



**UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“COMUNICACIÓN INTERNA Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA
ORGANIZACIONAL DE LA ENTIDAD FINANCIERA BBVA DE LA
CIUDAD DE TACNA - 2021”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

PRESENTADO POR

**Bach. VILCA LLANOS, ROBER EBRULFO
<https://orcid.org/0000-0003-2405-3871>**

**ASESOR
MG. ERIK ANTONIO ZOEGER CALLE
<https://orcid.org/0000-0002-8718-7861>**

LIMA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN LO DEDÍCO PRINCIPALMENTE A MI HIJA DAINEL DALAYON VILCA CHAMBI QUIEN ES MI MOTOR Y MOTIVO PARA SEGUIR ADELANTE, GRACIAS A ELLA CADA DÍA ME ESFUERZO MÁS Y MÁS HASTA LOGRAR EL OBJETIVO, FUERON LAS PALABRAS QUE ESCRIBÍ CUANDO MI NIÑA ESTABA PRESENTE Y AHORA ES MI ANGEL QUE DESDE EL CIELO GUIA MI CAMINO, ESTE TRABAJO ES DEDICADO ESPECIALMENTE PARA MI NIÑA HERMOSA QUE ESTÁ EN EL CIELO.

ADEMÁS, DEBO AGRADECER A MI PAREJA NICOLT CHAMBI POR EXIJIRME PARA QUE REALICE EL TRABAJO DE LA TESIS YA QUE LO POSPONÍA POR MUCHO TIEMPO.

TAMBIÉN AGRADEZO A MI MADRE YOLANDA LLANOS QUIEN FUE EL SOPORTE EN LOS MOMENTOS MÁS COMPLICADOS EN LA ETAPA DE LA UNIVERDIAD Y POSTERIORMENTE, TAMBIÉN AGRADECER A MI HERMANA POR EL APOYO QUE ME BRINDO EN SU DEBIDO MOMENTO.

POR ÚLTIMO Y NO MENOS IMPORTANTE AGRADECER A LOS PROFESORES DE LA UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS POR HABER COMPARTIDO SUS CONOCIMIENTOS A LO LARGO DE LA PREPARACIÓN DE LA PROFESIÓN ADEMÁS QUE ME ORIENTARON CON REALIZAR ESTE TRABAJO Y QUE POR FÍN SE PUDO COMPLETAR.

ES UNA ALAGRÍA ENORME HABER TERMINADO ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE ME PERMITE AVANZAR UN PELDAÑO MÁS PARA LLEGAR A LA META PRINCIPAL.

ÍNDICE

ÍNDICE.....	iii
CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	9
1.2 Formulación del problema	11
1.2.1 Problema general	11
1.2.2 Problemas específicos.....	11
1.3 Objetivos de la investigación.....	12
1.3.1 Objetivo general.....	12
1.3.2 Objetivos específicos:.....	12
1.4 Justificación de la investigación	12
1.4.1 Importancia de la investigación	12
1.4.2 Viabilidad de la investigación	13
1.5 Limitaciones del estudio.....	13
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	15
2.1 Antecedentes de la investigación.....	15
2.1.1 Internacionales.....	15
2.1.2 Nacional.....	16
2.1.3 Locales.....	18

2.2. Bases teóricas.....	19
2.3. Definición de términos básicos.....	32
CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y VARIABLE DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1 Formulación de hipótesis principal y específica.....	34
3.1.1 Hipótesis principal.....	34
3.2 Variables y definición operacional	34
3.2.1 Definición conceptual.....	34
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	37
4.1 Diseño metodológico	37
4.1.1 Tipo.....	37
4.1.2 Diseño de investigación.....	37
4.2 Diseño muestral	38
4.2.1 Población.....	38
4.2.2 Muestra	38
4.3 Técnicas de recolección de datos.....	38
4.3.1 Técnica.....	38
4.3.2 Instrumentos de recolección de datos.....	39
4.3.3 Validez.....	39
4.3.4 Confiabilidad de los instrumentos	39
4.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	39
4.5 Aspecto ético.....	40
FUENTES DE INFORMACIÓN.....	77

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal, conocer la “Influencia de la Comunicación Interna en el Clima Organizacional en la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021. Para este trabajo se tomó en cuenta en lo que se refiere a la muestra de la investigación, a todos los colaboradores de la entidad financiera en estudio de la oficina principal de la ciudad de Tacna.

Con un diseño Para esta investigación de tipo no Experimental Transversal - Correlacional. Las variables, materia de investigación, fueron: la Comunicación Interna y el Clima Organizacional. Para el levantamiento de la información, se utilizó como instrumento un cuestionario, conformado de 28 preguntas, la misma que fue validada por juicio de expertos y se sometió a la prueba de Alfa de Cronbach obteniendo un resultado de .940.

La investigación realizada, permitió llegar a la conclusión, que existe una correlación positiva entre las variables en estudio por lo que se acepta la hipótesis de investigación. Además, mediante este estudio se pudo comprobar que existe una relación entre ambas variables de estudio, por lo que de mejorar la comunicación interna en la entidad financiera del banco BBVA de la ciudad de Tacna, mejorara de manera clara el clima organizacional en esta entidad bancaria, demostrándose la validación, de la hipótesis planteada en esta investigación.

Palabras clave: Comunicación interna, y Clima Organizacional.

ABSTRACT

The main objective of this research was to know the "Influence of Internal Communication on the Organizational Climate in the financial entity BBVA of the city of Tacna in the year 2021. For this work, it was taken into account in what refers to the sample of the investigation, to all the collaborators of the financial entity under study of the main office of the city of Tacna.

With a non-Experimental Transversal - Correlational design for this research. The variables, research subject, were: Internal Communication and Organizational Climate. To collect the information, a questionnaire was used as an instrument, made up of 28 questions, which was validated by expert judgment and submitted to the Cronbach's Alpha test, obtaining a result of .940.

The research carried out allowed to reach the conclusion that there is a positive correlation between the variables under study, so the research hypothesis is accepted. In addition, through this study it was possible to verify that there is a relationship between both study variables, so that improving internal communication in the financial entity of the BBVA bank in the city of Tacna, will clearly improve the organizational climate in this banking entity. , demonstrating the validation of the hypothesis raised in this research.

Keywords: Internal communication, and Organizational Climate.

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna es hoy en día, uno de los medios, de mayor importancia para que pueda existir una buena relación entre los colaboradores de una organización, tanto entre los trabajadores, así como entre estos y los ejecutivos, dentro de las organizaciones. En el Perú, esto se viene dando desde muchos años atrás, cuando los registros observados en la economía muestran un crecimiento sostenido, y las empresas se muestran más organizadas y responsables en su gestión, en el caso peruano las empresas vienen mostrando un marcado interés por mejorar sus planes de comunicación interna pero que aún falta adelantar el paso. Además, se debe tener en cuenta que la comunicación interna se constituye en el componente sanguíneo de las compañías por el cual circulan la misión y los valores, convergen las ideas y mantienen vivo el estímulo y motivación en la tarea diaria; y redonda en una mayor satisfacción personal y en una mejora de la productividad y el rendimiento. (Pérez, 2013).

Por esta razón, se puede afirmar que para mejorar el Clima Organizacional dentro de una institución es importante contar con un buen plan de comunicación interna. Es por esta razón, que podemos afirmar de manera concreta que esta teoría permite observar de forma determinante, en términos de causa y efecto, la naturaleza del clima que se estudia y permite también analizar el papel de las variables que conforman el clima que se observa dentro de las organizaciones.

La investigación realizada planteo como objetivo general proponer un plan de comunicación interna para mejorar el clima organizacional en la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

Para lo cual se elaboró una encuesta y se formuló a los colaboradores de esta entidad financiera, para mediante la información obtenida, determinar el clima organizacional y la comunicación interna que en la actualidad existe en dicha institución financiera, y con los resultados que se obtuvieron, demostrar los planteamientos de la hipótesis propuesta, así finalmente proponer para la entidad financiera BBVA, implementar, un plan de comunicación interna para mejorar el Clima Organizacional en la entidad en estudiada.

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

Las empresas y las personas que las dirigen, necesitan de una buena comunicación para poder transmitir claramente sus ideas y proyectos, a sus colaboradores. Las grandes corporaciones internacionales han dimensionado sus entornos de comunicación para tener mejores resultados, y poder llegar de manera más efectiva a los clientes internos y externos. Es en este punto donde es exigible un plan de comunicación que apoye a la estrategia organizacional. Esto que parece tan sencillo, muchas veces, es difícil de lograr. El 60% de los problemas de las organizaciones son resultado de una mala comunicación. Esto lo manifiesta Peter Drucker, el teórico del Management por excelencia.

Elorriaga (2018), señalaba que a finales de los años 80, en las empresas o compañías americanas y europeas, comienza una nueva era de políticas de comunicación interna, las cuales están asociadas al tema de recursos humanos, obteniéndose resultados, no esperados, debido a que no respondió a una tendencia empresarial si no a una compleja problemática que era ignorada por todos. Recién a partir del año 2000, las empresas empiezan a tomar conciencia sobre esta situación y crean departamentos de comunicación en sus organizaciones.

Un estudio realizado en México por CorpoNet 2018 nos manifiesta que el 75% de los negocios dejan de existir durante los primeros años de vida debido a fallas de liderazgo y problemas internos y el 70% desaparece después de la muerte de su fundador. De la misma manera en el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI) el 49,60% señala que las empresas españolas no disponen de canales de comunicación con sus empleados, en este sentido, la comunicación interna es una de las grandes olvidadas de las empresas españolas.

En Colombia, Ospina, Rojo, & Zuluaga (2014), se da el caso de Genarali una aseguradora con presencia en más de 68 países a nivel internacional donde la falta de comunicación causaba que cada área de la empresa funcione como un ente independiente desligado de la organización. El área técnica de la organización no cumplía con los tiempos pactados

en el proceso operativo y el área de cartera de clientes cancelaba pólizas sin gestionar los pagos oportunamente.

En el Perú un estudio realizado por Aptitus (2018), el 81% de los trabajadores peruanos considera muy importante al clima laboral, indica que “en un ambiente laboral positivo se trabaja muchísimo mejor, mantener a un empleado motivado en el trabajo no es solamente una cuestión monetaria, sino una combinación de diversos elementos”; de la misma manera también indicó que el 86% de peruanos aseguró que estaría dispuesto a renunciar a su actual trabajo ante un mal entorno laboral, y puede llegar a afectar hasta en un 20% la productividad de la empresa.

Charry (2018) señaló que la comunicación interna dentro de una organización, debe ser gestionada de manera intencional y planificada con objetivos y resultados claros y concretos y a su vez debe convertirse en una herramienta sistemática organizativa que permitirá que todos sus colaboradores trabajen de manera efectiva y eficiente

Anticona y Bustamante (2017), señalan que las empresas peruanas, son conscientes de la importancia del talento humano y de las relaciones que se dan entre los colaboradores dentro de las organizaciones para poder lograr sus objetivos y metas; sin embargo, la realidad es que en muchas de ellas, solo se percibe un grupo de personas trabajando, los cuales se consideran compañeros de trabajo, en donde cada individuo se centra en hacer su trabajo para lograr sus metas de manera individualizada y aislada.

Paula Szeinman de la empresa HayGroup Perú, manifiesta que, en el Perú, existe un avance muy importante en el cambio de mentalidad en lo que, al clima laboral, se refiere, en los últimos diez años. Hoy en día, las empresas ven al clima como una variable intangible del negocio, y cada vez es más importante en las empresas, tanto privadas como públicas. Para Szeinman, la clave para alcanzar un clima laboral óptimo es tener bien claro hacia dónde va la compañía y comunicar eso a las personas. (Bardales, 2015)

En la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna, se observa un grave problema, en lo que concierne a la variable de comunicación interna entre los colaboradores de dicha entidad. Esto se pone a un más en evidencia, debido a las caídas en las ventas, especialmente a productos de alta rotación como las ventas de tarjetas, de la misma manera se puede ver que la comunicación entre los colaboradores no es del todo buena, es más se puede decir que existe poca comunicación entre los asesores encargados de

asesorar, informar y hacer entrega de las tarjetas a los clientes nuevos. De la misma manera los ejecutivos, omitían mucha información, como detalles referentes a los cobros de la misma, tales como membresía, seguro de desgravamen, y las penalidades, producto de los incumplimientos, que luego causan mucho malestar e incomodidad a los clientes cuando se le aplican, y ellos no conocían nada acerca de esa información, mientras que cuando el cliente es atendido por su asesor, este le explicaba de manera detallada todos estos cobros que se le generan, mostrándose la falta de comunicación entre los colaboradores. Esto muchas veces genero el rechazo de la oferta por el cliente, por esta razón se trató de establecer un acuerdo entre los colaboradores para realizar un trabajo más transparente, es importante captar clientes, pero de manera correcta a fin evitar problemas futuros.

Hoy en día, los ejecutivos con poco tiempo dentro de la organización siguen fomentando las mismas prácticas. Si a esta incidencia de comportamiento le sumamos factores como el estrés por el horario de trabajo y la alta circulación de clientes, del cual se presencia un clima laboral que evidencia ciertos problemas comunicativos y organizacionales en general. Por lo tanto, estos temas se van complejizando al no obtener una propuesta clara sobre cómo enfrentar el problema.

Por tal razón, la presente investigación pretende determinar si existe relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre comunicación interna y el clima organizacional en la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de la comunicación interna de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021?
- ¿Cuál es el nivel del clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021?

- ¿Cuál es la relación entre uso de medios de información y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021?
- ¿Cuál es la relación entre patrones de comunicación y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021?
- ¿Cuál es la relación entre comunicación efectiva y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación entre comunicación interna y el clima organizacional de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

1.3.2 Objetivos específicos:

- Determinar el nivel de la comunicación interna de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.
- Señalar el nivel del clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.
- Indicar la relación del uso de medios de información y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.
- Establecer la relación entre patrones de comunicación y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.
- Demostrar la relación entre comunicación efectiva y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

1.4 Justificación de la investigación

1.4.1 Importancia de la investigación

Teórica.

Debido a la utilización de teorías puras de la carrera de administración de empresas, como son el caso de la comunicación interna y clima organizacional, que nos permitirá

una mayor comprensión de las variables a nivel de las teorías, en este sentido es un referente para al ámbito académico y de la investigación sistémica, ya que permitirá aplicar dos teorías bastante relacionadas a la ciencia de la administración.

Práctica.

Los descubrimientos que se encontraran contribuirán a resolver un problema que se presenta en una entidad financiera, rubro muy relacionado a la teoría empresarial, especialmente al campo de la cultura organizacional, además de haberse realizado en una empresa real, permitiendo la realización de diversas actividades como programas, talleres, charla de guía para minimizar los puntos críticos que se identificaran inicialmente en la realidad problemática y a la vez favorecerá a brindar un servicio de calidad, en la entidad financiera materia de análisis.

Metodológica.

Permitirá elaborar instrumentos pertenecientes a la metodología de la investigación científica, que nos proporcionaran, de forma pertinente, resultados correlacionales para tomar algunas decisiones a nivel empresarial y al emplear esta metodología, la cual es la base de la investigación científica, podrá ser utilizada para futuras investigaciones, de esta forma, constituirá un aporte relevante al campo de la investigación científica.

1.4.2 Viabilidad de la investigación

Se considera que la presente investigación es viable, por lo que se tiene la aprobación, de las autoridades de la entidad financiera, para poder aplicar los instrumentos de recolección de datos, con el propósito de poder obtener la información necesaria, de la misma manera, la investigadora cuenta con los recursos materiales, financieros y de tiempo para poder ejecutar dicha investigación.

1.5 Limitaciones del estudio

La principal limitación que se encuentra ahora es para aplicar el instrumento, por el momento de Pandemia Covid -19 que actualmente nos encontramos viviendo en el Perú, la mayoría de funcionarios y empleados, de las diferentes empresas del país, tanto

públicas como privadas, lo que mantiene a los colaboradores realizando, lo que llamamos el trabajo en casa, razón por la cual, se tendrá que realizar, el cuestionario, por Internet a través de la plataforma Google, esto ocasiona demoras en las respuestas, sin embargo se podrá realizar, debido a que este sector, por ser tan importante para el desarrollo de la economía, se ha soportado en la innovación tecnológica, con equipos de última generación, a fin de poder seguir brindando, un servicio de calidad.

Delimitación del estudio.

Delimitación Espacial

Se desarrollará en la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna, distrito y provincia de Tacna, región Tacna.

Delimitación Social

El presente estudio tiene como grupo social, a la totalidad del personal de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna, esto con el objetivo de obtener resultados con mayor nivel de confiabilidad, que servirán de mucha ayuda a los altos directivos para la respectiva toma de decisiones, en lo que respecta a la forma de direccionar la organización.

Delimitación Temporal

La presente investigación se llevará a cabo en el departamento de la Tacna, dicho estudio de investigación corresponderá al periodo 2021.

Delimitación conceptual

Reducidos estudios previos en lo que, respecto a la realidad local, así mismo, carencia de autores de teorías menores a 5 años de antigüedad, tomando en cuenta el estudio correspondiente a las dos variables: la comunicación interna y el clima organizacional.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Internacionales

Vargas (2017), en su tesis “Comunicación organizacional y talento humano en el Club Octava-manual estratégico (2016-2017) fue realizado en Bogotá y el problema consistió en que los colaboradores (vendedores, promotores, personal de aseo e ingenieros) no se encontraron fidelizados con la organización, ya que aquellos que fueron contratado no mostraron gusto por la cultura del club, (no hay gusto por la música que expone el lugar y por el tipo de ambiente que manejan los bares de electrónica en la ciudad de Bogotá. Se mereció investigar este problema ya que actualmente las organizaciones colombianas poseen deficiencias por la atracción y la fidelización del personal que contratan, trayendo consigo problemas internos organizacionales que desembocarán en crisis financieras, culturales y sociales.

Antúnez (2015), que en su tesis tuvo como objetivo, explicar el clima organizacional como componente clave para optimizar el rendimiento laboral de los empleados, teóricamente, se estudió los conceptos de clima organizacional, elementos del clima organizacional, rendimiento laboral y evaluación del funcionamiento. Metodológicamente, fue de tipo descriptiva, la técnica que se utilice para la recolección de la información fue la encuesta y el instrumento el cuestionario, los resultados evidenciaron que el 80% busca que los empleados realicen su trabajo en conjunto, 84% promueve una buena relación entre los empleados, 77% afirmó que existe respeto, confianza y cooperación; además los empleados que participaron en la encuesta estuvieron parcialmente motivados porque a pesar que cuentan con buenas herramientas para sus tareas diarias necesarias para su trabajo, la remuneración que se les otorga no cumple sus expectativas, el clima laboral también es inadecuado, lo que repercute en su rendimiento laboral. Por lo que se concluyó que el rendimiento de trabajo en las agencias de servicios bancarios Banesco ubicadas en la urbe de Maracay, está ligado a componentes como el clima organizacional y el aspecto económico que no es bien remunerado, por lo que se recomienda la utilización de tácticas de optimización, se

recomienda en especial el modelo salarial de las 3R (remuneración, recompensa y reconocimiento) y para el clima laboral, el diseño de tácticas de comunicación interna.

2.1.2 Nacional.

Rondan y Ramírez (2018), su investigación, realizada, permitió establecer de qué forma la comunicación interna contribuye en el manejo laboral de los empleados, implementando un estudio detallado, con un diseño no experimental, transversal y con la utilización del cuestionario como herramienta de estudio, para evaluar la premisa se usó la técnica estadística de Coeficiente de Correlación de Spearman, mostrando conformidad en la premisa general donde la comunicación interna influye de manera positiva en el manejo laboral de los empleados, la influencia de la comunicación en el desempeño de los trabajadores estudiado por esta investigación nos ayuda afirmar cuán importante es implementar técnicas de comunicación para mejorar el ambiente de trabajo y por ende mejorar su rendimiento, se ha realizado un estudio que dio como resultado que el 63.64% consideran que la comunicación interna produce una identidad institucional, la investigación concluyó que, la comunicación interna determina positivamente en el trabajo de los empleados del área de infraestructura del BCP, hay una interacción directa en medio de las variables, o sea, a mayor comunicación interna, mejor va a ser el funcionamiento gremial de los ayudantes, y al revés, esto muestra que es fundamental que el colaborador reciba información esencial para el adecuado manejo de su trabajo y que a la vez se sienta dentro con el manejo de sus funcionalidades en la entidad financiera en estudio.

Charry (2018), en su tesis “La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público”, tuvo como principal objetivo establecer la correlación entre comunicación interna y clima organizacional, mediante un estudio cuantitativo de esquema no experimental, trabajó con una muestra de 200 empleadores de tipo probabilístico, su elección fue aleatoria simple estratificada. Los resultados arrojaron una correlación significativa positiva muy fuerte de $r = 0.959$ de ambas variables en estudio. También encontró una relación significativa entre las dos variables

mencionadas y las dimensiones: grado de estructura y su predominio en el cargo; consideración, entusiasmo y apoyo; alineado hacia la distinción y ubicación hacia la mejora y promoción en el trabajo. De la misma manera el 56.5% narra que predomina la comunicación interna ineficaz.

López (2016), en su investigación, “Influencia de la comunicación interna en el nivel de clima organizacional de la Municipalidad de Chaclacayo”, el propósito fue determinar la influencia de comunicación interna en el clima organizacional de la Municipalidad de Chaclacayo. Utilizó una investigación básica, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal y correlacional, empleó una muestra de 156 trabajadores de la Municipalidad de Chaclacayo; para la recolección de datos empleó instrumentos elaborados por el investigador y validado por expertos. El análisis estadístico usó el Chi² de Pearson indicando que un 63.7%, la comunicación interna interviene directamente en el clima organizacional, esto demostró que ambas variables de investigación influyen significativamente en el estudio. Presenció que el 55.8% de la comunicación asertiva y operativa es la que más influye, en cambio la comunicación descendente según lo que indicaron los empleadores fue la mayor dificultad que presentaron y esto se reflejó con un 17,3%, en el nivel defectuoso. Con relación al liderazgo transformacional el 22,4% de los trabajadores igualmente declararon que se encontraban en un nivel deficiente, sin embargo, a pesar de todas las dificultades el 44,9 de los trabajadores declararon un nivel excelente en cuanto a la satisfacción laboral y personal.

Pérez (2017), en su investigación denominada “Influencia de la gestión de comunicación interna en el clima laboral de Caja Trujillo – Agencias del distrito de Trujillo, 2017” El objetivo de esta investigación fue determinar cómo influye ambas variables. Utilizó en su investigación la encuesta que vendría ser la técnica y el instrumento el cuestionario, la población investigada estuvo comprendida por 486 trabajadores, habiendo salido en su muestra 215 trabajadores, el nivel de confianza fue de 95% y su margen de error del 5%, estuvo conformado de 52 ítems con la escala de Likert del 1 al 5 y con métodos estadísticos la investigación, finalmente concluyeron que existe una relación altamente significativa entre ambas variables; la gestión de la comunicación interna influye favorablemente en el clima laboral de las agencias del distrito de Trujillo de Caja Trujillo, 2017.

Trujillo (2017), “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017”, El objetivo general de la presente investigación fue “determinar de qué manera la comunicación interna influyó en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas ubicadas en la provincia de Lima”, este estudio fue de tipo descriptivo, explicativo con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal con aspectos correlacionales, su población fue de 627 empleados, habiendo arrojado una muestra de 238 empleados, con un margen de error del 5%. Empleó la encuesta utilizando un cuestionario comprendido de 36 ítems, estructurado con la escala de Likert y consideró la metodología 1A de Manuel Tessi. El resultado obtenido fue de 0.977 de un nivel de confiabilidad. Para la relación de las variables se usó la prueba de Pearson, dando como resultado 0.872 y para la prueba de las hipótesis se usó el Chi-cuadrado de Pearson, dando un alto nivel de significancia de 0.000. Finalizó indicando que la comunicación interna influye de manera directa en el clima organizacional, exhortando tener una comunicación interna integrada donde deben considerar a todos los conforman la organización como emisores de comunicación.

2.1.3 Locales.

Huidobro (2018) en su investigación, titulada. Propuesta de mejora del nivel de comunicación organizacional de CÍA. de seguridad Prosegur S.A. de la ciudad de Chiclayo, enfatizo el objetivo para construir un plan de mejora del nivel de comunicación organizacional de la organización. Donde se planteó como objetivo general, mejorar el nivel de comunicación organizacional en la CIA, de seguridad Prosegur S.A. se plantearon una investigación de orientación cuantitativa, nivel descriptivo y un diseño de investigación no experimental, en la que se tuvo como muestra a 82 individuos. Encontrándose como resultados del estudio, que la organización tiene un nivel de comunicación bajo donde sería conveniente aplicar una propuesta que permita mejorar e incrementar un nivel de comunicación fluido y positivo, que ayude a mejorar el clima organizacional y por ende mejorar la productividad de los colaboradores en la cual se realizarían los siguientes

Miranda & Pastor (2015) en su tesis denominada comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque – 2015; cuyo objetivo fue identificar la relación entre comunicación organizacional y el clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque, 2015. Se utilizó, una metodología de tipo descriptiva, correlacional, de diseño no experimental y transversal, en el que la población y muestra fueron compuestas por 152 colaboradores los cuales brindan servicios dentro de la entidad pública, y el principal elemento de recopilación de datos fue el cuestionario, se determinó que existe una relación significativa entre las variables comunicación organizacional y clima social, ya que los ejemplos de comunicación organizacional mayormente utilizados en la entidad, son la ascendente, descendente y horizontal, cabe destacar que en la entidad pública se evidencia un correcto uso de los canales de información formales, de modo que son utilizados para dar a conocer información útil sobre sus objetivos organizacionales, así mismo el clima social de la entidad pública no es adecuado, puesto que existe una alta intervención política para la renovación de contratos de trabajo; puesto que se genera una alta incidencia de rumores dentro de la entidad, la cual se refleja en el rendimiento de los empleados. La investigación recomienda el diseño de mecanismos para la prevención de conflictos laborales dentro de la entidad; es decir la comunicación dentro del personal directivo de la municipalidad sobre la importancia de hacer buen uso de los canales de comunicación institucionales, posteriormente el área de recursos humanos de la municipalidad debe trabajar sobre las capacidades comunicativas de sus trabajadores.

2.2. Bases teóricas

Comunicación interna

Para Cervera (2015) la comunicación es un instrumento fundamental en toda empresa, que posee como objetivo tener un ambiente de trabajo (p. 245). Toda empresa tiene que narrar con esta habilidad de información interna, los directivos principales corresponden en transmitir la información, los mandos superiores deben de conocer sobre la misma y mejorar los encargos que serán dados a sus trabajadores.

“Las estrategias de comunicación tienen un valor estratégico ya que permite comunicar de manera eficiente y permite compartir opiniones, sensaciones y pensamientos, sirve

como un elemento difusor de la cultura corporativa”. (Oviedo, 2016, p.3).

Para Muñiz (2014, p. 119) la comunicación interna es la información encaminada hacia al cliente interno, en este caso al trabajador. La importancia está en las necesidades en motivar a su equipo humano y retener a los mejores empleados de su empresa.

Guzmán (2012, p. 8) la define como el grupo de tareas ejecutadas por cualquier tipo de organización, con la finalidad de la creación de buenas relaciones y mantenerlas, a través del uso de diversos medios de información que ayuden a mantener comunicados, integrados y motivados a todos los empleadores para contribuir al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

Tipos de comunicación interna:

Según Berceruelo (2011; p.79), comunicar es avisar y se sitúa en enviar un mensaje a un transmisor, hasta un receptor, originando que el mensaje circule de un lugar a espacio.

Se observa tres tipos de comunicación interna:

Comunicación descendente. -La comunicación descendente es la que se emite del nivel jerárquico más alto hacia el nivel más mínimo con relación a las actividades que se llevarán a cabo en la organización.

Comunicación ascendente. - La información se presencia desde el nivel bajo hacia el nivel superior, la información que se expone es sobre quejas, indicaciones, algunas dudas que presentan los integrantes de la organización referente como desempeñar su labor, entre otros, que es una parte muy importante del trabajo en un entorno empresarial.

Comunicación horizontal. - Es la comunicación que se realiza en un mismo nivel dentro de una organización o organigrama empresarial, de manera ocasional, mostrando un peligro de que este tipo de comunicación no se considere necesario.

Importancia de la comunicación interna:

La importancia de la comunicación reside en ser un instrumento que admite negociar los objetivos a toda la organización, divulgar sus políticas y edificar una identidad de la

empresa en un ambiente de familiaridad y de motivación, tal y como lo indica (Berceruelo, 2011).

Dimensiones comunicación interna:

Uso de medios de Información

Masterman citado en Aparici, 1996, p. 36 la “comunicación”: un procedimiento coherente y ligado con otras técnicas que conservan una interacción, un cambio firme y forzoso con su alrededor, que provoca un significativo recuerdo en el entorno sociocultural contemporáneo.

Los medios de comunicación son examinados en el tiempo actual, la comunicación se ve reflejado hasta incluso en los documentos que no pueden ser vistos de forma aislada. La emisión televisiva, noticias, relatos periodísticos, en definitiva, los medios de comunicación son considerados como uno de los valores sociales que producen beneficios monetarios y unas necesidades generales a la sociedad.

Indicadores del uso del medio de información:

Información fluida

Varias teorías de comunicación tales como Walter Benjamin a Wilbur Schramm, de André Malraux a Everett Rogers describen ésta como un fenómeno impersonal, continuo en el tiempo, bifurcado, dinámico e ilimitado. Los cambios tecnológicos actuales también nos señalan cómo esta categoría asociada a la escasez de la información y a una economía productiva basada en la identidad y su difusión en copias icónicas se ha aliado con el sistema industrial y ha favorecido una separación del trabajo social que Marx consideraba degradante, entre profesiones intelectuales (los Emisores-Fuentes, intelectuales, creadores, concedores o autores) y profesiones manuales y pasivas intelectualmente (los receptores, los públicos, los obreros o espectadores). Citado por Carrera 2016.

Capacidad de Respuesta

M Lewis-Beck, AE Bryman, TF Liao (2003) La capacidad de respuesta al entorno tiene que ver con la acción tomada en base al conocimiento obtenido y a las destrezas perfeccionadas que potencian a la organización para percibir y actuar ciertamente; se

concierno con el desempeño, la prontitud y la coherencia con que las acciones son realizadas y habitualmente revisadas. Las organizaciones con rápida respuesta tienden a ser competidores superiores reconocidos por su rapidez, ingenio y por su capacidad de aprender de sus errores (Nonaka y Takeuchi, 1995; Jansen et al., 2005).

Se intenta ayudar a la certeza empírica relacionando la capacidad de absorción de las empresas con su capacidad de respuesta en un contacto a la comprensión de por qué algunas empresas son más sensibles que otras. (Liao et al., 2003).

Acceso a la Información

El control de acceso a la información en cualquier empresa es esencial para advertir situaciones de: espionaje por parte de la competencia, fugas de información por personal interno, borrado de información y otro tipo de acciones que ponen en riesgo nuestros métodos de negocio y que, en caso de producirse, tienen unos resultados económicos considerables. Si se toma en cuenta el «need-to-know». Principio que al ser empleado certificará que cada individuo de la empresa accederá a lo que requiere conocer, ni más ni menos.

Política de control de acceso:

Precisar una codificación e inventario de la comunicación que establezca las exigencias de control de acceso aplicables. Lo establece por norma general el respectivo directorio de la empresa. La contraseña como política para proteger la información clasificada como confidencial.

Fijar los grupos de la organización que corresponden tener acceso a cierto tipo de información. El responsable del departamento asigna al personal que será el encargado de pertenecer a un grupo o no. Como ejemplo se tiene al personal de RRHH y del departamento financiero disponen de acceso autorizado a la información de nóminas.

Establecer la autorización que un grupo tiene sobre una información definida. El responsable determina la comunicación por regla general.

Crear una manera para pedir accesos extraordinarios a la información. Existe la posibilidad que por la falta de un personal o por la baja del personal financiero, se deba

recurrir a una persona de administración para poder acceder a la información y proceder a realizar los pagos.

Formar una periodicidad para ejecutar revisiones de las autorizaciones asociados a cada uno de los grupos, con el fin de revelar desviaciones.

Conocer los procedimientos para revocar la retribución de una persona a determinados grupos.

Cada grupo se le asignará lo mínimo necesario para poder desempeñar su trabajo diario de una manera correcta.

Es indispensable indicar que no todos los individuos requieren tener acceso a toda la información de la empresa para poder realizar correctamente su trabajo. Establecer un control de acceso basado en los requerimientos «need-to-know».

Dimensión Patrones de Comunicación

El estudio de los patrones de comunicación en la dinámica interpersonal se ha basado fundamentalmente en la proposición de diferentes tipologías que ilustran las posibles maneras de intercambiar información con otra persona. Se han diferenciado diversas tipologías según se centren en estilos de comunicación que tenga en cuenta las expectativas sociales (Miller, Nunnally y Wackman, 1976).

Modelo determinado por las funciones

La dirección y administración, la cultura corporativa y la comunicación (interna y externa) admiten, por tanto, elementos de un mismo sistema –la organización– que se determinan mutuamente. De esta manera, al igual que la comunicación interna puede proporcionar el progreso de un tipo de cultura, de un sistema de dirección y de un modelo concreto de información externa, la influencia se da también a la inversa: la cultura sobresaliente en la organización, su estructura de dirección y el modo de pertenecer con su entorno fijarán su modelo de comunicación interna.

Modelos de cultura corporativa

Winnubst (1993) La influencia de la cultura corporativa en el modelo vigente de comunicación interna dependerá, en cada caso, de la concepción que cada una de ellas tenga de cuestiones como la estructura de la organización y la concentración de poder. La comunicación se reduce a su mínima expresión, ya que se entiende que la información es poder y que éste debe estar

Modelos de gestión

Dow Chemical (1998) Tiene su origen en la metodología para la clasificación, valoración y gestión de intangibles en la organización, evaluando los capitales: humano, organizacional y clientes. La metodología, establecida allí, se basa en el proceso de medición y gestión de los activos invisibles y la repercusión que tienen en la actividad financiera.

Según lo expresa Sánchez (2000), surgió debido a la escasez de un esquema que admitiera valorar la gestión de los activos intangibles. La metodología, determinada allí, se basa en el proceso de medición y gestión de los activos invisibles y la repercusión que tienen en la actividad financiera.

Indicadores

Manejo de Información

Cuahua (2016) “Entre los distintos niveles de la organización se da un flujo de información, primero hacia el interior y también se toma en cuenta la información que proviene del exterior.” En el circuito de la adquisición de la información, la organización deberá someterse a diferentes fuentes de información: interna y externa, a fin de saber con extensión su medio ambiente competitivo. Implicando personas y tecnologías de la Información en un trabajo unido para recopilar información, permitiendo a las empresas, crear canales de comunicación eficientes para la toma de decisiones en asuntos específicos y de importancia.

Confianza

La confianza es la base de la comunicación y es uno de los pilares de una buena administración de las organizaciones y la filosofía de la administración en que la empresa cambia con el tiempo para atender nuevas necesidades.

Senge, (1990) y Drucker (1999) hablan sobre la importancia de la confianza en los trabajadores para aportar ideas en la solución de problemas de la organización, fundamentándose en el conocimiento adquirido por éstos como recursos importantes de la empresa.

Relación escalonada

Torres y Sanhueza (2014) el modelo escalonado es una estrategia para implementar calidad en las organizaciones; busca guiar, incentivar y apoyar el proceso de mejora continua de las empresas de menor tamaño, a través de períodos continuos de evaluación de la gestión y ejecución de planes de acción de mejora, aumentando así la calidad de sus productos y/o servicios. Para esto, su sistemática de atención pone dos guías de autoevaluación, que son materiales de análisis substancialmente analíticas y al emplear un cuestionario con medidas y estándares internacionalmente aprobados que permiten a una empresa saber sus primordiales fortalezas y oportunidades de progreso de su gestión.

Pág. 6

Dimensión comunicación efectiva

Según Traverso, Williams & Palacios (2017, p4) La comunicación no solo es de carácter interpersonal, es decir, de persona a persona sino que diariamente los seres humanos se ven envueltos en la comunicación de carácter intragrupal, intergrupala, organizacional y externa, es por ello que contar con buenas habilidades de comunicación se hace intensamente obligatorio para su desempeño de manera conveniente en todos y cada uno de los diferentes aspectos de la vida; es así que se vuelve intensamente importante contar con una condición positiva y tener claro que las palabras y acciones que se expresarán son la clave para el desarrollo adecuado de la empresa, organización, o cualquier contexto que se represente.

Indicadores

Carrizo (2011), se conoce como retroalimentación a aquella información que ayuda a los empleados a entender qué tan bien su desempeño cumple con las expectativas de la empresa, si deseamos mejorar la comprensión de sus insuficiencias y expectativas. En caso que sea trascendente, todo será inútil si escaseamos de los medios armónicos que nos admitan extraer, en tiempo real, el mejor beneficio viable de la información obtenida.

Un subsistema de retroalimentación en forma primordial, contiene uno o más sensores beneficiosos para captar terminantes tipos de datos y una vía fulminante para la información inmediata de los mismos a un centro de control.

Confidencialidad

Antoine Kerfant (2018) La información no circula libremente en la empresa y se pierden oportunidades porque muchas personas desconocen elementos importantes que podrían intervenir en su decisión. Con un filtro demasiado laxo se corre el peligro de perder el resultado de confusión en algunas acciones, establecer dificultades innecesarias por el anuncio de datos a empleados que no corresponderían conocerlos, además de poder informar a la competencia sobre decisiones estratégicas.

Hay al menos cuatro grandes grupos de informaciones confidenciales.

Las que marca la ley, y fundamentalmente todo lo relacionado con la Ley de Protección de Datos.

Las que marca la estrategia de la empresa. Es decir, aquellas informaciones que deben de persistir conocidas de un pequeño grupo de personas para propagar la emergencia de éxito de las decisiones tomadas.

El respeto de los acuerdos de confidencialidad firmados con terceras partes (clientes, proveedores, otros terceros).

Las informaciones que no tienen un carácter claramente estratégico, ni cuyo amparo está obligada por ley o contrato, pero que se puede considerar mejor conservar en silencio por diversos motivos, entre los cuales está conservar un ambiente laboral positivo.

Clima organizacional

El clima es consecuencia de la comunicación que los trabajadores ejecutan en un contexto objetivo. Un buen nivel de información, respeto mutuo, sentimientos de pertenencia, atmósfera amigable, aprobación y ánimo mutuo, junto con una impresión general de agrado, son algunos de los elementos que precisan un clima propicio, una productividad considerada y una buena ganancia."(Alvez 2000 citado en Onetto, 2017)

El clima laboral es un estado que manifiesta la conducta y la identificación que adoptan las personas en un grupo de trabajo. "Al hacer uso del término Clima, se relaciona con una metáfora, en este caso, la analogía consistiría en: así como los climas influyen en el comportamiento y hasta en las características fisiológicas de las especies vegetales y animales, así se observa en el clima laboral (Onetto, 2017)

Dimensión liderazgo

Para Wofford (1982) los efectos de la conducta del líder sobre el desempeño de los empleados están influidos por cuatro variables: habilidad para realizar los trabajos, motivación hacia las labores, roles claros y convenientes, y presencia o ausencia de restricciones ambientales.

Creswell (1994) el estudio del liderazgo ha sido llevado a cabo, casi absolutamente, a partir de metodologías cuantitativas. A la vez es necesario ante un escenario contextual y confuso de dicho fenómeno la complementación con métodos cualitativos.

El liderazgo es un constructo complicado; sus variables de estudio se deberán direccionarse a identificar y describir los diferentes indicadores que pueden estar vinculadas con el mismo. Estas pueden ser conductuales o de personalidad y cognitivas. En nuestros tiempos se han llevado a cabo algunos estudios que registran a crear la influencia mutua de las variables para su investigación (Castro Solano, 2005).

Indicadores

Dirección

Taylor (1903) desarrolló la teoría de la dirección administrativa, que trata de constituir los principios básicos de la dirección y las actividades generales adaptables a la gerencia. Planteó un sistema que intentaba organizar la empresa en su totalidad para conseguir una mayor efectividad y productividad y que el objetivo principal de la dirección es la prosperidad tanto de los dueños de la empresa como de sus trabajadores.

Implicación

Según Vargas (2012) Teoría de la Autodeterminación (TAD) en relación con el ámbito laboral. Las implicaciones positivas que se puede presenciar para aclarar algunas polémicas que generaron los conceptos de motivación extrínseca e intrínseca, del mismo

modo afrontar ciertos argumentos fundamentales de la organización contemporánea: la cultura organizacional, los métodos de estímulos, la enseñanza organizacional y la gestión del saber; se finaliza diciendo que estas técnicas organizacionales ayudarán más a la productividad en la medida que sean congruentes con una cultura laboral que ayude a la satisfacción de tres necesidades psicológicas básicas afines con el trabajo: la competencia, la socialización o la autonomía.

Estimulo de trabajo

Nelson señala que el estímulo más eficaz que pueden utilizar los gerentes es la afirmación personalizada e inmediata. A continuación, las cinco técnicas de motivación que propone:

El directorio debe congratular en persona a cada uno de sus trabajadores.

El gerente debe enviar mensajes de reconocimiento a quienes manifiesten un buen desempeño.

La organización debe tomar en cuenta el servicio que brinda el empleado al momento de asignar los ascensos de sus trabajadores.

Hacer público el reconocimiento de la buena labor de los empleados por medio del gerente.

Organizar reuniones que aumenten la moral de los empleados para aplaudir los logros alcanzados.

Dimensión participación

El estilo participativo encierra el reparo de insuficiencias no materiales o no tan obvias, entre estas la necesidad de ser considerado en las decisiones que conmueven la vida cotidiana. La necesidad de participación o de ser protagonista de su propia historia es una de las necesidades no materiales que debemos asumir como situación y consecuencia de un proceso de innovación encaminado a enaltecer la calidad de vida de una población. (Werthein y Argumedo, 1984)

Para Jiménez (2012). La empresa debe querer la participación integral de sus colaboradores en todos los escenarios y no solo en eventos en que deba llamarlos por ayuda adicional, en estado de desesperación y casi por que la situación no da para menos: “Oiga, meta la mano”, “Qué tal si me ayuda”, “Me colabora, por favor” y las de quejas constantes: “Nadie colabora”, “A nadie le importa”, entre otros. A las personas, por naturaleza, les gusta participar y tienen el mayor deseo de hacerlo. Esta cualidad natural hay que administrarla. El participar hace sentir a las personas interesantes e incluso importantes (Estimulo natural del ego).

Compromisos con los objetivos

Según Nonaka (2011, p. 68), manifiesta que a nadie resulta indiferente el compromiso y el que exista consenso respecto al hecho de que la falta de compromiso es perjudicial para las empresas. En una organización no se ha de tener en cuenta el conocimiento práctico como algo discreto a la alta dirección de una empresa, sino al contrario ser algo que se disperse a lo largo de toda la organización y se deberían ser entrenados los empleados de todos los niveles para practicarla.

Morrow (1993). El objeto del trabajo puede ser hacia un individuo, una corporación o una meta. No tienen por qué ser excluyentes los objetos del compromiso, pero lógicamente van a variar respecto a la naturaleza del vínculo generado.

Relaciones interpersonales

La comunicación interpersonal se hace más penetrante en proporción y ascenso, en la medida que pasa por las fases de conocimiento, amistad e intimidad. Una relación interpersonal grata depende de si nosotros y nuestros interlocutores estamos cómodos con el grado en el que nos ayudamos a reparar nuestras necesidades y con el nivel de interacción que significa nuestra relación. Podemos tener una relación grata y gratificante en cualquier punto de este continuum desde la comprensión a la intimidad. Hay que señalar que los primeros encuentros de comunicación interpersonal, con frecuencia están influidos por pronósticos basadas en variables eminentemente no verbales. A menudo se basan en costumbres anteriores, y las primeras observaciones durante el encuentro se trasladan a nivelar puntos en común entre los dos interlocutores. Máxima muy a tener en

cuenta al enseñar: "partir de lo conocido a lo desconocido", "de lo concreto a lo abstracto".
García (1995)

Capacitación

McGregor (1974) explica que los trabajadores siempre tienen intención de hacer las cosas bien y entonces la organización debe dar importancia a la preparación de los individuos de su organización.

En lo que se refiere al diseño del programa de capacitación, definimos inicialmente los requisitos del diseño en relación con las características del contexto, a partir de las dos variables de la situación con incidencia directa sobre el pasaje a la acción de lo aprendido: el grado de acuerdo entre los constituyentes de la situación y el grado de factibilidad técnica para llevar a la acción lo aprendido (Walter y Gore, 1996).

Dimensión motivación

Maslow, en el caso de las motivaciones son varios los autores que lo han abordado: Fred Irving Herzberg con su teoría de la teoría de los factores, Vroom en su teoría de las expectativas (1968), la teoría de la motivación humana de Pérez López (1991) y José María Gasalla con su teoría de la confianza y la autoconfianza.

Méndez (2013) "La motivación se ha determinado como la unidad concedora que es más dominante en un individuo en un momento dado" Las organizaciones pueden incentivar a los colaboradores a realizar una mejor labor de lo que acostumbran hacer. Los estímulos que puede ser brindado al personal como pago, aumento o mejora de las condiciones de trabajo. Teorías motivacionales proponen maneras de animar a los trabajadores a laborar más duro. Así las cosas, "El concepto de motivación empresarial nace a partir de la exploración de motivaciones en el espacio de la empresa que nos inculcan a generar tareas para lograr un resultado. A través de este mecanismo (motivo, acción y resultado) encontraremos el flujo necesario para alcanzar cualquier meta en el ámbito empresarial".

Indicadores

Realización personal

Los seres humanos actúan de una manera piramidal. En la base de la pirámide existirían las necesidades básicas que debemos satisfacer (comer, beber y sobrevivir).

Una vez cubiertas estas necesidades, la motivación se administra al siguiente nivel de la pirámide, es decir, el desarrollo personal, un trabajo y unos vínculos familiares.

Reconocimiento

El reconocimiento laboral produce un agrado personal que hace que el empleador sea más feliz desarrollando su trabajo y en su vida en general. Es la técnica clave para detener el talento, puesto que es importante que los trabajadores conozcan que su trabajo es reconocido y que su contribución es necesaria para el éxito de la empresa, no saber apreciar la labor y el desempeño de nuestros trabajadores es darles un incentivo para que se busquen otra empresa donde sí se les reconozca. Existe una necesidad en los trabajadores de sentirse apreciados, no ignorados por sus empleadores, sin necesidad de un reconocimiento mediante incrementos salariales o premio cuantiosos que también serían, sin duda, una muestra de reconocimiento; tampoco se trata sólo de dar palmaditas en la espalda o de poner la foto del empleado del mes, por lo que es necesario que el trabajador tenga una retroalimentación constructiva y un reconocimiento edificante e inteligente.

Oportunidades de desarrollo

El desarrollo personal por parte de las empresas se debe orientar en ser una estrategia empresarial del cual es clave si codician perdurar en un ambiente empresarial que cada vez más competitivo y global. Los conocimientos, las capacidades y habilidades se tomarán más en cuenta en las organizaciones dentro de era de la comunicación, las organizaciones apostarán más sobre lo mencionado que con su capacidad productiva o el interés por los costes laborales. Un papel central a la hora de garantizar una mano de obra competitiva se centra en el desarrollo profesional, no sólo se debe presenciar en casos de baja prioridad para ofrecerse durante los tiempos de tranquilidad económica. La gestión de competencias que los individuos, grupos y la organización en su conjunto poseen es un aspecto clave desde la perspectiva estratégica de los recursos humanos. Representa el saber-hacer de la empresa y es primordial averiguar cuáles de esas capacidades son las que le facilitan a la organización algún tipo de mejoría competitiva, así como la capacidad que tiene la misma para mantener en el tiempo esta ventaja. La gestión de capacidades se perfecciona con la gestión del potencial, que nos muestra la capacidad presente para adquirir o generar competencias futuras (Albizu y Landeta, 2001).

2.3. Definición de términos básicos.

Comunicación

Es el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas”. Morales (2015, p. 219)

Clima organizacional

El clima organizacional es hoy un factor clave en el desarrollo empresarial, y su estudio en profundidad, diagnóstico y mejoramiento inciden de manera directa en el denominado espíritu de la organización. García (2019)

Comunicación empresarial

La comunicación empresarial, conocida a veces como comunicación corporativa cuando es referente a una empresa y comunicación institucional cuando es de una institución pública, se basa en un proceso de emitir y recibir mensajes en una organización compleja. Arenas (2016)

Liderazgo

El liderazgo es el ejercicio manifestativo de las actualizaciones y perfeccionamientos de un ser humano, denominado líder, quien por su acción se coloca al servicio del logro, a través de una misión, de uno o varios objetivos propuestos por una visión. Landolfi (2016)

Participación

Participación es la acción de involucrarse en cualquier tipo de actividad de forma intuitiva o cognitiva. Gandhi (2014)

Motivación

La motivación en el trabajo se deriva del latín motus, que significa movido, o de motivo, que significa movimiento, la motivación puede definirse como el señalamiento o

énfasis que se descubre en una persona hacia un determinado medio de reparar una insuficiencia, creando o desarrollando con ello la presión necesaria para que coloque en obra ese medio o esa labor, o bien para que deje de realizarlo. Castro (2017).

CAPÍTULO III: HIPOTESIS Y VARIABLE DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Formulación de hipótesis principal y específica

3.1.1 Hipótesis principal

Existe relación entre comunicación interna y clima organizacional en la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

3.2.2 Hipótesis específicas

- El nivel de la comunicación interna de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021 es bajo.
- El nivel del clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021 es bajo.
- Existe relación directa y significativa entre el uso de medios de información y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.
- Existe relación directa y significativa entre patrones de comunicación y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.
- Existe la relación directa y significativa entre comunicación efectiva y clima organizacional de los colaboradores de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

3.2 Variables y definición operacional

3.2.1 Definición conceptual

V1: Variable Independiente: Comunicación Interna

Según Cuenca y Verazzi (2019). La comunicación interna es la base para una comunicación externa, es decir cuanto mejor informada está una persona, más motivada estará para realizar su trabajo correcta y eficazmente, por que comprenderá y asignará mayor sentido a sus tareas. Teniendo en cuenta que se trabaja sobre dos ejes: la comunicación interna de función y la comunicación interna de sentido.

V2: Variable dependiente: Clima Organizacional

Clima organizacional como las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, ambiente físico en que esté se da, relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales e informales que afectan a dicho trabajo.

3.2.2 Definición operacional

V1: Comunicación Interna

La variable comunicación interna se considerará la aplicación de un cuestionario, a través de tres dimensiones: uso de medios de información, patrones de comunicación y comunicación efectiva, del cual se empleará una escala de valores tipo Likert: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre.

V2: Clima Organizacional

La variable clima organizacional será medida por un cuestionario con tres dimensiones: liderazgo, participación y motivación, se utilizará una escala de valores tipo Likert: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre.

3.3 Operacionalización de la variable, dimensiones e indicadores

Operacionalización de variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Items	Escalas
Comunicación interna	Uso de medios de Información	Información fluida	1 , 2	Ordinal (Nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, Siempre)
		Capacidad de Respuesta	3, 4	
		Acceso a Información	5,6,7,8	
	Patrones de Comunicación	Manejo de Información	9,10	
		Confianza	11,12	
		Relación escalonada	13	
	Comunicación Efectiva	Retroalimentación de información	14,15	
		Confidencialidad	16,17	
		Veracidad de la información	18,19,20	
	Clima organización	Liderazgo	Capacidad de Dirección	
Implicación			22	
Estímulo al trabajo			23	
Participación		Compromiso con los objetivos	24	
		Relaciones interpersonales	25	
		Capacitación	26	
Motivación		Realización personal	27	
		Reconocimiento	28	
		Oportunidades de desarrollo	28	

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Diseño metodológico

4.1.1 Tipo

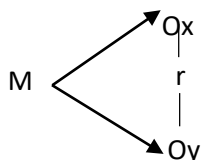
El estudio que se realizará es de tipo cuantitativa porque se buscará cuantificar los datos que se obtendrán en el instrumento de la encuesta, empleando magnitudes numéricas las que serán tratadas mediante herramientas de la parte estadística. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

4.1.2 Diseño de investigación

El presente estudio empleará un diseño no experimental, de corte transversal y correlacional. Al ser no experimental es porque solo se observarán las variables de estudio en su contexto natural para que luego sean analizadas, se dice que es transversal porque se tomarán los datos en un determinado tiempo y correlacional porque para este caso solo describen relaciones entre las variables (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2010).

El esquema correlacional se muestra en:

Esquema:



Dónde:

- M =
- Ox = Comunicación interna
- Oy = Clima organizacional
- r = Relación

4.1.3 Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptiva - correlacional, busca ver la relación que tiene la variable comunicación interna frente a la variable clima organizacional. El nivel correlacional solo busca ver la relación que tiene una variable frente a otra (Caballero, 2014, p. 219).

4.2 Diseño muestral

4.2.1 Población

Según Hernández & et... (2010) , se define a la población como “ el conjunto de todos los casos que tienen las mismas serie características específicas” (p. 204).

Por lo que, de acuerdo a lo definido en la presente investigación, la población la conforman los 28 colaboradores que en la actualidad se encuentran contratados como empleados a tiempo indeterminado en la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

4.2.2 Muestra

Según Hernández & et..... (2014) la muestra es un subgrupo de casos o individuos referente a una población. Hernández. Debido a esta definición planteada, en la presente investigación, ya que la población de la entidad en análisis es considerada una población limitada y pequeña, razón por la cual se consideró para la aplicación del instrumento, a toda la población.

4.3 Técnicas de recolección de datos

4.3.1 Técnica

La técnica de recolección de datos, utilizada fue la observación directa e indirecta y la técnica de la encuesta, en donde se registrarán los datos en el instrumento llamado cuestionario, en donde se elaborará en base a preguntas cerradas respecto a las variables de estudio. La aplicación de este instrumento permitirá obtener información de los colaboradores con respecto a la comunicación interna y clima organizacional de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

4.3.2 Instrumentos de recolección de datos

4.3.3 Validez

El instrumento para la variable comunicación interna, fue uno ya validado, debido a su calidad e identificación con nuestro tema de estudio, perteneciente a los investigadores Antonio Daniel Córdova Castillo y Rene Agustín Flores Leiva, habiéndolo validado los siguientes expertos:

En lo referente a la variable clima organizacional, se utilizó, un instrumento perteneciente al investigador Jordani Jean Pierre Vidarte Rojas, validado por los expertos:

4.3.4 Confiabilidad de los instrumentos

En cuanto a la confiabilidad del cuestionario que midió la variable comunicación interna obtuvo un alpha de Cronbach de .940 y para la variable clima organizacional tuvo un valor de alpha de Cronbach de ,930. Lo que significa que los instrumentos escogidos tienen excelente validez para medir las variables estudiadas.

4.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Para el procedimiento y análisis de datos, se solicitará, a la alta dirección de la entidad financiera, su autorización, para el permiso de la aplicación del instrumento, posteriormente se procederá aplicar el instrumento a la población objetivo de la entidad Financiera BBVA de la ciudad de Tacna. obtenida la información, se procederá a aplicar el software Excel para procesar los datos y obtener por medio del programa SPSS versión 27 para poder encontrar la relación de las dos variables en estudio. La interpretación de los valores se ha empleado la que más es utilizada por que nos muestra: (Hernández Sampieri & Fernández Collado, 1998):

Grado de relación según coeficiente de correlación

Rango relación:

Tabla n° 1

Grado de relación entre Variables

Valor	Criterio
$R=1.00$	Correlación grande perfecta y positiva
$0.90 \leq r < 1.00$	Correlación muy alta
$0.70 \leq r < 0.90$	Correlación alta
$0.40 \leq r < 0.70$	Correlación moderada
$0.20 \leq r < 0.40$	Correlación muy baja
$r = 0.00$	Correlación nula
$R = -1.00$	Correlación grande perfecta y negativa

Fuente. Elaboración Propia.

Se utilizarán para la presentación, tablas de frecuencia de doble entrada, empleando los resultados del cuestionario que servirán como insumos para emplear la prueba de correlación de variables, usando la prueba no paramétrica.

4.5 Aspecto ético

La investigadora mantiene el compromiso de respetar la propiedad intelectual, evitando de manera responsable la utilización de informaciones de terceros, de manera abusiva, la veracidad de los resultados obtenidos, la confiabilidad de los datos brindados por la empresa, serán utilizados, solamente para fines académicos, Así mismo, se compromete a no revelar información proporcionada por los colaboradores encuestados, ni de quienes participen de manera directa e indirecta brindando la información solicitada, en el desarrollo de la investigación, y tomar los datos de acuerdo al consentimiento de la empresa, y la autorización de los responsables.

CAPITULO V: RESULTADOS.

Análisis de la información de la encuesta

Variable. Comunicación Interna.

Tabla n ° 2

¿Conoce de manera clara las funciones y la responsabilidad de su puesto?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	4	14%
AVECES	8	29%
CASI SIEMPRE	10	36%
SIEMPRE	5	18%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA

Figura n° 1



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA

Análisis:

Figura N° 01: la presente grafica muestra los resultados proporcionados por los colaboradores de entidad financiera BBVA, quienes ante la pregunta si tienen, claramente definidas las funciones y la responsabilidad de su puesto, un 18 %, de la totalidad de los colaboradores encuestados, manifiestan tener claro siempre, sus funciones, mientras que un 36%, señalaron, que casi siempre tiene conocimiento de sus funciones y responsabilidades, así mismo, un 29%, respondieron que a veces ocurre que conocen sus

funciones y responsabilidades de manera clara, mientras que un 14% respondió que casi nunca ocurre así y un 4% restante señaló que nunca ocurre de esta manera.

Esto pone en evidencia que más del 50% de los colaboradores de esta entidad financiera, conocen de manera clara sus funciones y responsabilidades de su puesto, sin embargo, un 18%, señalan que no conocen de manera clara sus funciones y responsabilidades lo que causa una preocupación, ya que afectara el desarrollo eficiente de las mismas en la organización, y afecta a los resultados esperados por la alta dirección.,

Tabla n ° 3

¿ Cuenta con las habilidades necesarias para realizar su trabajo?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	1	4%
AVECES	12	43%
CASI SIEMPRE	9	32%
SIEMPRE	3	11%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 2



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Análisis:

Figura N° 02: en esta figura, muestra los resultados proporcionados por los colaboradores de la entidad financiera BBVA, de la ciudad de Tacna, a los que se les formulo la pregunta si cuentan con la preparación necesaria para realizar su trabajo, donde el 11 % manifestaron que siempre, sucede de esta manera, un 32% de los encuestados, respondió que casi siempre, es así, un 43%, respondió que a veces conocen o poseen las habilidades para realizar su trabajo, un 4% , manifestó que casi nunca ocurre de esta manera y un 11%, respondieron ante esta pregunta que nunca sucede que cuentan con las habilidades para realizar su trabajo

Lo que demuestra que en la entidad financiera la mayoría de los colaboradores, poseen las habilidades requeridas para realizar bien su trabajo, lo que afectara de manera positiva para los resultados esperados por la alta dirección de esta organización.

Tabla n ° 4

¿Piensa y reflexiona antes de emitir una comunicación?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	2	7%
AVECES	9	32%
CASI SIEMPRE	6	21%
SIEMPRE	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 3



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 03: Este resultado muestra que los trabajadores de entidad financiera BBVA, en un 29 % siempre piensan y reflexionan antes de emitir una comunicación, mientras el 21%, ante esta pregunta respondieron que casi siempre, sucede de esta manera, un 32%, de los encuestados manifestaron, que a veces ocurre de esta manera, un 7 %, respondió que casi nunca ocurre así, y el resto que representa 11 %, respondieron que nunca consideran que piensan antes de emitir una comunicación.

Tabla n ° 5

¿Sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	1	4%
AVECES	8	29%
CASI SIEMPRE	9	32%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 4



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

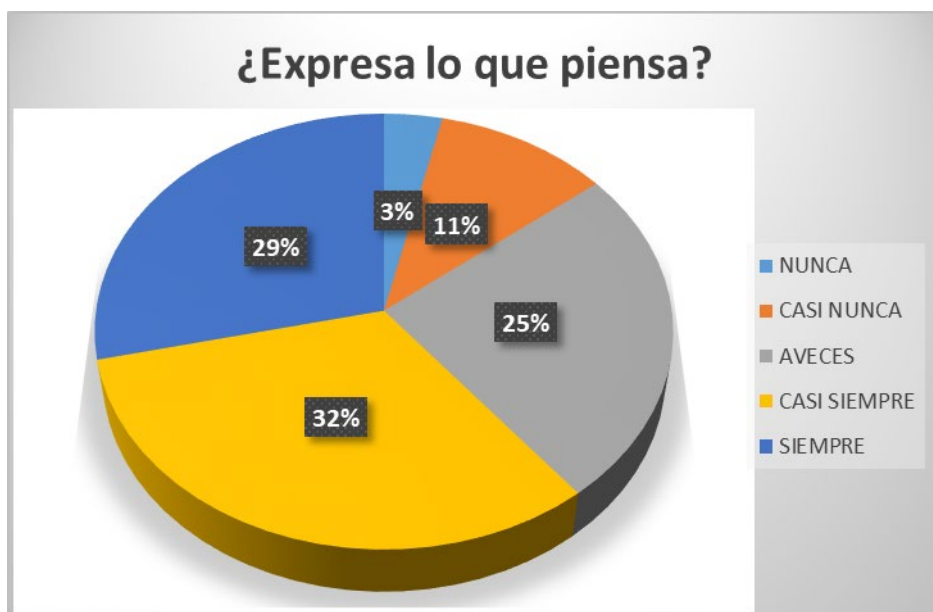
Figura N° 04: los resultados presentados ante esta pregunta realizada a los trabajadores de entidad financiera BBVA, ante la pregunta si saben callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente, un 25%, de los encuestados, manifiestan tener claro siempre, esto, un 32%, respondieron que casi siempre sucede de esta manera, un 29%, respondió que a veces sucede de esta manera, un 3%, ante esta pregunta señalaron, que casi nunca ocurre así, y un 11%, de los encuestados, manifestó que nunca saben callar y escuchar, antes de hablar impulsivamente.

Tabla n ° 6

¿Expresa lo que piensa?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	3	11%
AVECES	7	25%
CASI SIEMPRE	9	32%
SIEMPRE	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 5



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 05: los resultados proporcionados por la encuesta realizada a los trabajadores, de la entidad financiera BBVA, muestran que un 29%, de los colaboradores , manifestaron, que siempre, dice lo que piensa, mientras que un 32 %, respondieron que casi, ocurre de esta manera, un 25%, respondieron que a veces, dicen lo que piensan, un 11%, manifestó que casi nunca, dicen lo que piensan, y un 4%, señalo que nunca dicen lo que piensan, demostrando que la mayor cantidad de los colaboradores de la entidad financiera, tiene libertad de opinión, y manifiestan lo que piensan.

Tabla n ° 7

¿Aprovecha las criticas, para crecer profesionalmente?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	2	7%
AVECES	7	25%
CASI SIEMPRE	8	29%
SIEMPRE	10	36%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 6



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 06: Este resultado muestra que con respecto a si aprovechan las criticas oportunas para crecer profesionalmente, los trabajadores de entidad financiera BBVA, un 36 % señalan que siempre, aprovechan las criticas oportunas para crecer, un 29%, respondieron ante esta pregunta que casi siempre, sucede de esa manera, un 25 %, manifestó que a veces, sucede así, un 7 %, manifestó que casi nunca, ocurre de esa manera, y un 4%, respondieron, que nunca, aprovechan las criticas oportunas para crecer profesionalmente.

Tabla n ° 8

¿ Su jefe se comunica de manera clara y sencilla?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	2	7%
CASI NUNCA	4	14%
AVECES	7	25%
CASI SIEMPRE	8	29%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 7



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

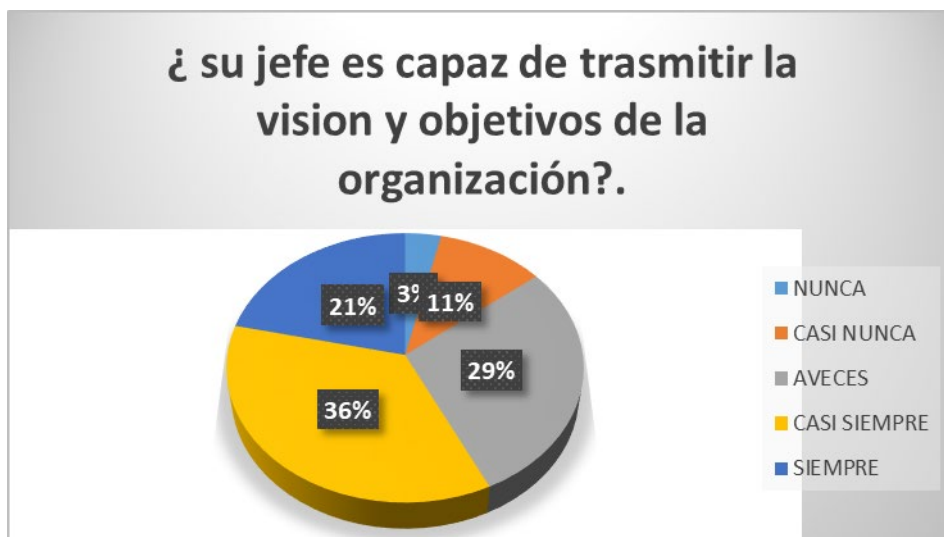
Figura N° 07: Este resultado muestra que los trabajadores de la entidad financiera BBVA, respecto a si su jefe se comunica de manera clara y sencilla, afirman en un 25 %, manifiestan que siempre es así, un 29 %, señalaron que, casi siempre, ocurre de esa manera, un 25 % manifiesta que a veces es así, un 14 %, ante esta pregunta respondieron que casi nunca, es así y un 7%, respondieron que nunca, su jefe se comunica de manera clara y sencilla.

Tabla n ° 9

¿ su jefe es capaz de transmitir la vision y objetivos de la organización?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	3	11%
AVECES	8	29%
CASI SIEMPRE	10	36%
SIEMPRE	6	21%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 8



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

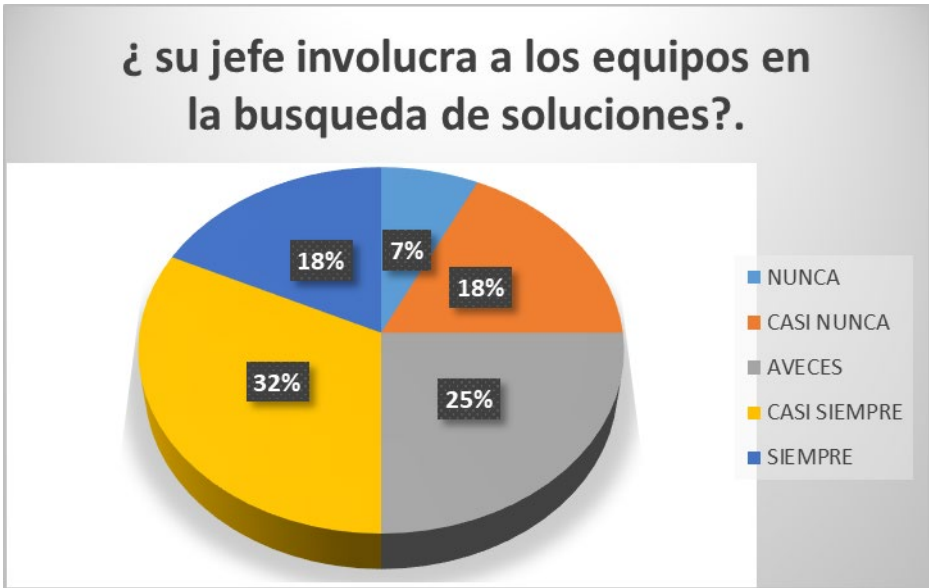
Figura N° 08: Este resultado muestra que los trabajadores de entidad financiera BBVA, tiene clara mente definidas que su jefe es capaz de transmitir la visión y objetivos de la organización, ya que un 21%, del total de los encuestados, señalan que siempre, ocurre de esta manera, un 36%, manifestaron que casi siempre es así, mientras que un 29%, manifiestan que a veces sucede de esta forma, un 11%, ante esta pregunta respondió que casi nunca y un 3%, a esta pregunta respondió que nunca sucede de esta manera.

Tabla n ° 10

¿ su jefe involucra a los equipos en la busqueda de soluciones?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	2	7%
CASI NUNCA	5	18%
AVECES	7	25%
CASI SIEMPRE	9	32%
SIEMPRE	5	18%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 9



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 09: Este resultado muestra que los trabajadores de entidad financiera BBVA, consideran que su jefe se involucra a los equipos en la búsqueda de soluciones ya que el 50%, de los encuestados, manifiestan que siempre y casi siempre es así, un 25%, respondió que a veces, sucede de esta manera, un 18%, consideran que casi nunca, sucede de esta manera y un 7% de los encuestados, respondieron que nunca su jefe involucra a los equipos en la búsqueda de soluciones.

Tabla n ° 11

¿En las reuniones su jefe hace preguntas e invita a la participacion?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	1	4%
AVECES	8	29%
CASI SIEMPRE	10	36%
SIEMPRE	6	21%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 10



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 10: En esta figura se proporciona la información relevante, a la pregunta formulada a los colaboradores de la entidad financiera BBVA, donde un 21%, de los encuestados manifestó que siempre sucede que su jefe hace preguntas en las reuniones e invita a la participación, un 36%, considera que casi siempre, ocurre así, un 29 % manifestó que a veces, sucede de esta manera, un 3%, manifestó que casi nunca, sucede de esta manera, y un 11%, respondieron que , su jefe hace preguntas e invita a la participación.

Tabla n ° 12

¿ Recibe ayuda de su jefe cuando no sabe realizar una tarea?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	1	4%
AVECES	9	32%
CASI SIEMPRE	7	25%
SIEMPRE	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 11



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 11: los resultados proporcionados por los colaboradores encuestados de la entidad financiera BBVA, respondieron un 29% manifestó que siempre que no sabe realizar una tarea recibe apoyo de su jefe, un 25 %, manifestó que casi siempre ocurre esto, otro 32 %, respondió ante esta pregunta que a veces, sucede así, un 3 %, manifestó que casi nunca, sucede de esta manera, y un 11 % de los encuestados, manifestó que nunca reciben apoyo de su jefe cuando no saben realizar una tarea.

Tabla n ° 13

¿ su jefe se interesa por el éxito de sus empleados y contribuye con el		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	2	7%
CASI NUNCA	3	11%
AVECES	7	25%
CASI SIEMPRE	9	32%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 12



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 12: Esta figura, muestra, los resultados, que los trabajadores de entidad financiera BBVA, consideran frente a la pregunta que si su jefe, se interesa por su éxito, y contribuye con el logro de sus objetivos, ante esto un 25%, de los encuestados, manifestaron que siempre, sucede esto en la entidad financiera BBVA, un 32%, respondió que casi siempre sucede así, un 25%, de los encuestados respondió que a veces sucede de esta manera, un 11%, señaló que casi nunca ocurre así, y un 7%, manifestó, ante esta pregunta que su jefe nunca se interesa, por el éxito de sus empleados, y contribuye con el logro de sus objetivos institucionales.

Tabla n ° 14

¿ En el trabajo intercambia informacion relacionada con sus funciones?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	2	7%
CASI NUNCA	3	11%
AVECES	7	25%
CASI SIEMPRE	10	36%
SIEMPRE	6	21%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 13



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

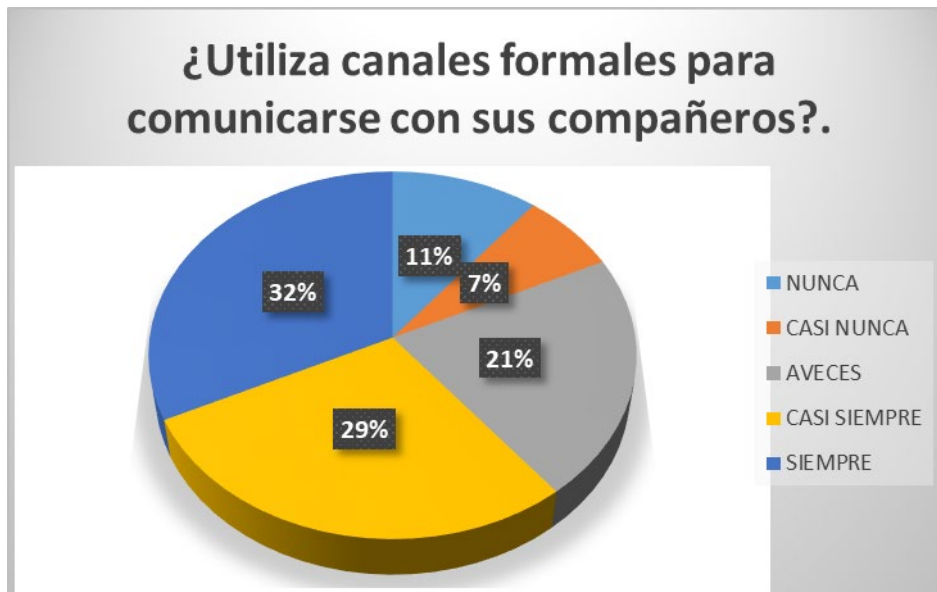
Figura N° 13: Este resultado muestra que los trabajadores de entidad financiera BBVA, en un 21%, señalan que siempre intercambian información, relacionada con sus funciones en el trabajo, un 36%, ante esta pregunta, manifestó que casi siempre ocurre esto y un 25%, considera que a veces, sucede así, un 11 %, respondió que casi nunca, ocurre de esta manera y un 7%, ante esta pregunta respondieron que nunca ocurre que en el trabajo se intercambia información relacionada con sus funciones.

Tabla n ° 15

¿Utiliza canales formales para comunicarse con sus compañeros?.		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	2	7%
AVECES	6	21%
CASI SIEMPRE	8	29%
SIEMPRE	9	32%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 14



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 14: Esta figura muestra los resultados que los trabajadores de la entidad financiera BBVA, proporcionaron acerca de si tienen claramente definidas los canales para comunicarse con sus compañeros, donde el 32%, de los encuestados manifestaron utilizar canales formales, un 29%, señalo, que casi siempre es así, un 21 %, considero que a veces lo hace de manera formal, un 17%, manifestó que casi nunca ocurre de esta manera, y un 20 , respondió que nunca, utiliza los canales formales, para comunicarse con sus compañeros.

Tabla n ° 16

¿ la comunicación con sus compañeros de trabajo le ayuda a realizar		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	3	11%
AVECES	9	32%
CASI SIEMPRE	8	29%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 15



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

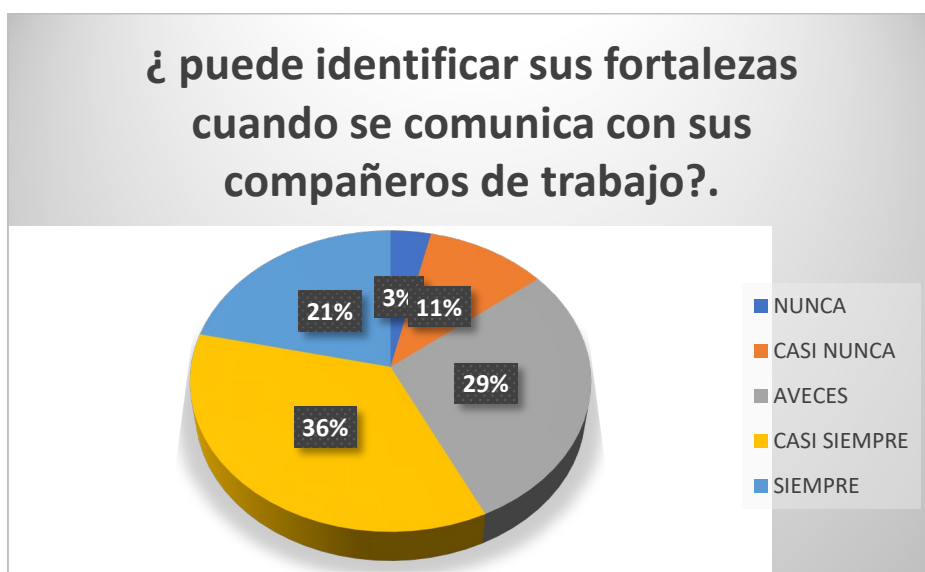
Figura N° 15: Este resultado muestra que en la entidad financiera BBVA, la comunicación con sus compañeros de trabajo les permite realizar mejor sus tareas encargadas, ya que el 54 %, de los encuestados, manifestaron que siempre y casi siempre sucede así, mientras que un 32 % manifestó que a veces, un 11 % casi nunca, ocurre así, y un 3%, respondió que nunca la comunicación con sus compañeros de trabajo, le ayudan a realizar mejor sus tareas.

Tabla n° 17

¿ puede identificar sus fortalezas cuando se comunica con sus		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	3	11%
AVECES	8	29%
CASI SIEMPRE	10	36%
SIEMPRE	6	21%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 16



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 16: Los trabajadores encuestados de la entidad Financiera BBVA, manifestaron en un 21%, que siempre, pueden ver sus fortalezas cuando se comunican con sus compañeros de trabajo, un 36%, manifestó que casi siempre ocurre así, un 29% respondió que a veces, sucede de esta manera, un 11 %, manifestó que casi un, sucede de

esta manera, y un 3, ante esta pregunta respondió que nunca pueden identificar sus fortalezas cuando se comunican con sus compañeros de trabajo.

Tabla n ° 18

¿Existe comunicación efectiva entre el personal de las diversas áreas?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	2	7%
CASI NUNCA	3	11%
AVECES	8	29%
CASI SIEMPRE	7	25%
SIEMPRE	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 17



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 17: Los resultados muestran que los trabajadores de entidad financiera BBVA, manifiestan tener una comunicación eficaz y fluida entre el personal de las diversas áreas de la Financiera puesto que un 29 %, de los encuestados, manifiesto que siempre sucede

de esta manera, mientras que solo un 11%, manifestó que casi nunca ocurre así y un 7%, respondió que nunca ocurre de esta manera.

Tabla n ° 19

¿es efectiva la comunicación entre los compañeros de su equipo?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	2	7%
AVECES	8	29%
CASI SIEMPRE	10	36%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA

Figura n° 18



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 18: Esta figura, muestra los resultados que los trabajadores de entidad financiera BBVA, respondieron frente a la pregunta si es efectiva la comunicación entre los compañeros de su equipo, donde el 25%, de los encuestados manifestaron que siempre sucede así, un 36%, manifestó que casi siempre ocurre así, un 29%, manifestó que a veces, es así, quedando solo un 7%, que manifestó que casi nunca es así y un 3%, que respondió que nunca ocurre de esa manera.

Tabla n ° 20

¿Esta comprometido con las funciones y logros de la empresa?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	2	7%
AVECES	8	29%
CASI SIEMPRE	10	36%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 19



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 19: Esta figura muestra los resultados que los trabajadores de entidad financiera BBVA, proporcionaron frente a esta pregunta formulada, si están comprometidos con las funciones y logros de la institución financiera, un 25%, manifestaron que siempre, es así, un 36%, respondió que casi siempre, sucede de esta manera, un 29%, señalaron que a veces ocurre de esta manera, un 7%, respondió que casi nunca es así, y un 3%, de los encuestados, señaló que nunca sucede de esta manera.

Tabla n ° 21

¿las areas de la institucion participan activamente en la solucion de		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	1	4%
AVECES	7	25%
CASI SIEMPRE	9	32%
SIEMPRE	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 20



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

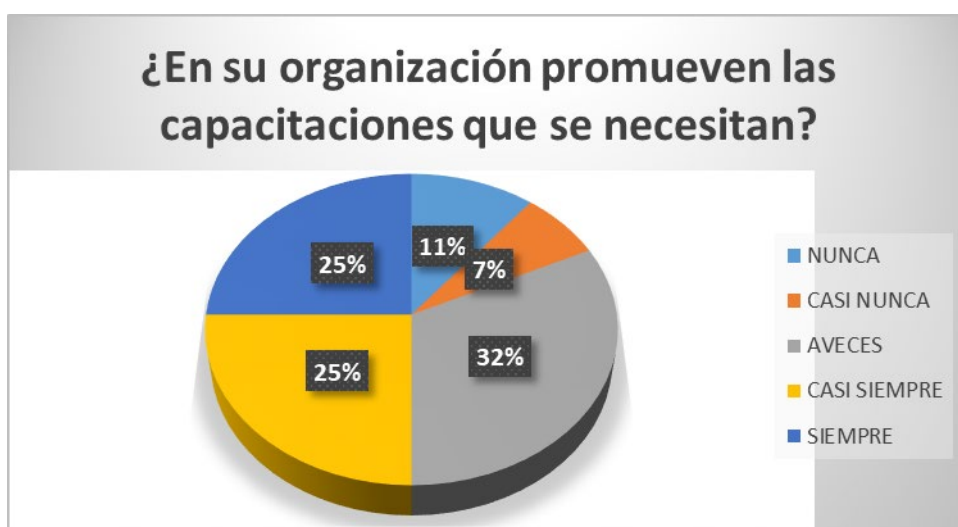
Figura N° 20: Este resultado muestra que los trabajadores entidad financiera BBVA, consideran en un 29%, de los encuestados, manifestaron que siempre sucede así ante esta situación, un 32%, señalaron que casi siempre, sucede así, un 25 % manifestó que a veces, un 4%, respondió que casi nunca y un 11%, manifestó que nunca, las áreas de la institución participan activamente en la solución de problemas.

Tabla n ° 22

¿En su organización promueven las capacitaciones que se necesitan?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	2	7%
AVECES	9	32%
CASI SIEMPRE	7	25%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 21



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 21: Este resultado muestra que los trabajadores de la entidad financiera BBVA, ante la pregunta si en su organización se promueven las capacitaciones que se necesitan, un 25 % manifestaron que siempre, sucede así, un 25 %, señalaron que casi siempre, ocurre así, un 32 %, respondió que a veces, sucede de esta manera, un 7%, señalaron que casi nunca, pasa esto y 18 %, manifestó que nunca, en su organización se promueven las capacitaciones que se necesitan.

Tabla n ° 23

¿Participa de las capacitaciones que la organización realiza?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	4	14%
AVECES	9	32%
CASI SIEMPRE	5	18%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.



Figura n° 22

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 22: Los resultados proporcionados, por los trabajadores encuestados de la entidad financiera BBVA, ante la pregunta formulada si participan en las capacitaciones que la organización realiza, un 25%, manifestaron que siempre participan de las capacitaciones que la organización realiza, un 18%, señalaron que casi siempre, ocurre así, un 32 %, manifestó que a veces sucede de esta manera, un 14%, los encuestados respondió que nunca sucede así, y un 11%, respondió que nunca, participa de las capacitaciones que la organización realiza.

Tabla n ° 24

¿Las normas y valores de la empresa favorecen la realización de su trabajo?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	2	7%
CASI NUNCA	1	4%
AVECES	6	21%
CASI SIEMPRE	11	39%
SIEMPRE	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 23



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 23: Esta figura muestra los resultados que los colaboradores de la entidad financiera BBVA, respondieron frente a la pregunta, si consideran que las normas y valores de la institución si favorecen la realización de su trabajo, donde un 29% de los encuestados manifestó que siempre sucede así, un 39%, manifestó que casi siempre ocurre de esta manera, un 21%, respondió que a veces sucede así, un 4%, manifestó que casi nunca ocurre de esta forma, y un 7%, de los encuestados respondió que nunca, las normas y valores de la empresa favorecen a su trabajo.

Tabla n ° 25

¿ se siente orgulloso de pertenecer a esta empresa?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	2	7%
CASI NUNCA	1	4%
AVECES	10	36%
CASI SIEMPRE	8	29%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 24



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

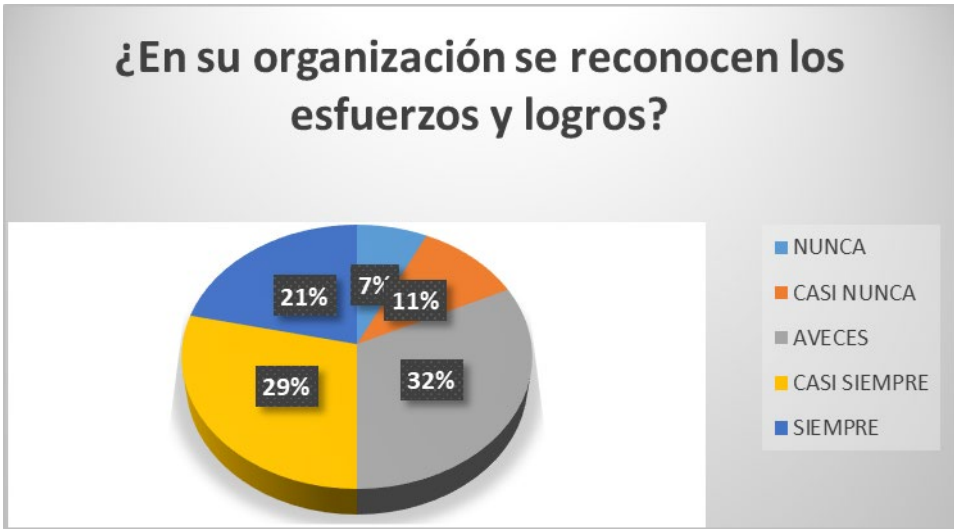
Figura N° 24: Este resultado proporcionado, muestra que los trabajadores de entidad financiera BBVA, se sienten orgullosos de pertenecer a esta institución, ya que solo un 25% de los encuestados manifestaron, que siempre están orgullosos de pertenecer a esta institución, un 29%, señalo que casi siempre es así, un 36%, señalo que a veces es así, un 3%, manifestó que casi nunca es de esta manera y solo un 7%, de los encuestados respondieron que nunca están orgullosos de pertenecer a esta entidad.

Tabla n ° 26

¿En su organización se reconocen los esfuerzos y logros?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	2	7%
CASI NUNCA	3	11%
AVECES	9	32%
CASI SIEMPRE	8	29%
SIEMPRE	6	21%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 25



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 25: Esta figura muestra los resultados que los trabajadores de entidad financiera BBVA, manifestaron acerca de si en su organización se reconoce los esfuerzos y, donde un 21%, de los encuestados, manifestaron, que siempre, ocurre así, un 29 % respondió que cas, de los encuestados respondió que casi nunca, sucede de esta manera y un 7%, respondió que nunca ocurre de esta manera.

Tabla n ° 27

¿las remuneraciones estan de acuerdo a su desempeño y logros?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	3	11%
CASI NUNCA	4	14%
AVECES	7	25%
CASI SIEMPRE	9	32%
SIEMPRE	5	18%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 26



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura N° 26: Este resultado muestra que los trabajadores de entidad financiera BBVA, manifiestan frente a la pregunta si sus remuneraciones están de acuerdo a su desempeño, y logros, un 18%, de los encuestados, manifestaron que siempre es así, un 32%, respondió que casi siempre están de acuerdo con las remuneraciones percibidas, un 25%, manifestó que a veces ocurre de esta manera, un 14%, señaló que casi nunca ocurre de esta manera, y un 11% respondió que nunca sucede que las remuneraciones de los trabajadores están de acuerdo a su desempeño y logros.

Tabla n ° 28

¿Existe oportunidades de progresar en su empresa?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	2	7%
AVECES	9	32%
CASI SIEMPRE	9	32%
SIEMPRE	7	25%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 27



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

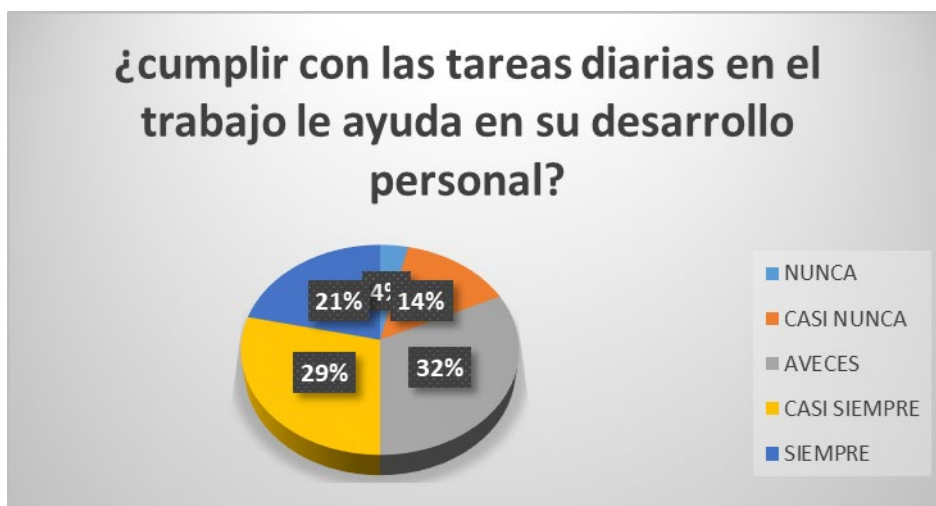
Figura N° 27: Esta figura muestra los resultados, que los trabajadores de entidad financiera BBVA, manifiestan frente a la pregunta si existen oportunidades de progresar en su empresa, donde un 25%, de los encuestados respondieron que siempre es así, un 32% de los encuestados manifestó que casi siempre ocurre de esta manera, un 32%, señaló que a veces sucede de esta manera, un 7% respondió que casi nunca es así, y un 4%, manifestó que nunca sucede que existen oportunidades de progresar en su empresa.

Tabla n ° 29

¿cumplir con las tareas diarias en el trabajo le ayuda en su desarrollo personal?		
	CANTIDAD	PORCENTAJE
NUNCA	1	4%
CASI NUNCA	4	14%
AVECES	9	32%
CASI SIEMPRE	8	29%
SIEMPRE	6	21%
TOTAL	28	100%

Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA.

Figura n° 28



Fuente Elaboración propia resultados encuesta colaboradores entidad Financiera BBVA

Figura N° 28: los resultados muestran que en entidad financiera BBVA, los colaboradores pueden desarrollarse personalmente, cada vez que cumplen con las tareas diarias en el trabajo, un 21%, de los encuestados, manifestó que siempre ocurre de esta manera, un 29 % q, respondió que casi siempre es así, 32%, de los encuestados manifestó que a veces sucede así, un 14%, manifestó que casi nunca, ocurre de esta manera y un 4%, respondió que nunca ocurre que cumplir con las tareas diarias le ayude en su desarrollo personal.

CAPITULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.

Con relación al objetivo general: Conocer la influencia de la comunicación interna en el clima laboral de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

Los trabajadores encuestados de la agencia de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna, proporcionaron importante información, y nos brindaron datos valiosos para obtener nuevos conocimientos, en teorías relacionadas en el ámbito de las entidades financieras.

Las tablas N° 8 y 19 muestran los niveles altos de comunicación interna y clima laboral en la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna, por los datos encontrados, 54% y 61% respectivamente, para la variable analizada, se demuestra la adecuada comunicación interna que existe en la entidad financiera BBVA, de la ciudad de Tacna, además el alto nivel de correlación, cercano a la unidad entre las variables analizadas, demuestra que la variable independiente (Comunicación Interna) influye positivamente en la variable dependiente (Clima Laboral), pero al ser la relación baja, se considera que los niveles altos de ambas variables no sólo dependerían de una a la otra, sino de otros factores internos y externos en la agencia. Confirmando que, para el Great Place to Work (2015), la comunicación interna no define el clima, pero contribuye en su mejora.

Similar es a los resultados de Pérez (2017), que también concluye en que la gestión de la comunicación interna influye favorablemente en el clima laboral de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna, pero las encuestas realizadas reflejaron que existe una correlación altamente significativa entre ambas variables, lo cual queda demostrado con la prueba de correlación de Spearman.

Por otro lado, con respecto a los resultados obtenidos por Polar (2016), podemos ver que la comunicación interna tiene una influencia no positiva en el clima laboral de la organización, razón por la cual la mayoría de los colaboradores de la entidad financiera, no perciben una comunicación interna adecuada y no se tiene en claro los objetivos y metas de la entidad, generándose un clima laboral inestable

Con relación al primer objetivo específico: Determinar el nivel de la comunicación interna en la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

Según los resultados, en la tabla N° 8, se puede observar que el 54%, de los trabajadores de la entidad financiera BBVA, de la ciudad de Chiclayo, consideran, que la comunicación interna tiene un nivel aceptable sin ser tan elevado. Esta situación hace posible que todos estén bien informados durante su jornada laboral, así como lo afirma Álvarez (2007), que el estar bien informados aporta mucho para el buen desarrollo de actividades diarias. Esto se reafirma con lo que mencionan Moreno, Arbeláez y Calderón (2014), que la comunicación interna debe dar prioridad a los trabajadores, ellos deben estar informados de todo cambio.

Para ser más específico y poder apreciar más el nivel de comunicación interna, en la tabla N° 13, el 57% de los colaboradores consultados, manifestó, estar de acuerdo con que la entidad financiera se compromete con el logro de sus objetivos. Este resultado confirma lo que menciona Armas (2014), que todos los colaboradores podrán apoyar con el logro de los objetivos que tiene la organización siempre que estén dispuestos de una manera activa. A diferencia de lo que indica Polar (2016), que tener objetivos y metas poco claras son el resultado de una inadecuada recepción de la comunicación interna.

En la tabla N° 2, el 54% de los colaboradores encuestados, manifestó que la empresa le comunica las funciones de su puesto de trabajo para un buen desempeño como lo confirma Umaña (2015), que se debe procurar dar las instrucciones de forma clara para realizar los trabajos diarios eficientemente destacando entusiasmo.

Asimismo, en la tabla N° 18, el 54%, de los colaboradores encuestados, indicó estar de acuerdo con que la comunicación entre los trabajadores de las diferentes áreas es eficaz y fluida a diferencia de lo que señalan Ramírez y Napa (2015), que la circulación de comunicados, rumores llenos de mala actitud desnivela la gestión de la comunicación interna. Esto confirma lo que mencionan Gavidia y Gómez (2017), que una inadecuada comunicación entre diferentes áreas de trabajo puede ocasionar malentendidos que afecten el lograr los objetivos organizacionales a tiempo.

De acuerdo a la información obtenida en la tabla N° 15, se puede ver que un 61 % (siempre y casi siempre), de los trabajadores indicaron que la empresa utiliza medios de comunicación formales para comunicarse, así como lo confirman Cardozo y Vásquez (2014), que las empresas centran su comunicación interna, principalmente, en correos electrónicos con avisos y/o circulares.

Con relación al segundo objetivo específico: Determinar el nivel del clima organizacional de entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

Según los resultados, en la tabla N° 21, el 61% de trabajadores destacó que existe un nivel alto de clima organizacional en la entidad financiera BBVA, de la ciudad de Tacna, lo cual es muy beneficioso para el logro de objetivos y metas, lo cual afirma lo que indica Valencia (2012), que un buen clima laboral es producto de la participación activa de todos los trabajadores de diferentes áreas y niveles que será clave importante en desarrollar excelentes relaciones interpersonales.

De acuerdo a la motivación con capacitaciones que se recibe en la tabla 22 y 23, el 50% y 43 % respectivamente de los colaboradores encuestados de la entidad financiera del BBVA, de la ciudad de Tacna, manifestó, que la empresa sí cumple con ello con el fin de obtener un mejor desarrollo en sus labores, confirmando lo que dice Roncal (2016) que se debe dar un lugar preferente a la realización de capacitaciones y talleres para aumentar el nivel del clima laboral junto al logro de objetivos e identificación con la organización.

Según los resultados de la tabla N° 21 el 51% de los trabajadores de la agencia afirmó que su jefe le transmite entusiasmo para realizar sus labores diarias con enfoque, honestidad, respeto y lealtad. Esto se apoya con lo que mencionan López y Saboya (2015), que la existencia de un clima laboral a un nivel excelente tiene mucho que ver con el liderazgo transformacional del gerente o jefe. Sin embargo, también sus resultados indican que no se puede poner en los hombros de una sola persona la mejora del clima laboral, lo cual se comprueba con el 24% de colaboradores tiene una percepción deficiente sobre el liderazgo.

En la tabla N° 9, la mayoría, representada por el 58% de los colaboradores de la entidad financiera BBVA, encuestados, manifestó conocer la misión, visión y objetivos de la empresa. Estos son aspectos muy positivos que demuestran que los trabajadores están identificados y alineados con la cultura organizacional, afirmando al igual que Armas (2014), si ellos no están informados sobre aquellos aspectos pueden perder todo interés en su trabajo diario por no sentirse parte de la organización lo cual produciría un clima organizacional inerte.

Con relación al tercer objetivo específico: Establecer la relación estadística entre la comunicación interna y el clima organizacional en entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

Se realizó la prueba electrónica de correlación con la “r” de Pearson mediante el programa SPSS versión 22 que arrojó los resultados de relación entre las dos variables de estudios. En la tabla N° 1 podemos observar que sí, existe una correlación positiva con una “r” de 0.940, es decir; mientras haya un determinado nivel de comunicación interna también habrá un similar nivel de clima organizacional en la agencia, pero que esta última, al ser la relación alta, cercana a la unidad, esta dependerá de manera significativa de la primera variable.

Por lo expuesto anteriormente se acepta la hipótesis planteada en la investigación que, la comunicación interna influye positivamente en el clima organizacional en la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.

Asimismo, Armas (2014) en su tesis concluyó que la comunicación interna favorece al clima laboral en el Call Center de la ciudad de Quetzaltenango, por los resultados obtenidos: un 97% de los trabajadores afirmaron que sus jefes inmediatos les proveen información de manera clara y entendible, generando la comprensión de lo que se debe realizar, el 94% de los trabajadores indicaron que el ambiente es agradable.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados, en el capítulo correspondiente, a ello, en función a los resultados obtenidos, durante el desarrollo del presente trabajo, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

1. Que la Comunicación Interna influye positivamente en el Clima Organizacional de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021, porque, de acuerdo a la 'r' de Pearson, existe una relación positiva de 0,940 entre ambas variables. El nivel de Comunicación Interna es alto representado por los datos obtenidos en las preguntas referentes a esta variable, en las tablas 8 y 9 y el nivel del Clima organizacional también es alto representado por la información correspondiente a las tablas 18 y 21. Sin embargo, al tener una relación POSITIVA, se considera que los niveles altos de ambas variables no sólo dependerían de una a la otra, sino también de otros factores internos y externos en la agencia.
2. Se determinó el nivel de la Comunicación Interna, siendo éste un nivel alto representado en la tabla 8 y 9, con porcentajes superiores al 50%, donde los trabajadores manifestaron, la situación de la comunicación interna en la entidad financiera del BBVA, de la ciudad de Tacna.
3. Se determinó el nivel del Clima Organizacional, manifestados por las respuestas proporcionadas por los colaboradores en las tablas 22 y 23, que manifestaron un alto nivel de aceptación, respecto al clima laboral en la entidad financiera del BBVA, de la ciudad de Tacna.
4. La relación estadística que se realizó con la "r" de Pearson logró una correlación positiva de 0,940 entre la variable independiente (Comunicación Interna) y la variable dependiente (Clima Organizacional), aceptando la hipótesis de investigación.

RECOENDACIONES

Según las conclusiones y resultados obtenidos de esta investigación, se pueden enunciar las siguientes recomendaciones:

1. Utilizar el instrumento de medición de la comunicación interna y clima laboral propuesto en esta investigación en el resto de agencias de BBVA del país.
2. Para futuros proyectos de investigación en BBVA de las distintas localidades del País, determinar qué dimensión o dimensiones de la comunicación interna influyen más en el clima laboral.
3. Adecuar, para futuras investigaciones, el cuestionario y hacer el estudio de otras variables que influyen en el clima laboral, por ejemplo: las condiciones laborales, la seguridad y salud ocupacional, las relaciones interpersonales, etc., porque se tiene una correlación positiva baja con respecto a la comunicación interna.
4. Este estudio debe ser tomado en cuenta por otras empresas del rubro financiero local, porque ayuda a tener un mejor análisis sobre la Comunicación Interna y el Clima Laboral en su personal.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arenas Ramírez Aaron. (2016, noviembre 22). *Teoría de la comunicación empresarial*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/teoria-la-comunicacion-empresarial/>
- Antoine Kerfant 2018 *La confidencialidad en la empresa*. Recuperado de <https://crearmiempresa.es/la-confidencialidad-en-la-empresa.html>.
- Antunez, Y. (2015). El clima organizacional como factor clave para optimizar el rendimiento laboral de los empleados del área de caja de las agencias de servicios bancarios Banesco estado Aragua. (Tesis de grado). Recuperado de: <http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/1803/yantunez.pdf?sequence=1>
- Barrientos (2005), *la participación*. Recuperado de <http://agro.unc.edu.ar/~extrural/LaPARTICIPACION.pdf>.
- Bardales, E. (07 de septiembre de 2015). Gestión. Obtenido de <http://gestion.pe/empleomanagement/ceo-peru-ya-ven-al-clima-organizacionan-como-variable-intangible-negocio2142063>
- Berceruelo (2011; p.79) *Comunicación interna en la empresa*. Recuperado de <http://www.comunicacioninterna.pe/pdf/pdf1.pdf>
- Charry (2018), *La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público*. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003
- Castillo y De La Cruz (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*. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/1727>
- Cervera (2015) *la comunicación*. Recuperado de <http://www.biblioteca.uma.es/bbl/doc/tesisuma/17672697.pdf> (p. 243).
- Carrizo Moyano Jorge. (2011). *Importancia de la retroalimentación y el aprendizaje organizacional*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/importancia-retroalimentacion-aprendizaje-organizacional/>

- Castillero (2016) *La teoría del reforzamiento y su aplicación en las organizaciones*. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/11/la-teoria-del-reforzamiento-y-su-aplicacion-en-las-organizaciones/>
- Charry Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. 9(2018), 28–34. <http://www.scielo.org.pe/pdf/comunica/v9n1/a03v9n1.pdf>
- Dow Chemical (1998) *Modelos de Capital Intelectual y sus indicadores en la universidad pública*. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/n43/n43a9.pdf>.
- Elorriaga, G. (25 de agosto de 2018). ¿Es importante la comunicación interna en una empresa? [Mensaje de un Blog]. Recuperado de <https://retos-directivos.eae.es/esimportante-la-comunicacion-interna-en-una-empresa/>
- García (2019) Clima organizacional. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/autor?codigo=2907622>
- López (2016), *Influencia de la comunicación interna en el nivel de clima organizacional de la Municipalidad de Chaclacayo*. Recuperado de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/583>
- Lockward (2011) *El rol de la confianza en las organizaciones a través de los distintos enfoques o pensamientos de la administración*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87022526005.pdf>
- Mumby, D. K., & Stohl, C. (1998). *Comunicación organizacional*. Sociología contemporánea. Ocampo Villegas, M. C. (2007). *El comunicador y la organización*. Bogotá, Colombia: Comunicación empresarial.
- Ocampo Villegas, M. C. (2007). *Humanizar la comunicación*. Bogotá, Colombia: Comunicación empresarial.
- Oviedo, C. (14 marzo, 2016). Cinco criterios para mejorar la comunicación interna. Recuperado de <https://gerens.pe/blog/criterios-mejorar-comunicacion-interna/>
- Pérez (2017), *Influencia de la gestión de comunicación interna en el clima laboral de Caja Trujillo – Agencias del distrito de Trujillo, 2017*. Recuperado de <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/3651>
- Scott, D. L. (2009). *Diccionario de la herencia americana de términos comerciales*. Boston, MA.
- Torres y Sanhueza (2014) *Diseño de un modelo escalonado de calidad para empresas de transporte urbano de pasajeros*. Recuperado de

file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Dialnet-DisenoDeUnModeloEscalonadoDeCalidadParaEmpresasDeT-5010543.pdf

Taylor (1903) *Teorías sobre la dirección empresarial*. Recuperado de <https://es.calameo.com/read/004069763e00262d3458b>

Trujillo (2017), *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017*. Recuperado de <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2193>

Vargas (2017), *Comunicación organizacional y talento humano en el Club Octava-manual estratégico (2016-2017)*. Recuperado de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/35740/Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Williams & Palacios (2017, p.7) *La comunicación efectiva como elemento del éxito en los negocios*. Recuperado de <https://www.ecotec.edu.ec/content/uploads/2017/09/investigacion/libros/comunicacion-efectiva.pdf>

Anexo 1: Matriz de consistencia

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación entre comunicación interna y clima organizacional de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.?</p> <p>Problemas específico</p> <p>¿Cuál es el nivel de la comunicación interna de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021? ¿Cuál es el nivel del clima organizacional de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021? ¿Cuál es la relación</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre comunicación interna y clima organizacional de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar el nivel de la comunicación interna de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021. • Señalar el nivel del clima organizacional de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021. 	<p>Hipótesis general</p> <p>Existe relación entre comunicación interna y clima organizacional de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • El nivel de la comunicación interna de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021. es bajo. • El nivel del clima organizacional de los colaboradores de la entidad financiera BBVA de la ciudad de Tacna en el año 2021. es bajo. 	<p>Variable 1: Comunicación interna</p> <p>Variable 2: Clima organizacional</p>	<p>Uso de medios de Información</p> <p>Patrones de Comunicación</p> <p>Comunicación efectiva</p>	<p>Información fluida Capacidad de Respuesta Acceso a la información</p> <p>Manejo de información Confianza Relación escalonada</p> <p>Retroalimentación de información Confidencialidad Veracidad de la información</p>	<p>A. Diseño: No experimental</p> <p>B. Tipo: Descriptivo-correlacional</p> <p>C. Población: 50 trabajadores</p> <p>D. Muestra: Muestreo definido</p> <p>E. Técnicas: Encuesta</p> <p>F. Instrumentos: Cuestionario</p> <p>G. Procesamiento y análisis: Estadística inferencial</p>

Anexo 2: Cuestionario de Comunicación Interna – Clima Organizacional

Estimado(a) colaborador(a), el presente cuestionario es parte de un trabajo de investigación orientado a identificar el manejo de la comunicación interna en la financiera Oh! Trujillo año 2020, cuyos resultados contribuirán a una mejora en la organización. Sírvase leer atentamente las preguntas que siguen y valore indicando con un "X" según su preferencia. Tenga en cuenta que:

1 = Nunca, 2 = Casi nunca, 3 = A veces, 4 = Casi siempre, 5 = Siempre

¡Muchas gracias por su colaboración!

Señale su género:		F	M			
Marque su modalidad de trabajo:		CAP	CAS			
Indicar su nivel:	Directivo	Profesional	Técnico			
Tiempo de servicio en la institución		1-5 años	6-10 años			
Marque a que intervalo de edad pertenece:		20-30 años	31-40 años			
Indique el área al que pertenece:		Auxiliar				
Indique el área al que pertenece:						
Nº	PREGUNTAS	1	2	3	4	5
1	¿Tiene claramente definidas sus funciones y la responsabilidad de su puesto?					
2	¿Cuenta con la preparación necesaria para realizar su trabajo?					
3	¿Usted piensa y reflexiona antes de emitir una comunicación?					
4	¿Usted sabe callar y escuchar en vez de hablar impulsivamente?					
5	¿Usted dice claramente lo que piensa?					
6	¿Usted aprovecha las críticas oportunas para crecer profesionalmente?					
7	¿Su jefe se comunica de manera clara y sencilla?					
8	¿Su jefe es capaz de transmitir la visión y objetivos de su organización?					
9	¿Su jefe involucra a los equipos en la búsqueda de soluciones?					
10	¿En las reuniones su jefe hace preguntas e invita a la participación?					
11	¿Recibe apoyo de su jefe cuando no sabe cómo realizar una tarea?					
12	¿Su jefe se interesa por el éxito de sus empleados y contribuye con el logro de los objetivos institucionales?					
13	¿En el trabajo intercambia información relacionada con sus funciones?					

14	¿Utiliza los canales formales para comunicarse con sus compañeros?					
15	¿La comunicación con sus compañeros de trabajo le permite realizar mejor sus tareas?					
16	¿Puede ver sus fortalezas cuando se comunica con sus compañeros de trabajo?					
17	¿Existe comunicación eficaz y fluida entre el personal de las diversas áreas?					
18	¿Es efectiva la comunicación entre los miembros de su equipo?					
19	¿Está comprometido con las funciones y logros de la financiera?					
20	¿Las áreas de la institución participan activamente en la solución de problemas?					
21	¿Su jefe se comunica de manera clara y sencilla?					
22	¿Su jefe es capaz de transmitir la visión y objetivos de su organización?					
23	¿Su jefe involucra a los equipos en la búsqueda de soluciones?					
24	¿En las reuniones su jefe hace preguntas e invita a la participación?					
25	¿Recibe apoyo de su jefe cuando no sabe cómo realizar una tarea?					
26	¿Su jefe se interesa por el éxito de sus empleados y contribuye con el logro de los objetivos de la financiera?					
27	¿Está comprometido con las funciones y logros de la institución?					
28	¿Las áreas de la empresa participan activamente en la solución de problemas?					
29	¿Existe colaboración entre las distintas áreas de la financiera?					
30	¿Considera que existe un buen trabajo en equipo en su área?					
31	¿En su organización promueven las capacitaciones que se necesitan?					
32	¿Participa de las capacitaciones que la organización realiza?					
33	¿Las normas y valores de la institución favorecen la realización de su trabajo?					
34	¿Se siente orgulloso de pertenecer a esta financiera?					
35	¿En su organización se reconoce los esfuerzos y logros?					
36	¿La remuneración percibida está de acuerdo a su desempeño y logros?					
37	Existen oportunidades de progresar en su financiera?					
38	¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo le permite su desarrollo personal?					