knowledge, and Problematic Integration" (2001). El propósito de este artículo fue definir tres tradiciones de la teoría sobre la comunicación organizacional tienen relevancia para las ideas de la teoría problemática de la integración. En la tradición de la estructura racional, las organizaciones se describen como mecanismos para suprimir o superar los Problemas de la integración, en la tradición de la teoría del proceso de organización, los valores se reconocen como elementos importantes que guían el sentido organizacional o emergente través de la organización o el aprendizaje. Finalmente, en la tradición estructural, los diversos valores de los grupos organizacionales son tratados como emergentes y resueltos de muchas maneras en la práctica local, mientras que las restricciones estructurales implican que las resoluciones locales entrarán en un cuerpo de conocimiento organizacional generalmente relevante solo de manera limitada.

Así mismo Gómez, Diana M; Prowesk & Kewy S. (2013) "Characteristics of the Organizational culture and internal Communication in a dairy marketer in Cali". La investigación concluye que dentro de la organización se observa carencias respecto a la comunicación interna, las deficiencias son generadas debido a que no existe una cultura organizacional establecida dentro de la empresa de lácteos. Los gerentes no toman importancia respecto a la importancia de la comunicación y el impacto negativo frente a la organización.

Por otro lado, Cabra, N. "Las voces de la organización" (2008). El propósito del artículo objetivo es tocar los temas que se dan entorno a la comunicación interna dentro de las empresas y su impacto en torno a las organizaciones. El resultado que se obtiene es que en la mayoría de casos no se suele dar importancia a las opiniones brindados por los individuos que integran su organización. El investigador finaliza que las prácticas de las políticas de la organización. Así mismo, Blidaru, Marcela A; Gabriel R. (2016). "Organizational

Communication Forms and Causes for Disruption of Organizational Communication and their Improvement”. En el artículo concluyen que la comunicación se ha vuelto tan importante que los autores que abordan en su trabajo su problema general comienzan a relacionarse más fuertemente con él. Las organizaciones han comenzado a interesarse cada vez más en su imagen hacia el público, los clientes, los proveedores, los compradores, etc.

Por otro lado, Mateus, Anabela Félix (2014) “La comunicación en las teorías de las organizaciones. El cruzar del siglo XX y la revolución de las nuevas tecnologías.” El autor del artículo recalca la importancia de la comunicación interna y externa para obtener un excelente clima y cohesión dentro de las organizaciones. Hoy en día las redes sociales están impregnadas y son de gran ayuda en el crecimiento de las empresas, ya que, influyen en el despegue de las organizaciones, permite establecer nuevas relaciones con posibles clientes. Por ejemplo, el CRM, es de gran ayuda ya que al ser una base de datos permite estudiar a nuestros clientes y realizar un seguimiento constante de nuestros antiguos y posibles clientes que requieren un servicio

Ana. A.; Balderrama, José Jáquez; Murga (2016). “Communication and organizational change.”. Se concluye que la comunicación es imprescindible en la vigencia de las empresas, debido a que, gracias a este proceso, mediante el cual los individuos transmiten un mensaje, generando que se realice un trabajo en conjunto, en el cual todos apuntan a un solo objetivo. Se genera que se llegue a realizar acuerdos, labores en conjunto, sugerencias permitiendo un clima organizacional aceptable.

Por otro lado, Pérez Barral; B. Santana; A León & del Rocío Alarcón. (2017) “Estrategia para la mejora de la Comunicación y la Inteligencia Emocional en una empresa de Telecomunicaciones”. El objetivo principal es analizar a la organización respecto a la importancia que se le da a la comunicación, para ello se desarrolló cuestionarios que fueron resueltos por sus integrantes, permitiendo la obtención de datos para su análisis. Se concluye que es necesario implementar actividades que permitan subsanar los errores y dudas que tienen sus colaboradores.

Para ello es necesario que todos los integrantes estén compenetrados con los planes de la organización, para obtener o resultados positivos por ello es imprescindible el aporte de los lidere

Del mismo modo Kunsch, Margarida & Kröhling. (2007). "Comunicación organizacional en la era digital: contextos, recursos" El artículo centra la atención de los lectores en la necesidad de comunicación digital en las organizaciones para adoptar la comunicación integrada, a través de una planificación correcta. La efectividad y eficiencia del uso de los medios digitales depende de un diagnóstico situacional correcto de la realidad comunicacional de una organización particular con la que vamos a trabajar, así como de una planificación bien diseñadas de las organizaciones ya que al mostrar el mensaje de la manera correcta generan confianza en sus colaboradores.

Al respecto, Bojórquez, Z & Pérez, B. (2013) "Strategic planning a pillar in business management. El autor describe la repercusión de la planeación estratégica en la dirección empresarial se puede llegar a llevar a cabo únicamente en compañías grandes, pero eso es totalmente falso ya que también se puede aplicar en pequeñas empresas. En la actualidad existen diversos modelos de planeación estratégica, pero no todos de la mano con el objetivo de la organización, por ello es necesario, estos debes ser estudiados, analizados de modo que se acople, permitiendo a la organización tener claridad de lo que quiere lograr como organización, misión, visión y valores.

Por ello, Guillermo, S (2013). "Corporate identity planning and strategy in Spanish sportsclubs". El objetivo del artículo es estudiar si los integrantes de los clubes deportivos tienen ideo o conocimiento de la planificación estratégica. La investigación utilizada fue un acoplamiento de técnicas cuantitativas y cualitativas. La conclusión es que dentro de los equipos deportivos no existe un conocimiento acerca de los procesos y estrategias establecidos. En la mayoría de casos de parte de los jugadores, técnicos y personal administrativo tienen desconocimiento respecto a las metas fijadas y las políticas establecidas por los directivos. Por último, no se definen e informan las herramientas específicas de planificación básicas en el ámbito de la comunicación,

Por otro lado, Amorocho, Jaimes; Chadid, Bravo & Cortina. (2009). "Long-term strategic planning, a short-term need". El objetivo del artículo es analizar los obstáculos de las organizaciones al momento de elaborar su plan estratégico. El autor finaliza, un modelo de planeación genera ventajas competitivas que garantizan la viabilidad de un objetivo lo que permite a la organización competir mercado cada vez más competitivo. El investigador propone un análisis claro respecto a la misión visión y planes estratégicos. Los riesgos interno y externo a los cuales están expuestos, teniendo en cuenta que son una empresa pequeña y nueva frente a sus competidores.

Por otro lado, Toselli y Claudia. (2015). "Strategic planning applied to the development of tourism. Some thoughts on the provincial tourism plans of Argentina." El resultado de la investigación es que el turismo en Argentina ha venido evolucionando e incrementándose, debido a que el planeamiento estratégico es considerado como instrumento fundamental para el crecimiento de la organización, ya que, permite tener claro a donde es lo que se quiere llegar como empresa y los objetivos y estrategias que se van a desarrollar para su logro.

Por otro lado, Martínez, Marcos Antonio y Santalla.R. (2016). "Strategic planning based on a quality management approach". Se concluye que a través del ciclo de Deming o de mejora continua permite la integración de la planeación estratégica y el sistema de gestión, ambos deben de estar direccionada al logro de los objetivos, ambos procesos deben desarrollarse en tres pasos: estratégico, táctico y operativo Al respecto Manzano, Joaquín .M & Juli Carrere. (2015) "La planificación estratégica, un indicador sobre el liderazgo pedagógico". El artículo discute la relación de la planificación estratégica con el liderazgo para elevar el aprendizaje para su contribución al éxito del individuo.

Gómez (2015) "La comunicación en el manejo de conflictos entre los docentes y la gerencia escolar en Venezuela". El objetivo fue evaluar los niveles de la comunicación y reconocimiento de conflictos que muestran los docentes. El proyecto de investigación tuvo como resultado: El gerente del centro educativo usa un diálogo indirecto, se caracteriza porque siempre busca evitar la solución de conflicto que se presentan

dentro del centro educativo, también se caracteriza por tener un estilo comunicativo poco asertivo con algunas características de agresividad que interfiere frente a la toma de decisiones, los directivos no tienen elaborado su plan de trabajo

Ferrer (1994) refiere que la comunicación es la acción de transmitir un mensaje o viceversa que se da entre dos a más personas con la finalidad de alcanzar un objetivo común a través del mensaje que se intenta transmitir. (p.25)

Favaro (2014) sostiene la comunicación es indispensable a nivel global, ya que nos permite establecer relaciones recíprocamente y viceversa de distintas formas sin perder la esencia de uno mismo. Es un proceso de desarrollo y evolución constante de virtudes, acciones y opiniones que se dan en un conjunto de personas y empresas que tiene como objetivo eliminar barreras y desarrollar el valor e importancia de la comunicación en beneficio de la persona. (p.4)

Robbins (1996) manifiesta que el término comunicación organizacional se llega a dar mediante la circulación del mensaje que se intenta transmitir dentro de la organización, esta se puede realizar mediante los múltiples canales y redes que presente la organización. Para desarrollar la comunicación se llega a realizar mediante dos fases: La comunicación formal e informal (p.729), se tuvo como problema general, ¿De qué manera se relaciona la comunicación organizacional y planeación?, así mismo se plantea los siguientes problemas específicos, ¿De qué manera se relaciona la comunicación organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A., Comas 2019? ¿De qué manera se relaciona entre la comunicación organizacional y las estrategias dentro de industrias Suarez S.A., Comas 2019? ¿De qué manera se relaciona la comunicación organizacional y la competitividad dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019?, como objetivo general fue determinar la relación entre la Comunicación organizacional y planeación estratégica dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019, específicos determinar la relación entre la comunicación organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019, determinar la relación entre la comunicación organizacional y las estrategias Dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019, determinar la relación entre la comunicación organizacional y la competitividad dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019, como Hipótesis General, existe relación significativa entre la comunicación organizacional y planeación estratégica dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019, de igual manera los específicos, existe relación significativa entre la

comunicación organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A.C., Comas 201, existe relación significativa entre la comunicación organizacional y las estrategias dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019, Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y la competitividad dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.



### III.METODOLOGIA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

##### **Enfoque: fue cuantitativo**

Hernández, Fernández y Baptista (2010) Se define a “la investigación, como la metodología que va permitir obtener datos que son brindados por la población seleccionada dentro del proyecto. Esta metodología permitió admitir o negar una hipótesis. (p. 4).

##### **Nivel: fue descriptivo correlacional**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010), “la investigación descriptiva tiene como objetivo principal indagar para la obtención de información que son útiles para la investigación. Se establecen las cualidades del tema en cuestión.” (p.80).

Además, refieren: “Las indagaciones d carácter correlacional tiene como fin verificar el grado que tiene de relación las hipótesis que están en investigación.” (p. 81).

##### **Diseño Metodológico: fue no experimental de corte transversal**

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2010), definen “La estrategia aplicada tuvo como finalidad obtener información que sea útil para el estudio que se está desarrollando” (p. 120).

Es por ello que manifiestan, “El estudio no experimental se refiere a la obtención de datos sin ser manipulados durante el desarrollo de la investigación, posteriormente sea estudiados, arrojen un resultado y conclusión” (p. 149).

Las investigaciones de corte transversal, tuvo datos en un momento determinado, con el objetivo del estudio de variables y analizar su relación en el estudio.” (p. 151).

##### **Tipo de investigación: fue aplicada**

Hernández, Fernández y Baptista (2010), refiere, “La investigación aplicada va determinar de acuerdo al objetivo y propósito principal, para generan conocimiento y teorías al momento de solucionar conflictos.” (p.27).

##### **Método de investigación: fue hipotético deductivo**

Bernal (2010) define “el método hipotético-deductivo es aquel estudio

que empieza por un procedimiento de una serie de afirmaciones como hipótesis y busca aceptarlas o denegarlas, posteriormente elaborar conclusiones de acuerdo a los resultados obtenidos”(p. 60).

### **3.2. Variables y operacionalización**

#### **VARIABLES X: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

Según Ferrer (1994) refiere que la comunicación es la acción de transmitir un mensaje o viceversa que se da entre dos a más personas con la finalidad de alcanzar un objetivo común a través del mensaje que se intenta transmitir (p.25).

Dimensión 1: Canales Santos (2012) “El medio de comunicación más frecuentes es a través de las ondas sonoras, que son canales que pueden ser transmitidos por medio de una revista, libro, con ello nos orienta a la comunicación eficiente” (p.17).

Indicador 1: No verbal, Según Rodríguez y Hernández (2010) El lenguaje no verbal es la forma de comunicación sigilosa, voluntaria, espontánea y sin desviación del mensaje que desea transmitir la persona. Cultiva la veracidad de las expresiones que intenta transmitirla persona, ya que, en conjunto nuestras expresiones y señas reflejan la actitud que toma la persona a través frente a una situación a través del envío de mensajes (p.26)

Ivancenvish (1997) establece que “Las conversaciones se pueden desarrollar teniendo contacto entre las dos personas, la primera que requiere transmitir la información y la otra persona que recibir el mensaje, también se puede realizar mediante el teléfono, computadoras, correos, esta comunicación permite y facilita la interacción entre las personas” (p.512).

Indicador 2: Verbal, Pacheco y Loria (2010) refieren que en la actualidad los métodos de la comunicación e información están teniendo mayor importancia y está logrando su mayor incremento a nivel global, para ello es fundamental que el sujeto a la hora de expresar o brindar una información, idea u opinión lo desarrolle de manera clara y exacta. Asimilamos un concepto en la medida que adquirimos una palabra para definirlo. La comunicación verbal reside y la claridad de la ortografía a la

hora de expresarse al momento de transmitir un mensaje (p.41).

Dimensión 2: Redes, Goldhaber (1986) refiere que las redes formales son el medio por el cual los mensajes que se transmiten se llegan a dar de forma descendente y ascendente, jefe colaborador y viceversa, con la finalidad de transmitir un mensaje que contribuya al desarrollo de las actividades internas establecidas dentro de la organización (p.131).

Indicador 1: Interna, Martínez, Nosnik (2010) definen a las redes internas como los diferentes sistemas establecidos por tener la organización de instaurar y conservar los vínculos entre todos los colaboradores que conforman la organización. (p.89).

Pizzolante nos dice que la comunicación permite a cada integrante de la organización poder brindar ideas, expresiones u opiniones con percepción integral manteniendo una postura respecto a un tema determinado (2004).

Indicador 2: Externa, Fernández (2001) refiere que la comunicación externa se da cuando se canaliza los distintos públicos externos de la organización que vienen a ser (proveedores, compradores autoridades, etc.). Es la agrupación de diferentes e intercambios de la comunicación que envía dentro del ámbito organizacional por los distintos públicos, la comunicación externa tiene como objetivo fundamental generar una imagen impecable que permita brindar la confianza al consumidor al momento de obtener un producto o servicio, y así poder aumentar sus ventas, generando ingresos para la organización (p.105).

Dimensión 3: Formal Robbins (1996) nos dice que con lleva a la comunicación sobre un orden jerárquico de autoridad que, desde el más alto mando hasta el más pequeño, se da con la finalidad de poder realizar la manera correcta y así sobre las tareas que así puedan asignar a su colaborador (p.316).

Indicador 1: Descendente Ongallo (2007) sostiene que la comunicación descendente es la más asertiva y que la mayoría de colaboradores dentro de una organización que quisieran percibir, ya que admite las opiniones frente a los diferentes inconvenientes que suscitan eventualmente, los que van generando que el colaborador participe, tiene como un objetivo general que los empleados, así conozcan y comprendan los objetivos establecidos para salvaguardar en la empresa, con la finalidad de

salvaguardar los aspectos eficaces de la entidad organizacional (p.33).

Indicador 2: Ascendente Ongallo (2007) nos dice que la comunicación ascendente tiene como un objetivo claro y conciso que las personas encomendadas , puedan así optimizarlos niveles de eficacia para transmitir el mensaje que deben tener una excelente relación con los diferentes departamentos que existen dentro de la organización; de esta manera se buscan que todos los integrantes tengan un conocimiento exacto y claro , para así tenga de frente y aspecto a las diferentes actividades , por los resultados que generan el cumplimiento de dichas tareas, que así brinden sus ideas de frente a las actividades asignadas (p.37).

Dimensión 4: Informal Goldhber (1986) nos dice que la comunicación informal son las opiniones, sugerencias que se dan dentro de la organización, por ello se manifiesta de manera que sea espontanea por los colaboradores e trabajadores de la empresa , que tienen un elevado nivel de credibilidad, la mayoría de veces refiere a los asuntos personales acerca de sus colaboradores, suele llamarse también como murmuración, chisme o bullicio y sirve para que los altos mandos de una organización tengan un conocimiento sobre el estado de su personal trabajador de la entidad (p. 120).

Indicador 1: Expresión Núñez (2009) nos dice que las expresiones no solo se dan dentro de una organización o aspectos lejos de ello, sino también que se da en la vida personal de las personas por el cual la expresión tiene como objetivo en que las personas o

entidad tengan la libertad de brindar opiniones y expresiones para poder escuchar de frente a una situación que se presente (p.9).

Indicador 2: Opiniones Lomas (1994) manifiesta las opiniones son las valoraciones subjetivas en relación con un tema determinado dentro de una organización, ya que sin embargo no es fácil así poder tener una opinión personal sobre las ideas propias, por lo que es decir que nosotros mismos se puede valorar también los aspectos generales que brinden la facilidad de solucionar problemas (p.17).

## **Variables Y: Planeación estratégica**

Según Armijo (2009) refiere que es una mejora en herramientas que nos ayuda a tomar decisiones en las organizaciones, para que pueda influir en una mejora, ya que el en camino se puede presentar problemas que con el futuro puede perjudicar la operatividad de la empresa y teniendo una planificación que se puede adecuarse en afrontar cualquier daño o cambios que se presenten en el ámbito, y así lograr una eficiencia, eficacia y calidad de bienes (p.5).

Drucker (1984) refiere que es un proceso de bases al posible daño causado por el futuro; por el cual puede emplearse una toma de decisiones que con lleven a tener en cuenta a resolver los riesgos, que pueden presentarse en riesgos presentes y futuros, que implican los resultados a esperar, con ello de tener una evaluación sistemática, y poner en práctica las decisiones (p.133).

Chiavenato (2004) La planeación estratégica es el proceso que permite planear y elaborar estrategias claras, concisas y nos permitan cumplir un objetivo en mente, para ello el individuo debe elaboradas cuidadosamente. Se deben llevar a cabo las estrategias con la finalidad de insertarla dentro de la organización. El proceso de planeación estratégica proyecta una propuesta para incentivar el desarrollo competitivo de mediano y largo plazo, para conseguir incentivarla competitividad se propone desarrollar estrategias que permitan aumentar e incentivar el aumento de la productividad de la organización, generando un crecimiento interna y externa de la organización, permitiendo la subsistencia dentro del mercado (p.27).

Dimensión 1: Organización, Según Farol (1981) Para todas las empresas es necesario el tener una organización, ya con lleva a tener todo un orden en los planes para poder analizar dentro del centro laboral, con ello se salvaguarda la información que nos permita ser capaces de poder afrontar problemas que puedan presentarse en el ámbito (p.19).

Según León (1985) La importancia de la organización es sumamente integro para las empresas, personas, y el ámbito laboral, que es puesto por los mismos empresarios, con el fin de cumplir con los anhelos de la visión de los trabajadores conjuntamente llevados hacía el objetivo empresarial (p.68).

Indicador 1: Objetivos, Terry (2004) refiere son el medio con el que se va desarrollar acción, meta, es el resultado de una serie procesos establecidos para el logro de un objetivo, para cumplirlo el individuo debe elaborar una serie de acciones que le permitan cumplir una meta.

Indicador 2: Metas, Según Baumgarten (2016) sostiene que el concepto es un resultado óptimo, ya que el individuo tiende a planificar, organizar, optimizar, ya que con lleva a los resultados esperados por la empresa hacia los recursos humanos y plan orgánico sobre la entidad (p.4).

Indicador 3: Desempeño, Vértice (2011) sostiene que se define como un control por sistema,cíclico de orientación cuantitativa y cualitativa del nivel eficiente de las empresas; con el que con llevan a las personas a realizar para desarrollar sus funciones asignadas ,ello involucra asumir responsabilidades responsabilidad sobre los puestos van a desempeñar funciones dentro del plan organizacional, que son realizados mediante categorías, que orienten a buscar mejores soluciones, con el fin de orientar mejores resultados , con el fin de optimizar el desempeño eficaz de los empleados(p.84).

Dimensión 2: Estrategia, Chiavenato (2000) nos dice que es un patrón que nos orienta a buscar objetivos nos permite a buscar una solución con un propósito que con ello lleva a poder organizar los recursos necesarios para la entidad y competencias sobre una posición variante y viable sobre en anticiparse a los cambios que nos guía en las contingencias frente a los competidores (p.4).

Indicador 1: Procesos, Magdalen (2012) Es un grupo denominado actividades que nos orienta a poder amplificar la participación sobre un grupo de personas y recursos materiales que con llevan a coordinar y poder así conseguir un objetivo claro y conciso; el cual estudia la forma por lo que se diseña es gestión y mejoras en el proceso sobre las acciones para poder apoyar la política y niveles de estrategia ya que así se podrá satisfacer a los clientes y más grupos de interés, para lograr el resultado esperado por los empresarios.(p.1).

Indicador 2: Motivación, Fajardo (2003) define que es aquello que con

lleva a la organización alcanzar un objetivo y poder así ser determinado dándole una dirección y fuerza que son necesarios para lograr el resultado esperado; para el cual se pueda lograr una eficiencia y eficacia para optimizar la aplicación de la organización, con el desarrollo por las actividades y comunidades sobre el aumento de productividad (p.21)

Indicador 3: Eficiencia, Según Idalberto Chiavenato (2012) define que el poder utilizar la correcta eficiencia en la organización sobre los recursos que con llevan a la producción, por ello al definirse con lleva que a través al número de trabajadores y el grado de eficacia, sé podrá emitir así un nivel de grado óptimo. La cantidad de trabajadores en la empresa siempre optimizan la eficiencia y eficacia en la organización, en el caso de una empresa comercial – área textil, a más nivel de producción mayor nivel de optimización habrá, con los productos terminados (p.23).

Dimensión3: Competitividad, Paul Krugman (1997) define que la terminología es usada por distintos grupos consultores con el fin de optimizar la venta y así lograr mayores ingresos; por lo que la manera más eficiente, con la forma en que se compite con el resto de naciones (p.10).

Vásquez define que el artículo de mejor énfasis es el conocimiento, conocimientos y valores que puedan así activar el desempeño que sea responsable, por lo que la eficiencia eficacia sea más relativa por el uso cotidiano de los diferentes contextos. (parr.2)

Indicador 1: Servicio, Kotler, Bloom y Hayes, definen es que es una obra sobre la relacionó sobre un acto que puede ser esencial e intangible que no logra resultar importante para la mejora de propiedad de algo, por ello puede estar relacionado entre ambos aspectos, lo que es primordial buscar una solución cuando el producto no sea buscado por los clientes sobre un producto físico. (p.5).

Según Larrea (1991) define: “el servicio en un conjunto de prestaciones que brinda una organización por el cual recibe un beneficio que le permite subsistir en el mercado. Los servicios son de naturaleza cuantitativa o cualitativa” (p.77).

Indicador 2: Producto, El Diccionario de Marketing de Cultural S.A. El producto posee diferentes atributos tangibles e intangibles, ello permite ver la cantidad de demandantes que se generan antes, durante y después

de la venta. (p.277).

Indicador 3: Competencia, Según Coll: “Sobre los atributos que se orientan en las organizaciones de las empresas, para que una persona pueda poseer y así puedan permitir, desarrollar una acción efectiva en determinados lugares, en ello lograr hacer las cosas bien desde la primera vez”. (p.15)



### Operacionalización de variables:

Variable	Definición Conceptual	Dimensión Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala
Variable 1: La comunicación organizacional	Según Ferrer (1994) refiere que la comunicación es la acción de transmitir un mensaje o viceversa que se da entre dos a más personas con la finalidad de alcanzar un objetivo común a través del mensaje que se intenta transmitir (p.25).	Se medirá mediante cuatro dimensiones que son: la comunicación formal e informal, canales y redes. Posteriormente mediante un cuestionario conformado por 8 interrogantes, se llevará a cabo la encuesta, los mismos que nos permitirá obtener resultados frente a las interrogantes planteadas en la investigación.	Canales	No verbal	Consideras importante la utilización del lenguaje no verbal en tu entorno de trabajo. Recibe toda la información necesaria para realizar eficientemente su Trabajo. Me parece que la forma de comunicación a través de e-mail es efectiva. Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas. Su jefe facilita la información adecuada para la solución de los a sus dudas Existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y opiniones dentro de mi área de trabajo. La comunicación entre mis compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales	Ordinal
				Verbal		
			Redes	Internos		
				Externos		
			Comunicación Formal	Ascendente		
				Descendente		
			Comunicación Informal	Opiniones		
				Expresiones		

Variable	Definición Conceptual	Dimensión Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítem	Escala
Variable 2 La planeación estratégica	<p>Chiavenato (2004) La planeación estratégica es el proceso que permite planear y elaborar estrategias claras, concisas y nos permitan cumplir un objetivo en mente, para ello el individuo debe elaboradas cuidadosamente. Se deben llevar a cabo las estrategias con la finalidad de insertarla dentro de la. El proceso de planeación estratégica proyecta una propuesta para incentivar el desarrollo competitivo de mediano y largo plazo, para conseguir incentivar la competitividad se propone desarrollar estrategias. (p.27).</p>	<p>Se medirá mediante tres dimensiones que son: La organización, y estrategias y competitividad. Posteriormente mediante un cuestionario conformado por 9 interrogantes, se llevará a cabo la encuesta, los mismos que nos permitirá obtener resultados frente a las interrogantes planteadas en la investigación.</p>	Organización	Objetivos	Considera usted que contribuye con el cumplimiento de los objetivos planteados por organización.	Ordinal
					Metas	
				Desempeño	Me desempeño al 100% a la hora de realizar mis trabajos encomendados por mi jefe.	
				Proceso	Conozco los procesos que debo seguir para desarrollar correctamente mi trabajo en el	
			Estrategias	Motivación	puesto de trabajo establecido. Mi jefe nos motiva a cada día superarnos dentro de la organización.	
				Eficiencia	Realiza la organización una supervisión para evaluar la eficiencia de sus trabajadores a la hora de realizar sus actividades.	
			Competitividad	Productos	Conozco los productos y servicios que brinda organización.	
				Organización	Competencias	
			Servicios		Considera usted que los servicios que brinda organización a sus colaboradores es el adecuado	

### **3.3. Población, Muestra y muestreo**

#### **Población**

Senra (2008) refiere que “es un conjunto de personas, cosas u objetos para su estudio, es la representación de la población para su estudio y procesamiento estadístico” (p.32).

Hurtado y Toro (1998), lo definen como “el conjunto total de habitantes, sujetos o componentes que se va estudien en un a investigación con el firme propósito de obtener resultados frente a una interrogante” (p.79)

#### **Muestra y muestreo**

Según Pulpon, Fuentelsaz e Icart (2006) refiere que “es la congregación de individuos, elementos que son parte fundamental para el desarrollo de una investigación, la muestra surge a través de la selección representativa de la población” (p.55).

De Barrera (2008), refiera que en la investigación; se da cuando la población es inaccesible, por consecuencia el investigador tiene la posibilidad de realizar una selección de la población para obtener la muestra, en la mayoría de investigaciones no suele ser. (p. 141)

#### **Criterios de selección**

Para el desarrollo del estudio se tuvo en cuenta los siguientes aspectos:

**Criterios de inclusión:** Todos los colaboradores que laboran dentro de industrias Suarez S.A.C

**Criterios de exclusión:** Los colaboradores que no permitieron ser encuestados de manera voluntaria y el gerente general no será encuestado.

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

#### **Técnicas de recolección de datos**

Vázquez y Bello (2005) sostienen que “Las encuestas son el método que emplea el investigador para obtener dato sé indagación precisa para llevar a cabo su estudio” (p.25).

#### **Instrumento de Recolección de datos**

Arias (2004) manifiesta “El cuestionario está conformado por una lista de preguntas son desarrollados con la finalidad de brindar respuestas a las variables de estudio” (p.15).

## Validez del Instrumento

El instrumento fue evaluado posteriormente aprobado por los siguientes docentes:

**Tabla 1**

*Validación de expertos*

N°	Apellidos y nombres	Grados	Especialidad	Calificación
1	Alva Arce Rosel César	Doctor	Gestión de organizaciones	Aprobado
2	Vásquez Espinoza Juan Manuel	Doctor	Gestión de Organizaciones	Aprobado
3	Cárdenas Saavedra Abraham	Doctor	Gestión de Organizaciones	Aprobado
4	Carranza Estela Teodoro	Doctor	Gestión de Organizaciones	Aprobado

## Confiabilidad

Hernández (2003) manifiesta “la confiabilidad es un mecanismo de evaluación que permite al investigador ver el grado de confiabilidad de los ítems elaborados respecto las variables a estudiar.” (p.243). La confiabilidad se obtuvo en base a una encuesta piloto aplicada a 15 integrantes que conforman la muestra a estudiar del trabajo de investigación.

**Tabla 2**

*Escala de medición para obtener el coeficiente de Alfa Cronbach*

<b>Coeficiente</b>	<b>Relación</b>
0,53 a menos	Cero confiable
0,54 a 0,59	Baja Confiabilidad
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy Confiable
0,72 a 0,99	Alta Confiabilidad
1,00	Completa Confiabilidad

**Fuente:** Hernández et al. (2010)

**Tabla 3***Resumen de procesamiento de datos*

	<u>N</u>	<u>%</u>
<b>Casos Validos</b>	15	<b>100,0</b>
<b>Excluido</b>	0	<b>,0</b>
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** IBM SSPS24**Tabla 4***Análisis de confiabilidad*

<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>Número de elementos</i>
,774	17

**Fuente:** IBM SSPS24

La información del software SPSS nos ha brindado como resultado una confiabilidad de 0,774. Por lo tanto, si observamos la tabla N.2 tenemos como conclusión que el nivel de confiabilidad es de excelente confiabilidad esto quiere decir que las preguntas elaboradas para la encuesta son acertadas.

**3.5. Procedimiento**

Primeramente, se elaboró la encuesta y una vez aprobado se llevó a cabo la encuesta para obtener los datos necesarios y evaluar los resultados obtenidos. Finalmente, al evaluar los resultados obtenidos se evalúa si se afirma o se rechaza la hipótesis.

**3.6. Métodos de análisis de datos****Análisis descriptivo**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) refieren que el investigador tiene como objetivo recabar información para luego analizar los datos obtenidos de la muestra estudiada para luego procesarlos estadísticamente y obtener respuestas para sus variables de estudio; posteriormente se

obtiene información mediante encuestas, para luego ser procesados y obtener el resultado estadístico, que afirman o niega una hipótesis en estudio. (p. 287)

### **Análisis inferencial**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010): “la estadística inferencial se llega a utilizar con el firme objetivo principal de dos procedimientos que son: afirmar una hipótesis y estimar parámetros” (p. 306).

### **3.7. Aspectos Éticos**

La tesis tiene por nombre” La Comunicación organizacional y Planeación estratégica en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.” Se compromete que durante el tiempo que se lleve a cabo el desarrollo del trabajo se va a respetar las respuestas brindadas por los colaboradores producto del cuestionario elaborado. Se va a respetar sus puntos de vista frente a las preguntas.

Se agradece a los gerentes de industrias Suarez S.A.C. por brindarme la confianza y permitirme la colaboración de sus empleados, el resultado del trabajo será de gran beneficio de la organización, ya que, no solucionar los problemas que tiene la organización podría generar obstáculos a la hora de alcanzar las metas establecidas generando pérdida de clientes, confusión en los colaboradores, pérdida de motivación al desenvolverse en el área de trabajo y falta de compromiso con la organización. Finalizando la investigación se brindará a los directivos una serie de recomendaciones que pueden ser aplicadas, permitiendo su crecimiento dentro de un entorno cada vez más competitivo. Los nombres de los trabajadores serán reservados en su totalidad.

## IV. RESULTADOS

### Resultados descriptivos

#### Variable: Comunicación organizacional

**Tabla 5**

*Dimensión canales*

Dimensión:		Redes		
Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
V	En desacuerdo	6	10,9	10,9
á	Indeciso	16	29,1	58,2
l	De acuerdo	33	60,0	100
i	Total	55	100,0	100,0

Interpretación:

El ítem respecto a la importancia de la utilización del lenguaje no verbal dentro de industrias Suarez S.A.C. los resultados son los siguientes: 10,9% se encuentra en desacuerdo, 23,6% está indeciso frente a la interrogante planteada y el 65,5% está conforme.

**Tabla 6**

*Dimensión redes*

Dimensión:		Redes		
Frecuencia		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
V	En desacuerdo	6	10,9	10,9
á	Indeciso	16	29,1	58,2
l	De acuerdo	33	60,0	100
i	Total	55	100,0	100,0

Interpretación:

El ítem respecto a la interrogante si tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo. Los resultados son: 10,9 % está de acuerdo, 29,1% está indeciso frente a la interrogante planteada y el 60,0% está en desacuerdo.

**Tabla 7***Comunicación formal*

		Dimensión: Comunicación Formal		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	Acumulado
V	En desacuerdo	1740,1	40,1	29,2
á				
I	Indeciso	11	20,0	20,0
i	De acuerdo	27	45,4	45,4
d	Total	55100,0	100,0	100,0
O				

Interpretación:

El resultado obtenido de la encuesta respecto a la interrogante existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización (jefe-colaborador, colaborador-jefe) dentro de industrias Suarez S.A.C. Los resultados son los siguientes: 40,1% están de acuerdo, el 20,0 están indecisos y el 45,4% de los colaboradores no están de acuerdo.

**Tabla 8***Comunicación informal*

		Dimensión: Comunicación Informal		
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			válido	Acumulado
V	En desacuerdo	1525,8	25,8	12,7
á				
I	Indeciso	1223,6	23,6	67,3
i	De acuerdo	2950,5	50,5	100,0
d	Total	55100,0	100,0	
O				

Interpretación:

El resultado respecto a la interrogante existe oportunidades para dar a conocer mis ideas y opiniones para compartir las mejores prácticas dentro de mi área de trabajo: 25,8% están totalmente de acuerdo, 23,6 % son indiferentes frente a la pregunta planteada y 50,5% están en desacuerdo.



**Tabla 9***Comunicación organizacional*

<b>Dimensión: Organización</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		válido	acumulado	
V				
á	En desacuerdo	12	19,9	19,9
l	Indeciso	8	14,5	14,5
i	De acuerdo	35	65,6	65,6
d	Total	55	100,0	100,0
O				

## Interpretación:

El ítem respecto la interrogante considera usted que contribuye con el cumplimiento de los objetivos planteados por la organización en industrias Suarez S.A.C. los resultados son los siguientes: 65,6% están totalmente de acuerdo, 14,5% son indiferentes y 19.9% están en desacuerdo.

**Tabla 10***Dimensión estrategias*

<b>Dimensión: Est</b>				
<b>trategias</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		válido	acumulado	
V				
á	En desacuerdo	21	40,9	40,9
l	Indeciso	15	33,6	33,6
i	De acuerdo	19	39,1	39,1
d	Total	55	100,0	100,0
o				

## Interpretación:

El ítem respecto respecto a la interrogante la organización supervisa para lograr la eficiencia de sus trabajadores a la hora de realizar sus actividades dentro industrias Suarez S.A.C. los resultados son los siguientes: 39,1% están totalmente de acuerdo, 33,6 % son indiferentes y 40,9 % están en desacuerdo frente a la interrogante planteada.

**Tabla 11***Dimensión competitividad*

<b>Dimensión: Competitividad</b>				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
V				
á	En desacuerdo	8	14,5	14,5
l	Indeciso	22	39,1	75,6
i	De acuerdo	27	36,4	100,0
d	Total	55	100,0	100,0
O				

Interpretación:

El ítem respecto a la interrogante la organización permite desarrollar nuevas competencias la hora de realizar nuestro trabajo dentro de industrias Suarez S.A.C. los resultados son los siguientes: 35,5% están totalmente de acuerdo 39,1% son indiferentes y 14,5 % están en desacuerdo.

**Análisis inferencial****Prueba de normalidad**

Para la presente investigación, la muestra es de 55, por lo que la prueba de normalidad se usará la de Kolmogorov Smirnov. Según esta prueba, si el "p valor" resulta menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula (0) y se acepta la alterna (1). De ser así, se concluye que la variable o dimensión probada no es normal, por lo que se deberá aplicar una prueba no paramétrica.

**Interpretación:**

En la investigación el número de encuestados son 55, la investigación se va desarrollar por medio del grupo de Kolmogorov –Smirnov. Por lo tanto, para la variable 1 como para la variable 2 tiene un valor de significancia menor que el valor p de 0,05, esto quiere decir, la hipótesis nula no es aceptada, en consecuencia, es rechazada. La data presentada no se desarrolla por medio de una distribución normal (No paramétricos- Spearman).

**Tabla 12***Prueba de normalidad*

	Kolmogorov- Smirnov <sup>a</sup> Estadístico	gl	Shapiro- Wilk Sig.Estadístico	gl	Sig.
Planeación					
Estratégica	,256	55	,000,765	55	,000
Comunicación Organizacional	,177	55	,000,842	55	,000

Fuente: SPSS 25

**Prueba de hipótesis general****Tabla 13***Correlación*

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

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

Regla de decisión:

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

H: Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y Planeación estratégica dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

H0: No existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y Planeación estratégica dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019

H1: Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y Planeación estratégica dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

Prueba de Hipótesis general

**Tabla 14**

*Prueba de hipótesis*

		Comunicación Organizacional	Planeación Estratégica
	Comunicación Organizacional	Coeficiente de Correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,816**
Rho de Spearman		N	55
	Planeación Estratégica	Coeficiente de Correlación	,816**
** . La		Sig. (bilateral)	1,000
		N	55

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

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,816, en consecuencia, se concluye que la comunicación organizacional si tiene una correlación positiva muy fuerte con la planeación estratégica en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

### Prueba de hipótesis específica 1

H: Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

H0: No existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019

H1: Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

### Tabla 15

#### Prueba de hipótesis específica 1

		Comunicación Organizacional	Organización
Rho de Spearman	Comunicación Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,922**
		N	55
	Organización	Coefficiente de correlación	,922**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	55

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

#### Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,816, en consecuencia, se concluye, teniendo en cuenta la regla de decisión se va a descartar y rechazar la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1).se concluye que la comunicación organizacional si tiene una correlación positiva muy fuerte con la organización en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

### Prueba de hipótesis específica 2

H: Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y las estrategias dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

H0: No existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y las estrategias dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019

H1: Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y las estrategias dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

**Tabla 16**

*Prueba de hipótesis específica 2*

		Comunicación Organizacional		
		Estrategias		
Rho de	Comunicación	Coeficiente de correlación	1,000	,800**
Spearman	Organizacional	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	55	55
	Estrategias	Coeficiente de correlación	,800**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	55	55

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

Interpretación:

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,800, en consecuencia, teniendo en cuenta la regla de decisión se va a descartar y rechazar la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1). Se concluye que la comunicación organizacional si tiene una correlación positiva muy fuerte con las estrategias en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

**Prueba de hipótesis específica 3**

H: Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y la competitividad dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

H0: No existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y la competitividad dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019

H1: Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y la competitividad dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

**Tabla 17**

*Prueba de hipótesis específica 3*

			Comunicación Organizacional	Competitividad
Rho de Spearman	Comunicación Organizacional	Coefficiente de correlación	1,000	,724**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	55	55
	Competitividad	Coefficiente de correlación	,724**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
**.		N	55	55 La

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

**Interpretación:**

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,816 y a su vez, el nivel de significancia bilateral (sig=000) es menor que el p valor (0.05), Se concluye que la comunicación organizacional si tiene la comunicación organizacional si tiene relación con la planeación estratégica.

## V. DISCUSIÓN

El objetivo general fue determinar la relación de la comunicación organizacional y planeación estratégica en industrias Suarez S.A.C., Comas 2019. Al concluir la investigación se tiene como resultado (0,720) este resultado refleja y determina que hay relación considerable y positiva entre la comunicación organizacional y planeación estratégica.

Los resultados obtenidos al finalizar la investigación tienen relación con la teoría de Kunsch, en M. Marchiori. (2006) Refiere que la comunicación debe ser considerada como el medio fundamental por el cual se transmite el mensaje de manera correcta y no como la acción y no como la acción por el cual se transmite un mensaje, para ello es necesario, para transmitir un mensaje se necesitan herramientas e instrumentos que faciliten la comunicación. La comunicación organizacional hoy en día está presente en la mayoría de organizaciones, a través de ella se logra un posicionamiento en el mercado, permitiendo establecer estrategias, objetivos, se establecen y planifican las acciones a realizar para alcanzar la meta a la cual deseamos apuntar como organización.

Asimismo, también tiene coherencia con los resultados de las investigaciones siguientes: Reyes (2017) "La comunicación organizacional y su influencia en el clima organizacional de los operarios de industrias San Miguel en el 2017". Tesis para optar el título profesional de licenciado en Recursos Humanos. La principal conclusión es si la comunicación organizacional cambia afectará directamente el clima organizacional de la organización, trayendo como resultado que no se cumplan los planes establecidos, viéndose perjudicados, generando un estancamiento y atraso en el crecimiento de la organización.

El objetivo específico 1:

Determinar la relación de la comunicación organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (0,816) se ha determinado que existe relación positiva muy fuerte de la comunicación organizacional y la organización. Dichos resultados tienen coherencia con los obtenidos en las investigaciones siguientes:



Ariza, Mary Nieto (2015) "La comunicación herramienta de construcción de liderazgos en organizaciones". Finalizada la investigación se concluye a la comunicación como el mecanismo por el cual los líderes de una organización deben desarrollar de manera exacta, clara y concisa al momento de difundir el anuncio el cual desea impartir con los integrantes el cual tiene a cargo. La comunicación contribuye en el logro de los planes estratégicos dentro de las compañías pequeñas, medianas y grandes, permitiendo su permanencia en un entorno cada vez más competitivo, asegurando su éxito.

Ana M.; Balderrama, Luis Jáquez (2008) "Comunicación y cambio organizacional" El propósito de artículo se tiene como propósito analizar la influencia que tienen la comunicación en el cambio organizacional. Al finalizar el artículo se concluye refieren que la comunicación es un instrumento esencial en la supervivencia de las organizaciones, debido a que por este medio se comparten ideas, dudas y sugerencias de sus integrantes, la comunicación permite una acción conjunta, que se generen y establezca estrategias, permitiendo y motivando la participación de los individuos que integran a la organización.

Balarezo (2014) "La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive". Tesis para la obtención del Título de Ingeniero de Empresas. El objetivo general es estudiar la incidencia de una deficiente comunicación organizacional interna sobre el desarrollo organizacional de la empresa. El medio para la obtención de datos fue mediante un cuestionario que consta de 20 preguntas sobre la comunicación interna y desarrollo organizacional. Al finalizar en trabajo de investigación se concluye:

Las carencias que presenta la compañía frente a la comunicación interna están trascendiendo frente a la coordinación de las actividades establecidas generando que no se lleguen a cumplir los objetivos trazados perjudicando a la organización.

La comunicación organizacional si influye claramente en la baja productividad de la empresa San Miguel Drive. Así como también en las actitudes que se presentan de los trabajadores frente a la organización.

El objetivo específico 2:

Determinar la relación de la comunicación organizacional y las estrategias dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019. De acuerdo a los resultados obtenidos (0,800) se ha determinado que existe relación positiva considerable de la comunicación las investigaciones siguientes:

Halten (1987) sostiene que las estrategias son los procesos por el cual la organización establece sus objetivos, se desarrollan en base a la obtención de los mismos objetivos planteados. La estrategia es el medio por el cual se van a obtener los objetivos de la organización por ello deben ser elaborados correctamente, es fundamental que los altos directivos realicen un análisis interno y externo, para generar valores a los recursos que tienen a cargo. Generar una estrategia y diseñarla se debe tener en cuenta dos puntos: Lo que se viene realizando hacerlo de la manera correcta, descartar los puntos débiles y ver a mis competidores a los cuales voy a enfrentar y puedo derrotar. Plan y acción, estas dos palabras van de la mano para el éxito de una estrategia.

Noguera Hidalgo, David Hernando & Castro Ríos. (2014) "Estrategia organizacional: una propuesta de estudio." Se concluye que en la actualidad la estrategia ocupa un lugar importante dentro de las organizaciones, ya que su elaboración permite elaborar estrategias que permiten alcanzar la meta trazada. Permiten ver con claridad el panorama de la organización, descartando las incertidumbres a las que se enfrentan diariamente, permitiendo establecer el plan estratégico que permita alcanzar su objetivo trazado, generando rentabilidad a la organización.

Tovar.G., María; Alejandro López (2014) "Estrategias de comunicación para potenciar el uso de Recursos ". Se concluye que las implementaciones de estrategias de comunicación dentro de las organizaciones permiten elevar la productividad, interacción y comprensión del mensaje que se intenta transmitir. Permite la claridad al momento de desarrollar una actividad.

El objetivo específico 3 fue determinar la relación de la comunicación organizacional la competitividad. De acuerdo a los resultados obtenidos (0,726) se ha determinado que existe relación positiva entre la comunicación organizacional y la competitividad. Dichos resultados tienen coherencia con los obtenidos en las investigaciones siguientes:

Javier de Jesús Vilorio; Pedraza, Lili Beth (2016) Patricia "Liderazgo

informal en las organizaciones: análisis sobre su impacto e influencia en la productividad y competitividad”. El investigador finaliza que el liderazgo influye en la productividad ya que es un factor determinante en el desempeño de sus colaboradores debido a que influye de manera positiva o negativa en la productividad y competitividad de la organización. Finalizada la investigación se determina que la gestión administrativa y la organización van de la mano ya que es una herramienta útil que permiten a las organizaciones a generar ventajas competitivas en todas las organizaciones.

Solleiro y Castaríoñ (2005) refieren a la competitividad como la habilidad de una organización para subsistir en un entorno cada vez más competitivo y destacar frente a su competencia. Se elaboran estrategias que permitan elevar su productividad. La competitividad es la capacidad de la organización para gestionar negociaciones mediante diversas estrategias frente a otras organizaciones dentro de su entorno, es la habilidad de destacar y sobresalir brindando alternativas diferentes, que le generen rentabilidad y permitan un crecimiento sostenido, teniendo en cuenta las políticas establecidas dentro de entorno.

**Del análisis descriptivo a continuación se destacan los siguientes**

**Tabla 18**

*Conozco los procesos que debo seguir para desarrollar correctamente su trabajo en el área asignada.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
V				
Á En desacuerdo	48	87,2	87,2	68,2
L Indeciso	5	9,1	9,1	1,8
I De acuerdo	2	3,6	3,6	100,0
D Total	55	100,0	100,0	
O				

Interpretación:

El resultado obtenido frente a la interrogante conozco los procesos que debo seguir para desarrollar correctamente su trabajo en el área asignada dentro de industrias Suarez S.A.C. los resultados son los siguientes: 3,6% de acuerdo, 9,1 % son indiferentes y el 87,2% refiere que están en desacuerdo.

**Tabla 19**

*Su jefe facilita la información adecuada para la solución de los a sus dudas a la hora de realizar su trabajo.*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
V				
á En desacuerdo	1629,1	29,1		12,7
l Indeciso	1018,2	18,2		47,3
i De acuerdo	2952,7	52,7		100,0
d				
o Total	55100,0	100,0		

Interpretación:

Los resultados obtenidos de la encuesta respecto a la interrogante Conozco los procesos que debo seguir para desarrollar correctamente su trabajo en el área asignada dentro industrias Suarez S.A.C. los resultados son los siguientes: 29,1% están de acuerdo 18,2% son indiferentes y 52.7 % están en desacuerdo.

## VI. CONCLUSIONES

Se ha determinado que existe relación de la comunicación organizacional y planeación estratégica.

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,816, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=000$ ) es menor que el p valor (0.05), en consecuencia, se concluye, teniendo en cuenta la regla de decisión se va a descartar y rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). En consecuencia, se concluye que la comunicación organizacional si tiene una correlación positiva muy fuerte con la planeación estratégica en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

Se ha determinado que existe relación entre la comunicación organizacional y la organización.

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,816, y a su vez, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=000$ ) es menor que el p valor (0.05), en consecuencia, se concluye, teniendo en cuenta la regla de decisión se va a descartar y rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). Se concluye que la comunicación organizacional si tiene una correlación positiva muy fuerte con la organización en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

Se ha determinado que existe relación entre la comunicación organizacional y las estrategias.

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,816, y a su vez, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=000$ ) es menor que el p valor (0.05), en consecuencia, se concluye, teniendo en cuenta la regla de decisión se va a descartar y rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). Se concluye que la comunicación organizacional si tiene una correlación positiva muy fuerte con las estrategias en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

Se ha determinado que existe relación entre la Comunicación Organizacional y la competitividad.

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,816, y a su vez, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=000$ ) es menor que el p valor (0.05), en consecuencia, se concluye, teniendo en cuenta la regla de decisión se va a descartar y rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). Se concluye que la comunicación organizacional si tiene una correlación positiva considerable con la competitividad en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

## VII. RECOMENDACIONES

Primera: EL resultado obtenido refleja que la comunicación organizacional y planeación estratégica tienen relación positiva, se propone a los directivos de la organización a realizar una capacitación constante de sus líderes de cada de línea de trabajo dentro de industrias Suarez S.A.C., porque se recomienda las capacitaciones debido a que después de obtener los resultados de la encuesta se observa una parte de los colaboradores el descontento al no tener claro los objetivos de la organización, generando confusión.

Segunda: Se sugiere una evaluación constante a los colaboradores de la organización, se puede realizar mediante encuestas, para tener en cuenta las opiniones y sugerencias de sus colaboradores y aclarar sus dudas. Se sugiera también que los líderes de línea brinden la información de los planes estratégicos, objetivos y metas de la organización, para que el trabajador sienta que su trabajo por más mínimo que sea es importante, lleva al éxito y crecimiento personal del colaborador y la empresa.

Tercera: mejorar la comunicación dentro de la organización se debe evitar las confusiones, ya que, en la mayoría de casos los empleados ni siquiera tienen claro qué es lo que se espera de ellos, qué es lo que tienen que hacer, y qué es lo realmente es importante, se sugiere realizar un seguimiento de manera constante (semanal, quincenal o mensual) para saber si el personal con el que se cuenta esta claro en las ideas objetivos y estrategias de la organización de lo contrario no sabremos si estamos logrando cumplir con los objetivos y si se necesita cambiar de estrategia.

El resultado del coeficiente de correlación de Spearman es igual a 0,816, como podemos visualizar en la tabla 12 y a su vez, el nivel de significancia bilateral ( $\text{sig}=000$ ) es menor que el p valor (0.05), en consecuencia, se concluye, teniendo en cuenta la regla de decisión se va a descartar y rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ ) y se acepta la hipótesis alterna ( $H_1$ ). Se concluye que la comunicación organizacional si tiene una correlación positiva considerable con la competitividad en industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.

## REFERENCIAS

- Aguirre de León, H. (2014). "planeación estratégica y productividad laboral" (estudio realizado en hotel del campo, Quetzaltenango). Universidad Rafael Landívar. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Aguirre-Hugo.pdf>
- Alvira, F. (2011). La encuesta: una perspectiva general metodológica. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Balarezo, B. (2014). La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE. Universidad Técnica de Ambato, Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas.
- Recuperado de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/132%20o.e..pdf>
- Baños Martínez, M. A., Santalla Rodríguez, L. M., Alonso Becerra, A., R., & Michelena Fernández, E., S. (2016). Strategic planning based on a quality management approach. Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 11(2). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2247223060?accountid=37408>
- Baumgarten, J. (2016). Metas: Secretos y técnicas para alcanzar tus sueños y metas. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=QMu0CwAAQBAJ&dq=meta&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.pe/books?id=QMu0CwAAQBAJ&dq=meta&source=gbs_navlinks_s)
- Briones, K. (2016). Relación entre comunicación organizacional y manejo de conflictos en los colaboradores de la Región Sanidad PNP. Cajamarca, 2016. Universidad Privada del Norte.
- Calviño, M. (2004). Actos de comunicación, desde el compromiso y la esperanza. La Habana, Cuba. Edición Fermín Romero.
- Campos, F. (2014). Aplicación de un sistema de planificación estratégica y control de gestión en una organización sin fines de lucro: caso ONG psicólogos voluntarios. Universidad de Chile. TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN CONTROL DE GESTIÓN. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/117539/Tesis%2023082014%20Fabi%20C3%A1n%20Campos.pdf?sequence=1>
- Cano, A (2007). Competencias comunicativas en la solución de conflictos en la empresa. Universidad tecnológica de Pereira Facultad Ciencias de la Educación Departamento

- de Psicopedagogía Licenciatura en Pedagogía. Pereira. Colombia
- Cano, A y Cifuentes, D. (2011). Diseño e implementación de un plan estratégico para la empresa disempack Ltda. Universidad de la Salle. Trabajo de grado para optar al título de administración de empresas. Recuperado de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/2984/T11.11%20C165d.pdf?sequence=2>
- Carmona, E. A. (2016). Percepción de la estructura administrativa y la comunicación organizacional como factores de competitividad. *Institut De Socio-Économie Des Entreprises Et Des Organisations (Écully, Rhône)*. *Recherches En Sciences De Gestion*, (111), 235-252. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1840873701?accountid=37408>.
- Competencias comunicativas en la solución de conflictos en la empresa. Universidad tecnológica de Pereira Facultad Ciencias de la Educación Departamento de Psicopedagogía Licenciatura en Pedagogía. Pereira. Colombia. Contreras, H. (2012). Relaciones públicas. Net Porat. Recuperado el 13 de 05 de 2013, de <http://rrppnet.com.ar/comorganizacional.htm>
- Cottle, D. (1991). El servicio centrado en el cliente. Madrid: Editorial Diaz de Santos.
- Cubas, F y Nanfuñay, P. (2015). Comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque – 2015. Universidad Señor de Sipan. Tesis para OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN PSICOLOGÍA. Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/827/MIRANDA%20CUBAS,%20FRANCISCO%20HUMBERTO%20y%20PASTOR%20NANFU%20D1AY,%20PAOLA%20DEL%20MILAGRO.pdf;jsessionid=C98105CB6A9D15A4D19FC068C73D4979?sequence=1>
- Díaz, S. (1998). Estrategias de crecimiento. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=O1eOufVVzVYC&pg=PA19&dq=estrategias+definici%C3%B3n&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwjtlauytTeAhUly1kKHTAvDfIQ6AEIKzAA#v=onepage&q=estrategias%20definici%C3%B3n&f=false>
- Ecuador Berges, L. (2011). Gestión de Empresas de Comunicación. Sevilla, España :



- Comunicación Social CS. Bolaños, J (2015). Relaciones interpersonales docentes y manejo de conflictos administrativos educativos. Universidad Rafael Landívar. Facultad de Humanidades. Licenciatura en Pedagogía con Orientación en Administración y Evaluación Educativas. Quetzaltenango.
- Eisenberg, E. M.; Goodall, H. L. (1993). *Organizational Communication*. Nueva York: St. Martin Press.
- El reto es pasar de la planificación estratégica a la gestión estratégica. (2015, Oct 29). El Financiero Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1727983948?accountid=3740>
- Epstein, M. (2000). *El desempeño ambiental en la empresa. Prácticas para costear y administrar una estrategia de protección ambiental*. (S. Mantilla, Trad.) Bogotá: ECOE ediciones.
- Favaro, D. (2014). *Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones*. Argentina: Buenos aires. Editorial: Creas
- Fernández Collado, C. (2001). *La comunicación Humana en el mundo contemporáneo*. México: McGraw-Hill.
- Fonseca, S; Correa, A; Pineda, M. y Lemus, F. (2011). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson Educación..
- Freeman, E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. New York: Pitman Publishing.
- Friedman, M. (1970). *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits*. New York Times Magazine, September.
- Fuentelsaz, C. Icart, M y Pulpon, Anna. (2006). *Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona
- García, F. (2004). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. México: Limusa.
- Goldhaber, G. M. (1986). *Comunicación Organizacional*. México: Diana.
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Editorial Brujas.
- Hax, A. & Majluf, N. (2004). *Estrategias para el liderazgo competitivo*. Madrid: Granica.
- Kunsch, M. M. K. (2007). *Comunicação organizacional na era digital: Contextos, percursos e possibilidades*. *Signo y Pensamiento*, 26(51), 38-51. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/213759136?accountid=37408>.
- Lomas, C. *Usos orales y escuela*», *Signos. Teoría y Práctica de la Educación*, 12, 1994, pp. 14- 17. Lledó, E.: *El silencio de la escritura*, Espasa, Barcelona, 1991.
- López, J. (2013). *Productividad*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=ObSOAgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=productividad&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwj29tmpztTeAhWlt1kKHRziA04Q6AEIKDAA#v=onepage&q=productivida d&f=false>

- Manzano, J. M., de la Iglesia, Josep, María Momin, & Balcells, J. C. (2013). La Planificación Estratégica, Un Indicador Sobre El Liderazgo Pedagógico. Teoría De La Educación ; *Educación y Cultura En La Sociedad De La Información*, 14(2), 292-315. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1511108816?accountid=37408>
- Martínez de Velasco, A.; Nosnik, A. (2002). Comunicación Organizacional práctica. Manual gerencial. México: Trillas.
- México. Briones, K. (2016). Relación entre comunicación organizacional y manejo de conflictos en los colaboradores de la Región Sanidad PNP. Cajamarca, 2016. Universidad Privada del Norte.
- Miranda, F y Pastor, P (2015). Comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque. Universidad 53 Señor de Sipán. Facultad de Humanidades. Escuela Académico Profesional de Psicología.
- Mora-Riapira, E. (2015). Planificación estratégica y niveles de competitividad de las mipymes del sector comercio en bogotá \*/Strategic planning and competitiveness levels of SMEs in the business sector in Bogotá/Planeamento estratégico e níveis de competitividade das PMEs do sector do comércio em bogotá. *Estudios Gerenciales*, 31(134), 79-87. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1697674415?accountid=37408>
- Nuñez, Juan. (2012). Didáctica de la expresión oral y escrita, Editorial: Edelvives.
- Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación –Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones. Madrid. Editorial Dykinson S.L.
- Osmany Pérez Barral, Daniela Judith Bermúdez, S. M., Johana, P. A., & Mónica del Rocío Alarcón, Quinapanta Mgs. (2017). Estrategia Para La Mejora De La Comunicación Y La Inteligencia Emocional En Una Empresa De Telecomunicaciones Cnt Ep Tungurahua Strategy For The Improvement Of Communication And Emotional Intelligence In A Telecommunication Company Cnt Ep Tungurahu. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 4(5) Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2025787748?accountid=37408>.
- Pacheco, V. y Loría, R. (2010). Gramática Castellana. San José: EUNED.
- Ramírez, J. (2017). Planificación estratégica en la dirección estratégica en un organismo supervisor de Contrataciones del Estado, Lima, 2017. Universidad Cesar Vallejo. TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE: Maestro en Gestión Pública. Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6899/Ramirez\\_SJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6899/Ramirez_SJA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ramos, M. (2016). La comunicación organizacional y la gestión administrativa percibida por los trabajadores del Poder Judicial del Cono Norte, Lima. 2016. Universidad Cesar

Vallejo TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE: MAESTRA EN GESTIÓN  
PÚBLICA. Recuperado de  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6906/Ramos\\_CMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/6906/Ramos_CMG.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

## ANEXOS

### Validez del instrumento

#### CUESTIONARIO DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Datos:

Edad:...

Número de DNI:...

Hombre:

Mujer:

Tiempo que trabajas en la

empresa:...Área de trabajo: ...

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

TOTAL DESACUERDO	DESACUERDO	INDIFERENTE	ACUERDO	TOTAL ACUERDO
TD=1	D=2	I=3	A=4	TA=5

No.	ITEMS	TD	D	I	A	TA
1	Consideras importante la utilización del lenguaje no verbal en tu entorno de trabajo.					
2	Recibe toda la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo.					
3	Me parece que la forma de comunicación a través de e-mail es efectiva.					
4	Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo.					

5	Su jefe facilita la información adecuada para la solución de					
	los a sus dudas a la hora de realizar su trabajo.					
6	Existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización (jefe-colaborador, colaborador-jefe).					
7	Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y opiniones para compartir las mejores prácticas de					

	conocimientos dentro de mi área de trabajo.					
8	La comunicación entre mis compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales.					
9	Considera usted que contribuye con el cumplimiento de los objetivos planteados por la organización.					
10	A menudo logro cumplir las metas establecidas dentro de la organización.					
11	Me desempeño al 100% a la hora de realizar mis trabajos encomendados por mi jefe.					
12	Conozco los procesos que debo seguir para desarrollar correctamente mi trabajo en el puesto de trabajo establecido.					
13	Mi jefe nos motiva cada día superarnos dentro de la organización.					
14	Realiza la organización una supervisión para evaluar la eficiencia de sus trabajadores a la hora de realizar sus actividades.					
15	Conozco los productos y servicios que brinda la organización.					
16	Existe comunicación entre mis compañeros de trabajo que permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales y permitir desarrollar nuestras competencias a la hora de realizar nuestras labores.					
17	Considera usted que los servicios que brinda la organización a sus colaboradores es el adecuado.					

La comunicación humana es la clave del éxito personal y profesional. Paul J. Meyer.

GRACIAS.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y PLANEACION ESTRATEGICA DE INDUSTRIAS SUAREZ S.A.C,COMAS 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: ESCOBAR QUISPE SILVIA PATRICIA							
Apellidos y nombres del experto: TEODORO CARRANZA ESTELA							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	CANALES	VERBAL	Recibe toda la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 1 = Nunca 2 = Casi Nunca	/		
		NO VERBAL	Consideras importante la utilización del lenguaje no verbal en tu entorno de trabajo		/		
	REDES	INTERNAS	Me parece que la forma de comunicación a través de e-mail es efectiva		/		
		EXTERNAS	Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo		/		
	COMUNICACIÓN FORMAL	ASCENDENTE	Su jefe facilita la información adecuada para la solución de los a sus dudas a la hora de realizar su trabajo		/		
		DESCENDENTE	Existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización (jefe-colaborador, colaborador-jefe)		/		
	COMUNICACIÓN INFORMAL	OPINIONES	Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y opiniones para compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de mi área de trabajo		/		
		EXPRESIONES	La comunicación entre mis compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales		/		

 07/06/2019

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

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y PLANEACION ESTRATEGICA DE INDUSTRIAS SUAREZ S.A.C,COMAS 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: ESCOBAR QUISPE SILVIA PATRICIA							
Apellidos y nombres del experto: DR VASQUEZ ESPINOZA JUAN MANUEL							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	CANALES	VERBAL	Recibe toda la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 1 = Nunca 2 = Casi Nunca	/		
		NO VERBAL	Consideras importante la utilización del lenguaje no verbal en tu entorno de trabajo		/		
	REDES	INTERNAS	Me parece que la forma de comunicación a través de e-mail es efectiva		/		
		EXTERNAS	Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo		/		
	COMUNICACIÓN FORMAL	ASCENDENTE	Su jefe facilita la información adecuada para la solución de los a sus dudas a la hora de realizar su trabajo		/		
		DESCENDENTE	Existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización (jefe- colaborador, colaborador-jefe)		/		
	COMUNICACIÓN INFORMAL	OPINIONES	Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y opiniones para compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de mi área de trabajo		/		
		EXPRESIONES	La comunicación entre mis compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales		/		


*J. Vasquez*

07/06/2019

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



### MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: "LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y PLANÉACION ESTRATEGICA DE INDUSTRIAS SUAREZ S.A.C,COMAS 2019"							
Apellidos y nombres del investigador: ESCOBAR QUISPE SILVIA PATRICIA							
Apellidos y nombres del experto: Dr. ALVA ARCE,ROSEL CÉSAR							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERACIONES / SUGERENCIAS
<b>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</b>	CANALES	VERBAL	Recibe toda la información necesaria para realizar eficientemente su trabajo	5 = Siempre 4 = Casi Siempre 3 = A veces 1 = Nunca 2 = Casi Nunca	/		
		NO VERBAL	Consideras importante la utilización del lenguaje no verbal en tu entorno de trabajo		/		
	REDES	INTERNAS	Me parece que la forma de comunicación a través de e-mail es efectiva.		/		
		EXTERNAS	Tengo conocimiento sobre el uso de herramientas tecnológicas que permiten la comunicación fluida dentro de mi área de trabajo		/		
	COMUNICACIÓN FORMAL	ASCENDENTE	Su jefe facilita la información adecuada para la solución de los a sus dudas a la hora de realizar su trabajo		/		
		DESCENDENTE	Existe un sistema de comunicación de doble vía dentro de la organización (jefe-colaborador, colaborador-jefe)		/		
	COMUNICACIÓN INFORMAL	OPINIONES	Existen oportunidades para dar a conocer mis ideas y opiniones para compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de mi área de trabajo		/		
		EXPRESIONES	La comunicación entre mis compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales		/		
 <span style="font-size: 1.2em; margin-left: 100px;">07/06/2019</span>							

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

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

Lima 04 de diciembre 21019

Señor(es)


Universidad Cesar Vallejo – Sede Lima Norte

De mi mayor consideración

Industrias Suarez S.A., con R.U.C 20144061587 autoriza a: Escobar Quispe Silvia Patricia, identificada con DNI: 4821969 estudiante de la facultad de Ciencias Empresariales, de la Escuela Profesional de Administración, para que inicie las investigaciones pertinentes para desarrollar la tesis titulada: La comunicación organizacional y Planeacion estrategica en industrias Suarez S.A., Comas 2019

Por medio de lo present e se deja constancia de lo antes señalado

Atentamente



46070191  
Elvis Vallejo Suarez

## Matriz de Consistencia

Planteamiento del problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p><b>Problema general:</b> ¿De qué manera se relaciona la comunicación organizacional y planeación?</p> <p><b>Problema Específico:</b> ¿De qué manera se relaciona la comunicación organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A., Comas 2019? ¿De qué manera se relaciona entre la comunicación organizacional y las estrategias dentro de industrias Suarez S.A., Comas 2019? ¿De qué manera se relaciona la comunicación organizacional y la competitividad dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar la relación entre la Comunicación Organizacional y Planeacion Estrategica dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.</p> <p><b>Objetivo Específico:</b> Determinar la relación entre la comunicación organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.</p> <p>Determinar la relación entre la comunicación organizacional y la estrategias dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.</p> <p>Determinar la relación entre La Comunicación Organizacional y l competitividad dentro de industria Suarez S.A.C, Comas 2019.</p>	<p><b>Hipotesis general:</b> Existe relación significativa entre la Comunicación Organizacional y Planeacion Estrategica dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019</p> <p><b>Objetivo Específico:</b> Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y la organización dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.</p> <p>Existe relación significativa entre la comunicación organizacional y las estrategias dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.</p> <p>Existe relación significativa entre La Comunicación Organizacional y la competitividad dentro de industrias Suarez S.A.C, Comas 2019.</p>	<p><b>V1:</b>Comunicacion Organizacional</p> <p><b>V2:</b>Planeacion Estrategica</p>	<p>1.- Comunicación</p> <p>Formal</p> <p>2.- Comunicación</p> <p>Informal</p> <p>3.- Canales</p> <p>4.- Redes</p> <p>1. - Organización.</p> <p>2.- Estrategias</p> <p>3.- Competitividad</p>	<p>1.1.- Ascendente</p> <p>1.2.- Descendente</p> <p>2.1.- Opiniones</p> <p>2.2.- Expresiones</p> <p>3.1.-Verbal</p> <p>3.2.- No verbal</p> <p>4.1.- Internos</p> <p>4.2.- Externos</p> <p>1.1.- Objetivo</p> <p>1.2.-Metas</p> <p>1.3.- Desempeño</p> <p>2.1.- Proceso</p> <p>2.2.- Motivación</p> <p>2.3.-Eficiencia</p> <p>3.1.-Productos</p> <p>3.2.-servicios</p> <p>3.3.- Competencias</p>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo - Correlacional</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> No Experimental de Corte Transversal</p> <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Población:</b> 55 colaboradores que laboran en industrias Suarez S.A.C. Se ha utilizado la <b>muestra censal.</b></p>

Yo, **Dr. Teodoro Carranza Estela** , docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo **Filial – Lima, Campus Los Olivos**, revisor de la tesis titulada:

**“LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL Y PLANEACION ESTRATEGICA EN INDISTRIAS SUAREZ S.A.C,COMAS 2019 ”** de la estudiante **ESCOBAR QUISPE SILVIA**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **25%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender **EL INFORME DE INVESTIGACIÓN** cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 22 de diciembre de 2019


DR. TEODORO CARRANZA ESTELA  
LIC. EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD 08171

Dr. Teodoro Carranza Estela

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------