



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

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN
LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN UN
OPERADOR LOGISTICO DE LA CIUDAD DE CHICLAYO,
2019**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO PROFESIONAL
DE BACHILLER EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

David Andres Villalobos Huaman

Asesor:

MBA. Rivera Tantachuco Ricardo

Línea de Investigación:

Talento Humano y Comportamiento Organizacional

**Pimentel – Perú
2019**

TITULO:

**La Comunicación Organizacional en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo,
2019**

Autor:

¹

¹ Adscrito a la escuela profesional de administración, Universidad Señor de Sipán, Chiclayo – Perú, tsuarezf@crece.uss.edu.pe

INDICE

RESUMEN.....	iv
ABSTRACT.....	v
I. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1. El problema de investigación.....	7
1.2. Antecedentes.....	9
1.3. Formulación del problema.....	13
1.4. Aspectos teóricos.....	13
1.4.1. Concepto de comunicación organizacional.....	13
1.4.1.1. Tipos de comunicación organizacional.....	13
1.4.1.1.1. Comunicación descendente.....	14
1.4.1.1.2. Comunicación ascendente.....	14
1.4.1.1.3. Comunicación horizontal.....	15
1.4.1.1.4. Comunicación informal.....	16
1.5. Objetivos.....	17
1.6. Hipótesis.....	17
1.7. Justificación.....	17
II. MATERIAL Y METODOS.....	19
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	19
2.2. Población y muestra.....	19
2.3. Variable de investigación.....	20
2.4. Operacionalización de la variable.....	21
2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	23
III. RESULTADOS.....	24
3.1. Presentación de tablas y figuras.....	24
IV. DISCUSIÓN.....	29
V. CONCLUSIONES.....	31
REFERENCIAS.....	32

RESUMEN

El presente trabajo de investigación abordo describir como es la comunicación organizacional en un operador logístico, por lo cual se planteo el objetivo de investigación diagnosticar la comunicación organizacional, para el desarrollo del estudio se utilizo la investigación descriptiva y el diseño no experimental, la población de estudio estuvo conformada por los colaboradores de la empresa, a los cuales se les aplico el instrumento cuestionario. Entre las conclusiones a las que se llega el estudio se tiene que el nivel de comunicación organizacional en el operador logístico es alto, el 80% de los colaboradores se encuentra de acuerdo con las actividades de comunicación organizacional que se dan en la empresa. Se evidencia que la comunicación organizacional de tipo horizontal es la que prevalece en la empresa, el 83% de los colaboradores indica estar de acuerdo con las actividades de la comunicación horizontal. Por lo tanto, se puede deducir que, en la empresa, las áreas organizacionales cuentan con canales de comunicación formales que les permite intercambiar información entre pares, con el fin de coordinar de una mejora manera las actividades de la organización. El tipo de comunicación organizacional, que no prevalece en la organización, es el tipo de comunicación informal.

Palabras clave: comunicación organizacional, tipo de comunicación organizacional

ABSTRACT

The present research work describes how organizational communication is in a logistic operator, for which purpose the research objective was to diagnose organizational communication. For the development of the study, descriptive research and non-experimental design were used. The study was made up of the company's collaborators, to whom the questionnaire instrument was applied. Among the conclusions reached the study is that the level of organizational communication in the logistics operator is high, 80% of employees are in agreement with the organizational communication activities that occur in the company. It is evident that the organizational communication of horizontal type is the one that prevails in the company, 83% of the collaborators indicate to be in agreement with the activities of the horizontal communication. Therefore, it can be deduced that, in the company, the organizational areas have formal communication channels that allow them to exchange information among peers, in order to coordinate in an improved way the activities of the organization. The type of organizational communication, which does not prevail in the organization, is the type of informal communication.

Keywords: organizational communication, type of organizational communication

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación es un campo complicado por su naturaleza multidimensional. Sin embargo, es la complicación real de la comunicación lo que la hace atractiva para que los investigadores la estudien. La literatura sobre comunicación organizacional incluye un diverso campo de interés. Entre los más comúnmente examinados están: la distorsión de la información, la sobrecarga de información, la implementación de retroalimentación, el control de acceso, etc. Otro campo de gran interés para investigar es la dirección de la comunicación. El flujo de información puede muchas veces ser un indicador de cómo se ha desarrollado la comunicación en las organizaciones y, más específicamente, puede indicar la participación de los empleados en el proceso de toma de decisiones.

El presente trabajo de investigación se realizó con el fin de diagnosticar las características que presenta la comunicación organizacional en una empresa que brinda servicios logísticos.

El trabajo de investigación presenta la siguiente distribución:

El Capítulo I introducción, aborda la realidad problemática en los niveles internacional, nacional y local, además contempla y explica los antecedentes del problema, también considera el problema de investigación, los objetivos de investigación y la justificación e importancia que logra el estudio.

El Capítulo II aborda el método de investigación del estudio, así como también los instrumentos aplicados en la recolección de datos.

El capítulo III explica en tablas y figuras el análisis de la información producto de la recolección de datos a través de los instrumentos de investigación.

El capítulo IV aborda la discusión de los resultados, enfrentando los hallazgos de investigación versus la teoría científica del liderazgo, así como también con los antecedentes. Finalmente, el capítulo V expone las conclusiones del trabajo de investigación.

1.1. El problema de investigación

Con la globalización, los desarrollos en áreas políticas, sociales, económicas y tecnológicas afectan la vida comunal y organizativa de manera importante. En paralelo con estos desarrollos la gestión de la organización está obligada a desarrollar nuevas técnicas de gestión para luchar aún más duro con condiciones de competencia. Estas modernas técnicas de gestión tienen como objetivo, en gran medida, plantear desempeño de los empleados al referir el poder de la comunicación. En consecuencia, para la organización y el ser humano como ser social, la comunicación tiene una importancia vital. La comunicación contempla los pros o los contras son una parte inseparable de la vida y también tiene un papel importante en todas las actividades dirigidas a lograr objetivos organizacionales.

A nivel internacional

Adeogun, Abiona, Ajayi y Amuludun (2017) explican que la comunicación es el proceso de intercambio en el que las partes envían y reciben mensajes simultáneamente, la comunicación también se puede atender como la transferencia de información de un remitente a otro, bajo la condición de que la unidad comprenda el mensaje. En la comunicación radica en el hecho de que la comunicación implica compartir. La comunicación es, por lo tanto, el proceso de compartir emociones, pensamientos e información entre otras partes más y más, sin cubrir significados comunes. La comunicación se ha identificado como un componente importante de la ciencia y la tecnología de la información.

Ince y Gul (2015) exponen que las organizaciones son unidades sociales que se congregan para la producción, formadas por individuos que tienen diferentes vistas y conocimientos para alcanzar un objetivo común. Desde una perspectiva más amplia, las organizaciones no sólo están en el esfuerzo por brindar cooperación intra-organizacional y sentido común para la producción. Los esfuerzos también van dirigidos a establecer relaciones con el mundo externo y adaptar dinámicas, competitivas e inciertas condiciones mediante la estrategia de la información que obtuvieron de su entorno y transferida a centros de procesamiento de la información de la organización, actividades organizativas y administrativas para la adaptación dentro y fuera de la organización y el intercambio de información requieren un funcionamiento eficaz y funcional. Los sistemas de comunicación en este contexto, exponen que la comunicación es un punto vital para las organizaciones Las

organizaciones que no podrán crear una comunicación efectiva se tambalearían como un barco sin un novillo. La comunicación efectiva ayuda a las organizaciones a fortalecer los empleados para alcanzar los objetivos organizacionales. La realidad compartida se produce entre los miembros de la organización a través de comunicación. La comunicación en el grado organizacional ayuda a transferir los objetivos organizacionales y metas a empleados y grupos intraorganizacionales. Por otro lado, la comunicación proporciona, comparte valores organizativos y creencias entre los empleados.

Husain (2015) explica que la comunicación tiene una correlación positiva con muchos productos organizativos como Compromiso organizacional, desempeño, comportamientos de ciudadanía organizacional y satisfacción laboral. El fallo de la comunicación puede causar resultados como estrés, insatisfacción laboral, baja confianza, disminución del compromiso organizativo, la intención de separación y la ausencia de colaboradores y esto puede afectar negativamente la eficiencia de la organización. La Comunicación durante el cambio organizacional reduce la resistencia al cambio. Cuando la resistencia al cambio de niveles es baja dentro de una organización, el cambio-esfuerzo resulta ser más productivo. El plan de cambio depende de la capacidad de la organización para cambiar el desempeño individual de cada empleado. Dado que el cambio organizacional introduce variación de tareas dadas. Para los empleados individuales, la transmisión de información a estos empleados sobre futuros cambios es un elemento esencial y parte integradora de las estrategias de cambio.

A nivel nacional

Peru21 (2018), expone que las empresas peruanas mejoren sus canales de comunicación organizacional, adaptando las nuevas tecnologías de información digitales que existen en la nube. Se destaca que las empresas que no se adapten a manejar canales de comunicaciones digitales tenderán a perder ventaja competitiva y por ende pérdida de mercado.

El comercio (2017) informa que la comunicación al interno de la organización, no solo permite el logro de los objetivos organizacionales, sino que también facilita la consecución de otros logros que tienen que ver con el bienestar de las personas y con el logro de un buen clima laboral. La comunicación organizacional bien gestionada permite mejorar

la percepción de soluciones justas con respecto a los conflictos que pueden ocurrir dentro de la organización.

A nivel local

A pesar que la empresa cuenta con una estructura formal y compleja de canales de comunicación organizacional, debido a que forma parte de una corporación de microfinanzas, se evidencian algunas carencias o áreas de oportunidad con respecto a la comunicación organizacional. En general se registran algunos problemas con respecto al flujo de información que permiten la coordinación de actividades. La comunicación vertical es descendente y no permite cierto nivel de retroalimentación. El presente trabajo pretende describir las principales características que presenta la comunicación organizacional en Mibanco Motupe.

1.2. Antecedentes

A nivel internacional

Semren (2017) su investigación tuvo propósito de este estudio es explorar qué tan importante es la comunicación cuando se trata del trabajo corporativo y el trabajo en las organizaciones. Es bien sabido que tener una comunicación saludable y efectiva es extremadamente importante para las personas en general y para los empleados en particular. Un buen sistema de comunicación ayuda a mejorar la eficiencia del trabajo de los empleados y también aumenta su nivel de rendimiento, que es esencial en cualquier tipo de organización. Este estudio describe la importancia de la comunicación en las organizaciones; formal, así como informal, y cómo la comunicación organizacional afecta la motivación de los empleados en el trabajo; Intrínseca y extrínseca. En teoría, los modelos de desempeño laboral ayudan a lograr una mejor comunicación entre los gerentes y sus empleados. La intención es explorar si estos modelos se aplican en la práctica. El enfoque de este estudio es la investigación obtenida principalmente entre los empleados del sector financiero. Las respuestas proporcionadas ayudan a comprender la importancia de las formas de comunicación dentro de la organización y muestran qué forma de comunicación conduce a una mejor motivación de los empleados y al mismo tiempo mejora la eficiencia en el trabajo. El análisis de la investigación sobre la relación entre la comunicación organizacional y la motivación de los empleados se basó en 111 cuestionarios completados. Nuestros hallazgos

confirmaron que la comunicación informal horizontal es estadísticamente significativa y correlacionada positivamente con la motivación de los empleados. Otras dos hipótesis vinculadas a la comunicación formal y los individuos motivados intrínsecos y extrínsecos, a pesar de que no se confirmaron estadísticamente en este estudio, tampoco fueron rechazadas, porque varios estudios las respaldan.

Hooper (2017) su estudio investiga las formas en que los profesionales de la comunicación corporativa luchan por alcanzar la legitimidad dentro de sus respectivas organizaciones y qué herramientas y estrategias se utilizan para navegar en un estado ilegítimo e intraorganizativo. Esta tesis trabaja para conectar la brecha entre la literatura escrita sobre el campo de la comunicación corporativa en sus inicios y la realidad que ahora viven los miles de personas que declaran la comunicación corporativa como su profesión a nivel nacional. Al utilizar el método comparativo constante para analizar las entrevistas de los profesionales de la comunicación corporativa, el investigador compartirá una interpretación amplia sobre las áreas en las que los profesionales de la comunicación corporativa declarados de la muestra están luchando actualmente por la legitimidad y qué herramientas y estrategias se pueden utilizar para superar esta tensión de manera efectiva.

Kolaci (2014) en su estudio examina las relaciones entre la comunicación interna y el compromiso de los empleados en la toma de decisiones. La opinión de los empleados es esencial para llegar a una conclusión objetiva. Por este motivo, las entrevistas de investigación cualitativas se seleccionaron como los mejores medios posibles para alcanzar el objetivo establecido. Las entrevistas en profundidad serán útiles para comprender las funciones de la comunicación interna en Albania a través del estudio de caso del Ministerio de Educación y las instituciones dependientes. El análisis cualitativo ha demostrado que la comunicación interna en el Ministerio de Educación de Albania y las instituciones dependientes no se desarrolla de la mejor manera posible. Según las entrevistas, la comunicación está principalmente centralizada, por lo tanto, los empleados no participan en el proceso de toma de decisiones. Además, la comunicación también se ve obstaculizada por varias otras razones, como la falta de retroalimentación constante, la falta de equipos de tecnología de la información, la no participación y la no organización de capacitaciones relacionadas con temas de comunicación. La comunicación interna en el sector público albanés demuestra ciertos problemas con la no influencia más importante de los miembros

de la organización en el proceso de toma de decisiones. La comunicación interna en Albania debe mejorarse principalmente al mejorar la participación de los empleados en los problemas de las organizaciones. Por lo tanto, se están imponiendo demandas crecientes a la gerencia para que tome las medidas necesarias e implemente la estrategia requerida para mejorar los patrones de comunicación existentes y lograr resultados efectivos.

A nivel nacional

Gamboa y Torres (2017) se enfocaron en determinar la relación entre la comunicación interna y la identidad corporativa de una institución gubernamental. El estudio tuvo un enfoque mixto, debido a que se considero la investigación cuantitativa y cualitativa, con el fin de complementar la investigación. La población estuvo basada en 915 colaboradores de la entidad, obteniéndose una muestra aleatoria de 271 colaboradores que prestan labores en diferentes dependencias de la institución. Luego de la aplicación de los instrumentos cuestionarios y guía de observación, se obtiene que existe una influencia directa y mayoritaria entre la comunicación interna y la conformación de la identidad corporativa. Entre las conclusiones se confirma la hipótesis positiva y se encuentra un nivel de comunicación interna alto, los colaboradores perciben que, existen canales de comunicación formales los cuales permite un flujo y transmisión de información suficiente que permite establecer y lograr los objetivos organizacionales. Además, la investigación permite concluir que existe un tipo de comunicación coherente y pertinente entre todas las áreas de colaboración.

Sotero (2016) investigo como la gestión de la comunicación organizacional permite mejorar la percepción de la calidad de servicio. El presente trabajo de investigación se realizo mediante un enfoque cuantitativo, basándose en la investigación descriptiva correlacional la cual permitió lograr los objetivos de investigación propuestos. El instrumento de recolección de datos fue de manera mayoritaria el cuestionario, el mismo que se aplico a una muestra de tipo aleatoria simple de los colaboradores del colegio de Abogados de Trujillo. Como principal resultado se encuentra que existe una relación directa entre la comunicación organizacional y la calidad de servicio. Como resultados secundarios se obtiene que el nivel de comunicación organizacional es adecuado en la institución y permite el logro de los objetivos organizacionales, así como también permite el flujo de información. Finalmente se infiere que los tipos de comunicación organizacional que presenta la institución son

adecuados y permiten generar motivación en los colaboradores, siendo el principal tipo de comunicación que se establece, la comunicación horizontal entre los miembros y colegiados de la institución.

Mendoza (2016) baso su investigación en determinar el grado de influencia que presenta la comunicación interna en el manejo y solución de los conflictos organizacionales en una empresa de resguardo de la ciudad de Trujillo. El estudio se apoyo en el paradigma socio critico con el fin de establecer un enfoque cuantitativo que logre establecer las principales relaciones con las variables de estudio. El estudio tuvo un diseño estrictamente no experimental, utilizándose la investigación descriptiva y correlacional para el logro de los objetivos estadísticos y de investigación. La población fue delimitada y basándose solo en los colaboradores de la empresa, los cuales suman 62 elementos muestrales. A través de la aplicación del instrumento cuestionario, y con la tabulación de datos, se obtiene un coeficiente de Spearman que permite identificar un alto grado de relación entre las variables de estudio. Entre las conclusiones de investigación se establece que la comunicación organizacional presenta un nivel alto en los colaboradores y directores de la empresa, la cual permite manejar conflictos de una manera adecuada. El tipo de comunicación organizacional que predomina en la organización es el tipo de comunicación ascendente.

A nivel local

Fuentes y Gonzales (2018) estudiaron de que manera la gestión de la comunicación organizacional permite el logro de los objetivos organizacionales y la vez establece ventaja competitiva. El estudio tuvo como punto de partida algunas incongruencias y áreas de oportunidad que presentaba la empresa con respecto al grado de satisfacción de sus colaboradores y percepción de un mal clima organizacional caracterizado por una falta de compañerismo y coordinación de actividades. Los autores aplicaron cuestionarios sobre una muestra de 40 colaboradores los cuales fueron seleccionados al azar. Como resultados el estudio encuentra que el nivel de comunicación organizacional es regular. Al determinar los factores de la comunicación organizacional que permitirían lograr ventaja competitiva, observamos que de modo negativo es la comunicación horizontal, pues, el 27,5% de los encuestados lo valora como malo y el 42.5% como regular, también, la comunicación descendente, pues, el 15% lo valora como malo y el 67,5% como regular; y el factor que destaca positivamente es la comunicación ascendente, pues, el 37.5% lo valora como regular

y el 62.5% como bueno y muy bueno, por ello, es que la empresa no logra los objetivos propuestos ni mucho menos ser más productiva frente a su competencia.

1.3. Formulación del problema

¿Cómo es la comunicación organizacional en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo?

1.4. Aspectos teóricos

1.4.1. Concepto de comunicación organizacional

Kreps (1990) definió la comunicación organizacional como el proceso por el cual los miembros reúnen información pertinente sobre su organización y los cambios que ocurren dentro de ella. Generalmente la comunicación organizacional tiene dos objetivos. El objetivo principal es informar a la fuerza laboral sobre sus tareas y las cuestiones políticas de la organización, el otro rol es de carácter organizativo la comunicación se define como “transmitir noticias sobre el trabajo de la organización a los empleados y a través de los empleados. El segundo objetivo de la comunicación organizacional es construir una comunidad dentro de la organización.

La comunicación es "la sangre es la vida de las organizaciones". Cada acción humana representa una cierta forma de comunicación y, por lo tanto, es muy importante cómo las personas se comunican en el entorno empresarial. Los flujos de información y los mensajes entre los empleados generalmente se intercambian a través de conversaciones, debates, presentaciones en público y / o informes. La gran variedad de reglas, sugerencias y consejos para una conversación exitosa muestra cuán difícil es desarrollar una comunicación organizacional adecuada. Cada organización tiene su propia forma de comunicación preferida según su política, cultura organizativa y relaciones laborales. La comunicación organizacional involucra y afecta a cada empleado, y contribuye al éxito de la organización. (McKenna, 2006)

1.4.1.1. Tipos de comunicación organizacional

Daniels & Spiker (1994) expone que en una empresa se encuentran los siguientes tipos de comunicación organizacional.

1.4.1.1.1. Comunicación descendente

La comunicación descendente compone la comunicación entre los niveles superiores de una organización y los niveles inferiores; por ejemplo, un gerente que transmite un mensaje a un empleado. Por lo general, los temas de dichos mensajes son instrucciones de trabajo y justificaciones de trabajo, por ejemplo, que describen las tareas y procedimientos relacionados con las reglas y políticas de la organización, retroalimentación o explican la ideología de la organización. Ciertamente, en tales formas de comunicación, un gerente debe enviar la información correctamente y los mensajes deben ser claros. Por lo tanto, para la estrategia de comunicación, un gerente debe organizar la comunicación descendente de manera efectiva porque esto es necesario para servir un proceso de trabajo efectivo. (Daniels & Spiker, 1994)

Los enfoques clásicos de la comunicación perciben la comunicación descendente como una forma de controlar y organizar a los empleados. Además, de acuerdo con las teorías clásicas, es el medio de comunicación más común porque el tipo ascendente no es adecuado para ello. No hay diálogo con los empleados, sino solo una estricta coordinación. El movimiento de relaciones humanas criticó tales formas de comunicación y postuló respetar a los empleados y comunicarse con ellos de ambas maneras. Las teorías posteriores afirmaron que los empleados deben estar informados sobre los objetivos de la organización, la situación general y los desafíos a los que se enfrenta la organización en este momento, y solo entonces Los empleados están más satisfechos y son más productivos porque se sienten unidos por una misión y un objetivo común. Por lo tanto, en la siguiente sección nos centraremos en el estilo de comunicación ascendente que es un aspecto significativo en el desarrollo de la estrategia de comunicación para gerentes. (Daniels & Spiker, 1994)

1.4.1.1.2. Comunicación ascendente

El flujo opuesto de comunicación es ascendente, cuando los niveles más bajos de una organización transmiten información a los niveles más altos. Con la práctica de la comunicación ascendente, la gerencia de una organización conoce los sentimientos de los empleados sobre las políticas de la organización, los sentimientos hacia su trabajo y los procedimientos de trabajo. La comunicación ascendente sirve para la retroalimentación de los niveles inferiores de la organización, por lo tanto, la administración tiene una idea de cómo se percibió el mensaje: correcta o incorrectamente. Además, los empleados pueden

expresar sus problemas y si la administración se preocupa lo suficiente por la satisfacción de los empleados y, como resultado, aumentaría la productividad, puede considerar mejor los problemas y reconocer los problemas de los empleados. A veces, un empleado puede hacer preguntas relacionadas con una tarea, y luego la comunicación ascendente ayudaría a aumentar la comprensión, lo que luego contribuiría a completar la tarea. Por lo tanto, la comunicación ascendente aumenta la eficacia en el logro de los objetivos de la organización. (Daniels & Spiker, 1994)

Este tipo de comunicación tiene muchos usos y fines, por ejemplo, la crítica de una política. Por lo tanto, los empleados se sienten insatisfechos, especialmente con el hecho de que los gerentes prometieron escuchar y reaccionar a los comentarios y comentarios de los empleados, y luego se ignoraron. ellos. Esto lleva a la desinformación porque los empleados comienzan a pensar que sería mejor decirle a un gerente lo que él o ella quiere escuchar, en lugar de decir la verdad y hacer comentarios precisos. (Daniels & Spiker, 1994)

Las organizaciones de hoy en día están más preocupadas por la comunicación ascendente efectiva. La participación en el proceso de toma de decisiones es más común dentro de las organizaciones. Sin embargo, los investigadores también declararon que los canales de comunicación formal a menudo filtran la información. Entonces, esto crea un problema, que es la información errónea de la gerencia sobre la situación actual y, como resultado, la disminución de la efectividad. Se sugiere que la honestidad en la comunicación entre los gerentes y los empleados significa una crítica abierta de ambas partes, y la participación conjunta en la toma de decisiones servirá de manera efectiva a través de la comunicación ascendente. Por lo tanto, un gerente debe comunicarse adecuadamente cuando los empleados se ponen en contacto con él o ella, porque la comunicación ascendente es un flujo necesario que brinda mejores oportunidades de comprensión, satisfacción y eficiencia entre los empleados. Por lo tanto, este tipo de comunicación debe valorarse como parte del desarrollo de la estrategia de comunicación para los gerentes. (Daniels & Spiker, 1994)

1.4.1.1.3. Comunicación horizontal

En contraste con la comunicación descendente y ascendente, la comunicación horizontal es el flujo de información que intercambian las personas en el mismo nivel dentro de una organización. Por lo tanto, el remitente y el receptor son iguales desde la perspectiva

de la posición y el nivel de autoridad. El gerente, que quiere elegir la estrategia de comunicación, debe conocer las posibles barreras en la comunicación entre compañeros de trabajo para evitar malentendidos y aumentar el intercambio informativo efectivo; Esto hará que la estrategia de comunicación sea exitosa. (Daniels & Spiker, 1994)

Según Daniels & Spiker (1994), hay algunos problemas relacionados con la comunicación horizontal, “territorialidad, rivalidad, especialización y simple falta de motivación”. La territorialidad es la barrera cuando las personas, o un grupo de personas, no son hospitalarios con otros en su territorio. En tales situaciones, un gerente tiene que establecer la competencia por los recursos entre los departamentos y los empleados. Un gerente puede convertir la rivalidad en características positivas. Por ejemplo, el objetivo debe ser cooperar y establecer el intercambio de información entre individuos y grupos. La especialización es la barrera cuando los departamentos no conocen la jerga y la sofisticación utilizada por otros departamentos. La falta de motivación y esfuerzo también puede ser una barrera cuando los empleados ni siquiera quieren entender la solicitud de otros departamentos. (Daniels & Spiker, 1994)

1.4.1.1.4. Comunicación informal

La comunicación informal desempeña un papel importante en el desempeño en el lugar de trabajo. Se utiliza una metáfora de la vid para describir la comunicación informal. La comunicación sobre la vid describe el concepto de difusión de información dentro de una organización cuando la persona A le da un mensaje a la persona B y a C, y estas dos personas envían un mensaje adicional a la gente D, E y F. (Daniels & Spiker, 1994) Por lo general, la información "personal" o las noticias sociales se extienden. Además, esta información circula en los niveles particulares de la organización. Por ejemplo, es probable que los gerentes y los empleados reciban diferentes tipos de información. Sin embargo, los participantes de la comunicación de la vid son hombres y mujeres. El flujo de información puede comenzar con cualquier miembro de la organización, ya que los investigadores han encontrado que el mensaje pasado es generalmente exacto (Daniels & Spiker, 1994). Por lo tanto, un gerente debe ser parte de esta comunicación y enviar con precisión su mensaje a los demás. La estrategia de comunicación implica la diferenciación de la información precisa de los chismes, y también se comunica con los otros niveles de la organización para obtener información sobre las noticias sociales. La información personal es algo que da comprensión

a una situación particular y ayuda a identificar las necesidades y deseos de los empleados. Sin embargo, la comunicación formal e informal no se puede ver por separado, sino como una red entrelazada. Esto se debe a que, en realidad, estos tipos de estilos de comunicación formal e informal dentro de una organización siempre son ajustados y se usan juntos.

1.5. Objetivos

Objetivo general:

Determinar el nivel de comunicación organizacional en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo.

Objetivos específicos

Identificar el tipo de comunicación organizacional que prevalece en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo.

Identificar el tipo de comunicación organizacional que no prevalece en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo.

1.6. Hipótesis

El nivel de comunicación organizacional es alto en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo.

1.7. Justificación

Justificación teórica

Ñaupas & Mejía (2011) menciona que la justificación teórica, “tiende a basarse en el estudio de un objeto, con la única finalidad de plantear una teoría el cual se encuentre basada en el conocimiento científico que se pueda someter a una validación donde pueda debatirse o poner en tela de juicio el planteamiento de una hipótesis, con el fin de poder aportar en el desarrollo de la ciencia de una manera innovadora”. (p.133).

Justificación metodológica

Ñaupas & Mejía (2011) menciona que la justificación metodológica, señala o recalca que el determinado uso de “técnicas y herramientas de recopilación de información, es la fuente más usada por los investigadores con el fin de obtener información que se requiera

sobre las versátiles en estudio; generalmente si tomamos como referencia las técnicas de la encuesta y el cuestionario”. (p.133).

Justificación social

Ñaupas & Mejía (2011) mantiene que la justificación social, tiene como único “fin dar una respuesta rápida y concisa a la sociedad, a los problemas los cuales afectan la salud tanto de la integridad moral como psicológica de una determinada localidad”. (p.133).

II. MATERIAL Y METODOS

2.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Hernández, Fernández y Baptista (2010) exponen que la investigación de tipo descriptiva orienta sus esfuerzos a describir una realidad problemática, se encarga de enumerar sus características. La investigación se enfocó en caracterizar los atributos que presenta la comunicación organizacional en la empresa, además como establecer el tipo de comunicación organizacional que predomina en la empresa.

Diseño de la Investigación

El presente trabajo de investigación fue no experimental, debido a que la variable satisfacción del cliente no experimentó cambios y fue estudiada en un solo espacio de tiempo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) “, propone que lo que se hace en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos”. (p. 378)

2.2. Población y muestra

Según Tamayo y Tamayo (2003) define a la población como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación. La población objeto de estudio estuvo conformada por la totalidad de los colaboradores de la empresa, los cuales suman 66 colaboradores contratados en un régimen general de quinta categoría.

Muestra

Ñaupas, Mejía y Novoa (2013) expresa que es el subconjunto, parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo. Debido a lo poco mesurable de la población se decidió tomar al total del universo poblacional como muestra del estudio.

2.3. Variable de investigación

Variable de investigación: Comunicación organizacional

Kreps (1990) definió la comunicación organizacional como el proceso por el cual los miembros reúnen información pertinente sobre su organización y los cambios que ocurren dentro de ella. Generalmente la comunicación organizacional tiene dos objetivos. El objetivo principal es informar a la fuerza laboral sobre sus tareas y las cuestiones políticas de la organización, el otro rol es de carácter organizativo la comunicación se define como “transmitir noticias sobre el trabajo de la organización a los empleados y a través de los empleados. El segundo objetivo de la comunicación organizacional es construir una comunidad dentro de la organización.

2.4. Operacionalización de la variable

Tabla 1

Operacionalización de la variable

Variable	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Técnica / Instrumento	Escala
Comunicación organizacional	Comunicación descendente	Nivel de comunicación descendente	Por lo general en la empresa la comunicación fluye de los altos niveles hacia los niveles más bajos	Encuesta	Likert
			Por lo general la comunicación en la empresa está orientada a controlar a los colaboradores		
	Por lo general la comunicación permite estar informado de las políticas de la organización				
Comunicación ascendente	Comunicación ascendente	Comunicación ascendente	Por lo general en la empresa la comunicación fluye de los bajos niveles hacia los altos niveles	Cuestionario	Likert
			Por lo general en la empresa la comunicación permite informar a la gerencia sobre la percepción y satisfacción de los empleados		
Comunicación horizontal	Comunicación horizontal	Nivel de comunicación horizontal	La comunicación en la empresa permite otorgar retroalimentación a los empleados	Cuestionario	Likert
			La comunicación en la empresa permite integrar a los empleados en la toma de decisiones		
			Por lo general en la empresa la comunicación sirve para intercambiar opiniones entre trabajadores de los mismos niveles organizacionales		

Comunicación informal	Nivel de comunicación informal	<p>Los canales de comunicación permiten brindar una información oportuna a todas las áreas de la empresa</p> <p>Por lo general en la empresa la comunicación se da manera espontanea</p> <p>Por lo general en la empresa la información se expresa de manera de chisme</p>
-----------------------	--------------------------------	--

Fuente: elaboración propi

2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Técnicas de recolección de datos:

Para el recojo de información, se utilizó la técnica de la encuesta, la cual tiene como fin aplicar preguntas de tipo de cerrada o abierta, a un grupo de elementos poblacionales para encontrar datos de cortes de tipo cuantitativo en estricto.

La encuesta: Es una técnica de campo, cuya función es recabar información verídica sobre un fenómeno social mediante la aplicación de un cuestionario; para ser más preciso se busca recopilar las características que parecen ser comunes en grupo en cuestión con el fin de contrastar una hipótesis. (Arias, 2012)

Instrumentos de recolección de datos:

El cuestionario: “Es un documento escrito, diseñado en base a preguntas interrogativas de carácter abierto, cerrado, o ambos; que tiene como objetivo la recabar información congruente, sobre un objeto de estudio e interés de conocimiento del investigador” (Malhotra, 2008, p.88).

Para la recolección de datos se utilizo un cuestionario construido 11 reactivos en base a las dimensiones que presenta la variable de estudio comunicación organizacional. Las preguntas son de tipo cerrada y se encuentran con cinco niveles de respuesta.

Muy de acuerdo

De acuerdo

Indiferente

En desacuerdo

Muy en desacuerdo

III. RESULTADOS

3.1. Presentación de tablas y figuras

Tabla 2

Nivel de comunicación descendente

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	33	50%	50%
Medio	20	30%	80%
Bajo	13	20%	100%
Total	66	100%	

Fuente: elaboración propia

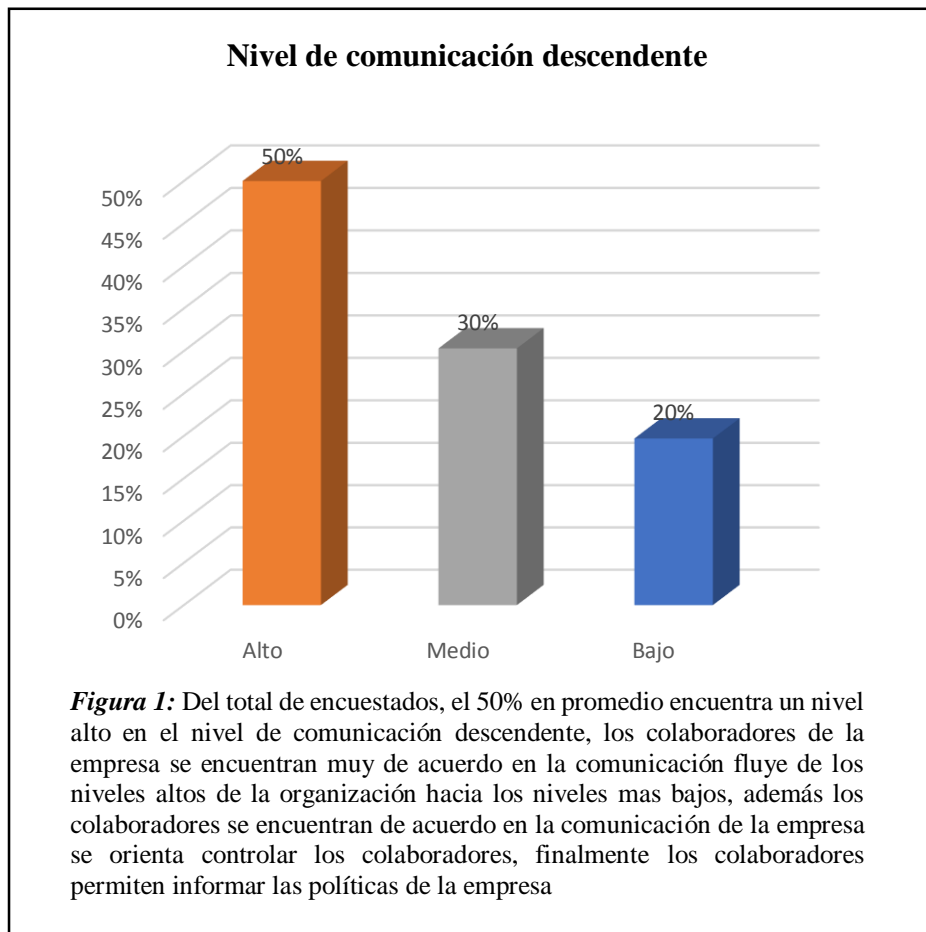


Tabla 3

Nivel de comunicación ascendente

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	43	65%	65%
Medio	20	30%	95%
Bajo	3	5%	100%
Total	66	100%	

Fuente: elaboración propia

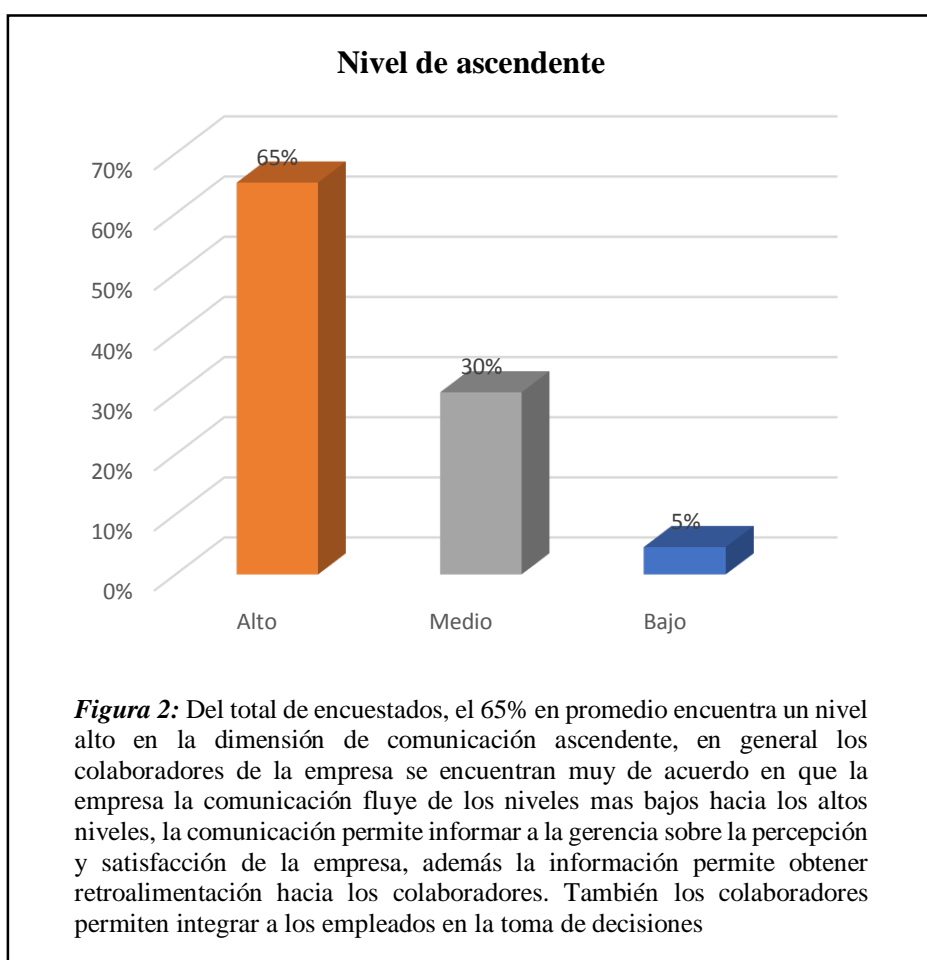


Tabla 4

Nivel de comunicación horizontal

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	55	83%	83%
Medio	7	11%	94%
Bajo	4	6%	100%
Total	66	100%	

Fuente: elaboración propia

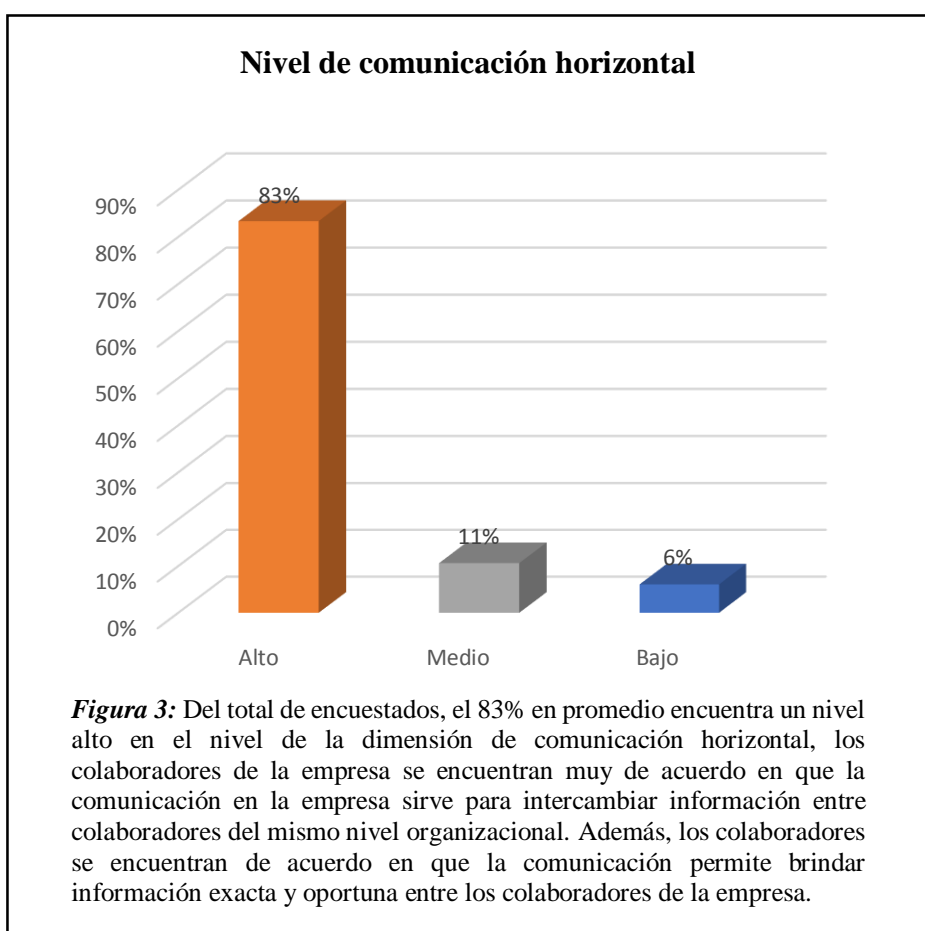


Tabla 5

Nivel de comunicación informal

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	12	18%	18%
Medio	42	64%	82%
Bajo	12	18%	100%
Total	66	100%	

Fuente: elaboración propia

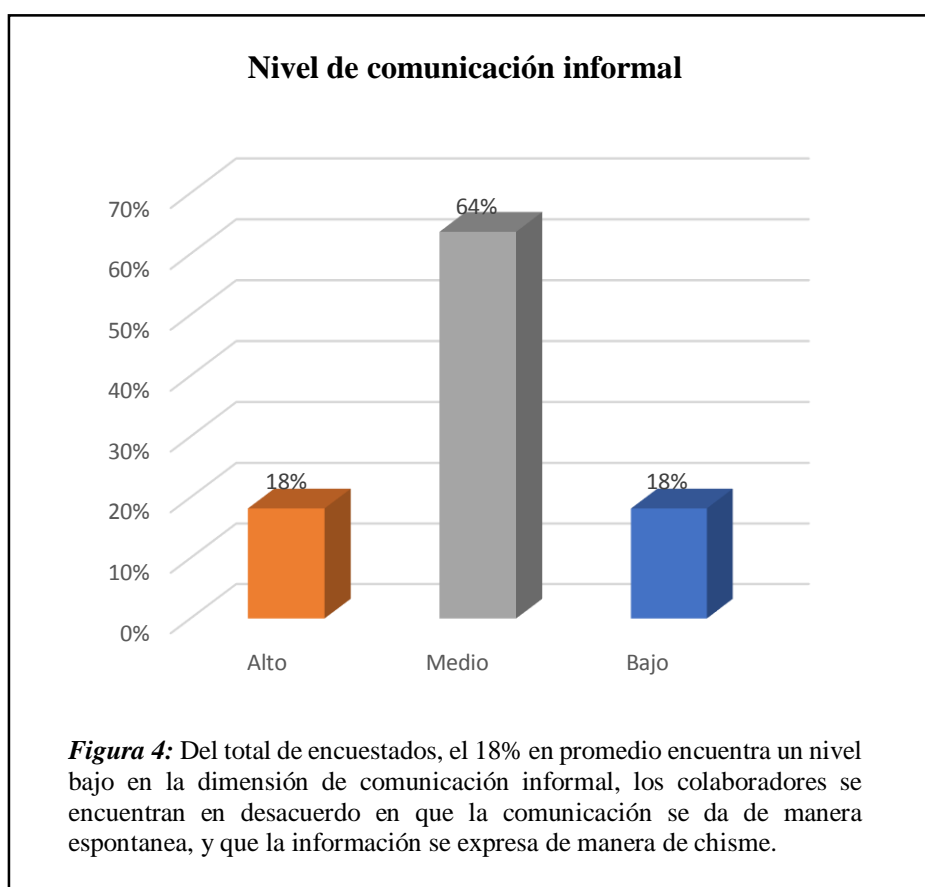
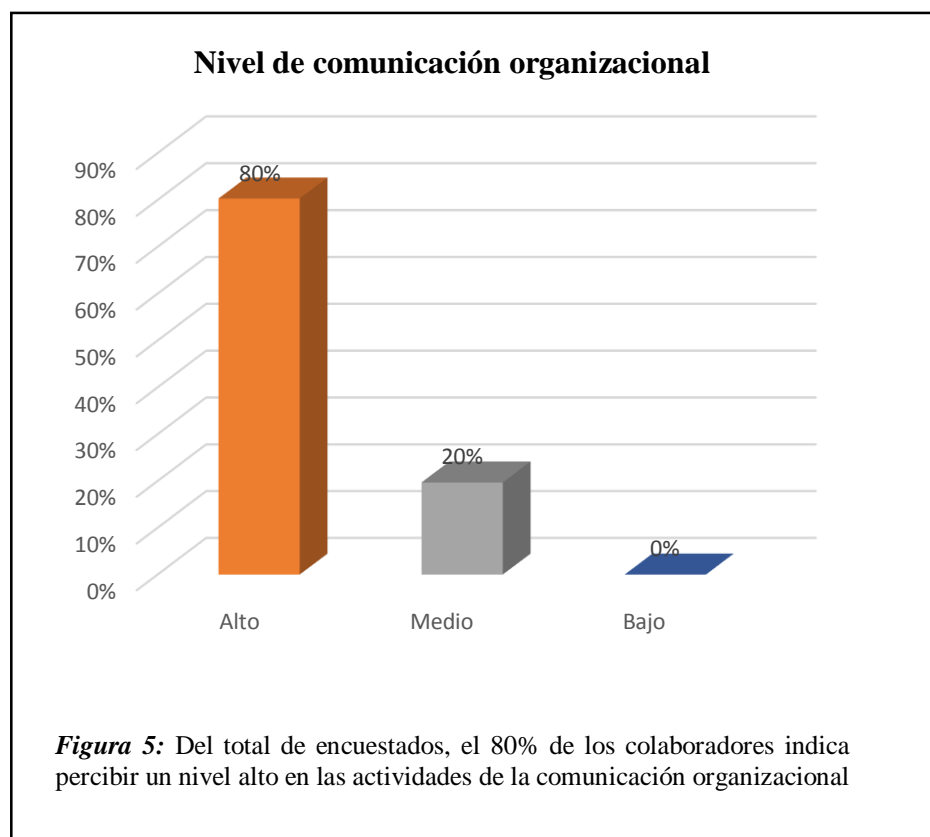


Tabla 6

Nivel de comunicación organizacional

Nivel	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Alto	53	80%	80%
Medio	13	20%	100%
Bajo	0	0%	100%
Total	66	100%	

Fuente: elaboración propia



IV. DISCUSIÓN

Determinar el nivel de comunicación organizacional en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo.

De acuerdo a los datos de la tabla 6, se evidencia que el nivel de comunicación organizacional en el operador logístico es alto, el 80% de los colaboradores se encuentra de acuerdo con las actividades de comunicación organizacional que se dan en la empresa. Kreps (1990) definió la comunicación organizacional como el proceso por el cual los miembros reúnen información pertinente sobre su organización y los cambios que ocurren dentro de ella. Generalmente la comunicación organizacional tiene dos objetivos. El objetivo principal es informar a la fuerza laboral sobre sus tareas y las cuestiones políticas de la organización, el otro rol es de carácter organizativo la comunicación se define como “transmitir noticias sobre el trabajo de la organización a los empleados y a través de los empleados. El segundo objetivo de la comunicación organizacional es construir una comunidad dentro de la organización. Los colaboradores del operador logístico indican que la comunicación organizacional que se da en la empresa, les permite estar enterados de la tareas y políticas que tiene la organización, así como también les permite conocer cual es el rol y carácter organizativo que cumple la empresa.

Los hallazgos del estudio, hacen correspondencia con los hallazgos de Mendoza (2016) quien establece que la comunicación organizacional presenta un nivel alto en los colaboradores y directores de la empresa, la cual permite manejar conflictos de una manera adecuada. El tipo de comunicación organizacional que predomina en la organización es el tipo de comunicación ascendente.

Identificar el tipo de comunicación organizacional que prevalece en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo.

De acuerdo a los datos de la tabla 4, se evidencia que la comunicación organizacional de tipo horizontal es la que prevalece en la empresa, el 83% de los colaboradores indica estar de acuerdo con las actividades de la comunicación horizontal. En contraste con la comunicación descendente y ascendente, la comunicación horizontal es el flujo de información que intercambian las personas en el mismo nivel dentro de una organización. Por lo tanto, el remitente y el receptor son iguales desde la perspectiva de la posición y el nivel de autoridad. El gerente, que quiere elegir la estrategia de comunicación, debe conocer

las posibles barreras en la comunicación entre compañeros de trabajo para evitar malentendidos y aumentar el intercambio informativo efectivo; Esto hará que la estrategia de comunicación sea exitosa. (Daniels & Spiker, 1994). Por lo tanto, se puede deducir que, en la empresa, las áreas organizacionales cuentan con canales de comunicación formales que les permite intercambiar información entre pares, con el fin de coordinar de una mejor manera las actividades de la organización.

Identificar el tipo de comunicación organizacional que no prevalece en un operador logístico de la ciudad de Chiclayo.

De acuerdo a los datos de la Tabla 5, se evidencia que el 64% de los colaboradores indica que existe un nivel medio, en el tipo de comunicación informal, por lo tanto, se puede deducir que, en la empresa, se privilegia el tipo de comunicación formal. La comunicación informal desempeña un papel importante en el desempeño en el lugar de trabajo. Se utiliza una metáfora de la vid para describir la comunicación informal. La comunicación sobre la vid describe el concepto de difusión de información dentro de una organización cuando la persona A le da un mensaje a la persona B y a C, y estas dos personas envían un mensaje adicional a la gente D, E y F. (Daniels & Spiker, 1994) Por lo general, la información "personal" o las noticias sociales se extienden. Además, esta información circula en los niveles particulares de la organización. Por ejemplo, es probable que los gerentes y los empleados reciban diferentes tipos de información. Sin embargo, los participantes de la comunicación de la vid son hombres y mujeres. El flujo de información puede comenzar con cualquier miembro de la organización, ya que los investigadores han encontrado que el mensaje pasado es generalmente exacto (Daniels & Spiker, 1994).

V. CONCLUSIONES

El nivel de comunicación organizacional en el operador logístico es alto, el 80% de los colaboradores se encuentra de acuerdo con las actividades de comunicación organizacional que se dan en la empresa.

Se evidencia que la comunicación organizacional de tipo horizontal es la que prevalece en la empresa, el 83% de los colaboradores indica estar de acuerdo con las actividades de la comunicación horizontal. Por lo tanto, se puede deducir que, en la empresa, las áreas organizacionales cuentan con canales de comunicación formales que les permite intercambiar información entre pares, con el fin de coordinar de una mejor manera las actividades de la organización.

El tipo de comunicación organizacional, que no prevalece en la organización, es el tipo de comunicación informal.

REFERENCIAS

- Adeogun, S. Abiona, B. Ajayi, T. y Amuludun, W. (2017). *Effects of organizational communication styles on employees job performance in Ogun- Osun River Basin Developmentl.* Recuperado de: <http://journal.unaab.edu.ng/index.php/JHSSCA/article/view/1683>
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica (Sexta Edición ed.)*. Caracas, República Bolivariana de Venezuela: EDITORIAL EPISTEME, C.A. Obtenido de https://issuu.com/paundpro/docs/el_proyecto_de_investigacion_fidias
- Mendoza, D. (2016). *Influencia de la comunicación interna en los conflictos organizacionales de la empresa ASECOM RJ abogados, ciudad de trujillo, año 2016*. Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/3107>
- Daniels, T. & Spiker, B. (1994). *Perspectives on Organizational Communication*. 3rd ed., Brown&Benchmark.
- El Comercio (9 de agosto del 2017). *Como desarrollar un plan de comunicación*. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/especial/zona-ejecutiva/tendencias/sector-minero-como-desarrollar-plan-comunicacion-noticia-1992186>
- Fuentes, C. y Gonzales, L. (2018). *La comunicación organizacional como ventaja competitiva en King Kong Lambayequé fábrica de dulces S.C.R.L., Chiclayo 2017*. Universidad Señor de Sipan. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4578>
- Gamboa, E. y Torres, Z. (2017). *Comunicación interna y su influencia en la identidad corporativa del servicio de gestión ambiental de Trujillo*. Universidad Privada Antenor Orrego. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/3643/1/RE_COMU_EDWARD.GA_MBOA_ZAIRA.TORRES_COMUNICACION.INTERNA_DATOS.PDF
- Hernández S., R., Fernández C., C., Baptista L., M. (2010) *Metodología de La Investigación* 5ta Edición. McGraw Hill. México
- Hooper, A. (2019). *Corporate communication and intra organizational legitimacy*. Colorado State University. Recuperado de: https://mountainscholar.org/bitstream/handle/10217/185665/Hooper_colostate_0053_N_14480.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Husain, Z. (2015). *Effective communication brings successful organizational change*. Recuperado de:

http://www.abrnr.com/myfile/conference_proceedings/Con_Pro_12315/7-dubai13.pdf

Ince, M. y Gul, H. (2015). *The Role of the Organizational Communication on Employees' Perception of Justice: A Sample of Public Institution from Turkey*. European Journal of Social Sciences – Volume 21, Number 1. Recuperado de: file:///C:/Users/SLD-USR-CHICL/Downloads/Publications_015.pdf

Kreps, G. L. (1990). *Organizational communication* (2nd Ed.). United Kingdom: Longman.

Malhora, N. (2008). *Investigación de mercados*. (5° Edición). México D.F: Pearson Educación.

McKenna, E. (2006). *'Business Psychology and organisational behavior', A student's handbook*, 4th edition, Psychology Press, New York, USA, pp. 96-97, p.171

Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación científica y elaboración de tesis*. (3° edición). Lima: Cepredim.

Peru21 (29 de noviembre del 2018). *Empresas peruanas aun se resisten a la transformación digital*. Recuperado de: <https://www.peru21.pe>

Semren, A. (2017). *The relationship between organizational communication and motivation of employees*. Vienna University. Recuperado de: <https://www.modul.ac.at/index.php?eID=dumpFile&t=f&f=9388&token=9192b4f8701bef9beac51a8c7d18fe03190f4284>

Sotero, J. (2016). *Gestión de la comunicación organizacional y percepción de la calidad de servicio del colegio de abogados de la Libertad en el año 2016*. Universidad Privada Antenor Orrego (Tesis). Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2517/1/RE_COMU_JOSE.SOTERO_GESTION.DE.LA.COMUNICACION.ORGANIZACIONAL.Y.PERCEPCION.DE.LA%2cCALIDAD_DATOS.PDF

Tamayo y Tamayo (2003). *El proceso de la Investigación Científica* (4ta edición). México. Limusa Noriega Editores.

ANEXOS

Anexo 01: Cuestionario para medir la variable satisfacción del cliente

Estimado cliente:

A continuación, se presentan una serie de preguntas que tiene como fin conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes. La información será anónima y será utilizada en la mejora de nuestros servicios

- Muy satisfecho (5)**
- Satisfechos (4)**
- Indiferente (3)**
- Insatisfecho (2)**
- Muy insatisfecho (1)**

	5	4	3	2	1
Se encuentra satisfecho con la calidad de información que brinda el personal de atención de la empresa					
Se encuentra satisfecho con los conocimientos que tiene el personal de atención de la empresa					
Usted se encuentra satisfecho con las respuestas que brinda el personal ante preguntas de los clientes					
Usted se encuentra satisfecho con las destrezas que presenta el personal de la empresa para brindar un servicio de calidad					
Usted se encuentra satisfecho con la disposición que muestran los clientes para solucionar problemas de los clientes					
Usted se encuentra satisfecho con la cortesía que muestra el personal de atención de la empresa					
Usted se encuentra satisfecho con la amabilidad que muestra el personal de atención de la empresa					

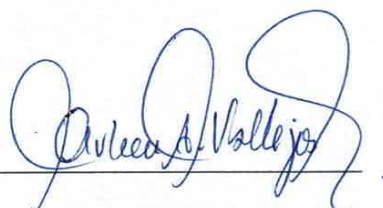
Usted se encuentra satisfecho con la calidad de sonrisa que muestra el personal de atención de la empresa					
Usted se encuentra satisfecho con la entrega y especificaciones del producto					
Usted se encuentra satisfecho con el cumplimiento de las pautas contractuales que hace la empresa					
Usted se encuentra satisfecho con la seguridad de las instalaciones de la empresa					
Usted se encuentra satisfecho con las características de seguridad que presentan los envases que utiliza la empresa					
Usted se encuentra satisfecho con el nivel de precio que aplica la empresa					
Usted se encuentra satisfecho en general con los servicios prestados por la empresa					

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, CARLA ARLEEN ANASTACIO VALLEJOS, Coordinadora de Grados y Títulos de la EAP Administración y revisor del trabajo de investigación aprobada mediante Resolución N°0501-FACEM-USS-2019, presentado por el egresado VILLALOBOS HUAMÁN DAVID ANDRÉS, autor del trabajo de investigación denominado: **LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN UN OPERADOR LOGÍSTICO DE LA CIUDAD DE CHICLAYO, 2019**, puedo constar que la misma tiene un índice de similitud de 20% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el programa URKUND.

Por lo que concluyo que la investigación cumple con los lineamientos establecidos en la Resolución Rectoral N° 007-2017/USS, que aprueba las políticas para evitar plagio en la USS.

Pimentel, 30 de abril del 2019



Mg. Carla Arleen Anastacio Vallejos
DNI N° 43637619

Urkund Analysis Result

Analysed Document: VILLALOBOS HUAMAN.docx (D50715597)
Submitted: 4/15/2019 9:13:00 PM
Submitted By: cvallejos@crece.uss.edu.pe
Significance: 20 %

Sources included in the report:

RODRIGUEZ RAMOS.docx (D50025510)
MORALES PAREDES NITA.docx (D45758572)
<http://journal.unaab.edu.ng/index.php/JHSSCA/article/view/1683>
<http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/3107>
<http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4578>
<http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2517/1/>
RE_COMU_JOSE.SOTERO_GESTION.DE.LA.COMUNICACION.ORGANIZACIONAL.Y.PERCEPCION.D
E.LA%252cCALIDAD_DATOS.PDF
a460ce24-0a9e-4f7d-b739-075ba44f27d4

Instances where selected sources appear:

31