

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas
Carrera Profesional de Administración de Empresas**

**EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN
LOS TRABAJADORES DE LA COMPAÑÍA MINERA
COIMOLACHE S.A. 2018**

Bach. Evelin Sugeit Shajaira Sánchez Bringas

Bach. Sonia Rocio Laboriano Solis

Asesor: Mg. Lucía Antonieta Small Ruiz

Cajamarca – Perú

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO



**Facultad de Ciencias Empresariales y Administrativas
Carrera Profesional de Administración de Empresas**

**EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN
LOS TRABAJADORES DE LA COMPAÑÍA MINERA
COIMOLACHE S.A. 2018**

**Tesis presentada en cumplimiento parcial de los requerimientos para el Título
Profesional de Licenciado en Administración de Empresas**

Bach. Evelin Sugeit Shajaira Sánchez Bringas

Bach. Sonia Rocio Laboriano Solis

Asesor: Mg. Lucía Antonieta Small Ruiz

Cajamarca – Perú

2019

COPYRIGHT © 2019 by

Evelin Sugeit Shajaira Sánchez Bringas

Sonia Rocio Laboriano Solis

Todos los derechos reservados

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO GUILLERMO URRELO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL

**EVALUACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LOS
TRABAJADORES DE LA COMPAÑÍA MINERA COIMOLACHE S.A. 2018**

Presidente: Mg. Fernando Maldonado Fernández

Secretario: Eco. David Boñón Díaz

Vocal: Dr. Carlos Anderson Puyén

Dedicatorias

A:

El haber culminado la presente investigación significa haber logrado una meta trazada, lo cual no hubiese sido posible sin el valioso apoyo de diferentes personas a las cuales agradezco profundamente y dedico este estudio de tesis:

La presente investigación va dedicada a mis padres, quienes me han brindado su apoyo en todo momento y gracias a su esfuerzo, he podido culminar de manera satisfactoria mi vida universitaria. A Dios, por su infinito amor y fortaleza.

Sonia Rocio Laboriano Solis

A:

Dedico esta tesis a mi abuelo Julio Bringas Alcalde, él me enseñó que la actitud, el amor y la nobleza vale mucho más que cualquier tesoro, y que la familia es lo más importante, no importa cuán grande seas ni cuantos conocimientos tengas, porque sin los que amas nada tendría sentido.

Evelin Sugeit Shajaira Sánchez Bringas

Agradecimientos

Agradecemos infinitamente a Dios quien nos ha dado las fuerzas y voluntad para llegar hasta este primer objetivo y sobre todo nos ha dado la dicha de tener nuestros padres quienes nos han orientado con amor, sacrificio y apoyo incondicional para cumplir nuestros logros y metas propuestas.

Al finalizar un trabajo arduo y lleno de dificultades como es el desarrollo de una tesis, en donde hemos plasmamos todos nuestros conocimientos adquiridos durante los cinco años de estudio, tenemos agradecemos a todas las personas que apoyaron en el desarrollo de esta tesis, ya que con su esfuerzo y recomendaciones nos inculcaron en todo momento el deseo de mejorar y ser alguien en la vida. Por último, agradecemos a nuestro querido asesor, quien gracias a su conocimiento y deseo de mejorar el futuro profesional de muchos jóvenes, nos motivó a seguir formándonos como profesionales.

Resumen

La presente investigación tiene como título: “La Evaluación de la Comunicación Organizacional en los Trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. 2018”. La excesiva burocracia en la gestión de procesos, los pausados trámites documentarios, la información inadecuada o el mal manejo de ésta, muestran una atención inapropiada al usuario y la inadecuada comunicación; factores que ocasionan retraso en las actividades ya programadas. Es así que en toda organización y en este caso en particular en la Compañía Minera Coimolache S.A., existe la necesidad de identificar en los trabajadores de dicha compañía el nivel de Comunicación Organizacional.

En la hipótesis general de este estudio de investigación se plantea que los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. presentan un nivel de comunicación organizacional medio, respecto al análisis de indicadores de medición.

El tipo de investigación desplegada es tipo exploratorio, cuantitativo la cual permite brindar una descripción completa y detallada del tema de investigación. La muestra seleccionada fue de 183 trabajadores contratados directamente en planilla de la compañía. Se analizó a través de un instrumento de aplicación con 24 ítems, la comunicación externa, la comunicación interna y la comunicación personal, en los trabajadores de dicha organización.

Palabras claves: Comunicación organizacional, comunicación interna, comunicación externa, comunicación personal, ventaja competitiva.

Abstract

This research has the title: “The Evaluation of Organizational Communication in the Workers of Compañía Minera Coimolache S.A. 2018”. The excessive bureaucracy in the management of processes, the slow documentary procedures, the inadequate information or the bad handling of this, show an inappropriate attention to the user and the inadequate communication; factors that cause delays in activities already scheduled. Thus, in any organization and in this case in particular in the Company Minera Coimolache S.A., there is a need to identify the level of Organizational Communication in the workers of said company.

In the general hypothesis of this research study, it is proposed that the workers of Compañía Minera Coimolache S.A. they have a medium level of organizational communication, regarding the analysis of measurement indicators.

The type of research deployed is an exploratory, quantitative type which provides a complete and detailed description of the research topic. The sample selected was 183 workers hired directly on the company's payroll. It was analyzed through an application instrument with 24 items, external communication, internal communication and personal communication, in the workers of that organization.

Keywords: Organizational communication, internal communication, external communication, personal communication, competitive advantage.

ÍNDICE

Dedicatorias	i
Agradecimientos	iii
Resumen	iv
Abstract	v
Índice	vi
Lista de Tablas	ix
Lista de Gráficos	x
Lista de Figuras	xi
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	1
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Descripción de la realidad problemática	3
1.3. Formulación del problema	4
1.4. Objetivos	4
1.4.1. Objetivo general	4
1.4.2. Objetivos específicos	4
1.5. Justificación e importancia	5
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	6
2.1. Fundamentos teóricos de la investigación	7
2.2. Bases teóricas	15

2.3. Marco conceptual	26
2.4. Hipótesis.....	28
2.5. Operacionalización de las variables.	28
CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	29
3.1. Tipo de investigación.....	30
3.2. Diseño de la investigación	30
3.3. Área de investigación.....	30
3.3.1. Población	30
3.3.2. Muestra	31
3.3.3. Unidad de análisis.....	31
3.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	32
3.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos	32
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	33
4.1. Análisis de resultados.....	34
4.2. Discusión de Resultados	37
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	41
5.1. Conclusiones	42
5.2. Recomendaciones.....	43
REFERENCIAS	45

ANEXOS	49
Anexo A: Cuestionario de Comunicación Organizacional	49
Anexo B: Matriz de Consistencia	59

Lista de Tablas

Tabla 1: Operacionalización de variables	28
Tabla 2: Unidad de análisis.....	31

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Análisis de comunicación interna	34
Gráfico 2: Análisis de comunicación externa	35
Gráfico 3: Análisis de comunicación personal.....	36
Gráfico 4: Nivel de comunicación general	40

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1: Factores internos y externos de la comunicación organizacional.....	211
Figura 2. Ecuación de Alfa de Cronbach.	31

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

A nivel mundial, la comunicación organizacional ha sido uno de los ejes fundamentales para enfrentar los retos concernientes a expansión en los mercados, globalización, la calidad y la competitividad. Ante estos retos la visión empresarial no solo debe estar sustentada en el paradigma de economía, producción y administración sino también debe incluirse la comunicación, la cultura y la identidad como nuevos ejes de la acción empresarial, ya que estos tres aspectos constituyen el sistema nervioso central de todos los procesos de la dinámica integral de una organización. (Balarezo, 2014, p.4)

Hoy en día sabemos que los problemas de una organización tienen su origen en la mala gestión de su comunicación interna y externa. Díaz (2014) afirma: Las empresas que no cuentan con una buena comunicación están destinadas a tener poca colaboración de los empleados, quienes forman parte del recurso humano y por lo tanto no existe un adecuado trabajo en equipo. (p. 2).

En todas las empresas existen distintos tipos de comunicación, los cuales en algunos casos generan confusión al momento de ser transmitidos ya que la información que se envía desde los altos mandos no es la misma que perciben los trabajadores, lo cual genera discrepancia entre las órdenes emitidas y las órdenes que deben de ejecutarse; por ello es necesario buscar mecanismos que permita una adecuada comunicación organizacional con el fin de alcanzar las metas y objetivos que las empresas se han formulado para poder realizar un trabajo en equipo, el cual

ayudará a desarrollar todos los procesos administrativos y operacionales dentro de las mismas (Flores, 2017, p. 26).

La comunicación organizacional no debe limitarse a transmitir con claridad instrucciones, sino que tiene que haber definido, precisamente, misiones y responsabilidades para todos los trabajadores. Para ello, es necesario definir eficazmente las líneas de autoridad que a los mismos jefes les conviene respetar, la comunicación amplia y bien coordinada en todos los sentidos es la esencia de cualquier modelo de comunicación organizacional. (López, 2015, p. 2)

1.2. Descripción de la realidad problemática

La Compañía Minera Coimolache S.A., es una empresa que inició sus operaciones en la región Cajamarca en el año 2003, específicamente en la provincia de Hualgayoc, dedicándose a la producción de oro y plata. Actualmente cuenta con 1,583 trabajadores contratados y distribuidos en sus diferentes áreas.

En el año 2017, la Compañía Minera Coimolache S.A. realizó una encuesta de clima laboral, tomando especial interés en el tema de comunicación efectiva entre sus trabajadores. Obteniendo como resultado bajos porcentajes de comunicación efectiva entre los trabajadores, motivo por el cual es de suma importancia evaluar esta variable por separado, para realizar un análisis mucho más minucioso acerca de las causas que estarían ocasionando este fenómeno.

1.3. Formulación del problema

¿Cuál es la evaluación de la comunicación organizacional en los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A., durante el año 2018?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Evaluar la Comunicación Organizacional de los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. durante el año 2018.

1.4.2. Objetivos específicos

-Evaluar la comunicación organizacional interna que tienen los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. como indicador de comunicación organizacional.

-Evaluar la comunicación organizacional externa que tienen los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. como indicador de comunicación organizacional.

-Analizar la comunicación organizacional personal que tienen los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. como indicador de comunicación organizacional.

-Analizar los resultados de la recolección de datos, y determinar la situación actual de la comunicación organizacional en los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A.

1.5. Justificación e importancia

La comunicación organizacional es una herramienta de vital importancia para las empresas, con la finalidad de tener un mejor desempeño laboral, orientando así los esfuerzos al logro de objetivos para alcanzar el éxito de una empresa u organización.

Una buena comunicación organizacional permite alcanzar metas a través del tiempo. Por lo tanto, los resultados de la presente investigación contribuirán a conocer los niveles de comunicación en la empresa e identificar sus factores para mantenerlos o desarrollarlos en la organización. Además de determinar las causas principales que ocasionan una deficiente comunicación entre los trabajadores en la Compañía Minera Coimolache S.A.

A partir de esta investigación, la alta gerencia de esta compañía minera podrá tomar decisiones en cuanto a que programas de desarrollo de comunicación debe implementar con sus trabajadores, con el fin de realizar actividades que contribuyan al desarrollo de habilidades para mejorar los equipos de trabajo según las áreas donde se encuentren distribuidos.

Esta investigación servirá como base teórica para aquellas personas que busquen información acerca de la comunicación organizacional.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentos teóricos de la investigación

Aguilar, (2017) a través de este trabajo aplicado se buscó atender una necesidad expuesta por uno de los dignatarios de la JAC, el cual expresó su deseo de hallar maneras de visibilizar las acciones de esta organización comunitaria para lograr que los habitantes residentes en su área de cobertura. Cabe destacar que sumado a la problemática inicial, que consistía en encontrar nuevos canales de difusión para impactar a más personas de la comunidad, también se dio solución a otras falencias, como la importancia de tener una imagen corporativa, la capacitación en el uso de redes sociales y página web y la gestión de recursos ante la Alcaldía Local, que les permitirá contar con mayor equipamiento en sus instalaciones para atender a los habitantes del área de su cobertura.

Arzuza, Castellón y Espinel, (2016) tuvieron por objetivo realizar un diagnóstico de la comunicación organizacional en el Colegio Comfamiliar a partir del análisis de los factores internos que afectan la consecución de los objetivos institucionales, el desarrollo del plan de estudio y el clima organizacional. La metodología tiene un enfoque cuantitativo descriptivo ya que se aplicó la encuesta (técnica cuantitativa).

De acuerdo a los resultados, se observa que la compañía le resta importancia a la comunicación y al uso adecuado de los canales de información, lo que genera conflictos internos que, deterioran el ambiente laboral, originando el rumor, ya que cuando no se comunica de manera eficiente y veraz. Por lo tanto, se proponen cuatro sugerencias, la primera optimización de los canales de comunicación

mediante la implementación adecuada de carteleras físicas y las redes sociales. La segunda sugerencia espacios de integración se debe realizar mediante capacitaciones, conversatorios motivacionales y planificación de los eventos. La tercera sugerencia es la campaña comunicativa y la cuarta sugerencia es el fortalecimiento institucional.

Pérez, (2016) de acuerdo a los resultados su investigación, la comunicación en las cooperativas posee mayormente una función descriptiva, y en menor medida, una función evaluadora. La comunicación organizacional en las Cooperativas no Agropecuarias de Santa Clara se caracteriza por la transversalidad y la falta de intención estratégica. La retroalimentación adquiere una importancia significativa, siendo los canales directos los más utilizados en ambos ámbitos.

Miranda y Pastor, (2015) realizaron una investigación para determinar la relación entre comunicación organizacional y el clima social en los trabajadores de una Municipalidad del Departamento de Lambayeque, 2015. Además, determinaron que existe relación positiva altamente significativa entre las escalas descendente, ascendente y horizontal con las áreas relaciones, desarrollo y estabilidad, así como no relación entre la escala diagonal con las áreas relaciones, desarrollo y estabilidad.

Díaz, (2014) determinó la influencia de la comunicación organizacional y el trabajo en equipo; se realizó con colaboradores entre las edades de diecisiete a setenta y siete años, siendo estos de género masculino y femenino. Concluye que de acuerdo a la percepción que tienen los colaboradores respecto a cómo se

desarrolla la comunicación cruzada, ascendente y descendente; en términos generales que las tres están consideradas como una buena comunicación, ya que dentro de la institución existe una relación cordial entre los colaboradores y los jefes, y a la vez confianza entre los mismos lo que fomenta el trabajo en equipo. Y recomienda fortalecer la comunicación entre los trabajadores a través de los círculos de calidad, pues es una herramienta de suma importancia para el desarrollo de sus actividades.

Flores, (2018) argumentó que la comunicación se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de toda organización empresarial e institucional que busca una imagen bien posicionada en su mercado o entorno, por lo que la comunicación en Prevención de Riesgos Laborales (PRL) no debe estar al margen de las características y objetivos que definen a la empresa o institución, sino todo lo contrario, por lo que la Comunicación Organizacional en la Prevención de Riesgos Laborales se constituye en estrategia prioritaria de las empresas e instituciones.

Celestino, (2018) tuvo como objetivo determinar los factores en la comunicación organizacional en los trabajadores de una empresa privada de Lima Metropolitana. El presente estudio, fue de tipo descriptivo y diseño no experimental. El factor predominante en la comunicación organizacional en los trabajadores, es la comunicación descendente con un 39% de aceptación.

El factor de comunicación descendente en los trabajadores, presentó un 45% de aceptación. El factor de comunicación ascendente en los trabajadores,

presentó un 35% de aceptación. El factor de comunicación horizontal en los trabajadores, presentó un 38% de aceptación. El factor de comunicación diagonal en los trabajadores, presentó un 31% de aceptación.

Silva, (2017) tuvo como objetivo determinar la relación entre la comunicación organizacional interna y el compromiso organizacional en el personal administrativo. La metodología tuvo enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y correlacional. El diseño fue no experimental: transversal: correlacional. De acuerdo a los resultados se concluyó que existe una relación significativa muy baja y positiva entre la comunicación interna esencial y el compromiso organizacional en el personal administrativo, además existe una relación significativa alta y positiva entre la comunicación interna motivacional y el compromiso organizacional en el personal administrativo de la Universidad Nacional Federico Villarreal puesto que el nivel de significancia es $p=0.000$.

Bonilla y Torres, (2017) las características más comunes en la cultura organizacional de SANDVIK, es la Identidad De Sus Miembros, es decir, que la mayoría de los trabajadores se sienten parte de la empresa y los objetivos que persiguen. Además, la empresa utiliza criterios para recompensar que también forman parte de la Cultura Organizacional, sin embargo, estos no logran abarcar a un mayor número de colaboradores.

En general el clima organizacional es favorable dado que la gente puede expresar libremente sus opiniones respecto al trabajo, por ello el trabajador se siente con autonomía necesaria para afrontar decisiones que le competen, por ello trabaja

más confiado y tranquilo. Sin embargo, los trámites documentarios y administrativos son poco ágiles y esto muchas veces dificulta las funciones de los involucrados.

Anderson, (2018) esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la estrategia de competencias gerenciales con la comunicación organizacional interna del sector hotelero de 3 y 4 estrellas. Luego del diagnóstico de las competencias gerenciales, se concluye que los gerentes tienen una tendencia valores medios bajos a nivel de la variable y por ende a nivel de las dimensiones. La dimensión aspecto social, el porcentaje más alto es el de 43.6%. La dimensión aspecto social, también se ubica dentro de los valores medios, el valor más elevado es de 42.4%, que se encuentra ubicada en la escala de valor medio bajo. La correlación existente entre las competencias gerenciales y comunicación organizacional se encontró que para un nivel de confianza de 0.05 y con 100 grados de libertad, el coeficiente de correlación es de $r = 0.715$ y es mayor al valor del error del estándar multiplicado por la tabla t de Student siendo el valor de 0.111, resultando nuestro valor mayor que el esperado por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación concluyendo que sí existe relación.

Trujillo, (2017) determinó que la comunicación interna influye de manera significativa en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas. Debido a que en la correlación de Pearson realizada se obtuvo como resultado 0.872 lo que indica una muy buena

correlación entre ambas variables y para la prueba de hipótesis se usó el Chi Cuadrado, donde se obtuvo un nivel de significación de 0.000, con lo que se puede concluir que si una organización tiene una buena comunicación interna esta influirá de manera positiva en el clima organizacional de los empleados de estas instituciones.

Papic, (2016) se orientó a analizar la aplicación de la comunicación organizacional interna entre los directivos y el profesorado en el marco del incremento de la eficacia de la gestión escolar en el establecimiento educativo, adscrito a las comunas de Pudahuel y de la Cisterna. Para efectos de su implementación, se aplica en calidad de metodología, de acuerdo a Sierra Bravo (1994), un diseño no experimental de tipo seccional exploratorio y descriptivo. También, este estudio se considera de enfoque integrado multimodal o enfoque mixto de acuerdo a Hernández, Fernández-Collado y Baptista (2006), porque comprende el uso conjunto de la perspectiva cuantitativa y cualitativa.

Ospina, Rojo y Zuluaga, (2014) explicaron que una comunicación organizacional bien definida es la forma como al interior de la empresa se puede hacer de ésta un mejor lugar para trabajar y empleados más humanos, lo que tiende a generar una mayor satisfacción laboral e incluso un mejor desempeño en sus empleados; haciendo uso de ella las personas comprenderán mejor su trabajo, se sentirán más identificados y participarán más en la organización y con esto directamente se generará un incremento en la productividad de cualquier organización.

Viera, (2016) determinó que el comportamiento organizacional investiga el impacto que los individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos para mejorar la eficacia de dichas organizaciones. Esta herramienta se encarga de la motivación, comportamiento y autoridad del líder, comunicación con los demás, estructura y procesos de los grupos, aprendizaje, desarrollo y percepción de las actitudes, procesos de cambio, conflicto, diseño del trabajo y estrés en el trabajo. Puede contribuir a mejorar el desempeño de la empresa instruyendo a los jefes la relación entre las actitudes y la conducta de los empleados y la satisfacción del cliente.

Castillo y De La Cruz, (2015) explicaron que en las relaciones interpersonales se han detectado que existen irregulares (imperfectas) relaciones de confraternidad y convivencia entre alumnos, administrativos, docentes y directivos; así mismo existe una carencia en el manejo del conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el tránsito de los mensajes de las fuentes a los receptores dentro de las Carreras Profesionales; el liderazgo observado no acepta contribuciones en equipo, por consiguiente no existe una colaboración y participación de la totalidad de miembros que conforman las Carreras Profesionales para debatir y decidir de forma consensuada las directrices pertinentes a seguir.

Ramírez, (2015) explica que la comunicación en las organizaciones ha ganado importancia con la evolución de las teorías organizacionales y las nuevas formas del management que buscan adaptarse a las necesidades contemporáneas y constantemente cambiantes de la sociedad en la que se desenvuelve. Para una

comunicación organizacional eficaz, es necesario que fluya una sana interacción entre los individuos que la lleven a cabo de manera interpersonal, puesto que esto puede repercutir en los objetivos perseguidos que posteriormente impactan en la productividad.

Huamán, (2017) para realizar esta tesis se identificaron dos variables, la primera estuvo referida a la comunicación 360°, la segunda variable fue sobre la morosidad. El tipo de investigación fue descriptiva explicativa con diseño experimental en su modalidad pre experimental. El instrumento usado fue el cuestionario en su modalidad de Pres y Post-Test, este instrumento se desarrolló a través de la aplicación de dos cuestionarios validados (pre test y post test de comunicación 360°). Finalmente, los resultados muestran que el valor del chi-cuadrado es 9,772 con su P valor igual a 0.02 es menor que el nivel de significancia igual 0.05; por lo tanto, se puede afirmar que sí existe incidencia de la comunicación 360° como estrategia para reducir el índice de morosidad en los pagos académicos de los alumnos de la Universidad Alas Peruanas – Filial Cajamarca.

Tafur, (2015) el propósito fue encontrar el nivel clima presente en esta compañía. Esta investigación fue de tipo aplicada (en base a su orientación), descriptiva (en base al diseño de contrastación), y de corte transversal. La muestra está compuesta por 20 trabajadores de la salud. Para el diagnóstico requerido se aplicó un cuestionario para Clima Organizacional con 3 sub-variables y 11 dimensiones basado en la escala Likert, de cuatro puntos. Se concluye que las

dimensiones pertenecientes al Clima Organizacional, la de identidad y comunicación organizacional, están en un nivel de clima saludable. Y las dimensiones de conflicto y cooperación, motivación, toma de decisiones, remuneración, estructura, innovación, liderazgo, recompensa y confort, se encuentran en un nivel de clima por mejorar.

2.2 Bases teóricas

El proceso de comunicación

Para hablar de la comunicación desde su ámbito organizacional, parece adecuado hablar primero del proceso comunicativo general. Es decir, del que se presenta en cualquier caso que se pretenda establecer comunicación. Y del que este apartado presenta una visión rápida. (Sandoval, 2013)

Según Sandoval (2013, p. 2) afirma: que la comunicación es un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actitud o conducta.

Otros autores afirman que la comunicación busca establecer contacto con alguien más por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado, para cerrar así el círculo. Así, la comunicación implica un objetivo, que generalmente es el de cambiar, reforzar o enseñar el comportamiento, actitudes y conocimiento de quien recibe los mensajes.

a) Efectos de la comunicación

Cuando comunicamos algo, es porque esperamos una reacción en nuestro receptor. Es decir, deseamos que nuestro mensaje tenga un efecto sobre el otro. Según Sandoval (2013, p. 4) los efectos son los cambios en el comportamiento, actitudes y/o ideas del receptor como respuesta al mensaje que el emisor le ha enviado.

Los cambios o modificaciones en el receptor dependen no sólo de los códigos y canales, sino también de las habilidades de comunicación que el emisor tenga, del conocimiento del tema y de las actitudes que éste tenga respecto a la otra persona o situación en que se desenvuelve la comunicación y viceversa. Aquí vemos otra muestra del pensamiento sistémico, la visión de que cada elemento depende del otro para que la comunicación sea eficaz y tenga la retroalimentación deseada, que como dijimos son cambios que el emisor busca en el receptor. Estos cambios pueden ser de tres tipos:

- Cambios en los conocimientos
- Cambios en la actitud y opinión
- Cambios en la conducta aparente (Sandoval, 2013)

b) Modelos de comunicación

Se entiende como modelo al esquema teórico que se presenta para tener un estudio de un comportamiento, los cuales explican o abordan el

concepto que define la comunicación, los cuales son: Sociológico, Semiológicos, Psicológicos, Antropológicos, Físicos y Socio Psicológicos. Estos modelos sirven para entender como la comunicación ha evolucionado, y cómo interfiere en las relaciones de las personas, Por un lado, se encuentra el modelo Sociológico que propone una manera sencilla de resumir el proceso de la comunicación: es preguntar quién dice que, a través de qué canal, a quién, con qué efectos. Planteaba la acción de la comunicación en forma lineal, lo que importa es la trasmisión de la comunicación (García, 2018).

c) Definición de la comunicación organizacional

Organización es una entidad, empresa, compañía o un grupo social compuesto por personas que cumplen diversas tareas en pro de un objetivo, este grupo se forma de manera estructural, es decir que necesita de una jerarquización, división de trabajo, para sincronizar los intereses y los valores. Si se juntan los modelos y la definición de comunicación y organización, se puede decir que la comunicación organizacional (CO), es un conjunto de mensajes emitidos por la empresa, a través de personas, elementos físicos, productos y servicios; los cuales influyen en el ámbito interno como externo, y que forman una única función y articulación de los objetivos o misión de una empresa. (García, 2018).

La comunicación organizacional se podría definir como la organización de información que viene del externo (input), ésta la procesa

en su interior, y devuelve al medio externo una respuesta (output) materializada como un producto, servicio u otro tipo de interacción. Está se divide en dos funciones, la primera es la función informativa: se pregunta y responde a los siguientes cuestionamientos ¿Hacia dónde vamos?, ¿Qué es lo que perseguimos?, ¿Qué hacemos?, ¿En qué estamos? Es decir, la visión y misión de la organización. De esta manera busca: crear cultura organizacional (compromiso, identidad, esfuerzo común), e involucrar al personal, hacer parte de un proyecto común y que se sienta parte de la organización. Y la segunda, la función operativa: relacionada con la gestión y administración institucional, la planificación y proyección institucional. (García, 2018)

La comunicación organizacional, se considera por lo general como un proceso que sucede entre los miembros de una colectividad social. Al ser un proceso, la comunicación dentro de las organizaciones consiste en una actividad dinámica, en constante flujo, pero que mantiene cierto grado de identificación de estructural. También se debe considerar que su estructura no es estática sino cambiante, y que se ajusta de acuerdo con el desarrollo de la organización. (Balarezo, 2014).

d) Impacto de la comunicación organizacional

Cuando se habla de comunicación en la organización, se hace referencia a un sistema complejo compuesto por significación, información y relación, este no se trata solamente de emitir o impartir mensajes a través

de cualquier medio, sino que se trata de saber conjugar las variables necesarias para que la comunicación tenga su impacto y produzca los resultados perseguidos tanto por la organización, como por cada individuo al interior de esta y que sirva como mecanismo social para el fortalecimiento de relaciones tanto a nivel interno como externo. La relación entre el hombre y la organización parte de la concepción de cada uno como un sistema abierto, es decir con posibilidad de desarrollo permanente; la relación entre el hombre y la organización implica o genera una zona de significados comunes que se están construyendo y van creciendo permanentemente lo que a su vez posibilita el desarrollo de cada uno (Balarezo, 2014).

e) Comunicación y clima laboral

La comunicación organizacional juega un papel clave para promover un mejor clima laboral y cumple tareas tanto en lo interno como en lo externo. Sobre las necesidades de comunicación en la organización. (Celestino, 2018)

Diversas investigaciones han comprobado una y otra vez que existe un amplio rango de asuntos que a los empleados les interesa conocer, los cuales básicamente pueden agruparse en tres categorías: información relacionada con la organización, información acerca del trabajo e información sobre asuntos que afectan a la vida personal y familiar. Según (Arzuza et al., 2016) serían cuatro preceptos los requeridos para lograr esto:

- Propiciando que todos los integrantes de la organización reciban la información completa, confiable y oportuna sobre el entorno, sobre la empresa y sobre el trabajo.
- Propiciando la identificación de la gente con la organización, y, por lo tanto, el orgullo y el sentido de pertenencia.
- Favoreciendo la integración de la organización con y entre sus colaboradores.
- Facilitando la creación de una imagen favorable y consistente de la organización entre su público.

(Arzuza et al., 2016) respecto al papel que debe cumplir el profesional de la comunicación en el ámbito organizacional, propone lo siguiente:

- Contribuir al cumplimiento de los objetivos organizacionales.
- Basar su trabajo en cuidadosas investigaciones.
- Partir de una estrategia.
- Facilitar, apoyar y promover una comunicación eficiente en la organización.
- Asegurar la congruencia entre lo que se dice a través de los distintos medios empleados y los mensajes que se transmiten.
- Utilizar todos los medios existentes para potenciar el nivel de comunicación de la organización.

En lo interno, la comunicación organizacional es la herramienta para propalar y hacer penetrar los valores de la organización. En lo externo, es el vehículo para posicionar a la empresa y sus valores en la sociedad (Arzuza et al., 2016).



Figura 1: Factores internos y externos de la comunicación organizacional.

Fuente: (Pérez, 2016).

f) Cambio organizacional

Constituye el tránsito de un estado a otro. Representa siempre transformación, alteración, modificación. Todo cambio implica nuevos caminos, nuevas estrategias, nuevas soluciones. Significa una transformación que puede ser gradual y constante, o rápida e impactante; una cuestión de velocidad y profundidad. Todo cambio conlleva algo diferente. Rompe el estado de equilibrio de una situación anterior y lo sustituye por uno de provisionalidad, desequilibrio, inestabilidad, tensión e incomodidad. Es toda modificación observada en la cultura o la estructura

de un sistema organizacional y que posee un carácter relativamente perdurable. Este último concepto, es el que más se aproxima como referencia de la presente Investigación. (Bonilla y Torres, 2017).

g) Condiciones para el cambio

Tener un alto nivel de información, comunicación externa e interna, actitud de aprendizaje continuo, consideración del error como parte del aprendizaje, flexibilidad, adaptabilidad, espíritu innovador, fomento de la creatividad, autocrítica permanente, revisión de los paradigmas (Bonilla y Torres, 2017).

h) Objetivos del cambio

- Busca un mejor empleo del potencial humano.
- Busca el rediseño estructural.
- Facilitar el flujo de la comunicación.
- Asegurar la toma de decisiones más cerca de la fuente.
- Desarrollo de sistemas de recompensa basados en las necesidades.
- Participar en la toma de decisiones.
- Mejoramiento del ambiente de trabajo (Bonilla y Torres, 2017).

i) Trascendencia del cambio

Es importante porque: diagnostica la condición presente, fija metas y define el estado futuro, define y administra el estado de transición,

podemos efectuar diagnóstico situacional, análisis de la competencia, percepción de los clientes (Bonilla & Torres, 2017).

j) Factores externos e internos del cambio

Factores externos

En el ambiente general (macro ambiente), el más amplio, las condiciones tecnológicas, económicas, políticas, sociales, culturales y legales afectan a las empresas. En el ambiente de tarea (micro ambiente), el más próximo a cada empresa, están los clientes, proveedores, competidores y a gentes reguladores que también plantean desafíos. Las alteraciones en esos elementos del entorno sin duda provocan profundas influencias y cambios en las empresas. Los proveedores, clientes, competencia y agencias reguladoras (como sindicatos, órganos gubernamentales de fiscalización y control, etc.) son los elementos ambientales más próximos e inmediatos a la empresa (Bonilla y Torres, 2017).

Los factores económicos, tecnológicos, sociales, culturales y legales forman parte del macro ambiente e influyen en todas las organizaciones. Estas fuerzas externas poseen un enorme poder de cambio, pues las empresas tienen poco control sobre ellas, y esto por diversos motivos (Bonilla y Torres, 2017):

- Porque son fuerzas muy impactantes, numerosas y variadas.

- Son muy complejas y difíciles de predecir o interpretar y entender por parte de las empresas.
- Porque las organizaciones dependen de su ambiente externo para superar y sobrevivir.
- Las empresas necesitan interactuar con sus ambientes para obtener insumos y recursos físicos, financieros, humanos y tecnológicos, y para colocar sus productos y servicios al alcance de sus clientes y consumidores.

Factores internos

Las empresas sufren presiones internas que provocan cambios. Los nuevos objetivos organizacionales, las nuevas políticas gerenciales, las distintas tecnologías, la adquisición de equipos y sistemas modernos, los nuevos métodos y procesos de operación, provocan alteraciones en el comportamiento de las personas, en sus expectativas y actitudes (Bonilla y Torres, 2017).

Confluencia de factores externos e internos

Estos factores aplican poderosas presiones sobre la alta administración de las empresas, que se ven obligadas a reaccionar. Esa intervención en la cúpula hace que las preocupaciones dominantes se vuelquen hacia los problemas internos de adecuación de la compañía, lo cual conduce a diagnosticar las áreas difíciles, y a

localizar y reconocer los problemas específicos que en ellas existe. Se intenta la invención o la reinención de nuevas soluciones, con el compromiso de las personas a tomar diferentes cursos de acción capaces de resolver las dificultades localizadas. La búsqueda de soluciones y el logro de resultados gradualmente mejores promueven un reforzamiento positivo y la plena aceptación de las nuevas prácticas. Los cambios están íntimamente interrelacionados, y su concatenación es producto de alteraciones anteriores. Muchos cambios actuales en las empresas pueden ser resultado de presiones y transformaciones de hace mucho tiempo, que se reprimieron durante cierto periodo (Bonilla y Torres, 2017).

2.3 Marco conceptual

2.3.1 Comunicación

Es un proceso de intercambio de información, en el que un emisor transmite a un receptor algo a través de un canal esperando que, posteriormente, se produzca una respuesta de dicho receptor, en un contexto determinado (Díaz, 2014).

2.3.2 Comunicación Organizacional

Es un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos (García, 2018).

2.3.3 Comunicación Interna:

Conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales (Sandoval, 2013).

2.3.4 Comunicación Externa:

Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos o servicios (Sandoval, 2013).

2.3.5 Comunicación personal

Mientras que la comunicación personal se da entre los miembros de la institución de manera directa, donde expresan sus emociones, sentimientos de satisfacción o frustración son etapas por las que atraviesan en el proceso de su desempeño laboral; muchas veces sus sentimientos son repercutidos por el estado que atraviesa la institución. Por lo general la información que se comparte en la comunicación personal es informal.

La comunicación personal es también conocida como una comunicación informal por que se intercambian ideas y sentimientos entre las personas de la institución, éste es uno los mecanismos o tipos de interacción más utilizados por los empleados ya que para estos no existen normas o reglas a las que se deba ceñirse (Papic, 2016).

2.3.6 Desarrollo Organizacional:

Es el conjunto de técnicas, herramientas y prácticas destinadas a mantener un correcto funcionamiento de una empresa, grupo u organización, dinamizando los procesos y generando un favorable

ambiente de trabajo. Es uno de los elementos más importantes para que toda empresa u organización pueda desarrollarse de manera óptima sin sufrir inconvenientes en su estructura o con el personal (Anderson, 2018).

2.4 Hipótesis

Los trabajadores de Compañía Minera Coimolache S.A. presentan un nivel de comunicación organizacional medianamente eficiente, respecto al análisis de sus indicadores.

2.5 Operacionalización de las variables.

Tabla 1: Operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Comunicación Organizacional	Es el conjunto de acciones, procedimientos y tareas que se llevan a cabo para transmitir o recibir información a través de diversos medios, métodos y técnicas de comunicación interna y externa con la finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa u organización. (Balarezo, 2014)	Comunicación	– Las actividades se realizan de forma ascendente, descendente, horizontal y diagonal.	Cuestionario
		Organizacional		
		Interna	– La información fluye con mayor rapidez y claridad. Ítems: 1,2,3,4,5,6,7,8	
		Comunicación	– La cantidad de informes que se emite.	
		Organizacional	– Los procesos que se realizan en la compañía.	
		Externa	Ítems: 9,10,11,12,13,14,15,16	
		Comunicación	– La interrelación que existe entre los miembros de	
		Organizacional	la compañía.	
		Personal	– Existe una conexión directa con el personal Ítems: 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24	

Elaboración propia.

CAPÍTULO III: MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El presente estudio de investigación fue de tipo cuantitativo ya que su objetivo es brindar una descripción completa y detallada del tema de investigación. En este caso se busca evaluar los principales indicadores de la Comunicación Organizacional en los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache, aplicando una encuesta a los trabajadores de dicha compañía. Luego se determinó la presencia o ausencia de indicadores de comunicación efectiva entre sus trabajadores.

3.2 Diseño de la investigación

Según el problema de investigación planteado y la comprobación de la relación de la variable propuesta en la hipótesis, el presente estudio de investigación presenta un diseño de tipo no experimental, descriptivo, en el que se recolectaron datos que describen la relación entre las variables en un tiempo determinado, buscando identificar los factores que influyen en la comunicación organizacional de los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache.

3.3 Área de investigación

3.3.1 Población

La Compañía Minera Coimolache S.A. tiene 183 trabajadores los cuales representan las 13 áreas de la compañía.

3.3.2 Muestra

Para efectos de esta investigación han sido seleccionados el total de la población, en este caso los 183 Trabajadores contratados directamente en planilla de la compañía Minera Coimolache, 2018.

3.3.3 Unidad de análisis

El trabajador contratado a tiempo indefinido dentro de la compañía.

Tabla 3: unidad de análisis

Áreas	Cantidad de Personal por Área
Administración	16
Construcción	6
Exploraciones	14
Geología	18
Medio Ambiente	8
Mantenimiento	13
Mina	6
Laboratorio	20
Planeamiento	16
Planta	44
RRCC	8
RRHH	9
Seguridad	5
Total	183

Fuente: (Compañía Minera Coimolache, 2018).

Análisis de Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Figura 2. Ecuación de Alfa de Cronbach.

Fuente: (Trujillo, 2017).

Se realizó el análisis de Alfa de Cronbach con un resultado de: 0.96% de confiabilidad.

3.4 Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos, en la presente investigación se utilizó la encuesta desarrollada según los indicadores de Comunicación Organizacional presentada en el Anexo A, que fue empleada en la tesis referente a la Comunicación Organizacional de dicho cuestionario se recopiló y mejoró las preguntas para elaborar el cuestionario que se aplicará en el estudio. El instrumento fue sometido a juicio de expertos para validar su contenido. Para ello se utilizó el SPSS analizado por baremos mediante intervalos para la validación de datos para facilitar la interpretación de resultados con exactitud y fiabilidad al investigar.

3.5 Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

El método de adquisición de datos fue a través de una encuesta, la cual fue aplicada a los trabajadores de la compañía.

Instrumento validado por expertos, con escala Likert, para la variable de estudio de investigación. Este cuestionario consta con 24 ítems dividido en 03 indicadores.

Para validar los datos mediante intervalos.

	Tres dimensiones de comunicación				Nivel
	Interna	Externa	personal	General	
Primer Intervalo	[<= 8 > =18]	[<= 8 > =18]	[<= 8 > =18]	[<= 24 > =55]	Ineficiente
Segundo Intervalo	[<= 19 > =29]	[<= 19 > =29]	[<= 19 > =29]	[<= 56 > =87]	Medio
Tercer intervalo	[<= 30 > =41]	[<= 30 > =41]	[<= 30 > =41]	[<= 88 > =119]	Eficiente

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Escala	fc	%
Ineficiente	20	11%
Medio	103	56%
Eficiente	60	33%
Total	183	100%

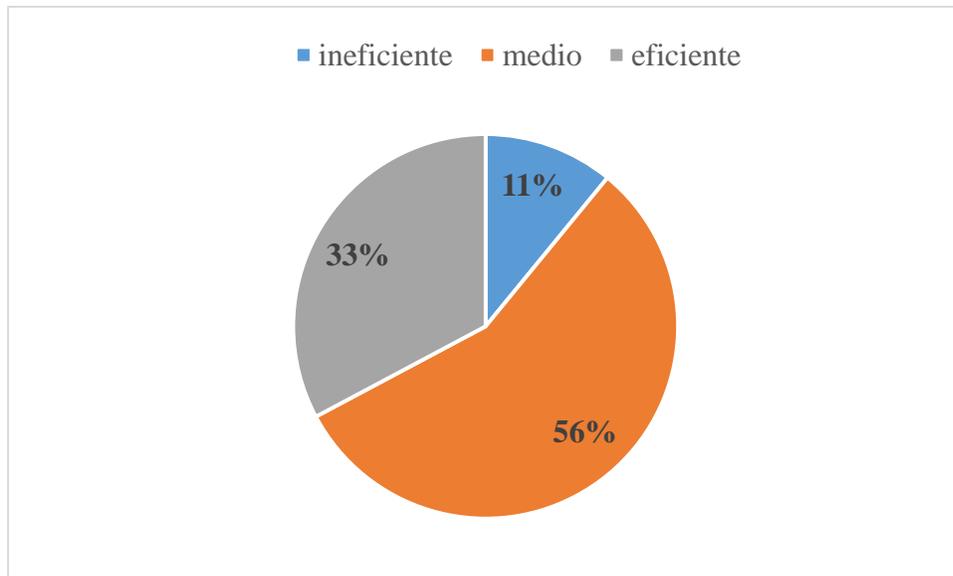


Gráfico 1. Nivel de comunicación interna.

Elaborado por los autores

Interpretación:

33 % indica que la comunicación interna es eficiente, 56% media y 11% que la comunicación interna es ineficiente.

Escala	fc	%
Ineficiente	0	0%
Medio	40	22%
Eficiente	143	78%
Total	183	100%

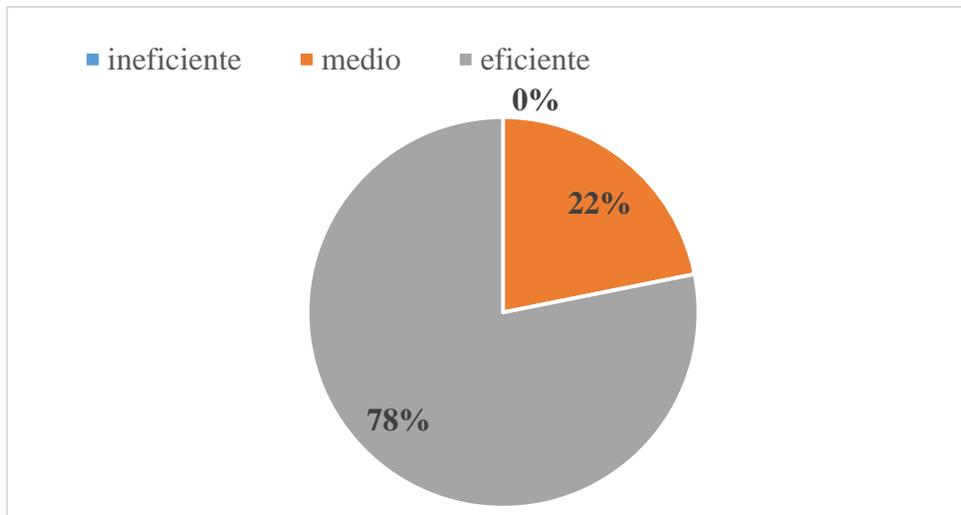


Gráfico 2. Nivel de comunicación externa

Elaborado por los autores

Interpretación:

78% indica que la comunicación externa es eficiente, 22% media y 0% que la comunicación externa es ineficiente.

Escala	fc	%
Ineficiente	0	0%
Medio	51	28%
Eficiente	132	72%
Total	183	100%

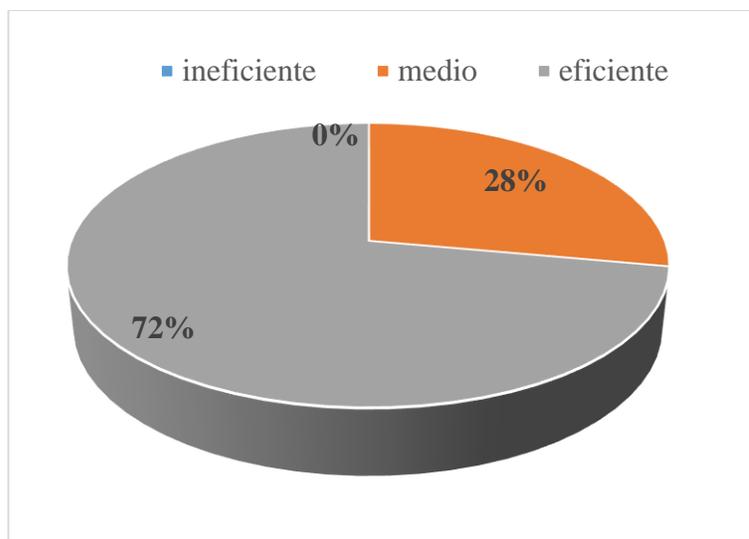


Gráfico 3. Nivel de comunicación personal

Elaborado por los autores

Interpretación:

72% indica que la comunicación interpersonal es eficiente, 28 % media y 0% que la comunicación interpersonal es ineficiente.

4.2 Discusión de Resultados

Los resultados obtenidos tras la aplicación del instrumento a la muestra con la que se trabajó, arrojo información fundamental para describir el manejo de información y la interrelación por parte de los trabajadores, teniendo a la comunicación organizacional como ventaja competitiva en la empresa; haciendo el respectivo análisis con los conceptos previos, las teorías y los antecedentes de la comunicación organizacional tomado como una ventaja competitiva.

Teniendo en cuenta lo encontrado en los resultados, la comunicación organizacional se puede considerar como una herramienta fácil para crear una ventaja competitiva en la compañía. Según lo señalado por los trabajadores actualmente la comunicación con la que cuentan o del que hacen uso no es el indicado. Una adecuada gestión y aplicación de la comunicación organizacional permitirá un mayor movimiento y flujo de la información en todas las direcciones y canales por las que este pase obteniendo una efectividad en el desempeño de los trabajadores por ende en los resultados que beneficiaran a la compañía.

Analizando los resultados conseguidos a través del proceso de investigación podemos decir que la comunicación organizacional según como se maneje será la responsable del éxito o fracaso de una compañía ya que esta involucra a todo el personal. (Hernández, 2002), por consiguiente, se observa que la comunicación en la empresa no es impartida de mejor modo es por ello la dificultad que existe

para poder desarrollar correctamente las actividades y/o funciones; es así que el autor (Homs, 1998, pág. 65).

Por otro lado, comparando con otras investigaciones podemos afirmar que en toda compañía u organización es de suma importancia la existencia de la comunicación organizacional, ya que este es el encargado de encaminar el trabajo y cumplimiento de los objetivos institucionales porque durante el proceso está la participación de los trabajadores, es así que la comunicación es la esencia y fuerza dominante en una organización; como lo manifiesta (Chiavenato, 2005), aquel sistema racional de la cooperación de todos los trabajadores ya que estarán dispuestas en cierta forma a contribuir con los logros de tal manera que ellos también se beneficien.

Analizando otras investigaciones como (García 2018) y (Balarezo 2014) comunicar al personal y hacerlos parte de un proyecto en común permite un mejor desarrollo en la organización, si la comunicación es efectiva y asertiva los resultados serán positivos creando una ventaja competitiva haciendo que la toma de decisiones que se tengan en la compañía sean correctas; es así que en la compañía objeto de estudio se considera a la comunicación organizacional como ventaja competitiva de una manera débil, por tener ciertas falencias como el uso inadecuado de la información, la excesiva burocracia, las falencias con el flujo de información, desconocimiento de las direcciones y canales de comunicación, el ambiente laboral inadecuado, una mala calidad de atención al usuario, un inadecuado clima laboral, la falta de motivación y capacitación al personal.

De acuerdo a los resultados de la comunicación organizacional interna como ventaja competitiva, se deduce que esta es medianamente eficiente, y se debe a la falta de interrelación de los trabajadores lo que indica que las actividades y tareas que se realicen dentro de la compañía serán con ciertas falencias ya que no todos serán partícipes de los diversos procesos, porque se generara conflictos laborales que no permitirá el normal desarrollo de las funciones.

De la misma manera de los resultados obtenidos de la comunicación organizacional como ventaja competitiva se deduce que medianamente eficiente, sin embargo, presenta altos porcentajes de ineficiencia por lo cual se debería tomar como aspectos a mejorar en la compañía.

El gráfico 4 nos da una visión general del nivel de comunicación organizacional, 67 % es eficiente considerado como un buen indicador demostrando que la empresa está por buen camino a lograr sus objetivos propuestos, pero aún mantiene un 33% como oportunidad de mejora para tomar decisiones en mejora de la empresa.

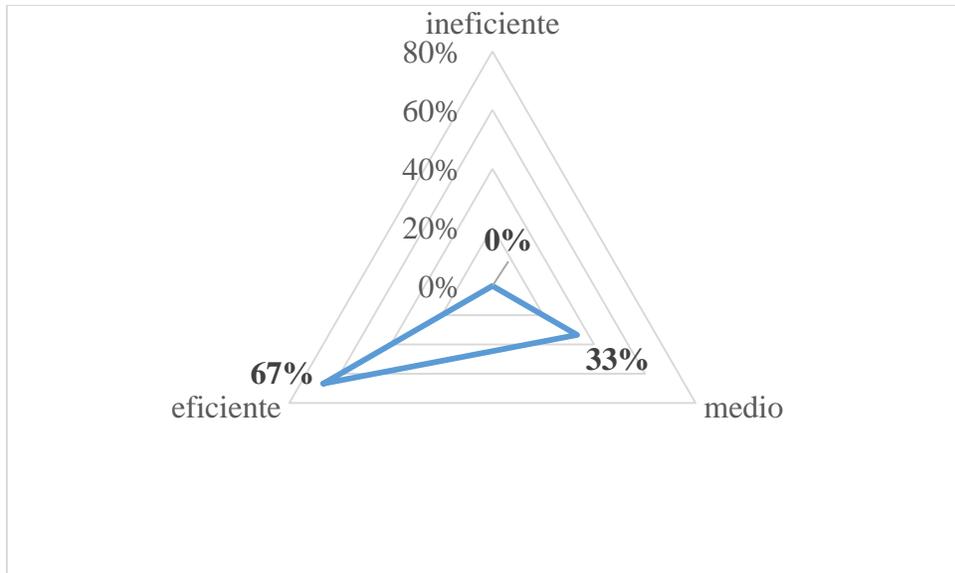


Gráfico 4. Nivel de comunicación general

Elaborado por los autores

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El nivel de comunicación organizacional dentro de la compañía minera Coimolache S.A 2018 presenta los siguientes indicadores, en el nivel de eficiencia 67 % considerado como un buen indicador ya que sobrepasa el 50% y con 33% se identifica como oportunidad de mejora el cual debe ser motivo para utilizar herramientas de mejora volviendo a la comunicación organizacional una ventaja competitiva dentro de la organización.

Dentro los resultados más relevantes en la comunicación interna un 33% considera que existe información que fluye con rapidez, claridad y es eficiente, 56% que la comunicación es media y 13% que la comunicación es ineficiente.

En relación a la comunicación externa se determinó que el 78 % es eficiente, 22% que la comunicación es media y 0% que la comunicación es ineficiente.

En la comunicación interpersonal se considera que 72% de los empleados mantienen una comunicación amable con sus compañeros y es eficiente y 28% que la comunicación interpersonal es media la cual se toará como una oportunidad de mejora.

5.2 Recomendaciones

Ante los planteamientos expuestos en esta investigación descriptiva se hace imperioso considerar, las siguientes sugerencias hacia la compañía; pensando que del debido análisis se considere a la comunicación organizacional como una ventaja competitiva y lograr la identificación plena de los trabajadores para la compañía mejorando así los procesos que conlleven a la consecución de los objetivos.

Se sugiere la implementación de cursos de capacitación y desarrollo (charlas motivacionales) constantes para que los trabajadores desempeñen de mejor forma su trabajo, y así se integren a la compañía. Así mismo se sugiere la implementación de un área responsable de comunicación organizacional, que otorgue reconocimientos a los méritos de los trabajadores en general; por productividad, antigüedad, asistir con puntualidad al trabajo, actitudes positivas y espíritu de colaboración.

Se recomienda que, la comunicación organizacional debe ser planeada, organizada, dirigida y controlada de un modo eficiente de tal manera que no se obtengan resultados espontáneos de necesidades coyunturales, sino fruto del trabajo en equipo, la cooperación e interrelación del personal haciendo uso correcto de las direcciones, canales y tipos de la comunicación. Por ello se sugiere realizar un plan estratégico, donde queden plasmado las metas, los objetivos, la visión en el corto mediano y largo plazo, para que los trabajadores sepan cómo realizar su trabajo.

Se sugiere también que, la comunicación interna, externa y personal se aplique adecuadamente en toda la compañía ya que el uso correcto de estas beneficiara en muchos aspectos a la compañía como un ambiente de trabajo cálido, un buen clima laboral, mayor participación del trabajo en equipo, una imagen institucional positiva, una buena relación interpersonal, etc. Todos estos aspectos en general contribuyen a que exista una buena comunicación organizacional por ende a que sea una ventaja competitiva.

Otra recomendación es que se mejore la atención a los usuarios porque como se aprecia en los resultados este es una deficiencia que existe en la compañía minera y trae consigo malestar en el público, creando una imagen negativa ante la sociedad; también se debe aprender a suministrar la información de manera correcta permitiendo tomar decisiones certeras y mejorar así el desempeño del trabajador.

Por último, es necesario tener en cuenta que la comunicación es el elemento que une y liga a las partes de la compañía, mediante procesos donde se trasmite información y que esta influye en los trabajadores y en sus actitudes, por ello es importante que las dimensiones de la comunicación organizacional sean vistas como una ventaja competitiva y que al analizar cada proceso de estas sean desarrolladas de la mejor manera, además se pueden utilizar de manera individual ya que a lo largo de la investigación se observó que pueden funcionar de manera independientemente y lograr diversos objetivos.

REFERENCIAS

- Aguilar, M. (2017). *Estrategia de comunicación organizacional para visibilizar las acciones de la Junta de Acción Comunal del barrio Quiroga Primer Sector*. (Tesis de pregrado). Bogotá., Colombia: Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/14125>
- Anderson, C. (2018). *Estrategia de Competencias Gerenciales y Comunicación Organizacional Interna en el Sector Hotelero de 3 y 4 Estrellas de Cajamarca*. (Tesis doctoral). Cajamarca, Perú: Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Obtenido de <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPA3>
- Arzuza, T., Castellón, A., & Espinel, I. (2016). *Diagnóstico De La Comunicación Organizacional En La Compañía Educativa Comfamiliar. (Proyecto final de curso)*. Cartagena, Colombia: Universidad de Cartagena. Obtenido de <http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/3485/1/Proyecto%20.pdf>
- Balarezo, B. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE. (Tesis de pregrado)*, 4-11. Ambato, Ecuador: Universidad Tecnica de Ambato. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6696/1/1..pdf>
- Bonilla, A., & Torres, C. (2017). *Deficiencias en la Comunicación Organizacional y sus implicancias en el Desarrollo de los Fines Corporativos de la Empresa Global Sandvik del Perú S.A., durante el Segundo Semestre del Año 2015*. (Tesis de pregrado). Arequipa, Perú: Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UN7>

- Castillo, E., & Cruz, D. L. (2015). *Propuesta de un plan de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional de las carreras de ciencias de la comunicación, trabajo social y turismo de la Universidad Nacional de Trujillo - 2015. (Tesis de pregrado)*. Trujillo, La Libertad, Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handyCelestino>,
- T. (2018). *Comunicación organizacional en los trabajadores de una empresa privada de Lima Metropolitana, 2017. (Tesis de pregrado)*. Lima, Perú: Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2886/Ty>
- Díaz, S. (2014). *Comunicación organizacional y trabajo en equipo. (Tesis de pregrado)*, 2-7. Guatemala, Guatemala: Universidad Rafael Landívar. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Diaz-Susana.pdf>
- Flores, O. (2017). *La comunicación organizacional en la prevención de riesgos laborales. (Tesis doctoral)*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/46445/1/T39587.pdf>
- García, G. (2018). *La comunicación organizacional del siglo XXI. (Artículo científico)*. Bogotá, Colombia: Universidad Santo Tomás. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/10139/Garca2018.pdf>
- Huamán, A. (2017). *Incidencia de la Comunicación 360° como Estrategia para Reducir el Índice de Morosidad en los Pagos Académicos de los Alumnos de la Universidad Alas Peruanas Filial Cajamarca, 2016. (Tesis doctoral)*. Cajamarca, Perú: Universidad Nacional de Cajamarca. Obtenido de <http://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/UNC/1037/INCIDENCIA>

- Lopez, L. (2014). *La Comunicación Organizacional Como Ventaja Competitiva En La Municipalidad Provincial De Andahuaylas (Tesis de pregrado)*. Andahuaylas, Perú. Universidad Nacional María Arguedas. Obtenido de <http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/193/04-2015-y>
- Miranda, F., & Pastor, P. (2015). *Comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque – 2015. (Tesis de pregrado)*. Chiclayo, Lambayeque, Perú: Universidad Señor de Sipán. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/session1>
- Ospina, M., Rojo, Y., & Zuluaga, J. (2014). *La comunicación organizacional mecanismo para el mejoramiento de la productividad en Generali Colombia. (Tesis de pregrado)*. Medellín, Colombia: Universidad de Medellín. Obtenido <https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/1161/La%20comunic1>
- Papic, G. (2016). *La Comunicación Organizacional en Entidades Educativas. (Tesis doctoral)*. Málaga, España: Universidad de Málaga. Obtenido de https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/12060/TD_PAPIC1
- Pérez, A. (2016). *Caracterización de la comunicación organizacional en las Cooperativas no Agropecuarias del municipio Santa Clara. (Tesis de pregrado)*. Santa Clara, Cuba: Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. <http://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/6402/H16002%20Te2>
- Ramírez, A. (2015). *La comunicación organizacional y su incidencia en la productividad de una empresa multinacional de telecomunicaciones. (Tesis de maestría)*. D.F., Mexico: Instituto Politecnico Nacional. Obtenido de <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/22088/MAN2015%20R348y>

- Sandoval, T. (2013). *La comunicación organizacional*. (Curso). Puebla, México: Universidad de las Américas Puebla. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2
- Silva, H. (2017). *La comunicación organizacional interna y el compromiso organizacional en el personal administrativo de una universidad pública 2017*. (Tesis de maestría). Lima, Perú: Universidad César Vallejo. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/159494990.pdf>
- Tafur, A. (2015). *El Clima Organizacional en la Micro-Red de Salud, Magdalena-Cajamarca, Setiembre 2014*. (Tesis de pregrado). Cajamarca, Perú: Universidad Nacional de Trujillo. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/8521/TAFUR%20DIy>
- Trujillo, L. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017*. (Tesis de pregrado). Lima, Perú: Universidad Inca Garcilazo de la Vega. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream.pdf>
- Viera, J. (2016). *Estrategias de comunicación interna del GADM-C Guano y su incidencia en el desarrollo institucional, período julio a diciembre de 2013*. (Tesis de pregrado). Riobamba, Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.

ANEXOS

Anexo A: Cuestionario de Comunicación Organizacional

Marque con una X los datos personales solicitados a continuación:

Género: Masculino () Femenino ()

Área en la que labora: _____

Edad: _____

Nivel Académico: Universitario () Bachiller ()

Titulado () Maestría o doctorado ()

Antigüedad en la Empresa: Menos de 3 meses () De 3 a 11 meses ()

De 1 año a 5 años () De 5 a 10 años ()

Más de 10 años ()

Marque con una X lo que crea Ud. por conveniente en cada casilla teniendo en cuenta que cada número tiene un significado como se muestra:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni en desacuerdo ni en acuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Comunicación organizacional interna

1. ¿Considera Usted que el tipo de lenguaje que utiliza su jefe para ordenarle es el indicado? 1 2 3 4 5
2. ¿Cómo se siente con las respuestas que su jefe le brinda ante sus inquietudes y dudas? 1 2 3 4 5
3. ¿Considera usted que la comunicación interna que se practica en su oficina es el mejor? 1 2 3 4 5
4. ¿Cuándo recibe un mensaje de comunicación interna de la compañía lo percibe como un mensaje que contribuye al mejoramiento en la eficiencia? 1 2 3 4 5
5. ¿La comunicación interna que practica con sus compañeros le motivan a tener un mejor desempeño en su trabajo? 1 2 3 4 5
6. ¿Considera que existe un plan de comunicación interna para dar a conocer a los trabajadores sobre los objetivos que se planifican cada año? 1 2 3 4 5
7. ¿Está de acuerdo que las reuniones y formas de comunicación interna (ascendente- descendente) hacen que el clima organizacional de la compañía sea agradable? 1 2 3 4 5
8. ¿Considera Usted que en la compañía la información fluye con mayor rapidez y claridad? 1 2 3 4 5

Comunicación organizacional externa

9. ¿Cree Usted que la comunicación que mantiene con los usuarios es el indicado? 1 2 3 4 5
10. ¿Cree Usted que los trámites documentarios se realizan de un modo lento? 1 2 3 4 5
11. ¿Considera Usted que los procesos y/o actividades que realiza la compañía son trascendentales? 1 2 3 4 5
12. ¿Considera que los trabajadores reciben algún tipo de charla motivacional para mejorar la comunicación externa con los usuarios? 1 2 3 4 5
13. ¿Considera que existe burocracia en su compañía? 1 2 3 4 5
14. ¿Cree Usted que la cantidad de documentos emitidos son una señal de avance y mejoramiento para la compañía? 1 2 3 4 5
15. ¿Considera que en la compañía existe una política de comunicación organizacional? 1 2 3 4 5
16. ¿Está de acuerdo en que exista un área o departamento responsable de la comunicación o departamento de comunicaciones? 1 2 3 4 5

Comunicación organizacional personal

17. ¿Considera Usted que la comunicación personal que practica beneficie a su compañía? 1 2 3 4 5
18. ¿Mantiene Usted una comunicación amable con los demás trabajadores de su compañía? 1 2 3 4 5
19. ¿Considera usted que le es fácil comunicarse con sus compañeros de área o departamentos? 1 2 3 4 5
20. ¿Cree usted que la comunicación personal en su compañía es adecuada? 1 2 3 4 5
21. ¿Considera que los trabajadores se involucran en la toma de decisiones de su compañía a partir de sus opiniones? 1 2 3 4 5
22. ¿Considera que en su compañía existe una adecuada interrelación entre jefes y subordinados? 1 2 3 4 5
23. ¿Cree usted que la comunicación organizacional fortalece las relaciones interpersonales entre los trabajadores de la compañía? 1 2 3 4 5
24. ¿Ha tenido conocimiento de información importante para desarrollar su trabajo a través de medios informales o rumores? 1 2 3 4 5

Anexo B: Matriz de Consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores - Ítems	Metodología
<p>Problema principal</p> <p>¿Cuál es el nivel de comunicación organizacional en los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. durante el año 2018?</p>	<p>Objetivo general.</p> <p>Evaluar el nivel de eficiencia de la Comunicación Organizacional de los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. durante el año 2018.</p> <p>Objetivos específicos.</p> <p>-Analizar el nivel de comunicación organizacional interna que tienen los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. como indicador de comunicación organizacional.</p> <p>-Analizar el nivel de comunicación organizacional externa que tienen los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. como indicador de comunicación organizacional.</p> <p>-Analizar el nivel de comunicación organizacional personal que tienen los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A. como indicador de comunicación organizacional.</p> <p>-Analizar los resultados de la recolección de datos, y determinar la situación actual de la comunicación organizacional en los trabajadores de la Compañía Minera Coimolache S.A.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>Los trabajadores de Compañía Minera Coimolache S.A. presentan un nivel de comunicación organizacional medianamente eficiente, respecto al análisis de sus respectivos indicadores.</p>	<p>Comunicación Organizacional</p>	<p>Comunicación Organizacional Interna</p> <p>Comunicación Organizacional Externa</p> <p>Comunicación Organizacional Personal</p>	<p>- Las actividades se realizan de forma ascendente, descendente, horizontal y diagonal.</p> <p>- La información fluye con mayor rapidez y claridad.</p> <p>Ítems: 1,2,3,4,5,6,7,8</p> <p>- La cantidad de informes que se emite.</p> <p>- Los procesos que se realizan en la compañía.</p> <p>Ítems: 9,10,11,12,13,14,15,16</p> <p>- La interrelación que existe entre los miembros de la compañía.</p> <p>- Existe una conexión directa con el personal</p> <p>Ítems: 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24</p>	<p>Población:</p> <p>- La Compañía Minera Coimolache S.A. tiene 183 trabajadores los cuales representan las 13 áreas de la compañía.</p> <p>Muestra:</p> <p>- Para efectos de esta investigación han sido seleccionados el total de la población, en este caso los 183 trabajadores contratados directamente en planilla de la compañía Minera Coimolache, 2018.</p> <p>Tipo de Investigación:</p> <p>descriptivo – cuantitativo.</p> <p>Método de investigación:</p> <p>Deductivo</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental, de tipo transversal.</p> <p>Instrumentos para medir la variable:</p> <p>Cuestionario</p>