



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Comunicación Organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado
de Lima, 2022.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Velarde Cortez, Jhonatan Saul (orcid.org/0000-0001-9348-0303)

ASESOR:

Mgtr. Fernandez bedoya, Victor Hugo (orcid.org/0000-0002-2464-6477)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación lo dedico a Dios por su inmensa bondad y amor al prójimo.

A mi padre Leonidas Jorge Velarde Ypanaque, a mi madre María Elvira Cortez Abanto, a mis familiares por la confianza que depositaron en mí. También, a las personas que me tienen un aprecio y dedicaron tiempo para culminar mis estudios.

Agradecimiento

A Dios, por ser fuente de amor y esperanza cuando sentía que no podía alcanzar mis objetivos.

Agradecer a todas las personas que depositaron su confianza en mí. Así mismo, agradecer al Profesor Fernandez Bedoya Victor Hugo por su noble paciencia y siempre estar presente en los momentos que necesitaba de él.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	20
3.1. Tipo y diseño de investigación	20
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.....	20
3.3. Escenario de estudio	21
3.4. Participantes.....	21
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
3.6. Procedimientos	22
3.7. Rigor científico	23
3.8. Método de análisis de datos	23
3.9. Aspectos éticos	23
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	24
V. CONCLUSIONES.....	32
VI. RECOMENDACIONES	33
REFERENCIAS	34
ANEXOS.....	46

Índice de tablas

Tabla 1 Matriz de categorización	20
Tabla 2 Análisis de resultados Ítem por Ítem	28

Índice de figuras

Figura 1 Estructura Organizacional	12
Figura 2 Proceso administrativo	13
Figura 3 Proceso de la comunicación	14
Figura 4 Características del mensaje	14
Figura 5 Canal del mensaje	15
Figura 6 Herramientas de comunicación	15
Figura 7 Estructura del Instrumento	22

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022. En la cual logró conocer que existen tipos de comunicación; ascendente, descendente y horizontal. De esta manera, permita que podamos identificar problemas, hacer mejoras y tomar buenas decisiones. La metodología empleada fue de tipo básica, no aplicada, con diseño no experimental y con un enfoque cualitativo. En la cual se pudo aplicar como instrumento un cuestionario de preguntas para la entrevista a profundidad. Los resultados evidenciaron mediante la entrevista que la empresa si cuenta con una comunicación estable, que la comunicación entre colaboradores es deficiente pero manejable, así mismo, el jefe es el encargado de la supervisión de las ventas, del almacenaje, entrada y salida del producto. Si cuenta con una comunicación ascendente, el jefe está informado de todos los movimientos. También cumple con una comunicación descendente, ya que los trabajadores están informados antes de tomar una decisión. Por lo tanto, se concluyó que la comunicación organizacional es apropiada y aporta en el crecimiento empresarial de Inversiones Antoley.

Palabras clave: Comunicación Ascendente, Comunicación Descendente, Comunicación Horizontal

ABSTRACT

The present investigation had as general objective to know the characteristic of organizational communication in Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022. In which it was possible to identify that there are types of communication; ascending, descending and horizontal. In this way, allow us to identify problems, make improvements and make good decisions. The methodology used was basic, not applied, with a non-experimental design and a qualitative approach. In which a questionnaire of questions for the in-depth interview could be applied as an instrument. The results showed through the interview that the company does have stable communication, that ,storage, entry and exit of the product. If you have upward communication, the boss is informed of all movements. It also complies with descending communication between collaborators is deficient but manageable, likewise, the boss is in charge of supervising sales, storage, entry and exit of the product. If you have upward communication, the boss is informed of all movements. It also complies with descending communication, since the workers are informed before making a decision. Therefore, it was concluded that organizational communication is appropriate and contributes to the business growth of Inversiones Antoley.

Keywords: upward communication, downward communication, Horizontal communication

I. INTRODUCCIÓN

La **realidad problemática**, al transcurso del tiempo la comunicación organizacional ha permitido mantener en equilibrio la dirección de los objetivos y metas en las empresas. Sin embargo, existen factores que se debe de tener en cuenta para poder evitar errores.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en el año 2020 declaró como epidemia de covid-19 obligando a las empresas a desarrollar nuevas medidas estratégicas y aplicar herramientas para salvaguardar la vida del trabajador y del consumidor. Inversiones Antoley E.I.R.L se dedica a la compra y venta de materiales eléctricos en general, cables de alta y baja tensión en diferentes marcas, terminales, uniones de cobre, cinta vulcanizante y ferretería en general.

En estos momentos está atravesando por inconvenientes con el tema de la comunicación, se pudo encontrar algunas dificultades como el mal manejo de información, falta de compromiso, falta de colaboración, así mismo, falta de empatía entre colaboradores, egocentrismo, falta de trabajo en equipo y desconfianza. A su vez, la escasa comunicación por parte de la alta gestión entre sus colaboradores; esto conlleva a realizar que las ventas y demás funciones sean ineficientes.

Por otro lado, tener en cuenta que la consecuencia nos dará un impacto negativo para la empresa, en los índices de producción, en los índices de desempeño laboral y en los ingresos de la organización. En la actualidad el mercado en todo rubro está altamente competitivo y globalizado, en la cual involucra inmensamente a que la empresa cuente con personal altamente comprometido, trabajar de manera conjunta, mejorar las actitudes individuales, mantener un equipo de trabajo comunicativo de acuerdo a la función establecida.

Por lo tanto, se logrará cumplir con las expectativas reflejándose en los márgenes de crecimiento empresarial, ya que favorecería a obtener un beneficio global.

La comunicación organizacional envuelve necesariamente a las empresas a determinar los problemas y buscar alternativas que generen solución, en la cual permita lograr los objetivos y metas. Existen muchas entidades u organizaciones que cuentan con esta carencia para sobrepasar los obstáculos.

La presente investigación nos da a conocer la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022, acorde a las normas legales vigentes en épocas de pandemia por el covid-19 y las consecuencias que nos da una mala comunicación.

El **problema general** es ¿Cuál es la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022?

En cuanto a los **problemas específicos**, estos son: (1) ¿Cuál es la característica de la comunicación ascendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022?; (2) ¿Cuál es la característica de la comunicación descendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022?; (3) ¿Cuál es la característica de la comunicación horizontal en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022?

Como **justificación** de investigación radica que una adecuada comunicación organizacional en las empresas aporta en la motivación laboral, es por ello que es necesario conocer las características que determinan un clima laboral agradable, ya que esto influye al entorno de la organización. Por lo tanto, al no contar con una comunicación organizacional se logra a formar un ambiente no favorable, sin equidad e imparcial entre el personal y sus funciones.

según Daft y Morcic (2010) Nos dice que la comunicación organizacional es la función donde se comprende e intercambia la información entre las personas o colaboradores, con la finalidad de motivar el comportamiento. (p.484)

Por otro lado, en Inversiones Antoley E.I.R.L el personal administrativo está presentando comportamiento inadecuado para contribuir con el desarrollo de la empresa, principalmente se pudo observar que no existe una comunicación eficiente que ayude a solucionar los problemas interpersonales de sus colaboradores, esto conlleva a un mal cumplimiento de las funciones, mal comportamiento entre compañeros de trabajo, etc.

En tal sentido, la administración y las funciones en el área laboral deben de ser aplicadas e involucrar como base las leyes laborales, el cumplimiento de la seguridad del personal, los beneficios y sueldo en base a lo acordado. Según Fernández, B (2020), menciona que existen tipos de justificación en la investigación con un enfoque cualitativo aplicadas en Latinoamérica. Esta

investigación aporta como **justificación metodológica** un instrumento para recolectar datos, analizar la información y conocer en detalle la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022. El cual ayudará de referencia para futuras investigaciones similares. La **Justificación teórica** radica en la fundamentación teórica sustentada por artículos científicos nacionales e internacionales, indexados en idioma inglés y español aportando fuentes confiables sirviendo la misma como antecedentes para futuras investigaciones. Por otro lado, la **justificación práctica** radica en la importancia del análisis e interpretación del estudio comunicación organizacional acompañado de las subcategorías, el cual proporcionará a la empresa resultados de la presente investigación.

En cuanto a la **justificación científica**, una adecuada comunicación organizacional ayudará a impulsarlos en sus labores diarias, mantener una buena relación interpersonal, comprometer al personal con una sana identificación por un bien común, permitiendo cumplir los objetivos establecidos. Además, es importante mantener un dialogo directo con todo el entorno de empresa, garantizando la igualdad. En cuanto a la **justificación institucional**, conocer la comunicación organizacional es fundamental para identificar, las debilidades del personal en general, con el fin de convertirlas en fortalezas, incentivando que se debe de trabajar con un clima laboral estable que refleje la satisfacción de los trabajadores y sobre todo en el desarrollo de la empresa.

En cuanto a la **justificación social**, este estudio se justifica en el sentido de que la investigación de la comunicación organizacional propondrá una estabilidad emocional, influyendo directamente en las actividades diarias, motivar al personal, mejorando las relaciones interpersonales dentro y fuera del centro de trabajo. Es por ello, que el objetivo de la investigación es conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley, para evidenciar que la comunicación es un factor esencial en la vida diaria privada y personal.

El **objetivo general** es: conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022.

En cuanto a los **objetivos específicos**, estos son: (1) conocer la

característica de la comunicación ascendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022; (2) Conocer la característica de la comunicación descendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022; (3) Conocer la característica de la comunicación horizontal en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022.

De esta manera, nos permita lograr obtener resultados favorables en las empresas. Así mismo, impulsar en mejorar la comunicación laboral interna o externa, para un buen desempeño de las funciones, generar confianza, estabilidad emocional, evitar las insatisfacciones laborales o como puede ser la desmotivación.

En las empresas se puede observar todo tipo de factor que pueda generar mala comunicación organizacional, en la cual se puede analizar y explicar el comportamiento de las personas que la integran. Existen muchos conceptos y herramientas para dar solución a esta incertidumbre que causa la mala comunicación laboral, en esta investigación se presentará solo una.

Rodríguez (1999) indica que una empresa exitosa es aquella que logra los objetivos planificados a corto, mediano o a un largo plazo, quien se pueda autoevaluar y sobre todo si llega a resistir un entorno turbulento. Así mismo, si la empresa cuenta con un objetivo fundamental la que es la supervivencia y logra resolver los problemas que el entorno genere, esto implica a que se debe de mejorar y tener en cuenta ventajas competitivas sobre los competidores del entorno.

II. MARCO TEÓRICO

De acuerdo a los **antecedentes nacionales**

Según Nuñez Mayanga, Juan. (2018) en su tesis Relación Entre El Engagement Y La Comunicación Organizacional En Una Empresa Del Estado para obtener el grado académico de maestro en gestión del talento humano, nos menciona que la comunicación organizacional es una herramienta que funciona para relacionar y aplicar en toda área o sistema que se desee, ya que nos permite identificar y obtener resultados favorables para la empresa.

Así mismo, Guillen Cabrera, D. (2015). en su tesis Comunicación organizacional interna y desempeño laboral en la empresa SIC Lideres en Servicios para obtener el grado académico de magister en Gestión del Talento Humano nos menciona que la comunicación organizacional es primordial para poder descentralizar las funciones a realizar, sin embargo, nos permita realizar trabajos en equipo según la política establecida y mantener un flujo de información constante.

También para Miranda Guevara, B. (2018). En su tesis Trabajo en equipo y comunicación organizacional interna en el compromiso organizacional de los docentes de la Universidad Enrique Guzmán y Valle, Lima para obtener el grado académico de Doctor en Administración, menciona que la comunicación organizacional es fundamental para poder solucionar los errores encontrados como la falta de coordinación, falta de compromiso, falta de trabajo en equipo, sin embargo, permite que los colaboradores estén más enfocados en los objetivos por alcanzar.

Así mismo, Ludeña Matos, A. (2018). En su tesis Comunicación organizacional y satisfacción laboral en la Institución Educativa “Naciones Unidas” Villa El Salvador para obtener el grado académico Maestra en Administración de la Educación nos menciona que la comunicación organizacional es primordial para la satisfacción laboral, ya que permite identificar las carencias de los colaboradores, clientes y proveedores. De tal manera, se puede lograr resultados favorables para la empresa.

Por otro lado, Quevedo Pérez, P. (2017). En su tesis Meléndez Tuesta, G. (2019). En su tesis Comunicación organizacional y la gestión escolar desde la

perspectiva de los docentes de una institución educativa pública de Lima para obtener el grado académico Maestro en Administración de la Educación nos menciona que la relación de la comunicación organizacional en el sistema educativo es de suma relevancia, permite prevenir que toda acción de cada colaborador sea con responsabilidad y compromiso, en la cual permita involucrar a todo el personal e incluso a los que adquieren el servicio.

De acuerdo a los **antecedentes internacionales**

En México Según Montoya Robles, Maria. (2018) Señalo que la comunicación organizacional es integral, la comunicación debe de ser visto como complementos de forma global, teniendo en cuenta los diferentes propósitos según donde la utilicen, puede ser de forma interna o externa. Así mismo, esta comunicación permite establecer una estructura más funcional, una organización jerárquica, una cultura entre sus miembros y sus comportamientos.

En Chile Según Papic Domínguez, Katia. (2019) Señala que la comunicación organizacional permite realizar correctamente la función de gestión escolar, así mismo, que en todo establecimiento educativo logrará mejorar la calidad educativa, el nivel de captación de aprendizaje y la gestión administrativa.

En Ecuador según Paladines Galarza, F; Velásquez Benavides, A y Armijos Camacho, K. (2019) señaló que la comunicación organizacional se encuentra conformada en torno a la carencia de crear acciones estratégicas según las tendencias. Así mismo, que el buen manejo de comunicación organizacional en las empresas, nos permite principalmente entrar a nuevas posibilidades de expandir la captación de mercado y ser exitoso.

Según Arévalo Martínez, R y Ortiz Rodríguez, H. (2019) la comunicación organizacional permite crear estructuras que a su vez a la sociedad civil por las problemáticas sociales cause preocupación y según la nueva modernidad, logra que aparezcan nuevos retos en la construcción de las acciones de ética. Así mismo, las organizaciones son capaces de hacer relaciones con todos los públicos de la comunidad.

Para Ávila González, R., & Alfredo Andrade García, J. (2020) la comunicación organizacional en el dominio de la labor administrativa está siendo importante, los practicantes están pagando las cuentas correspondientes a su indeterminación teórica. Las limitaciones que se les está dando para el desarrollo estricto y sobre todo para su reproducción profesional y epistemológica.

Álvarez Marín, N. (2018). Sostiene que la comunicación organizacional debe de estar basada en la retroalimentación y productiva. También que la microempresa tenga la capacidad de producir y autoevaluarse comunicacionalmente; mediante las dos teorías de la comunicación creadas por Abraham Nosnik y Niklas Luhmann.

Así mismo, Peña Velázquez, M., Montero Quesada, J. G., & Parra Rodríguez, J. F. (2020) sostienen que la comunicación organizacional permite solucionar los problemas detectados en las entidades educacionales de enseñanza primaria, adaptando el perfeccionamiento educacional, así mismo, esto conlleva a la limitación de llevar una buena gestión con resultados efectivos. De tal manera, que mantuvieron una capacitación especializada en profundizar, aplicar los temas de comunicación organizacional y competencias de comunicación para la mejora de enseñanza en la captación de aprendizaje.

Para Carral, U., & Tuñón-Navarro, J. (2020) sostienen que la comunicación organizacional les garantiza el crear un plan comunicativo y un vínculo más especializado con la audiencia para incrementar y poder fidelizar la máxima cantidad de usuarios que podrían conformar parte de los potenciales votantes.

Según Valero-Pastor, J.-M., Carvajal-Prieto, M., & García-Avilés, J.-A. (2019) sostienen que la comunicación organizacional en los medios de comunicación trata de mantener una supervivencia debido a un entorno muy cambiante. Para minimizar los misterios y adaptarse a los cambios del entorno, la mayoría optan por agregar redacciones de trabajo más flexibles, así como metodologías para mejorar la gestión de trabajo, de tal manera, nos permita contar con una comunicación organizacional más estricta y fluida.

Para Míguez-González, M.-I., & Costa-Sánchez, C. (2019) mencionan que la comunicación organizacional como estudio en artículos han sido muy destacados en el año 2014 y 2018, es un tema importante para las empresas,

para personas naturales que deseen buscar soporte para solucionar problemas laborales, así mismo, que la comunicación online permite acceder a esta información, poder captar y aplicarlas.

Según Aponte Castillo, B. F., & Montero Quesada, J. G. (2019) sostiene que la comunicación organizacional en Cuba en la formación deportiva es indispensable contar con una base conceptual en buscar una metodología que pueda solucionar las dificultades detectadas según el estudio histórico y el análisis que se encuentre.

Arzuaga-Williams, M. (2019) menciona que la comunicación organizacional es un tema tradicional dominante para las instituciones, permite lograr impulsar el mercado y centros institucionales, de acuerdo a los buenos resultados. Permitiendo así que se consolide la profesión en Brasil.

García Romero, E., Ruiz San Román, D. Jos. A., & Serrano Oceja, D. Jos. F. (2018) sostiene que la comunicación organizacional es una herramienta que permite influenciar altamente en la captación de información hacia los medios de comunicación y que alcance lograr los objetivos.

Para Urbiola Solís, A. E., & Levin Kosberg, S. (2018) sostiene que la comunicación organizacional permite la comprensión de los posibles errores que existan en la empresa, así mismo, no solo es una herramienta corporativa sino una herramienta que expresa la subjetividad organizacional. Cada individuo se incorpora al éxito e influye en la mejora.

Según Galarza Fernández, E., Sosa Valcarcel, A., & Paniagua Rojano, F. J. (2019) la comunicación organizacional nos muestra que las competencias laborales es un factor importante para poder desarrollar habilidades relacionales, estrategias, ser proactivos, sobre todo que permite que con un trabajo en equipo se pueda cumplir con la demanda del mercado laboral.

Para Laus Reis Gomes, V. M., Andreoni, R., & Da Costa Diehl, C. (2018) sostiene que la comunicación organizacional en las empresas que cuentan por dificultad en ordenarse, busca la manera de percibir cual quier noticia de negocio o conceptos y prácticas que pasan a formar como parte de sus procesos para una mejora organizacional. De tal manera, las organizaciones deben de

adaptarse a los cambios o al sistema auto referenciado, la cual quiere decir que la información que se obtenga, se ponga en práctica.

Así mismo, Baquero Galvis, D y Cárdenas García, S. (2020) sostiene que la comunicación organizacional logra comprender las relaciones que se generan dentro del trabajo en equipo tanto de los actores, así mismo, permite que mediante el lenguaje se pueda construir un mundo organizacional subjetiva, estructural y sobre todo cultural. Por lo tanto, el trabajo colectivo, con un lenguaje y acción conjunta resulta satisfactorio para la empresa, colegio o universidad, etc.

Sixto-García, J., López-García, X., De La Fuente, M.D.C.G. (2021) sostiene que la comunicación organizacional es muy importante para que se identifique la necesidad de adaptarse a los espacios habituales de participación ciudadana.

Para Pujalte, L.Q. (2020) sostiene que la comunicación organizacional es necesaria a pesar de los rasgos de identidad del sector, las prácticas comunicativas analizadas indican que los contenidos de captación de fondos y noticias encuentran un lugar de expresión mayor que los organizativos, pedagógicos o políticos.

A su vez, Wander Santos da Silva, D., & Baldissera, R. (2021) menciona que la comunicación organizacional permite que potencialmente el público se convierta en fieles consumidores. Así mismo, se enfatiza que la visibilidad digital abarca mucho espacio de atracción, de tal manera, las empresas deben de crear estrategias contra la invisibilidad ya que esto los lleva ante un riesgo o aparentemente no cumplan con las expectativas de ser reconocidas.

También para Jae Won Choi, Seok Kee Lee, & Sung yong Chun. (2021) indica que la comunicación organizacional conlleva a crear planes que permitan relacionar factores importantes como la satisfacción laboral y el compromiso organizacional con los trabajadores.

Para Gibson, B., Hoffman, B., Fleur, C. -. L., & Buchler, N. (2021) sostiene que la comunicación organizacional es muy importante para comparación directa de ambas características debido a los desafíos metodológicos que presenta, además, se puede determinar una comunicación fluida, que no genere errores ni pérdida de tiempo.

Liu, W., Xu, W., & John, B. (2021) menciona que la comunicación organizacional es un método muy estratégico para poder tomar buenas decisiones, con una coordinación correcta y eficaz. Así mismo, para mantener un mínimo margen de error en la comunicación.

Relacionada a nuestra variable, Müller-Frommeyer, L. C., & Kauffeld, S. (2021) sostiene que la comunicación organizacional se demuestra empíricamente que contribuyen a los resultados exitosos de las interacciones organizacionales. Así mismo, tiene un impacto decisivo en el curso de mantener una interacción o comunicación que tiene como finalidad el bienestar de la organización.

Conceptualizando la variable Sarah, A., & Olujobi, O. (2021) menciona que, para mantener una posición competitiva en el mercado económico, la gerencia debe prestar atención a esta conexión entre los rasgos de liderazgo y la sostenibilidad organizacional. Por ello, se debe mantener una comunicación organizacional que genere confianza y estabilidad laboral.

Para Yoo, J., Chung, S. E., & Oh, J. (2021) la comunicación organizacional en primera instancia accede a herramientas para poder analizar y conocer las deficiencias laborales que estén ocurriendo interno y externamente. Es importante saber las carencias de cada usuario, sea trabajador o consumidor y mediante una decisión brindar la solución.

Ershadi, M., Jefferies, M., Davis, P., & Mojtahedi, M. (2021) se sostiene que la comunicación organizacional aborda a conocer las brechas conceptuales que generen malestar, sin embargo, las respectivas comunicaciones potenciales que ayudan a mantener una organización ordenada, estable, direccionadas en 4 formas: horizontal, vertical hacia arriba, vertical hacia abajo y externa. Todo esto para que permita desarrollar el proyecto deseado.

Para Zorlu, K., & Korkmaz, F. (2021) sostiene que la comunicación organizacional se ha convertido en un fenómeno vital para que las organizaciones logren los objetivos organizacionales con éxito. El liderazgo se

considera la variable organizacional más importante para la gestión efectiva del proceso de comunicación organizacional.

Stevenson, S. (2021) menciona que la comunicación organizacional en los tiempos de covid-19 son de suma importancia para el cuidado de los trabajadores y del consumidor. Así mismo, es preocupante cuando la gerencia no toma en cuenta las precauciones que se deben de tomar para salvaguardar la existencia de la empresa.

Sumiati, S., & Nikmah, K. (2021) sostiene que la comunicación organizacional tiene una influencia positiva y significativa en el desempeño de los recursos humanos. Así mismo, el intercambio de conocimientos no puede ser una variable interviniente entre la comunicación organizacional y el desempeño de la enfermera.

Para Ali, A. A. (2020) la comunicación organizacional ayuda a mejorar el desempeño de las organizaciones en general, así como también a poder relacionar variables e intercambiar expectativas de mejora.

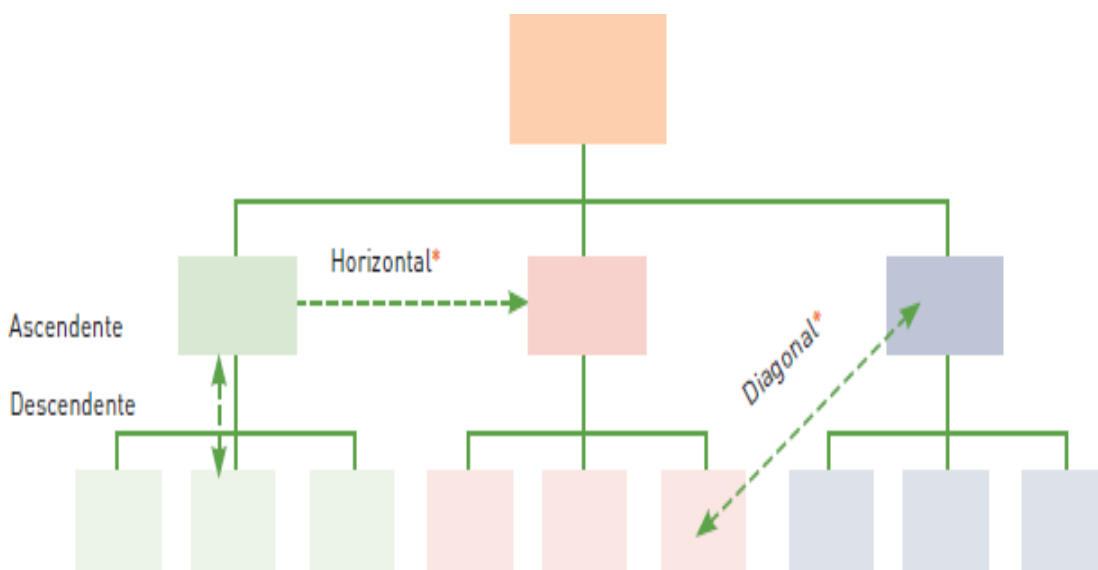
Según Anggraeni, A. I. (2020) nos menciona que la comunicación organizacional tiene una actitud proactiva hacia el cambio con personas altamente comprometidas con las metas que la organización quiere alcanzar. También para mantener una participación laboral, un aprendizaje organizacional con actitudes significativa y positiva.

Kruchina, O., Skorobogatova, V., & Smirnova, T. (2020) indica que la comunicación organizacional que es un factor importante de tener en cuenta las cualidades socio-psicológicas de los futuros, una posesión de habilidades de comunicación interpersonal es una de las competencias necesarias en la actualidad.

Las **bases teóricas** de este estudio radican en las categorías y subcategorías del libro “Administración. Una perspectiva global y empresarial”, nos menciona que el liderazgo demanda información sobre lo que en realidad sucede en la organización. Los gerentes que nunca abandonan su oficina y dependen de los canales de comunicación formales pueden captar una información deficiente, ya que los subordinados envían imágenes favorables de su trabajo. Así mismo, para erradicar, superar el aislamiento deberían de complementar los canales de información formales con las informales, como las de recorrido de planta, etc.

Existe un flujo de comunicación en las organizaciones que de manera efectiva se fluye en varias direcciones: hacia arriba, hacia abajo, y de manera cruzada. Habitualmente la comunicación descendente se destaca, pero existe evidencia de que sucederán problemas si sólo fluye hacia abajo.

Figura 1



En la figura 1 podemos observar que existen tipos de comunicación en una estructura organizacional, esto quiere decir, que se puede identificar que es de suma importancia mantener una comunicación en todas las áreas de la empresa.

Propósito de la comunicación en las empresas

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos muestra que en las empresas la comunicación es de suma importancia para disponer de información para gestionar correctamente los procesos, esto quiere decir que influye en la acción de cumplir con las metas y objetivos. De esta manera la comunicación sirve para establecer y difundir los objetivos en una empresa, así mismo, desarrollar estrategias para su logro, también para organizar los recursos, de la manera más efectiva, eficiente y eficaz.

Figura 2

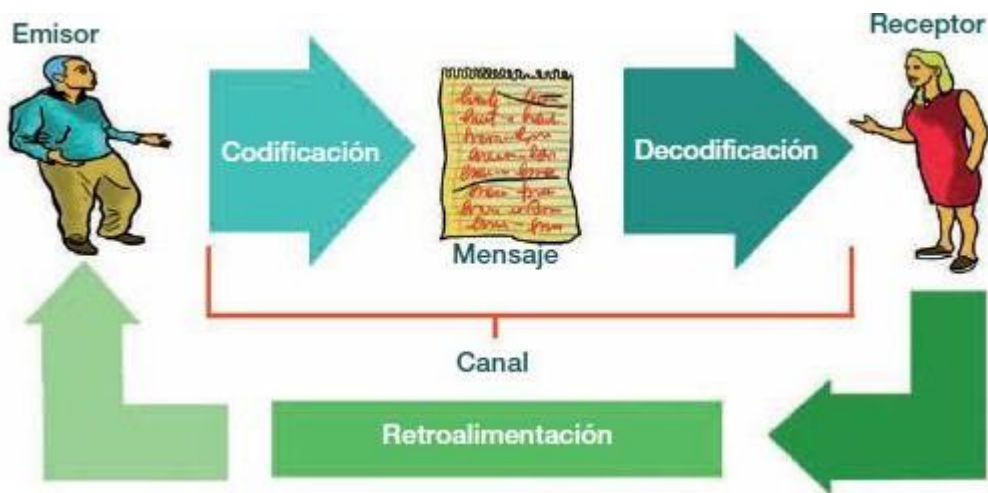


En la figura 2 podemos observar que la comunicación no solo influye en el ambiente interno de la empresa, nos muestra que la comunicación te permite llegar a conocer el ambiente externo para maximizar la obtención de información para tener al tanto a los gerentes al tomar sus decisiones.

Proceso de la comunicación

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos menciona que el proceso de la comunicación influye el emisor, la transmisión de un mensaje a través de un canal escogido y al receptor.

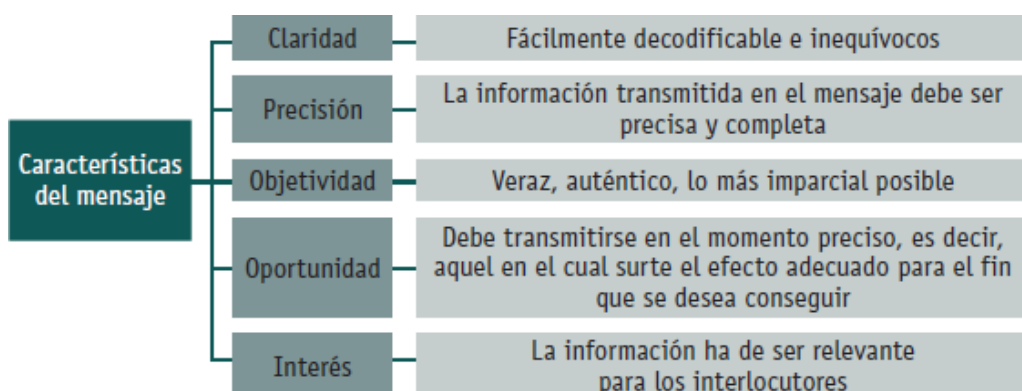
Figura 3



En la figura 3 podemos observar el intercambio de información, desde el emisor hasta el receptor, de la misma forma retroalimentar el mensaje.

Características del mensaje

Figura 4

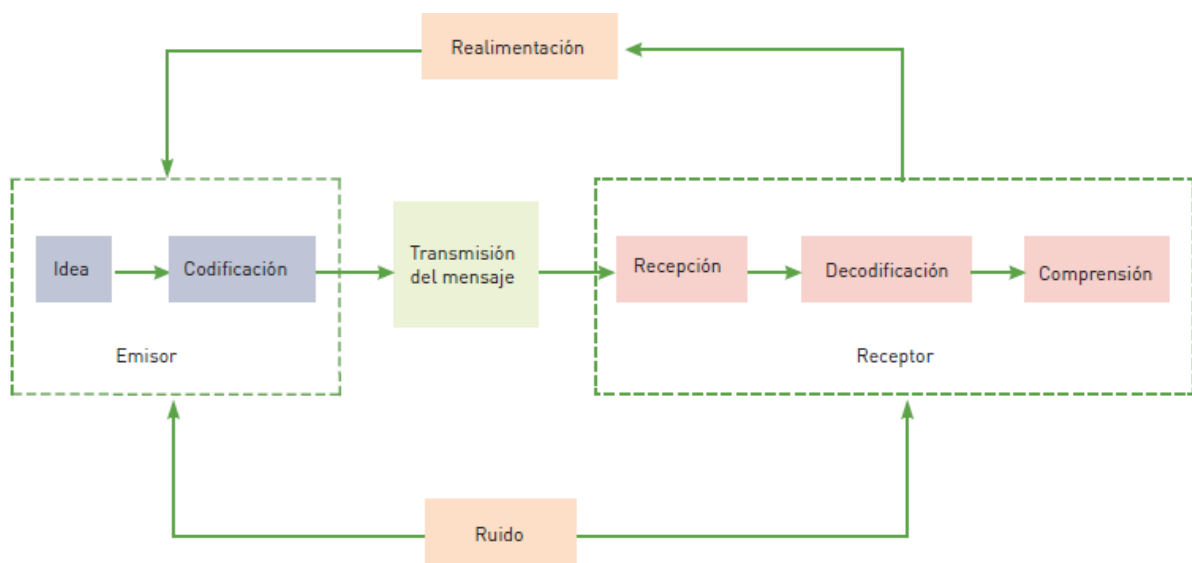


En la figura 4 podemos observar las características que debe de tener un mensaje para garantizar una transmisión coherente.

Emisor del mensaje

Según Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) la comunicación inicia con el emisor, ya que es quien tiene la idea o pensamiento, para luego sea percibida por el receptor y pueda comprender las decisiones a realizar.

Figura 5



Uso de un canal para transmitir el mensaje

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos dice que la información se transmite mediante un mensaje que brinda el emisor hacia el receptor. El mensaje puede ser emitido de manera oral o escrita, así mismo, se puede transmitir a través de una computadora, un teléfono, un telegrama, correo electrónico, otros medios digitales o la televisión.

Figura 6



En la figura 6 podemos observar los distintos medios de comunicación que podemos utilizar de forma digital, escrita y oral.

Ruido que entorpece la comunicación

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) menciona que existen factores que entorpecen la comunicación, puede ser el emisor, la transmisión del mensaje o el receptor. Así mismo, se puede identificar que las fallas en los medios de comunicación son factores que entorpecen la llegada del mensaje, también las relaciones culturales influyen sobre todo en personas que no están preparadas para compartir ideas por motivos de egocentrismos e pensamientos nefastos.

Realimentación en la comunicación

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos dice que verificar la transmisión del mensaje es de vital importancia, no podemos estar seguros que el mensaje haya sido codificado, decodificado y entendido a la perfección, cuando se ha confirmado la recepción correcta del mensaje mediante la realimentación. Por otro lado, las consecuencias que nos da transmitir un mensaje pueden generar grandes pérdidas a la organización.

Receptor del mensaje

Para Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) El receptor debe estar atento a la recepción del mensaje, decodificar la información de manera correcta, ya que existe la posibilidad de tomar malas decisiones si no se recibe las ideas o pensamiento como establece el desarrollo de la acción.

Comunicación escrita

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos menciona que la comunicación escrita tiene la ventaja y beneficios importantes para el emisor o para el receptor. Ya que proporciona referencias, antecedentes, registros y escritos legales. Así mismo existen desventajas en las que se almacenan montañas de papel limitando espacio y aportando en el calentamiento global.

Comunicación oral

Según Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) La comunicación oral se da de manera correcta cuando dos personas se reúnen o cuando el gerente de una empresa expresa sus pensamientos ante una gran audiencia organizacional. Su principal ventaja es intercambiar e informar inmediatamente con retroalimentación sobre las ideas y decisiones que se van a tomar.

Comunicación no Verbal

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos da a conocer que los gestos corporales o expresiones faciales en la comunicación no verbal es de suma importancia, ya que se puede manifestar los estados emocionales, ya sea para mantener un trabajo en equipo activo, etc.

Comunicación Organizacional

Según Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) menciona que la comunicación organizacional es un elemento que permite darle solución a los problemas, mediante una comunicación ascendente, descendente y horizontal. Así mismo, se determinaría una organización eficiente y productiva.

Comunicación Ascendente

Según Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos menciona que es una comunicación desde el nivel bajo de la organización hasta la gerencia, en

la cual se pueda determinar el desempeño del subordinado. De tal manera, se pueda buscar una solución a los problemas.

Gerencia

Según Ortiz Amaya, Hernando. (2020). En su artículo caracterización de la gerencia de la innovación en las empresas nos indica que la gerencia es una fortaleza en una organización, es decir, que el funcionamiento operativo no se desarrollaría eficientemente si se tiene una deficiencia por parte del área líder.

Desempeño

Bastidas Regalado, V., Millan López, N. T., González-Díaz, R. R., & Serrano Polo, E. A. (2020). En su artículo Innovación y Desempeño Económico en México nos menciona que el desempeño es un factor muy importante para determinar que los procesos establecidos para lograr los objetivos, se estén desarrollando de la mejor manera.

Subordinado

Según Bertoglio Oscar Johansen, Oscar. (2004) en su libro Anatomía de la empresa, nos menciona que el subordinado es una pieza, ya que es quien se encarga del funcionamiento administrativo y operativo. En la cual permite que el crecimiento organizacional, la ventaja competitiva sean favorables para la empresa.

Comunicación Descendente

Según Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos menciona que se relaciona en la comunicación de sentido jerárquico desde el mayor nivel hasta el menor, así mismo, se observan cuando existe un clima autoritario, donde la única salida para darle solución es la retroalimentación.

Jerarquía

Según Bertoglio Oscar Johansen, Oscar. (2004) en su libro Anatomía de la

empresa, nos indica que la jerarquía es fundamental en la comunicación organizacional, en la cual permite identificar y clasificar el nivel de funcionamiento según las áreas correspondientes. Así mismo, la jerarquía ayuda a mantener un respeto entre los colaboradores dentro de la organización.

Autoritaria

Según Russo, J., & Morlino, L. (2020). En su artículo la nueva ola autoritaria nos menciona que el autoritarismo es una forma en la cual la persona u organización trata de ser escuchado, sin embargo, en una empresa para lograr los objetivos es primordial mantener un clima fuera de un mecanismo autoritario, ya que no permite trabajar en equipo.

Retroalimentación

Según Bertoglio Oscar Johansen, Oscar. (2004) en su libro Anatomía de la empresa nos señala que la retroalimentación es sumamente importante para poder visualizar las desviaciones del curso hacia el objetivo, así mismo, la organización necesariamente pueda controlar la intensidad de obstáculos positivos o negativos.

Comunicación Horizontal

Según Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos menciona que es una comunicación horizontal el intercambio de información entre colaboradores del mismo nivel empresarial o uno similar. Así mismo, permite acelerar la información, mejorar la comprensión y coordinación de los objetivos.

Optimización

Según Lozano Rojo, J. (2002) en su libro Cómo y dónde optimizar sus costes logísticos nos menciona que la optimización es un método que garantiza lograr los máximos objetivos utilizando los mínimos recursos. También, es importante destacar a los colaboradores que desarrollan esta manera de trabajar en la empresa.

Comprensión

Según Pérez Grajales, H. (2006) en su libro comprensión y producción de textos nos menciona que la comprensión va de la mano con la comunicación, ya que existen formas de transmitir la información correcta, mediante la voz, mensajes de texto, etc. Así mismo, con la finalidad de conocer las debilidades que se pueda encontrar.

Objetivos

Vasconcelos Raposo, A. (2005) en su libro Planificación y Organización del entrenamiento deportivo nos menciona que el objetivo es un componente inspirador a motivación, ya que el participante o los involucrados se mantienen al tanto de cada movimiento. También, permite que los integrantes puedan involucrarse y comprometerse en bienestar de la empresa u organización.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El **tipo de investigación básica** conocida como pura o fundamental, busca el progreso científico, acrecentar los conocimientos teóricos, sin interesarse directamente en sus posibles acciones o consecuencias prácticas; persigue las generalizaciones con vistas al desarrollo de una teoría basada en principios y leyes (Zorrilla, 1993)

El **enfoque de investigación fue cualitativo**, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan su propia denominación, es decir, cumple con el propósito de la descripción de las características de un fenómeno o evento, por tanto, se enfoca en definir una parte de la realidad. La investigación no busca medir sino de revelar todas las características posibles.

Por otro lado, el **diseño no experimental**, según Vara (2014) es aquel, investigación que no aplica las categorías de estudio, todos los hechos ya ocurrieron antes de la investigación. De acuerdo a lo mencionado, el diseño de la investigación fue no experimental, donde se identificó la realidad y analizó el contexto de estudio. Así mismo, de un **corte transversal** por que los datos fueron recolectados en un momento dado (Alfaro, 2012).

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Categoría 1: Comunicación Organizacional

Subcategorías:

1. Comunicación Ascendente
2. Comunicación Descendente
3. Comunicación Horizontal

Matriz de categorización

Se elaboró un cuadro de matriz de categorización para su mejor observación, en la cual indica las subcategorías y la categoría, el cual se presenta a continuación:

Tabla 1 Matriz de categorización

Matriz de categorización

Formulación del Problema	Objetivos	Categoría	Subcategorías
Problema General	Objetivo General		
¿Cuál es la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, ¿2022?	Conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022		Comunicación Ascendente
Problemas Específicos	Objetivos Específicos		
A) ¿Cuál es la característica de la comunicación ascendente?	A) Conocer la característica de la comunicación ascendente	Comunicación Organizacional	Comunicación Descendente
B) ¿Cuál es la característica de la comunicación descendente?	B) Conocer la característica de la comunicación descendente		
C) ¿Cuál es la característica de la comunicación horizontal?	C) Conocer la característica de la comunicación horizontal		Comunicación Horizontal

3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio de la presente investigación será en la Av. Argentina 575 C.C La Chimenea Psje. A PSTO. A-6 – Cercado de Lima.

3.4. Participantes

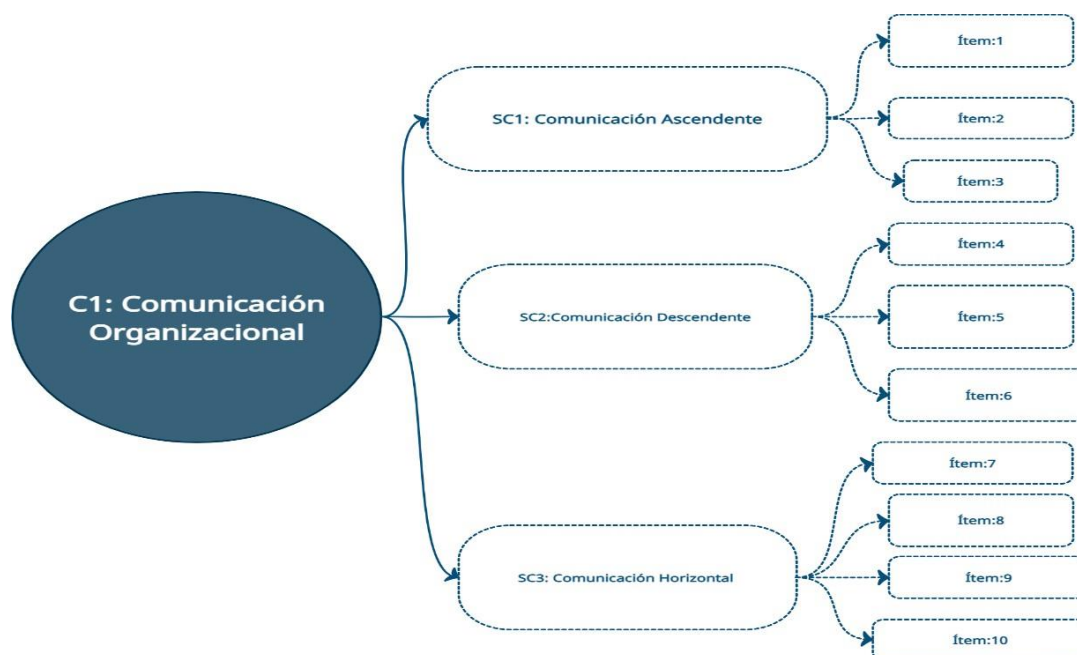
El participante para la investigación será realizado por Velarde Cortez, Jhonatan Saul, identificado con el N° DNI 74692177.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La **técnica de recolección de datos** se realizará a través de una entrevista, con un enfoque cualitativo a 3 colaboradores administrativos para obtener información relevante que nos permita conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022.

Hernández, R. Fernández, C. Y Baptista, L. (2010). “El cuestionario es un documento donde describe las interrogantes del problema según la variable, de tal manera, los participantes puedan evaluar la relación de lo planteado para obtener información y darle una o varias soluciones” (p.217).

Figura 7



Nota: C1: Categoría. SC: Subcategoría. Elaboración de la autora por Creately

3.6. Procedimientos

Primer paso: Para la recolección de información y obtener resultados se planteará un cuestionario de preguntas para la entrevista, así mismo, donde indicarán la relación con la variable.

Segundo paso: Se realizó una carta de autorización de manera formal por parte de la empresa, en la cual se solicita la recolección de información para la investigación.

Tercer paso: Se realizará la recaudación de información respecto a la variable de la

investigación, se tomará en cuenta a 3 colaboradores de la empresa.

3.7. Rigor científico

Para dar a saber la autenticidad del trabajo de investigación, se utilizó el programa de antiplagio Turnitin, el cual deberá cumplir con el porcentaje establecido de la universidad, asimismo, cumple con el reglamento para los trabajos, proyectos y tesis de la UCV (2022), con respecto al contenido del estudio. En cuanto a la matriz de categorización e instrumentos de recolección de datos que se emplearán en la presente investigación se encuentra validado por la empresa Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022.

3.8. Método de análisis de datos:

Fase 1:

La entrevista será presentada a través del análisis de categorización y meta síntesis todo esto dado a través del método inductivo ayudado por las observaciones.

La presente investigación es de **método inductivo**, en la cual según el autor: Passos (2015, p. 65) es un método que permite deducir las conclusiones a partir de los principios establecidos, quiere decir, que se dirige desde los hechos hasta las premisas apoyados por las observaciones.

Fase 2:

Esta investigación es de **método deductivo**, en la cual según el autor: Passos (2015, p.65) nos menciona que el método deductivo se enfoca en deducir conclusiones según las premisas, quiere decir, que se dirige desde las premisashasta los hechos.

3.9. Aspectos éticos

La presente investigación estará basada en **aspectos éticos** profesionales, de tal manera, se llevará a cabo una discreción con la información proporcionada por parte de la empresa Inversiones Antoley E.I.R.L.

Así mismo, se mantendrá una información citada por dichos autores y también con el anonimato de las personas encuestadas.

Aplicar y respetar el cumplimiento de las normas de la American

Psychological Association (APA)

Por otro lado, respetar y aplicar la veracidad de las fuentes de las que se obtuvo información.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Resultados del entrevistado, ítem por ítem:

Gerencia

1. ¿Utiliza diferentes medios de comunicación para mantenerlos informados?

Entrevistado1: Si, se utiliza whatsapp, correo electrónico y las llamadas telefónicas.

Entrevistado2: Si, se utiliza whatsapp, correo electrónico y las llamadas telefónicas.

Entrevistado3: No

Desempeño

2. ¿Tiene un buen desenvolvimiento para poder comunicarse?

Entrevistado1: Si

Entrevistado2: Si

Entrevistado3: Si, tengo la facilidad de poder comunicar las cosas según las situaciones que ocurran.

Subordinados

3. ¿Mantiene informado e informa a las autoridades de posibles cambios internos?

Entrevistado1: Si, las decisiones se basan en el jefe.

Entrevistado2: Si, las decisiones se enfocan según a lo que nos diga el jefe.

Entrevistado3: No

Jerarquía

4. ¿Se siente motivado y expresa sus ideas?

Entrevistado1: Si, puedo expresar mis ideas y discutir las con el jefe.

Entrevistado2: Si, por que tengo experiencia en el rubro y el jefe considera mi compromiso con el trabajo.

Entrevistado3: No, porque no me dan la motivación suficiente, no escuchan al trabajador nuevo.

Autoritaria

5. ¿Existen buenas relaciones entre los colaboradores?

Entrevistado1: Si. Existen inconvenientes dentro del trabajo entre colaboradores,

pero para eso trato de comunicar las situaciones que se presenten.

Entrevistado2: Si, pero sabemos que todos no somos iguales, así mismo, dentro del trabajo algunos trabajadores tienen personalidades diferentes que no concuerdan con los otros. Esto está generando que los colaboradores no se lleven bien.

Entrevistado3: Si existe una buena relación entre los colaboradores, pero en el trabajo hay preferencias en donde otro trabajador tiene más opción a decidir qué hacer con el trabajo.

Retroalimentación

6. ¿Mantiene un diálogo democrático que facilite los objetivos?

Entrevistado1: Si, diariamente ocurren ocasiones donde nuestras ideas entre trabajadores no coinciden, pero somos conscientes que los objetivos están claramente determinados, ya que es fundamental para el desarrollo de la empresa.

Entrevistado2: Si, en el trabajo respetan las opiniones de sus trabajadores y cada uno tiene una función establecida.

Entrevistado3: no, pero tengo claro que mi objetivo es serle eficiente a la empresa, respeto las opiniones de los demás, así mismo, soy una persona que dice las cosas directas, tal vez por estas cosas pueda generar un clima laboral no favorable.

Optimización

7. ¿Se toma en cuenta sus ideas y decisiones?

Entrevistado1: Si, puedo expresar mis ideas para mejorar los objetivos de la empresa, así mismo, debido a mi experiencia puedo dirigirme directamente con el jefe y desde el momento que inicie a laborar tenemos claro que las ventas y el cliente son primordiales para incrementar su liquidez de la empresa.

Entrevistado2: Si, por mi experiencia en el rubro

Entrevistado3: No, porque el jefe mira las cosas a su punto de vista y no escucha las ideas del personal.

Comprensión

8. ¿Comunica las actividades de trabajo?

Entrevistado1: Si, diariamente se establecen actividades según lo que se haya agendado, en caso no se encuentre el jefe tengo que informar todas las decisiones que se realicen en el momento.

Entrevistado2: Si, tengo claro las actividades que se me han establecido en el

trabajo, pero también tengo la responsabilidad de informar todas las decisiones al jefe, ya que nos dedicamos a la venta de cables de alta y baja tensión.

Entrevistado3: No comunico, pero prefiero realizarlas.

Objetivos

9. ¿Toma decisiones y lo manifiesta?

Entrevistado1: Si, lo que me gusta del trabajo es que el jefe puede tomar en cuenta las ideas que puedan mejorar el rendimiento de la empresa, ya que en muchas ocasiones me deja responsable del puesto.

Entrevistado2: Si, debido a mi experiencia al momento de ofertar un precio el cliente en ciertas ocasiones pide descuentos, para estos casos, puedo tomar la decisión de concretar la venta y luego informar.

Entrevistado3: Si tomo decisiones por cuenta propia pero no comunico al jefe.

10. ¿Se interesa por resolver los problemas dentro del área?

Entrevistado1: Si, por que el jefe es mi papá y tengo el anhelo de potenciar el negocio de una manera más formal para llegar a más empresas.

Entrevistado2: Si, por que el negocio es de mi hermano, por ende, me siento comprometido en contribuir con el desarrollo de su empresa.

Entrevistado3: No me interesa por que no escuchan los pensamientos de sus colaboradores.

Objetivo específico 1. Conocer la característica de la comunicación ascendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022

En base a los resultados obtenidos en la entrevista, se llegó a conocer que la empresa cuenta con una comunicación ascendente favorable, con gran valoración ya que todas las decisiones dependen del jefe. Por otro lado, los colaboradores tienen claro que informar es primordial para la empresa, así mismo, no se sienten muy motivados para realizar exitosamente sus funciones.

Además, el jefe cuenta con un personal de confianza que garantice el buen desempeño de los trabajadores, de esta manera generando incomodidades entre ellos.

Objetivo específico 2. Conocer la característica de la comunicación descendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022

De acuerdo a los resultados obtenidos en la entrevista, se pudo conocer que cuenta con una comunicación descendente favorable, ya que los colaboradores están muy informados sobre las funciones que deben de realizar.

Por otro lado, en algunas ocasiones los colaboradores sienten que las ideas presentadas al jefe no las considera ya que mayormente toma las decisiones por su propia cuenta, así mismo, se pudo conocer que el personal con más experiencia delimita al nuevo personal en plasmar ideas y sugerencias.

Objetivo específico 3. Conocer la característica de la comunicación horizontal en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022

De acuerdo a los resultados obtenidos en la entrevista, se pudo conocer que, si se cuenta con una comunicación horizontal favorable, ya que cuentan con aparatos tecnológicos que facilite llegar la información correcta y poder tomar buenas decisiones. Así mismo, al personal nuevo no se le puede brindar mucha confianza, debido a que en otras ocasiones solo ingresaron a conocer el rubro y a hurtar. En este caso el nuevo personal no cuenta con celular por parte de la empresa, ellos mantienen una comunicación directa entre sus compañeros y con el jefe.

Objetivo General. Conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022

Se conoció que existe una comunicación organizacional favorable, ya que la mayoría de los colaboradores se sienten identificados con el crecimiento de la empresa, sobre todo en realizar una mayor posibilidad de ventas. La experiencia en el rubro permite que la comunicación entre los trabajadores sea delimitada, debido a que si un personal nuevo ingresa el jefe es quien debería darle las indicaciones.

Finalmente, en base a los resultados obtenidos de la entrevista se pudo conocer que la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, 2020 nos demostró que mantienen una comunicación horizontal deficiente, ya que existe rivalidad entre algunos colaboradores. También nos muestra que la comunicación descendente es la que domina en el negocio, ya que solo en algunas ocasiones las ideas de los trabajadores son pocas veces consideradas por el jefe. Así mismo, el empleador mantiene una comunicación ascendente intermedia ya

que cuenta con un personal de confianza no entregando la confianza al 100% para evitar malas decisiones.

Tabla 2 Análisis de resultados Ítem por Ítem

Análisis de resultados ítem por ítem

CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEM/PREGUNTA	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	COMUNICACIÓN ASCENDENTE	Gerencia	1.- ¿Utiliza diferentes medios de comunicación para mantenerlos informados? ¿qué medios de comunicación o aplicativos?	POSITIVA	POSITIVA	NEGATIVA
		Desempeño	2.- ¿Tiene un buen desenvolvimiento para poder comunicarse?	POSITIVA	POSITIVA	POSITIVA
		Subordinados	3.- ¿Mantiene informado e informa a las autoridades(jefe) de posibles cambios internos?	POSITIVA	POSITIVA	NEGATIVA
	COMUNICACIÓN DESCENDENTE	Jerarquía	4.- ¿Se siente motivado y expresa sus ideas?	POSITIVA	POSITIVA	NEGATIVA
		Autoritaria	5.- ¿Existen buenas relaciones entre los compañeros?	NEUTRAL	POSITIVA	NEUTRAL
		Retroalimentación	6.- ¿Mantiene un diálogo democrático que facilite los objetivos?	POSITIVA	POSITIVA	NEGATIVA
	COMUNICACIÓN HORIZONTAL	Optimización	7.- ¿Se toma en cuenta sus ideas y decisiones?	POSITIVA	POSITIVA	NEGATIVA
		Comprensión	8.- ¿Comunica las actividades de trabajo?	POSITIVA	POSITIVA	NEGATIVA
		Objetivos	9.- ¿Toma decisiones y lo manifiesta?	POSITIVA	POSITIVA	NEUTRAL
			10.- ¿Se interesa por resolver los problemas dentro del área?	POSITIVA	POSITIVA	NEGATIVA

Discusión con los antecedentes

Para Pedrosa y San Román (2014), la discusión con los antecedentes, es una forma técnica de la investigación, ya que se enfoca en agrupar antecedentes de estudio y realizar una interpretación en base a su variable.

En cuanto a los antecedentes, Según Montoya Robles, Maria (2018), tuvo como objetivo similar a la presente investigación, ya que la variable busca dar a conocer que la comunicación organizacional y sus características son de vital importancia, ya que conduce a mantener un clima laboral eficiente, enfatizando en mejorar los factores internos y externos de la empresa.

En cuanto a la conclusión, el autor menciona que la comunicación es integral, se puede unificar estructuralmente, de manera interna o externa ayudando globalmente a la organización.

Por tanto, se relaciona con esta investigación, ya que esencialmente la mala comunicación afecta directamente a Inversiones Antoley E.I.R.L, involucrando conflictos entre compañeros, solución de problemas deficientes.

Por otro lado, el estudio de Carral, U., & Tuñón-Navarro, J. (2020) tuvo como finalidad garantizar incrementar la audiencia y poder fidelizar usuarios, de tal manera la comunicación organización permitió crear un plan comunicativo y un vinculo especializado con sus clientes.

En cuanto a la conclusión, los autores recomiendan que las organizaciones mantengan en constante uso las características que brinda la comunicación empresarial.

Por tanto, se relaciona con este estudio, ya que Inversiones Antoley E.I.R.L busca conocer las características de la comunicación organizacional que ayuden a tener un entorno laboral eficiente.

Por consiguiente, en el trabajo presentado por Guillen Cabrera, D. (2015). en su tesis Comunicación organizacional interna y desempeño laboral en la empresa SIC Lideres en Servicios para obtener el grado

académico de magister en Gestión del Talento Humano, tuvo como objetivo descentralizar las funciones a realizar mediante una comunicación organizacional, ya que se contaba con una política en la que el personal con más experiencia es quien realiza todas las funciones, generando un conflicto en su desempeño laboral.

En cuanto a la conclusión, el autor menciona que, para mantener un desempeño laboral efectivo, se debe de trabajar en un entorno comunicativo, aplicando distintos medios de comunicación que faciliten el trabajo del personal.

Por tanto, este estudio se relaciona con los objetivos de Inversiones Antoley E.I.R.L, en la cual permita que la comunicación organización influya en el desempeño laboral de sus trabajadores y sean las adecuadas para el crecimiento de la empresa.

Discusión con las teorías

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) menciona que la comunicación organizacional debe de ser fluida más rápida que nunca, ya que según al rubro al que se dedique la empresa puede tener pérdidas productivas muy costosas. Es esencial que la información sea veraz y sutil, comunicar los problemas rápidamente. Los problemas pueden ser entre compañeros, atendiendo a un cliente, en una línea de producción, ocasionando un riesgo de pérdida.

Por otro lado, es preciso que el gerente sea preciso en conducir una comunicación que pueda generar satisfacer las necesidades de sus trabajadores y clientes.

Así mismo, la presente teoría en Inversiones Antoley E.I.R.L, se relaciona para poder conocer las características de la comunicación organizacional que ayuden a mantener un entorno empresarial adecuado, que permita al gerente fortalecer los factores débiles que cuenta la empresa.

Según Pérez et al. (2013) nos menciona que la comunicación en la organización resulta imprescindible, ya que, así como nos ayuda en la vida privada y personal, también las empresas requieren de una comunicación organizada, las actividades no funcionan si dejamos por su cuenta al empleado sin ninguna comunicación ni mucho menos coordinación.

Por lo tanto, una buena comunicación influye en la satisfacción laboral de los trabajadores, así como la de los gerentes, de tal manera en Inversiones Antoley E.I.R.L, tuvo inconvenientes con su personal, en la cual entre colaboradores surgía enemistades e incumplimiento de funciones.

Según Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) nos da a conocer que la comunicación descendente es la que más influye en la organización, en la que se relaciona con la empresa Inversiones Antoley E.I.R.L, según la entrevista se pudo conocer que todas las decisiones están en base al gerente, en ciertos casos puede considerar sugerencias del

personal con más experiencia, de esta forma generando una inestabilidad laboral por parte de los trabajadores nuevos, que quieren ser escuchados y sentirse involucrados con la empresa.

VI.CONCLUSIONES

De acuerdo con el objetivo general, conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, se logró conocer que existen tipos de comunicación; ascendente, descendente y horizontal. De esta manera, permita que podamos identificar problemas, hacer mejoras y tomar buenas decisiones.

Mientras que en el objetivo específico 1, conocer la característica de la comunicación ascendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, se logró identificar y conocer que el jefe cuenta con un personal de confianza que garantice el buen desempeño de los trabajadores, generando entre ellos un conflicto de preferencias. De esta manera será posible cumplir con los objetivos de la empresa.

Luego en el objetivo específico 2, conocer la característica de la comunicación descendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima. Se conoció que los trabajadores están bien informados para realizar correctamente las ventas, así mismo se pudo conocer que los colaboradores no son escuchados cuando quieren brindar una sugerencia de mejora, las decisiones e ideas son de la gerencia.

En el objetivo específico 3, conocer la característica de la comunicación horizontal en Inversiones Antoley E.I.R.L. Cercado de Lima. Se pudo conocer que cuando un personal nuevo ingresa a trabajar y sobre todo sin experiencia en el rubro, los trabajadores con más experiencia delimitan, les ponen trabas para realizar sus funciones. Ya que piensan que el nuevo les va a quitar el puesto. De tal manera, esto impide que se trabaje en un clima laboral estable.

VII.RECOMENDACIONES

Realizar reuniones diarias al momento de iniciar el día, indicando las cualidades que debe de tener un grupo de trabajo sobre todo para mantener un clima laboral agradable.

Crear un tablón de anuncios de las funciones pendientes durante el día.

Por parte de la gerencia, brindar más transparencia y confianza al personal nuevo, ya que los trabajadores antiguos delimitan algunas funciones. A su vez, estar precavidos de sus movimientos debido a dos experiencias negativas.

Organizar eventos deportivos para incentivar confianza entre los compañeros.

Permitir que todo el personal de la empresa semanalmente anote en un cuaderno asignada por gerencia, que anoten las incidencias ocurridas entre compañeros, en sus ventas, en el control de los productos, etc.

Concientizar al personal de la empresa de venta y compra de cables de alta y baja tensión Inversiones Antoley E.I.R.L, lo importante que es mantener un clima laboral favorable, mantener entre compañeros un trabajo en equipo que no genere egoísmo, mantener una comunicación fluida y con respeto uno entre otro.

REFERENCIAS

- Alfaro, C. (2012). Metodología de investigación científica aplicado a la ingeniería. Universidad Nacional del Callao, Lima, Perú.
- Alles, M. A. (2011). Diccionario de términos de Recursos Humanos. Madrid: Ediciones Granica SA
- Ali, A. A. (2020). Reinforce organizational communication using information technology. Paper presented at the Journal of Physics: Conference Series, 1660(1) doi:10.1088/1742-6596/1660/1/012106. Recuperado de: https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85097100715&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=c&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication%29&relpos=50&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1
- Álvarez Marín, N. (2018). LA COMUNICACION PRODUCTIVA: UNA MODELIZACION PARA LA MICROEMPRESA. Revista de Ciencias Sociales, (159), 145+ Recuperado de: <https://link.gale.com/apps/doc/A595251993/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=559edfce>
- Anggraeni, A. I. (2020). Organizational communication, organizational learning, and attitude toward change: Mediating effect of organizational commitment of public sector employees. Journal of General Management, 21(178), 15-19. Recuperado de: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85094979676&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot>
- Aponte Castillo, B. F., & Montero Quesada, J. G. (2019). Referentes Teóricos Acerca De La Comunicación Organizacional en Entidades De Formación Deportiva.

Revista Didasc@lia: Didáctica y Educación, 10(4), 126–136. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=19&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=141622054&db=fua>

Arévalo-Martínez, Rebeca; Ortiz Rodríguez, Herlinda. (2019) Comunicación organizacional web de la ética en las organizaciones del tercer sector. Recuperado de: <http://profesionaldelainformacion.com/contenidos/2019/sep/arevalo-ortiz.html>

Arzuaga-Williams, M. (2019). Perspectivas latinoamericanas sobre el rol de los profesionales de la comunicación organizacional y las relaciones públicas. *Revista Anagramas*, 17(34), 135–154. <https://doi.org/10.22395/angr.v17n34a7>. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=22&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=138245700&db=fua>

Ávila González, R., & Alfredo Andrade García, J. (2020). La comunicación organizacional: entre la ley del sistema y la función sintáctica. *Correspondencias & Analisis*, (12), NA. <https://link.gale.com/apps/doc/A647373353/AONE?u=univcv&sid=AONE&xid=f379f5bf>

Barbeito-Veloso, M.-L., & Perona-Páez, J.-J. (2019). Comunicación organizacional en clave sonora: el caso de Blink, los podcasts de BBVA. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–9. Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.11>.

Bastidas Regalado, V., Millan López, N. T. ., González-Díaz, R. R. ., & Serrano Polo, E. A. . (2020). Innovación y Desempeño Económico en México. *CIID Journal*, 1(1), 80-102. <https://doi.org/10.46785/ciidj.v1i1.46>

Bertoglio Oscar Johansen, Oscar. (2004). *Anatomía De La Empresa (Una Teoría General De Las Organizaciones Sociales)*. México: Editorial LIMUSA. Recuperado de : <https://books.google.com.pe/books?id=SNSpPT089YsC&pg=PA148&dq=419&sa=X&ved=2ahUKEwjHpde94rvxAhXQGbkGHYMDc88Q6AEwAXoECAIQAg#v=onep>

age&q=SUBORDINADO%20DEFINICION&f=false

Barbeito-Veloso, M.-L., & Perona-Páez, J.-J. (2019). Comunicación organizacional en clave sonora: el caso de Blink, los podcasts de BBVA. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–9. Recuperado de: <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.11>.

Baquero Galvis, David y Cárdenas García, Santiago. (2020) *Redes y actores: Un avance en las relaciones de poder en la comunicación organizacional*. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/280/28065077019/html/index.html>

Carral, U., & Tuñón-Navarro, J. (2020). Estrategia de comunicación organizacional en redes sociales: análisis electoral de la extrema derecha francesa en Twitter. *El Profesional de La Información*, 29(6), 1–15. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.08>. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=17&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=140256530&db=iih>

Daft, R. y Marcic, D (2010). *Introducción a la Administración*. (6° Ed.). México Cengage Rearing

Dittus, R., & Vásquez, C. (2016). Abriendo la autopoiesis: implicancias para el estudio de la comunicación organizacional. *Cinta de Moebio*, 56, 136–146. <https://doi.org/10.4067/S0717-554X2016000200002>. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=33&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=117611300&db=fua>

Donoso, C. V., Velásquez, L. M., & Botero, A. A. (2018). In Search of a Latin American Approach to Organizational Communication: A Critical Review of Scholarship (2010-2014). *Communication Theory (1050-3293)*, 28(2), 155–179. <https://doi.org/10.1093/ct/qtx010>. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=21&sid=fc498aac-3d0d-41dc980b485a89aae2fc%40sessionmgr102&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=129723539&db=cms>

Ershadi, M., Jefferies, M., Davis, P., & Mojtahedi, M. (2021). A framework for

conceptualising the organisational communications of a project management office. *International Journal of Project Organisation and Management*, 13(1), 60-84. doi:10.1504/IJPOM.2021.114721.

Recuperado de:

<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=22.085105712848&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication>

Fernández Bedoya, V. H. (2020). *Tipos de justificación en la investigación científica. Espiritu Emprendedor TES*, 4(3), 65-76. Recuperado de: <https://doi.org/10.33970/eetes.v4.n3.2020.207>

Galarza Fernández, E., Sosa Valcarcel, A., & Paniagua Rojano, F. J. (2019). Las competencias profesionales como factor clave en la metodología didáctica de la comunicación organizacional. *Revista de Docencia Universitaria*, 17(2), 11–24. <https://doi.org/10.4995/redu.2019.12475>.

Recuperado

de:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=31&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=136166085&db=fua>

D. Jos. F. (2018). La Percepción De Los/As Periodistas Sobre La Comunicación Organizacional: El Caso De Google. *Revista Prisma Social*, 22, 37–60.

Recuperado

de:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=23&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=132745963&db=fua>

Gibson, B., Hoffman, B., Fleur, C. -. L., & Buchler, N. (2021). Endogeneity and permeation in an organizational communication network. *Social Networks*, 66, 65-71. <https://doi:10.1016/j.socnet.2020.12.007>. Recuperado de:

<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2->

[s2.085101349448&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.085101349448&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb)

55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2c%2c%222020%22%2c%2c%222019%22%2c%2c%222018%22%2c%2c%222017%22%2c%2c%222016%22%2c&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication.

Guillen Cabrera, Debora D. (2015). Comunicación organizacional interna y desempeño laboral en la empresa SIC Lideres en Servicios – Independencia – 2015. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/7637>

Gupta, K. P., & Sengar, R. (2020). Organisational communication in higher educational institutions: Scale development and validation. *International Journal of Education Economics and Development*, 11(1), 1-26. doi:10.1504/IJEED.2020.104283.

Recuperado de: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2s2.085077711950&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2c%2c%222020%22%2c%2c%222019%22%2c%2c%222018%22%2c%2c%222017%22%2c%2c%222016%22%2c&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication>

Hernández, R. Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. (6°ed.). México: Mc Graw- Hill. Recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wpcontent/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sextaedicion.compressed.pdf>

Hernández, R., Fernández, C y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (5. °ed.). México: McGraw-Hill / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado de: https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf

Jae Won Choi, Seok Kee Lee, & Sung yong Chun. (2021). The Effect of the Organizational Communication on Organizational Commitment through Job Satisfaction: Focusing on Irregular Workers. *Ilkogretim Online*, 20(3), 908–914. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2021.03.97>. Recuperado de: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eue&AN=150153>

303&lang=es&site=ehost-live

Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. (14ª edición). México.

Kruchina, O., Skorobogatova, V., & Smirnova, T. (2020). Formation of interpersonal, group and organizational communications skills of future economists. Paper presented at the E3S Web of Conferences, , 164 doi:10.1051/e3sconf/202016412022. Recuperado de: [Larrondo-Ureta, A. \(2016\). Comunicación Organizacional Ante El Reto De La Estrategia Multiplataforma Y 2.0: La Experiencia De Los Partidos Políticos en El País Vasco. *El Profesional de La Información*, 25\(1\), 114–123. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.ene.11>. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=38&sid=5ef706f5b195-4a0f-8b327e6f562e481c%40pdcsessmgr01&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=112843208&db=bth>](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2s2.085085256162&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication%29&relpos=77&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:</p></div><div data-bbox=)

Liu, W., Xu, W., & John, B. (2021). Organizational disaster communication ecology: Examining interagency coordination on social media during the onset of the COVID-19 pandemic. *American Behavioral Scientist*, 65(7), 914-933. doi:10.1177/0002764221992823. Recuperado de: [39](https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2s2.085100575552&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication%29&relpos=3&citeCnt=1&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_S</p></div><div data-bbox=)

CTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1

Lozano Rojo, J. (2002). Como y dónde optimizar los costes logísticos. En el sistema integral de operaciones y en las diferentes áreas de actividad logística. Madrid: Editorial Fundación CONFEMETAL. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=bjTAvUkxozQC&pg=PA31&dq=optimizar+en+una+empresa&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwim6vCG7rvxAhWKqZUCHedQDoQ6AEwAHoECAYQAg#v=onepage&q=optimizar%20en%20una%20empresa&f=false>

Ludeña Matos, Aymé M. (2018). Comunicación organizacional y satisfacción laboral en la Institución Educativa “Naciones Unidas” Villa El Salvador, 2018. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/61922>

Meléndez Tuesta, Gilmer. (2019). Comunicación organizacional y la gestión escolar desde la perspectiva de los docentes de una institución educativa pública de Lima. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/56586>

Miranda Guevara, Bertha G. (2018). Trabajo en equipo y comunicación organizacional interna en el compromiso organizacional de los docentes de la Universidad Enrique Guzmán y Valle, Lima 2018. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/18631>

Mondy, R. W. (2005). Administración de recursos humanos.

Montoya Robles, Maria. (2018) COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. RECUPERADO DE: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6469935>

Müller-Frommeyer, L. C., & Kauffeld, S. (2021). Gaining insights into organizational communication dynamics through the analysis of implicit and explicit communication. Recuperado de: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-pdf.com>

Núñez Mayanga, Juan A. (2018). Relación Entre El Engagement Y La Comunicación Organizacional En Una Empresa Del Estado, 2018. Recuperado de: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31750>

Núñez Paula, I. A., & Reyes, E. B. (2019). Values, University Social Responsibility (USR), Education for Sustainable Development (ESD) and Organizational Communication Management. GECONTEC: Revista Internacional de Gestión

Del Conocimiento y La Tecnología, 7(1), 103–

115. Recuperado de:
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=12&sid=fc498aac-3d0d-41dc-980b-485a89aae2fc%40sessionmgr102&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=136569238&db=a9h>

OMS. (2020) Declaración de pandemia de covid-19.
<https://www.paho.org/es/noticias/11-3-2020-oms-caracteriza-covid-19-como-pandemia>

Ortiz Amaya, Hernando. (2020). Caracterización de la gerencia de la innovación en las empresas más innovadoras de Colombia en 2018. Recuperado de:
<http://hdl.handle.net/10818/41048>

Ortiz Rodríguez, H. (2020). Comunicación Organizacional Y Reputación Digital en Organizaciones Privadas Y Del Tercer Sector De México Y España.

Fonseca: Journal of Communication, 20, 55–70.
<https://doi.org/10.14201/fjc2020205570>. Recuperado de:
<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=34&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=143770256&db=cms>

Papic Domínguez, K. (2019) Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. RECUPERADO DE:
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/4436/443660282005/html/index.html>

Passos, E. (2015). Metodología para la presentación de trabajo de investigación: una manera práctica de aprender a investigar, investigando. (2th ed.). Alpha Editores. Recuperado de: <https://colmayorbolivar.edu.co/files/Metodologia-presentacion-trabajos-investigacion.pdf>

Paladines Galarza, F ; Velásquez Benavides, A y Armijos Camacho, K. (2019) Comunicación organizacional digital en las empresas del sector automotor de Ecuador. Recuperado de:
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/63859193/out20200707-88251-disposition=inline%3B+filename%3DComunicacion_organizacional_digital.com

- Pessoni, A., Leoni Bazanini, H., & Miklos, J. (2017). *Comunicação Organizacional: Media Training e as modelagens culturais dominantes no Brasil*. *Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas*, 23, 41–70. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=29&sid=5ef706f5-pdf.com>
- Pérez Grajales, H. (2006). *Comprensión y producción de textos*. Colombia: Cooperativa editorial. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=YKw5naeVXhIC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Pérez, H., Pérez, J., López, L. & Caballero, C. (2013) *Comunicación y atención al cliente*. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L. (1era edición).Madrid
- Peña Velázquez, M., Montero Quesada, J. G., & Parra Rodríguez, J. F. (2020). *Estrategia De Comunicación Organizacional Para Escuelas De La Educación Primaria*. *Revista Didasc@lia: Didáctica y Educación*, 11(4),110–134. RECUPERADO DE: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=8&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdcvssesmgr01&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=147898507&db=fua>
- Pujalte, L.Q. (2020). *Digital communication and NGOS: Dispute between organizational culture, transformative discourse and fundraising*. Recuperado de: https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85091057395&origin=resultslist&sort=plff&src=s&sid=dc9098b65c83a5021c12be1072b2b62d&sot=b&sdt=b&sl=42&s=TITLEABSKEY%28COMUNICACION%29&relpos=1&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1
- Rodríguez, Luis del Pulgar. (1999). *Comunicación de empresa en entornos turbulentos*, ESIC Editorial: Madrid, primera edición.
- Russo, J., & Morlino, L. (2020). *¿Una nueva ola autoritaria?* *REVISTA EUROLATINOAMERICANA DE ANÁLISIS SOCIAL Y POLÍTICO*, 1(1), 17-33. Recuperado de: <http://www.ojs.unsj.edu.ar/index.php/relasp/article/view/502>
- Sarah, A., & Olujobi, O. (2021). *The effect of communication of organisational goals on the economic performance of private owned companies: A study of selected*

private companies in abuja, FCT, nigeria. Academy of Entrepreneurship Journal, 27(1), 1-16. Recuperado de: https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2s2.085103728481&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication%29&relpos=21&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1

Stevenson, S. (2021). Learning from COVID-19: Revisiting organizational communications from the bottom-up. Public Library Quarterly, doi:10.1080/01616846.2021.1906616. Recuperado de: https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2s2.085105161109&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication%29&relpos=32&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1

Sumiati, S., & Nikmah, K. (2021). The role of organizational communication and organizational learning to human resources performance through knowledge sharing doi:10.1007/978-3-030-50454-0_39. Recuperado de: https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85087006454&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication%29&relpos=44&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1

r=scopubyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication%29&relpos=52&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1

Sixto-García, J., López-García, X., De La Fuente, M.D.C.G. (2021). Instant messaging as an informative source in organizational communication: WhatsApp Business in Mexico and Spain. Recuperado de: https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2s2.085105102033&origin=resultslist&sort=plff&src=s&sid=dc9098b65c83a5021c12be1072b2b62d&sot=b&sdt=b&sl=42&s=TITLEABSKEY%28COMUNICACION%20ORGANIZACIONAL%29&relpos=0&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1

Urbiola Solís, A. E., & Levin Kosberg, S. (2018). Una propuesta para el estudio de la comunicación organizacional y la construcción de significados desde lo procesual y simbólico. *Administracion y Organizaciones*, 21(40), 51–72. Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=26&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b327e6f562e481c%40pdcvsessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZI#AN=138019481&db=fua>

Vasconcelos Raposo, A. (2005). *Planificación y organización del entrenamiento deportivo*. (2ª edición) Barcelona: Editorial Paidotribo. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=NM0-H3TDdLAC&pg=PA49&dq=objetivo+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjb1_-687vxAhWvHlKGHXroDKcQ6AEwAnoECAQQAg#v=onepage&q=comprension&f=false

Valero-Pastor, J.-M., Carvajal-Prieto, M., & García-Avilés, J.-A. (2019). Flujos de trabajo para el periodismo postindustrial: métodos y programas para una comunicación organizacional más ágil y transversal. *El Profesional de La Información*, 28(5), 1–11. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.14>. Recuperado

de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=18&sid=5ef706f5-b195-4a0f-8b32-7e6f562e481c%40pdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=140256514&db=iih>

Wander Santos da Silva, D., & Baldissera, R. (2021). Organizational Communication and Invisibility Strategies and Reducing/ Targeting Social Media Visibility. *Anuario Electrónico de Estudios En Comunicación Social "Disertaciones,"*14(1), 1–17. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.9058>.

Recuperado de: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=24&sid=5ef706f5b1954a0f8b327e6f562e481c%40pdcv-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=cms&AN=148071111>

Yoo, J., Chung, S. E., & Oh, J. (2021). Safety climate and organizational communication satisfaction among korean perianesthesia care unit nurses. *Journal of Perianesthesia Nursing,* 36(1), 24-29. doi:10.1016/j.jopan.2020.04.009. Recuperado de:

https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2s2.085090482366&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopusbyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication%29&relpos=27&citeCnt=1&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_REAXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_COUNT:1

Zorlu, K., & Korkmaz, F. (2021). Organizational communication as an effective communication strategy in organizations and the role of the leader doi:10.1007/978-3-030-72288-3_21. Recuperado de:

<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2s2.085105168973&origin=resultslist&sort=plff&src=s&nlo=&nlr=&nls=&sid=1ecb55648888f97de83273503fa60d60&sot=b&sdt=cl&cluster=scopusbyr%2c%222021%22%2ct%2c%222020%22%2ct%2c%222019%22%2ct%2c%222018%22%2ct%2c%222017%22%2>

ct%2c%222016%22%2ct&sl=35&s=TITLE%28Organizational+communication
%29&relpos=31&citeCnt=0&searchTerm=&featureToggles=FEATURE_NEW_
MAIN_SECTION:1,FEATURE_NEW_SOURCE_INFO:1,FEATURE_NEW_RE
AXYS_SECTION:1,FEATURE_NEW_SCIVAL_TOPICS:1,FEATURE_VIEWS_
COUNT:1

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de categorías.

“Comunicación Organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022”

Categoría de Estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Sub categorías	Indicadores	Escala de medición
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Según Koontz, Harold., Wihrich, Heinz. & Cannice, Mark (2012) menciona que la organización organizacional es un elemento que permite darle solución a los problemas, mediante una comunicación ascendente, descendente y horizontal. Así mismo, se determinaría una organización eficiente y productiva.	Son enunciados referentes a factores que influyen con el desarrollo de la empresa que logran mantener un clima laboral favorable de acuerdo a los objetivos establecidos.	Comunicación Ascendente	Gerencia Desempeño Subordinados	Nominal
			Comunicación Descendente	Jerarquía Autoritaria Retroalimentación	
			Comunicación Horizontal	Optimizar Comprensión Objetivos	

Anexo 2. Matriz de consistencia

“Comunicación Organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORÍA	SUB CATEGORÍAS	DISEÑO METODOLÓGICO
<p>GENERAL</p> <p>¿Cuál es la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022?</p>	<p>GENERAL</p> <p>Conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022</p>	Comunicación Organizacional	Comunicación Ascendente	<p>Tipo de estudio: No Aplicada (Constructiva o utilitaria)</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Nivel: Descriptivo</p> <p>Enfoque: Cualitativo</p>
<p>ESPECÍFICOS</p> <p>PE1: ¿Cuál es la característica de la comunicación ascendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022?</p>	<p>ESPECÍFICOS</p> <p>OE1: Conocer la característica de la comunicación ascendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022</p>		Comunicación Descendente	<p>Corte: Transversal</p> <p>Área de estudio: Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022.</p>
<p>PE2: ¿Cuál es la característica de la comunicación descendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022?</p> <p>PE3: ¿Cuál es la característica de la comunicación horizontal en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022?</p>	<p>OE2: Conocer la característica de la comunicación descendente en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022.</p> <p>OE3: Conocer la característica de la comunicación horizontal en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022.</p>		Comunicación Horizontal	<p>Participantes: Area de ventas</p> <p>Participantes de muestra: Analistas de ventas, 03 personas.</p> <p>Técnica: Entrevista</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

ANEXO 3

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de investigación: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN PASSION FRESH S.A.C, CASMA - ANCASH, 2021.							
Apellidos y Nombres del investigador: Velarde Cortez, Jhonatan Saul							
Apellidos y Nombres del experto: Dr. Cárdenas Saavedra Abraham							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	ASCENDENTE	Gerencia	Utiliza diferentes medios de comunicación para mantener informados	NOMINAL	/		
		Desempeño	Tiene un buen desenvolvimiento para poder comunicarse		/		
		Subordinados	Mantiene informado e informa a las autoridades de posibles cambios internos		/		
	DESCENDENTE	Jerarquía	Se siente motivado y expresa sus ideas		/		
		Autoritaria	Existen buenas relaciones entre los colaboradores		/		
		Retroalimentación	Mantiene un diálogo democrático que facilite los objetivos		/		
	HORIZONTAL	Optimización	Comunica las actividades de trabajo		/		
		Comprensión	Comunica las actividades de trabajo		/		
		Objetivos	Toma decisiones y lo manifiesta Se interesa por resolver los problemas dentro del área		/		
Firma del experto:			Fecha: <u>25</u> / <u>06</u> / <u>21</u>				

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

ANEXO 4

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de investigación: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN PASSION FRESH S.A.C, CASMA - ANCASH, 2021.							
Apellidos y Nombres del investigador: Velarde Cortez, Jhonatan Saul							
Apellidos y Nombres del experto: Dr. ALVA ARCE, Rosel César							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	ASCENDENTE	Gerencia	Utiliza diferentes medios de comunicación para mantener informados	NOMINAL	X		
		Desempeño	Tiene un buen desenvolvimiento para poder comunicarse		X		
		Subordinados	Mantiene informado e informa a las autoridades de posibles cambios internos		X		
	DESCENDENTE	Jerarquía	Se siente motivado y expresa sus ideas		X		
		Autoritaria	Existen buenas relaciones entre los colaboradores		X		
		Retroalimentación	Mantiene un diálogo democrático que facilite los objetivos		X		
	HORIZONTAL	Optimización	Se toma en cuenta sus ideas y decisiones		X		
		Comprensión	Comunica las actividades de trabajo		X		
		Objetivos	Toma decisiones y lo manifiesta		X		
Se interesa por resolver los problemas dentro del área	X						
 Firma del experto: Dr. ALVA ARCE, Rosel César Lic. En Administración. CLAD 14501			Fecha: 06/06/2021				

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

ANEXO 5

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de investigación: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN PASSION FRESH S.A.C, CASMA - ANCASH, 2021.							
Apellidos y Nombres del investigador: Velarde Cortez, Jhonatan Saul							
Apellidos y Nombres del experto: Dr. CARRANZA ESTELA Teodoro							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINION DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	ASCENDENTE	Gerencia	Utiliza diferentes medios de comunicación para mantener informados	NOMINAL	X		
		Desempeño	Tiene un buen desenvolvimiento para poder comunicarse		X		
		Subordinados	Mantiene informado e informa a las autoridades de posibles cambios internos		X		
	DESCENDENTE	Jerarquía	Se siente motivado y expresa sus ideas		X		
		Autoritaria	Existen buenas relaciones entre los colaboradores		X		
		Retroalimentación	Mantiene un diálogo democrático que facilite los objetivos		X		
	HORIZONTAL	Optimización	Se toma en cuenta sus ideas y decisiones		X		
		Comprensión	Comunica las actividades de trabajo		X		
		Objetivos	Toma decisiones y lo manifiesta		X		
			Se interesa por resolver los problemas dentro del área		x		
Firma del experto:			Fecha: <u>21</u> / <u>06</u> /21				


 DR. TEODORO CARRANZA ESTELA
 LIC. EN ADMINISTRACIÓN

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



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN
LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20565559436
Inversiones Antoley E.I.R.L	
Nombre del Titular o Representante legal: Yercy	
Nombres y Apellidos Yercy Eduardo Vara Reynaldo	DNI: 32109791

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "F" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [X], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Comunicación Organizacional en Inversiones Antoley E..I.R.L, Cercado de Lima, 2022.	
Nombre del Programa Académico: Desarrollo del proyecto de investigación	
Autor: Nombres y Apellidos Jhonatan Saul Velarde Cortez	DNI: 74692177

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: 29 de abril del 2022

Firma:

(Titular o Representante legal de la Institución)

(*). Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

ANEXO 7

Cuestionario de entrevistados

Gerencia

1° ¿Utiliza diferentes medios de comunicación para mantenerlos informados? ¿qué medios de comunicación o aplicativos?

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

Desempeño

2° ¿Tiene un buen desenvolvimiento para poder comunicarse?

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

Subordinados

3° ¿Mantiene informado e informa a las autoridades(jefe) de posibles cambios internos?

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

Jerarquía

4° ¿Se siente motivado y expresa sus ideas? detalle

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

Autoritaria

5° ¿Existen buenas relaciones entre los colaboradores?

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

Retroalimentación

6° ¿Mantiene un diálogo democrático que facilite los objetivos? detalle

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

Optimización

7° ¿Se toma en cuenta sus ideas y decisiones? detalle

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

Comprensión

8° ¿Comunica las actividades de trabajo? detalle

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

Objetivos

9° ¿Toma decisiones y lo manifiesta? detalle

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

10° ¿Se interesa por resolver los problemas dentro del área? detalle

Antoni.Entrevistado 1:

Moises.Entrevistado 2:

Diego.Entrevistado 3:

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO INVESTIGA UCV

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN INVERSIONES ANTOLEY E.I.R.L., CERCADO DE LIMA, 2022.

Autor: Jhonatan Saul Valente Cortez

LIMA - 2022

Introducción

Realidad problemática



Al transcurso del tiempo la comunicación organizacional ha permitido mantener en equilibrio la dirección de las operaciones y metas en las empresas. Sin embargo, existen factores que se deben tener en cuenta para poder evitarlos.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en el año 2020 declaró como epidemia de COVID-19 obligando a las empresas a desarrollar nuevas medidas organizativas y adoptar los protocolos para salvaguardar la vida del trabajador y del consumidor.

Investigaciones sobre el S.I. se refieren a la compra y venta de materiales electrónicos en general, cables de alta y baja tensión en diferentes marcos, formatos, volúmenes de cobre, data, viciante y remera en general.

En estos momentos está desafiado por los acontecimientos con el tema de la comunicación, se debe encontrar algunos dispositivos como el mal manejo de información, falta de compromiso, falta de colaboración, así mismo, falta de respeto, entre colaboradores, equitativa falta de trabajo en equipo y desconfianza. A su vez, la escasa comunicación por parte de la alta gerencia, entre sus subordinados, esto conlleva a realizar que las ventas y demás funciones que dependen.

Problema, objetivo

Problem General ¿Cuál es la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L., Cercado de Lima, 2022?

Objetivo General Conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L., Cercado de Lima, 2022.

Justificación

Teoría La presente investigación radica en la fundamentación teórica sustentada por artículos científicos nacionales e internacionales, indexados en idioma inglés y español aportando fuentes confiables sirviendo la misma como antecedentes para futuras investigaciones.

Práctica La presente investigación radica en la importancia del análisis e interpretación del estudio comunicación organizacional acompañado de las subcategorías, el cual proporcionará a la empresa resultados de la presente investigación.

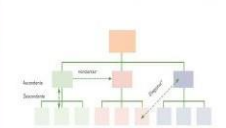
Metodología Esta investigación aporta un instrumento para recolectar datos, analizar la información y conocer en detalle la comunicación organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L., Cercado de Lima, 2022. El cual ayudará de referencia para futuras investigaciones similares.

Trabajos previos

País	Investigador	Año
Chile	Fabi Domínguez	2019
Chile	Rolier Mayanga	2018
México	Montoya Rodríguez	2018
México	Orellana Cabrera	2018
Ecuador	Rubiales Ojeda, P. Velasco Escobar, A. y Amador Camacho, K.	2019
Ecuador	Uribe Ojeda	2018
México	Arredondo Martínez, R. y Ortiz Rodríguez, M.	2019
México	Lorena Salas	2018

Teorías Relacionadas al tema

CATEGORÍA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL



LA COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS
Autor: Kozminski, Winitz, Hertz, & Camick, Mark

Teorías Relacionadas al tema

CATEGORÍA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL



INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN EL ENTORNO INTERNO Y EXTERNO EN LA EMPRESA
Autor: Kozminski, Winitz, Hertz, & Camick, Mark

Aspectos metodológicos

ANEXO 9

12/07/2022

Aspectos metodológicos

Enfoque: **Cualitativo** Sujetos clave: **3 personas**

Tipo: **Básico**

Nivel: **Descriptivo**

Diseño: **No Experimental**

Corte: **Transversal**

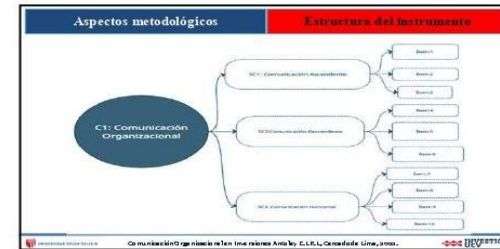
Aspectos metodológicos

Técnica: **Entrevista**

Instrumento: **Cuestionario**

Validez del instrumento (3 jueces): **Cualitativo**

BÁSICA



Resultados

Resultados

(1) Análisis de respuestas en entrevista

(2) Verificación de cumplimiento de objetivos

Resultados **(1) Análisis de respuestas en entrevista**

GRUPO	ÍTEM	RESPUESTA	RESULTADO 1	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3
COMUNICACIÓN ASCENDENTE	1. ¿Qué tan cómodo se siente al comunicar sus ideas al jefe?	Comodamente	100%	100%	100%	100%
	2. ¿Qué tan motivado se siente al comunicar sus ideas al jefe?	Motivado	100%	100%	100%	100%
	3. ¿Qué tan claro se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy claro	100%	100%	100%	100%
	4. ¿Qué tan entendido se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy entendido	100%	100%	100%	100%
	5. ¿Qué tan escuchado se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy escuchado	100%	100%	100%	100%
COMUNICACIÓN DESCENDENTE	1. ¿Qué tan claro se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy claro	100%	100%	100%	100%
	2. ¿Qué tan entendido se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy entendido	100%	100%	100%	100%
	3. ¿Qué tan escuchado se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy escuchado	100%	100%	100%	100%
	4. ¿Qué tan cómodo se siente al comunicar sus ideas al jefe?	Comodamente	100%	100%	100%	100%
	5. ¿Qué tan motivado se siente al comunicar sus ideas al jefe?	Motivado	100%	100%	100%	100%
COMUNICACIÓN HORIZONTAL	1. ¿Qué tan cómodo se siente al comunicar sus ideas al jefe?	Comodamente	100%	100%	100%	100%
	2. ¿Qué tan motivado se siente al comunicar sus ideas al jefe?	Motivado	100%	100%	100%	100%
	3. ¿Qué tan claro se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy claro	100%	100%	100%	100%
	4. ¿Qué tan entendido se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy entendido	100%	100%	100%	100%
	5. ¿Qué tan escuchado se sienten las ideas al comunicarlas al jefe?	Muy escuchado	100%	100%	100%	100%

Resultados **(2) Verificación de cumplimiento de objetivos**

Objetivo específico 1: Conocer la característica de la comunicación ascendente en Inversiones Antioley E.I.R.L., Cercado de Lima, 2022

En base a los resultados obtenidos en la entrevista, se llegó a conocer que la empresa cuenta con una comunicación ascendente favorable, con gran valoración ya que todas las decisiones dependen del jefe. Por otro lado, los colaboradores sienten claro que informar es prioridad para empresa, así mismo, no se sienten muy motivados para realizar eficientemente sus funciones.

Además, el jefe cuenta con un personal de confianza que garantiza el buen desempeño de los trabajadores, de esta manera generando incomodidades entre ellos.

Resultados **(2) Verificación de cumplimiento de objetivos**

Objetivo específico 2: Conocer la característica de la comunicación descendente en Inversiones Antioley E.I.R.L., Cercado de Lima, 2022

De acuerdo a los resultados obtenidos en la entrevista, se pudo conocer que cuenta con una comunicación descendente favorable, ya que los colaboradores están muy informados sobre las funciones que deben de realizar.

Por otro lado, en algunas ocasiones los colaboradores sienten que las ideas presentadas al jefe no las considera ya que mayormente toma las decisiones por su propia cuenta, así mismo, se pudo conocer que el personal con más experiencia delimita al nuevo personal en plasmar ideas y sugerencias.

Resultados **(2) Verificación de cumplimiento de objetivos**

Objetivo específico 3: Conocer la característica de la comunicación horizontal en Inversiones Antioley E.I.R.L., Cercado de Lima, 2022

De acuerdo a los resultados obtenidos en la entrevista, se pudo conocer que, si se cuenta con una comunicación horizontal favorable, ya que cuentan con aparatos tecnológicos que facilita llegar la información correcta y poder tomar buenas decisiones. Así mismo, al personal nuevo no se le puede brindar mucha confianza, debido a que en otras ocasiones solo ingresaron a conocer el rubro y a hurtar. En este caso el nuevo personal no cuenta con celular por parte de la empresa, ellos mantienen una comunicación directa entre sus compañeros y con el jefe.

Resultados Del Verbo Acción de conjugación de objetivos

Objetivo General: Conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima, 2022

Se conoció que existe una comunicación organizacional favorable, ya que la mayoría de los colaboradores se sienten identificados con el crecimiento de la empresa, sobre todo en realizar una mayor puntualidad de ventas. La experiencia en el rubro permite que la comunicación entre los trabajadores sea deficiente, debido a que si un personal nuevo llega el jefe es quien debería darle las indicaciones.

Finalmente, en base a los resultados obtenidos de la entrevista se pudo conocer que la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antioley E.I.R.L. 2022 nos demostró que mantiene una comunicación horizontal deficiente, ya que existe rivalidad entre algunos colaboradores. También nos muestra que la comunicación descendente es la que domina en el negocio, ya que solo en algunas ocasiones las ideas de los trabajadores son pocas veces consideradas por el jefe. Así mismo, el supervisor mantiene una comunicación ascendente intermedia ya que consulta con un personal de confianza no entregando la confianza al 100% para estar en las decisiones.

Investigación Social 2022 | Comunicación Organizacional en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima, 2022. | IREVEPTICA

Conclusiones y Recomendaciones

Investigación Social 2022 | Comunicación Organizacional en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima, 2022. | IREVEPTICA

Conclusiones

De acuerdo con el objetivo general, conocer la característica de la comunicación organizacional en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima, se logró conocer que existen tipos de comunicación: ascendente, descendente y horizontal. De esta manera, permita que podamos identificar problemas, hacer mejoras y tomar buenas decisiones.

Mientras que en el objetivo específico 1, conocer la característica de la comunicación ascendente en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima, se logró identificar y conocer que el jefe cuenta con un personal de confianza que garantiza el buen desempeño de los trabajadores, generando entre ellos un conflicto de poderosas. De esta manera se podrá contar con los objetivos de la empresa.

Logro en el objetivo específico 2, conocer la característica de la comunicación descendente en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima. Se concluyó que los trabajadores están bien informados para realizar correctamente las ventas, asimismo se pudo conocer que los colaboradores no son escuchados cuando quieren brindar una sugerencia de mejora, las decisiones e ideas son de la gerencia.

En el objetivo específico 3, conocer la característica de la comunicación horizontal en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima. Se pudo conocer que cuando un personal nuevo ingresa a trabajar y sobre todo sin experiencia en el rubro, los trabajadores con más experiencia definen, les ponen trabas para realizar sus funciones. Ya que piensan que el nuevo les va a quitar el puesto. De tal manera, esto impide que se trabaje en un clima laboral estable.

Investigación Social 2022 | Comunicación Organizacional en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima, 2022. | IREVEPTICA

Recomendaciones

Realizar reuniones diarias al momento de iniciar el día, indicando las cualidades que debe tener un grupo de trabajo sobre todo para mantener un clima laboral agradable.

Crear un tablon de avisos de las funciones pendientes durante el día.

Por parte de la gerencia, brindar más transparencia y confianza al personal nuevo, ya que los trabajadores antiguos delimitan algunas funciones. A su vez, estar precavidos de sus movimientos debido a dos expedientes negativos.

Organizar eventos deportivos para incentivar confianza entre los compañeros.

Permitir que todo el personal de la empresa semanalmente anote en un cuaderno asignada por gerencia, que anoten las incidencias ocurridas entre compañeros, en sus ventas, en el control de los productos, etc.

Concientizar al personal de la empresa de venta y compra de cables de alta y baja tensión Inversiones Antioley E.I.R.L. lo importante que es mantener un clima laboral favorable, mantener entre compañeros un trabajo en equipo que no genere egoísmo, mantener una comunicación fluida y con respeto uno entre otro.

Investigación Social 2022 | Comunicación Organizacional en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima, 2022. | IREVEPTICA

Muchas gracias



Investigación Social 2022 | Comunicación Organizacional en Inversiones Antioley E.I.R.L. Cercado de Lima, 2022. | IREVEPTICA



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, FERNANDEZ BEDOYA VICTOR HUGO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Comunicacion Organizacional en Inversiones Antoley E.I.R.L, Cercado de Lima, 2022.", cuyo autor es VELARDE CORTEZ JHONATAN SAUL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 01 de Julio del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
FERNANDEZ BEDOYA VICTOR HUGO DNI: 44326351 ORCID: 0000-0002-2464-6477	Firmado electrónicamente por: VHFERNANDEZB el 03-07-2022 12:07:47

Código documento Trilce: TRI - 0317249