



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La Comunicación 2.0 y su influencia en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo
2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Br. Anny del Pilar Centurión Fernández (ORCID: 000-0001-7880-8227)

ASESOR:

Mg. William Díaz Torres (ORCID: 0000-0003-2204-6635)

LINEA DE INVESTIGACIÓN:
Gestión de Organizaciones

CHICLAYO - PERÚ

2019

Dedicatoria

A mi amado Padre por ser fuente de amor, bondad y sabiduría en mi vida, a mí Madre, la que adentro en mi alma y quien ha sido y es mi inspiración y el Ángel cerca a Dios que me guía, protege y bendice desde el cielo , a mí entrañable y siempre recordada Abuelita Orfelia quien supo cumplir el rol de mi madre a cabalidad dándome afecto y fue una guía constante en mi vida , a mí amada hermana Patricia Centurión que no deja de creer en mí y a mis amados hijos Fernanda y Santiago por ser mi principal motivación y la fuente inagotable de amor y lo que más amo para ser mejor en mi vida .

Anny del Pilar Centurión Fernández

Agradecimiento

A Dios porque sin él nada es posible, por bendecir mis sueños y metas para hacerlas realidad brindándome la fortaleza, sabiduría y salud que se requiere para lógralo.

A mi esposo Edison Cruz por su apoyo y amor para cumplir mis metas y sueños.

A la Sra. Erlita Salazar por ser mi apoyo para culminar este trayecto y ser una persona importante en mi vida, a mi tía Nelly Salazar por ser ejemplo de buenas virtudes, consejos y enseñanzas.

A mis primos: Liliana Lozada por su apoyo incondicional y con su ejemplo me enseña a ser la mejor, a mí Prima Pilar Lozada por su empuje, coraje y halagos para que siga adelante, a mi primo Toño Lozada por sus consejos y motivación y a mí querida prima Lizet Salazar por ser un referente importante para mí siempre.

A mi Profesor William Díaz por su excelente dirección, aporte y exigencia para el desarrollo de mi investigación.

A mis amigas queridas: Shirley, Cecilia, Mónica, Eliana y Ruth por su apoyo, motivación y alegría que hacen que todo parezca siempre más fácil.

Anny del Pilar Centurión Fernández

Página del Jurado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 8:00 horas del día 17 de Setiembre del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección Académica N° 003, de fecha 13 de Setiembre del 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación, de la tesis titulada:

"La Comunicación 9.0 y su influencia en el clima laboral Scotia Bank Agencia Chiclayo 2018"

presentado por el (la) Bachiller: Anny del Pilar Centurion Fernández con la finalidad de obtener el Título de Licenciado en Administración, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

PRESIDENTE : Mgtr. Julio César Nanton More.
SECRETARIO (A) : Mgtr. Sandra Natali Pastor Bagan
VOCAL : Mgtr. William Ricardo Diaz Torres.

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:

APROBADA POR UNANIMIDAD

Siendo las 8:58 am del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 17 de Setiembre del 2019.


Mgtr. Julio César Nanton More
Presidente


Mgtr. Sandra Natali Pastor Bagan
Secretario (a)


Mgtr. William Ricardo Diaz Torres.
Vocal

Declaratoria de Autenticidad

Declaratoria de Autenticidad

Yo, Anny Del Pilar Centurión Fernández, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, identificada con DNI N° 42335375 con la tesis titulada: “La Comunicación 2.0 y su influencia en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo 2018”.

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría
2. He respetado las normas internacionales APA de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido autoplagiado, es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, noviembre 2018



Anny del Pilar Centurión Fernández
DNI: 42335375

Índice

Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del Jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice.....	vi
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	31
2.1 Tipo y diseño de Investigación.....	31
2.2 Operacionalización de variables	31
2.3 Población, muestra y muestreo.....	34
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	35
2.5 Procedimiento.....	35
2.6 Métodos de análisis de datos.....	35
2.7 Aspectos éticos	36
III. RESULTADOS.....	37
IV. DISCUSIÓN	41
V. CONCLUSIONES	43
VI. RECOMENDACIONES	44
VII. REFERENCIAS	45
ANEXOS.....	52
Acta de aprobación de originalidad de tesis	62
Autorización de publicación de tesis en repositorio	63
Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación	64

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables.....	33
Tabla 2. La población y muestra se detalla a continuación:	34
Tabla 3. Nivel de Comunicación 2.0 y clima organizacional.....	37
Tabla 4. Influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral	39
Tabla 5. Valor y grado de significancia según Rho de Spearman	39

Índice de figuras

Figura 1. Diferencias entre comunicación interna 1.0 – 2.0	16
Figura 2. Modelo conceptual del medio ambiente de trabajo y la satisfacción laboral	27
Figura 3. Flujo de relaciones e influencias del clima laboral	28
Figura 4. Comunicación 2.0 – Primera variable	37
Figura 5. Clima laboral – Segunda Variable	38

RESUMEN

La presente investigación subjetiva titulada “La Comunicación 2.0 y su influencia en el Clima Laboral Scotiabank Chiclayo 2018 “, tuvo como objetivo principal determinar el nivel de influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral de la empresa, dado que esta cuenta con estrategias de comunicación interna para que sus trabajadores permanezcan interconectados. En tal sentido fue necesario investigar cómo el uso de estas herramientas puede llegar a influir en el clima laboral, permitiendo saber si ésta influencia es significativa y en qué nivel se encuentra. La investigación fue de enfoque cuantitativo, de nivel relacional causal y con diseño no experimental, con un enfoque temporal transversal puesto que se aplicó dos cuestionarios medidos en escala de tipo Likert valoradas del 1 al 5, los cuales fueron necesarios para la obtención de los datos para cada variable de estudio, asimismo éstos cuestionarios fueron evaluados mediante el programa Microsoft Excel, tanto para el procesamiento descriptivo como estadístico; mismo que permitió emplear el coeficiente de Rho de Spearman, siendo necesario para responder el objetivo general planteado. Los resultados demostraron que si hay influencia de la comunicación 2.0 en el Clima laboral de Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018, hallando el coeficiente con un valor y grado de significancia fuerte y perfecta con un valor igual a 0.777 que en % representa el 77.7, concluyendo que: “A, mayor nivel de comunicación 2.0, mayor será el nivel del clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo”.

Palabras claves: Comunicación 2.0, clima laboral.

ABSTRACT

This research entitled "Communication 2.0 and its influence on the Scotiabank Chiclayo 2018 Labor Climate", had as main objective to determine the level of influence of communication 2.0 in the work environment of the company, given that it has internal communication strategies so that your workers remain interconnected. In this sense, it was necessary to investigate how the use of these tools can influence the work environment, allowing to know if this influence is significant and at what level it is. The investigation was of a quantitative approach, of a causal relational level and with a non-experimental design, with a transverse temporal approach, since two questionnaires measured on a Likert scale were applied, valued from 1 to 5, which were necessary to obtain the data. For each study variable, these questionnaires were also evaluated using the Microsoft Excel program, both for descriptive and statistical processing; same that allowed to use the Rho coefficient of Spearman, being necessary to answer the general objective raised. The results showed that if there is influence of 2.0 communication in the work climate of Scotiabank Agencia Chiclayo in the month of November, 2018, finding the coefficient with a value and degree of strong and perfect significance with a value equal to 0.777 than in% represents 77.7, concluding that: " A, higher level of 2.0 communication, the higher the level of the work environment Scotiabank Agency Chiclayo".

Keywords: Communication 2.0, work climate.

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación en la organización es un pilar fundamental de desarrollo puesto que esto facilita las relaciones sociales. Cada época trajo consigo nuevas alternativas de administración; así, la nueva era, el desarrollo de las Tecnologías de la información y la comunicación (TICS) al internet y el auge de la globalización de la economía hace que la perspectiva del trabajador en las empresas dé un giro de 360°. Por ello, al considerar al trabajador como un ser activo con múltiples necesidades, las empresas han implementado diversas formas de comunicación virtual que permite que todos sus colaboradores compartan e intercambien información en tiempo real sin importar las distancias (Chiavenato, 2011).

Durante muchos años no se ha considerado al principal gestor de la innovación de la organización: el trabajador. Por ello se hace necesario que las entidades integren a su comunicación interna formas innovadoras que permitan un afianzamiento del clima laboral. Las diversas plataformas web que existen en la actualidad han sido incorporadas a la administración empresarial que buscan mejorar la comunicación entre trabajadores, entre trabajadores y la empresa y entre la empresa y sus clientes. Sin embargo, al ser el colaborador el principal ente de producción las empresas van buscando la manera que haya una comunicación interna fluida y así garantizar un ambiente laboral psicológicamente tranquilo (Oracle Corporation, 2008).

Diversas plataformas de comunicación interna interactiva han sido integradas en la comunicación interna de la empresa bajo la denominación de comunicación 2.0., que tiene como principal bondad es que haya una comunicación fluida y activa entre trabajadores. Diversas organizaciones, sin importar el rubro, han incluido a su gestión programas de comunicación interna en las que sus trabajadores pueden poner de manifiesto sus necesidades, recomendaciones y diversos sentidos (Reyes, 2016).

En el entorno cambiante exige que las empresas integren un programa de gestión del talento y que por ende traiga consigo un programa de comunicación interna. En la actualidad existen exitosas empresas que han planteado reforzar las estrategias de comunicación interna en sus organizaciones como la comunicación 2.0. O comunicación digital quienes a su vez han sido incentivadas por premios en el Observatorio de

Comunicación Interna e Identidad Corporativa. Con el fin de fomentar la inclusión entre trabajadores (Marín, 2014).

Considerando que los diversos webs que se han implementado para las empresas en comunicación interna buscan mejorar el clima laboral y por ende mantener motivados a su personal. Así la web 2.0 ha ofrecido desde su aparición una forma de interactuar activa y se está empleando en la actualidad porque ofrecen un cambio no en el futuro sino en el presente de la organización (Formanchuk, 2010).

En Argentina, una institución financiera como un Banco, en este caso el Banco de La Pampa, sería muy beneficioso trabajar sobre la Comunicación Interna. Dado que, los empleados poseen un contacto directo con sus clientes, por lo cual es menester que se encuentren motivados, para así poder brindarles un excelente servicio. Esto se puede conseguir creando confianza entre ellos, logrando que puedan expresar sus opiniones, sintiéndose escuchados y valorados. Esto se puede alcanzar en gran parte a través de diferentes herramientas de Comunicación Interna. Este tipo de comunicación, permite generar la implicación del personal, armonizar las acciones de la empresa, propiciar un cambio de actitudes, como así también mejorar la productividad (Costilla, 2013).

En Chile el Banco Estado Microempresas estuvo abocada en una cultura más tradicional y jerárquica, donde le costaba internalizar una gestión más moderna de los recursos humanos. Algunos factores pudieron haber contribuido en el desgaste interno, que se reflejó en los resultados de la encuesta de clima laboral. Entre ellos, el relacionado con la Comunicación Interna, que logró sólo 48 puntos (en escala de 1 a 100, usando la metodología Hay Group), con ello se comenzaron a generar una serie de cambios relevantes al interior de la organización, lo que permitió iniciar no solo un nuevo camino en el relacionamiento externo, sino que más importante aún, en la cultura organizacional y en la forma de involucrar a los propios colaboradores (Minzer & Halpern, 2018).

El trabajar e invertir en las mejores prácticas de recursos humanos, son los que mejoran el clima laboral, y, por ende, mejora los resultados de las compañías. Un estudio realizado por la consultora Great Place To Work, muestra un caso donde se menciona a tres bancos de Argentina, los cuales figuran al tope del ranking de las mejores empresas para trabajar; se tratan de los bancos BBVA Francés, Santander y Galicia, los cuales poseen a más de mil empleados. Estos resultados se deben, a que, en los últimos años, el

sector estuvo trabajando fuertemente en temas de clima laboral en el trabajo, en relación con la comunicación entre los directivos, en donde ellos comprendieron la relación existente entre ambas variables, y además sobre la importancia de la cultura organizacional para la obtención de los buenos resultados en los negocios (Fernández, 2016).

Un análisis de comunicación interna recomendó que el diseño de una adecuada comunicación interna 2.0. se divide en 4 procesos antes de su puesta en marcha. En primer lugar el análisis por medio de entrevistas a los colaboradores de la organización sobre la visión del entorno 2.0 en el campo de la comunicación interna de la empresa; la segunda referida a los resultados obtenidos para identificar los pros y contras de la empresa en el contexto 2.0., y en la tercera fase donde se realiza una prueba piloto en donde participan los colaboradores que estén más relacionados al nuevo entorno 2.0, para que animen al resto de empleados, y por último está la implementación en toda la empresa. En esa línea, cuando sucede una crisis, el objeto de análisis pasa a ser el interior de la organización, en tal sentido se toman en especial las herramientas de comunicación 2.0. que son facilitadas por la entidad corporativa, para el uso de los trabajadores; por lo que tener estas herramientas evitará testimonios falsos de origen externo e interno, facilitando la agilidad de los mensajes internos, con lo cual se reflejará la iniciativa de la empresa de mantener al trabajador informado (Prnoticias, 2014).

Lamentablemente en el Perú solo el 3% de las organizaciones han implantado la comunicación 2.0 en su proceso de gestión de recursos humanos. Debido a que la mayoría de empresas no asume la responsabilidad de mejorar la eficiencia de sus trabajadores, ya que ello implica realizar capacitaciones para el uso, instruirlos en utilización de sus programas digitales y participar en una serie dinámica para optar cambios. Es decir, la mayoría de las organizaciones, poseen las herramientas tecnológicas, pero no las aprovechan para aumentar su productividad. En este sentido, se piensa en que si se crea una comunicación interna 2.0 los trabajadores pasarán la mayor parte de sus labores distraídos, o también pueden bajar su eficiencia ya que es incrementar la carga cognitiva para que puedan adaptarse a nuevas plataformas (Mendoza, 2017).

Por otro lado, lo mostrado entra las entidades e individuos, es impensable hacer caso omiso a las redes sociales, y hoy en día donde predomina la generación millenials en las empresas, las redes sociales, no se deben utilizar si no adaptarlas y generarle valor,

porque con ello se abre una alternativa de inventar lugares de colaboración, tanto para supervisores que estén a favor de la co-creación, también crear lugares nuevos innovadores con la intensión del trabajador y para el trabajador, donde la totalidad de trabajadores, pueden decir lo que piensan dentro de la organización, lo cual no solo beneficia a la aptitudes sino también a las actitudes que le dan fuerza a un grupo, estos dan valor a los jefes y la iniciativa para engrandecer la empresa. Por lo que cada organización está enfocado a inventar cargos como el community manager, que es el encargado de supervisar lo que tenga que ver con redes sociales dentro y fuera de la empresa (Carrillo, Franco, Sifuentes, & Vilanova, 2014).

Las organizaciones están en continuo cambio a las nuevas tendencias tecnológicas y los requisitos de los clientes, ahí es donde las herramientas digitales 2.0. , entran al tema, ya que estas proporcionan ayuda a estas empresa para tener comunicación tanto entre compañeros de trabajo y sus clientes, es por ello que la comunicación interna 2.0., considera que la información de la empresa sea accesible y amplia para el personal, para que tome información que estaban fuera de su alcance o en confidencialidad, y solo disponible para un grupo reducido de trabajadores, que limitan a los trabajadores, y estos por sus propios medios tengan que rebuscar información de manera informal, es por ello que esta herramienta ayuda a fomentar y dar accesibilidad para que ellos mismos generen y adquieran información (El Comercio, 2016).

Innovar es proponer o gestionar cambios, aplicar nuevos modelos e incluso migrar de lo tradicional a lo moderno. Por ello, dentro de las estrategias de Comunicación Corporativa Interna también se hace necesaria la innovación, algo que con la aparición de la herramienta Web 2.0 ya es posible. Se vive una época en la que una compañía difícilmente podrá lograr dar una respuesta a la crisis si no existe la participación de todos los involucrados, vale decir, colaboradores y directivos, los mismos que deben estar preparados para asumir retos relacionados con la comunicación innovadora. Pero no solo las empresas deben estar alineadas dentro de la innovación de la comunicación interna, los comunicadores corporativos son los llamados a asumir el reto, dentro de su entorno laboral, siendo proactivos, creativos y capaces de demostrar que la comunicación interna es tan esencial como la comunicación externa en una organización (Huamán, 2017).

Existen ocasiones en que en un centro de trabajo existe mínima comunicación entre trabajadores y jefes, un clima laboral que sin duda alguna no hace bien a la

productividad de la empresa, pues esto genera constante rotación de personal, estrés en los trabajadores, y errores frecuentes. Por ello es recomendable que cada organización plantee bien cuáles serán las estrategias que utilizarán para fomentar un clima laboral adecuado afirmó Sánchez (2014), quien se interesó por la mejora del clima laboral en las organizaciones peruanas. Es por ello que, para la empresa, es necesario informar a sus trabajadores que la comunicación tiene un papel importante en la empresa, sobre todo analizar qué es lo que se quiere decir y cómo lo va a decir; de modo que sea la mejor manera de comunicación invitando a los demás colaboradores a participar con esta formación.

Desde un punto de vista se demostrado en algunas últimas investigaciones que se han realizado en Lambayeque, los cuales donde se revisan la comunicación entre los trabajadores que influye de manera positiva o negativa dependiendo de la forma de que esta se ejerce. Por ello muchas empresas han optado por una comunicación digital, mediante herramientas digitales las cuales ayudan con los procesos y la comunicación entre empleados, jefes y otros pertenecientes a una empresa, ya que se demuestra que, en una empresa por la falta de una buena comunicación, puede ocasionar conflictos entre compañeros de trabajo.

Por ejemplo, la comunicación organizacional dentro del banco BBVA de la ciudad de Chiclayo, se basa en la estructura orgánica que tiene esta entidad a nivel nacional, y en sus otras sucursales, donde impera la política de utilizar herramientas de comunicación como: chats grupales, workplace, entre otros, por parte de sus colaboradores, para la realización de sus funciones y/o responsabilidades, lo cual contribuye a facilitar los procesos operativos y administrativos, puesto que se cuenta con una comunicación, asertiva, oportuna y fluida entre las distintas áreas (BBVA, Banco Continental, 2018).

En la empresa financiera Mi Banco, ubicada en la ciudad de Chiclayo, se tiene que hacen uso de herramientas internas de intranet, y grupos de WhatsApp para comunicar las actividades laborales, así como reconocimientos a los colaboradores más estacados, significando ello, en términos generales una comunicación fluida. Así mismo en lo que refiere al clima laboral, la entidad se centra en configurarlo como un ambiente agradable y productivo, donde los trabadores se sientan a gusto con las labores desempeñadas, haciendo uso de estimulaciones y actividades entre ellos, con lo cual esto

ayuda e influye tanto en las relaciones con los compañeros, la interacción, comunicación eficaz, y en revisar y medir regularmente los elementos del Sistema de Gestión, las condiciones y prácticas de trabajo; tomando las acciones correctivas que correspondan, para asegurar una mejora continua y el compromiso con el banco (Mi Banco, 2018).

En la empresa Interbank ubicada en la ciudad de Chiclayo, así como en todas sus oficinas a nivel nacional, se cuenta con normas y políticas para los trabajadores, donde una de ellas está vinculada a la utilización permanente de plataformas como el Skype empresarial, Facebook, Plataforma interna denominada “Comunicados”, además de las Páginas web, además cuentan con una página Web interna en la cual utilizan el hashtag #SomosInterbank; donde les permite reconocerse entre colaboradores, al mismo tiempo dentro del clima de trabajo se califica como adecuado generador de confianza y compromiso por parte de los colaboradores, infiriendo la postura de que, ante la comunicación oportuna, el ambiente también se configura como agradable y motivador para los integrantes de la organización (Interbank, 2018).

Del mismo modo el Banco Crédito del Perú (BCP), presenta herramientas de comunicación digitales como Facebook, Work place, Work chat, Aplicación “Comunicator” al cual acceden por medio del celular, siendo éstas las principales herramientas que, a la fecha, se viene presentando de gran utilidad y facilidad para los colaboradores, ya que permite intercambiar información de manera instantánea y de forma interactiva. A ello se suma el escenario de un clima laboral cordial y agradable, donde según los colaboradores fundamenta que el BCP tiene una comunicación fluida y constante entre ellos, lo cual posibilita que, ante cualquier problema, éste pueda ser solucionado con inmediatez y efectividad.

En consecuencia, en la región de Chiclayo, las nuevas tecnologías, si bien vienen siendo implementadas en las entidades financieras, lo cual permite identificar las necesidades hacia el interior, donde se conocen hacia los objetivos y lo que la empresa representa, ésta estará lista para diseñar programas de comunicación interna que se compartirán con los empleados para que se conviertan en embajadores de la marca, y así los flujos de comunicación generen rentabilidad, mayor desarrollo y un mejor clima laboral; ello no es suficiente, puesto que deben de consolidarse e impulsarse en la formulación de nuevas y más herramientas, de forma que la comunicación interna 2.0 no

solo sea un tipo de comunicación, sino un estilo de vida, otorgando beneficios como la rapidez y la sencillez en su uso.

La ausencia de la comunicación interna 2.0 en las financieras en la localidad, principalmente se presenta en las cajas y cooperativas, quienes en su mayoría aún carecen de interés e importancia mínima en la incorporación de herramientas y plataformas digitales, explicado por el desconocimiento de los beneficios que trae la comunicación 2.0 de manera interna; con lo cual se tiene la existencia de procesos lentos, inadecuada comunicación organizacional y un clima laboral deficiente en las relaciones entre los colaboradores de éstas entidades del sector. Ante ello ha de entenderse que la necesidad de la implementación de instrumentos comunicativos más efectivos es imperativa dentro de estas organizaciones.

La Empresa Scotiabank, cuenta con estrategias de comunicación interna que permite a sus trabajadores que permanezcan interconectados tales como : Facebook Workplace, esta plataforma permite conocer a los colaboradores las actividades internas, cumplimiento de metas ,celebraciones, aperturas de nuevas sedes, visitas de la plana mayor a diferentes Agencias a nivel nacional y local siendo esta una plataforma de intercambio de comentarios virtuales en dónde los colaboradores pueden emitir su apreciación , gusto, sentir, también cuenta con la herramienta virtual Microsoft Lync 2010, una herramienta que permite tener a sus colaboradores estar constantemente conectados a nivel local, nacional e internacional interactuando entre sí de una forma dinámica, esta herramienta permite poder realizar chats y video conferencias en vivo volviendo así la comunicación más cercana.

Se cuenta además con la plataforma digital Aplausos 2.0 la cual brinda la oportunidad de reconocerse entre colaboradores y destacar una acción positiva y el valor agregado de cada colaborador permitiendo de esta manera el mantener su espíritu incentivado y motivado, cuenta también con la plataforma virtual “Pulso Colaborador “ siendo esta una de las herramientas virtuales elaborada por el banco para poder tener un nivel de medición a la satisfacción interna de todos los colaboradores, su nivel de compromiso, recomendación y oportunidades de mejora. Así mismo cada año se realiza eventos y actividades con el fin de promover las habilidades personales y profesionales de cada colaborador, ejemplo de ello es la Premiación Anual llamada “Applausse” donde los ganadores reciben el reconocimiento internacional mediante un crucero en dónde se

reúnen con todos los colaboradores premiados de diferentes partes del mundo en dónde Scotiabank tiene presencia tanto en Norteamérica, Centro y Sudamérica Europa y el Medio, Asia, llamados internamente Scotiabankers. Siendo todo este conjunto de herramientas que actualmente posee la empresa Scotiabank y con las cuales cuentan sus colaboradores, es que se pretende investigar cuál es su influencia, si esta puede ser positiva o negativa, la cual determinaremos en el siguiente estudio.

Esta investigación con respecto a las causas de la ausencia de la comunicación 2.0., y las consecuencias que genera, mencionadas anteriormente es importante para la financiera Scotiabank, ya que cuenta con herramientas digitales y plataformas virtuales para el desarrollo de las actividades dentro de la entidad; el no contar con la importancia y el uso frecuente por parte de sus trabajadores, imposibilita una gestión eficiente en la forma de comunicarse de los miembros de la financiera, sumado al interés de conformar un clima laboral adecuado, donde los trabajadores se encuentren satisfechos a causa del buen estado del cumplimiento de sus objetivos, por lo cual se abordara este tema de estudio que se centra a que ellos hagan uso de estas herramientas de comunicación debido a su agilidad tecnológica de intercambio de información, para una mejora de agilización de los procesos financieros y una interacción rápida y sostenible de los colaboradores.

De esta forma se configura el propósito del estudio, donde la comunicación 2.0 se expone como un tema de interés puesto que condiciona en gran medida un clima laboral agradable y de impulso hacia el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones, sumado a que son escasas los estudios que a la fecha existen entorno a este tema, siendo relevante el abordarla para la ampliación de contenido bibliográfico y científico que sirva como antecedentes para investigaciones posteriores.

Asimismo, como sustento de las variables se muestran las siguientes investigaciones abordado por diferentes autores, las cuales presentan escenarios tanto a nivel internacional, nacional y local.

Buenaño (2014), en su investigación titulada “La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de la empresa Jean Up” (tesis pregrado), Universidad Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador. Expuso que en toda organización es importante una comunicación efectiva para lograr un buen clima laboral. En la empresa Jean Up, se encontró un problema latente que fue el de una comunicación poco formal, provocando

asimismo un bajo desempeño laboral ya que no se estipulan bien las actividades a realizar. No obstante, los medios de comunicación son sitios web, correos electrónicos, boletines, campañas internas, reuniones, mensajes de texto, que es poco o casi nada utilizado por los trabajadores. El autor recomendó capacitar a los colaboradores para utilicen las mejores opciones de comunicación.

Por su parte Alvaréz (2015) en su tesis titulada “El impacto de los nuevos canales 2.0 en la comunicación interna” (tesis postgrado), Universidad de Sevilla, España. Tuvo como principal objetivo conocer el impacto de los nuevos canales 2.0 en la comunicación interna de una organización. La autora identificó que la empresa emplea canales online como: Blogs, Wikis, Microblogging, redes sociales internas, etc. lo cual viene contribuyendo con las relaciones jerárquicas que se tiene dentro de la organización, ya que configura a cada uno de los colaboradores como activos e independientes en la búsqueda de información, lo cual se traduce en un trabajo más productivo y efectivo.

Armas (2014), en sus tesis “Comunicación interna y clima laboral” (tesis pregrado), Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango – Guatemala. Señaló que una efectiva comunicación interna, favorece de manera sustancial el clima laboral, ya que por medio de este proceso se logra intercambiar información de normas, trabajos que en buenos fines ayudará a mejorar el desempeño de cada uno de los trabajadores, el clima laboral, y la productividad de la empresa. Mediante este estudio, el autor también comprobó la significativa relación que existe entre la comunicación interna y el clima laboral.

Villacís (2014), en su tesis titulada “¿Cómo afecta el rumor al clima laboral de una institución pública?” (Tesis pregrado), Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito – Ecuador. Concluyó que en toda organización o empresa el clima laboral es un factor que afecta directamente al desempeño laboral de los trabajadores, por ello es importante crear un ambiente de trabajo bueno, evitando los rumores y comentarios impertinentes. El autor recomendó establecer un canal de comunicación formal evitando información no corroborada o distorsionada, dictar cursos o capacitaciones reuniendo a todas las áreas de la organización, y brindar reconocimiento al personal por sus trabajos realizados.

Contreras y Jiménez (2016), en su tesis titulada “Liderazgo y clima organizacional en un colegio de Cundinamarca. Lineamientos básicos para su intervención” (tesis pregrado), Universidad de Rosario, Bogotá. Realizó un estudio, con el fin de conocer el clima laboral de los docentes y directivos en la institución educativa, y se concluyó que existen dificultades en cuanto al liderazgo y algunos problemas que se deben prestar atención. Por su parte el autor propuso emplear los siguientes lineamientos: Premisas para el cambio, aprovechamiento del cambio organizacional, dirección al cambio y articulación institucional.

Abdussamad (2015), en su estudio titulado “La influencia del clima de comunicación en el desempeño de los empleados en el gobierno Agencias en Gorontalo” (tesis pregrado), Universidad del Estado de Gorontalo, Indonesia. Desarrolló una indagación que pretendió analizar los elementos implicados en el proceso comunicativo de la organización, precisando su injerencia en crear un clima propicio que incentive a los colaboradores a incrementar su rendimiento en la ejecución de las labores asignadas, por ello, su metodología se enmarca en un diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional, que procedió a evaluar el contexto por medio de una encuesta aplicada a los colaboradores, indicando una mejora en el ambiente de trabajo como en el rendimiento del personal cuando se evidencia un clima comunicativo, otorgamiento de compensaciones monetarias, implementación de programas formativos, constante motivación, entre otros factores que repercuten en la dinámica de la labor efectuada por cada empleado, con el propósito de concretar los objetivos o fines decididos por la entidad, lo cual, manifiesta una asociación significativa del clima organizacional de comunicación en el desenvolvimiento de los colaboradores, erigiéndose como factor crucial en conferir competitividad por medio del incremento de las operaciones productivas.

Castillo y De la Cruz (2015), en su tesis titulada “Propuesta de un plan de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional de las carreras de ciencias de la comunicación, trabajo social y turismo de la Universidad Nacional de Trujillo-2015” (tesis pregrado), Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. Propusieron integrar la comunicación interna en su ámbito laboral pues mediante este hábito se lograría mejorar la relación que existe en la estructura organizacional de su facultad en la carrera de ciencias de la comunicación, que presentaba actitudes no favorables, espontáneas, sin

propuestas ni actitud de mejora. Por lo que recomendaron potenciar las herramientas de comunicación interna y así facilitar que exista un agradable clima laboral.

Trujillo (2017), en su tesis titulada “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas; 2017” (tesis pregrado), Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Determinó que la comunicación interna y el clima organizacional de los trabajadores de las instituciones del sector energía y minas, tienen una relación directa de modo que la comunicación interna influye desarrollando sus actitudes de liderazgo, confianza, solidaridad, fortaleciendo el trabajo en equipo y colaboración entre ellos.

Untiveros (2017), en su tesis titulada “Evolución de la comunicación interna”, Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Estudió la evolución de la comunicación 1.0 a 2.0, que a lo largo de su implementación en las organizaciones ha impactado en los objetivos de los mismos, logrando una mayor participación y colaboración entre los mismos colaboradores, permitiendo desarrollar sus actitudes de liderazgo, empatía, disposición de escucha, transparencia de información e ideas innovadoras frente a conflictos, que fortalecen el trabajo en equipo generando un desarrollo eficiente de sus respectivas actividades.

Chávez, De la Cruz y Salcedo (2016), en su tesis titulada “El clima organizacional y el desempeño laboral en el organismo de formalización de la propiedad informal (COFOPRI), oficina Zona Lima - Callao, 2016” (tesis pregrado), Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Llevaron a cabo un estudio que permitió conocer cuál ha sido la influencia de un agradable clima laboral en la eficiencia del desempeño laboral de los trabajadores de COFOPRI, incentivada por la motivación, estrategia que se ha utilizado con el fin de obtener resultados eficientes, impulsando a los trabajadores, quienes ponen a disposición todas sus habilidades, a cumplir con los objetivos de la organización.

Silva (2017), en su tesis titulada “Percepción de la comunicación interna y su influencia en la satisfacción laboral de los docentes de la institución educativa Ignacio Merino de Talara, año 2016” (tesis pregrado), Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo. Planteó realizar un estudio en el que compruebe si existe un grado de relación influyente de la comunicación interna en la satisfacción laboral. Por medio de esta

investigación el autor puntualizó esta estrategia de comunicación en la institución educativa Ignacio Merino de Talara es poco valorada, es decir no influye en la satisfacción laboral de los docentes. Por lo que recomendó utilizar innovadores medios de comunicación que permita incentivar a los docentes a un trabajo en equipo y mutua colaboración. Mediante la técnica de encuesta el autor determinó que la comunicación con sus superiores es la que los satisface laboralmente y permite que sientan que están velando por el bienestar y prosperidad de la institución.

Miranda y Pastor (2015), en su tesis titulada “Comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque – 2015” (tesis pregrado), Universidad Señor de Sipán, Chiclayo. Estudió la situación del clima laboral en la municipalidad, institución en la que usualmente los trabajadores mantienen comunicación activa durante sus labores, por intercambio de información y actividades facilitando el buen desempeño de sus labores. El autor asimismo recomendó realizar charlas donde se les brinde información de la importancia que desencadena la comunicación interna en sus labores cotidianas, otra de las propuestas que recomendó fue el de ejecutar talleres teóricos – práctico incentivando al trabajo en equipo, participación y reconocimientos.

Lázaro y Taboada (2017), en su tesis titulada “Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional en la "Corporación Mechan Service S.A.C.” de la ciudad de Chiclayo" (tesis pregrado), Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo, Lambayeque. Identificó que la principal deficiencia que existía en la empresa corporación Mechan Service S.A.C. era el de una escasa comunicación interna, a pesar que es un lugar pequeño y que posiblemente puedan conocerse todos los trabajadores, no fue así. Para ello el autor recomendó estrategias innovadoras que permitan integrar tanto a gerentes como a trabajadores con la posibilidad de fomentar la inclusión, e incentivando al buen desempeño de sus labores.

Checa y Flores (2015), en su tesis titulada “El clima organizacional y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad de Lambayeque – 2013” (tesis pregrado), Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque. Realizaron una investigación acerca del clima organizacional en la municipalidad de Lambayeque, mediante observación directa siendo los más objetivos posibles en su estudio, en la que los resultados fueron que partiendo desde el punto de vista en que la función principal de

la municipalidad es satisfacer las necesidades de la comunidad local, participando económicamente, social y cultural; debería seguir su consistencia y optar por la comunicación 2.0, para esto el autor recomendó impartir capacitaciones a los trabajadores de todas las áreas, motivándolos al desempeño de sus labores, asimismo lograr que sea una herramienta de ejemplo para que la utilicen todas las municipalidades.

Vargas (2015), en su tesis titulada “Influencia de la satisfacción laboral en el clima organizacional en la I.E. "Sara Antonieta Bullón"- Lambayeque” (tesis pregrado), Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo. Determinó mediante el instrumento de encuesta que en la institución Sara A. Bullón el clima laboral que se vive es tenso por parte de los docentes en un 75%, ya sea por cargas cognitivas, discrepancias, y conflictos internos; el otro 25% señaló que vivían un clima laboral aceptable pero que esperaban mejoras. También realizó un estudio para analizar cuál es el grado de influencia de la satisfacción laboral de los docentes en su clima laboral, mediante estos estudios se corroboró un alto grado de relación entre ambas variables. Por lo que el autor recomendó al personal directivo de la institución plantear medidas estratégicas que aporten en la comunicación interna de los docentes, administrativos y directivos; y mediante esta forma poder brindar un servicio de calidad.

Caldas (2016), en su tesis titulada “Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la gerencia regional de salud Lambayeque 2015” (tesis pregrado), Universidad Nacional Pedro Ruíz Gallo, Lambayeque. Estudió el clima laboral mediante la técnica de encuesta en la que participaron 191 personas, utilizando 01 cuestionario como instrumento y 33 preguntas. Los resultados señalaron que los trabajadores son honrados, realizan responsablemente sus labores, sin embargo, no tienen satisfacción laboral, puesto que los ascensos no son justos, se sienten poco valorados y muestran subordinación. En esta oportunidad el autor concluyó que el clima organizacional influye en la satisfacción laboral de los trabajadores de GERESA, y recomendó que los directivos establezcan relaciones transparentes, participativas, desarrollando el liderazgo participativo.

Para el fundamento del estudio las variables empleadas están desarrolladas bajo teorías mundialmente conocidas, así como por literatura de diversos autores que le dan rigor científico a la investigación siendo estas presentadas a continuación.

Según Formanchuk (2010) la comunicación 2.0 es aquella que permite que las organizaciones y marcas gestionen sus actividades dentro del entorno digital para optimizar y generar su reputación corporativa, de forma que se emplean distintas plataformas digitales, teniendo así una relación interactiva y e inmediata entre los que participan dentro de ésta.

La comunicación interna 2.0 va de la mano de una cultura 2.0, debe implicar que la información de la empresa que un inicio era confidencial, ahora cambie su sentido para que sea abierta, y así el personal de la empresa tenga acceso a ella. Aunque algunas empresas no lo crean necesario, hoy en día es más fácil y útil acceder a esta información a través de internet, pues es importante ya que crea en los trabajadores un ambiente de confianza, participación y consideración. Sin embargo, para las empresas que tienen una cultura 1.0 es difícil, pues se tendría que volver a diseñar prácticas y una cultura organizacional (Formanchuk, 2010).

Para tener una clara idea de la comunicación 2.0 entendemos que la comunicación interna, es la relación que desarrolla la empresa con sus trabajadores, posiblemente se pueda incluir en este grupo a sus proveedores, socios, etc. Los empleados son los mejores embajadores de la empresa, debido a que tienen un contacto constante con ella, y descuidar las relaciones con ellos sería traer consecuencias negativas y graves en el prestigio de la empresa. Por ello se recomienda que la estrategia de comunicación interna, sea tan eficiente y no pierda relación con la comunicación externa (Aced, 2013).

La comunicación interna es importante hoy en día porque permite a la empresa que sus miembros tengan una visión compartida de los objetivos, fomentando así su participación en los objetivos planteados por la organización, de esta manera se potencializa la inteligencia, proactividad e iniciativa de los trabajadores. Sin una comunicación interna, ni cultura 2.0 la comunicación 2.0 es imposible que permita alcanzar los objetivos de la empresa.

La comunicación interna 2.0 va de la mano de una cultura 2.0 y son definidas por Alejandro Formanchuck, los cuales lo conforman el acceso y disponibilidad, el cual

implica que la empresa brinde acceso a la información a sus colaboradores, también al conocimiento de datos que solo estaba restringido o era una exclusividad de cierto grupo o grupos internos de la empresa y esto implica que la Organización deposite la confianza en sus colaboradores. La igualdad, la cual se refiere a la reducción de la asimetría de la información entre emisores y receptores, es decir pueden ser generadores y consumidores de la información, u obstante ellos pueden cambiar de rol, es decir que algunas veces podrán producir información y otras veces hacer uso de la información interna de la empresa. La usabilidad, siendo las herramientas brindadas por la Organización que se van a utilizar deben ser de fácil acceso para los usuarios y con soporte tecnológico adecuado, para disminuir condicionamientos que se originan por la ausencia de habilidades técnicas. La participación, es importante ya que se busca que los colaboradores participen, comenten, divulguen contenidos sin temor y con la confianza a poder expresarse, con la finalidad que produzcan y haya retroalimentación de información. La interacción, la cual se refiere en que todos los colaboradores intervengan, creen y compartan contenido en red, sin lineamientos jerárquicos, ya que no debe estar enfocado en solo centrar la información si no en maximizar la interacción de los colaboradores a través de la red, de manera que logren incentivar a los trabajadores a una comunicación descentralizada dentro de la organización. Escuchar, responder y hacer, el cual se refiere a adherir esta cultura a la organización en dónde se busca conocer las opiniones de sus colaboradores, puntos de vista y con ello se responsabiliza por responder y lo más importante con la información que recibe busca un plan de acción. El respeto y reducción del ego, se refiere al respeto por las opiniones de los demás, en dónde cada idea, intervención, interacción de dialogo sea valorada y se minimice la idea que solo los altos directivos tienen la razón, ya que son los colaboradores en conjunto quienes cuentan con un amplio conocimiento. Red e interacción, se refiere al modelo de comunicación que rompe los esquemas de las comunicaciones unidireccionales, dónde el modo de participación, roles, liderazgos, intercambio de información es más plano más abierto. La reducción del control, se refiere a dejar de controlar a los colaboradores en cuanto a lo que dicen o piensan en base a la información vertida si no enfocarlo en aprovechar dicha información para la mejora de la organización. La desintermediación y horizontalidad, se refiere a establecer o crear espacios de comunicación en un nivel homogéneo tanto entre colaboradores como directivos, que haga fácil el contacto.

1.0 Información Comunicación como producto Receptor y emisor Unidirección Descendente y ascendente Muchas afirmaciones Bla bla bla Datos Mensajes verticales Mucho password Información clasificada Poder de la información	2.0 Diálogo Comunicación como proceso Prosumidores comunicacionales Peer-to-peer comunicacional Redes Muchas consultas Escucha activa Significados Charlas horizontales Mucho acceso Información pública y abierta Poder de la conversación
--	--

Figura 1. *Diferencias entre comunicación interna 1.0 – 2.0*

Fuente: (Formanchuk, 2010). *En esta figura podemos observar las diferencias entre la comunicación 1.0 y 2.0 en la cual podemos apreciar que la comunicación 2.0 permite no solo acceder a la información de una forma abierta sin necesidad de contar con muchas claves de acceso si no que permite interrelacionarse y mantener un diálogo y no un monólogo en cual podemos exponer nuestras ideas en pro de la mejora de la Empresa y mejora del clima laboral a fin de fidelizar al colaborador.*

La Cultura 2.0 está asociada hoy en día a romper los esquemas tradicionales de comunicación interna, en dónde la actitud, participación, interacción, comunicación horizontal, multidireccional y acceso a la información hace posible romper el paradigma de asociarlo únicamente a la tecnología, generando un mayor compromiso y competencia haciendo más fuerte el dialogo y fortaleciendo la identidad y fidelización con la organización.

Como se puede observar en el cuadro anterior implementar una estrategia de comunicación 2.0 no es fácil, sobre todo cuando la empresa inicia con una cultura 1.0, pues esto implica una (re) configuración de la cultura empresarial de los trabajadores, diseñar prácticas y modelos que ayuden a mejorar este cambio de manera eficiente, debido a que si no logra obtener la cultura 2.0, la comunicación será improductiva, y hasta en algunos casos contraproducente. Se puede afirmar que es una clave fundamental para el tipo de cambio que estamos buscando en la empresa. Desde luego la tecnología es un punto crucial, siempre y cuando se utilice en dirección al objetivo de crecimiento y sostenibilidad en el tiempo (Formanchuk, 2010).

Dentro de una cultura organizacional 2.0 la comunicación no solo es producir y distribuir información como se establece en la cultura 1.0, la comunicación es

importante para crear sinergias, alienar conocimientos, actitudes dentro de la organización (Miño, 2014)

A continuación, se mencionan los siguientes beneficios de la cultura organizacional de 1.0 a 2.0 (Miño, 2014):

Mayor Eficiencia y Productividad (Habilidad), donde al incorporar herramientas digitales genera mejor eficiencia en la búsqueda de información que es utilizada dentro de la organización. Esta se vincula con el requisito Simplicidad, mencionado por Formanchuk (2010), puesto que la ausencia de habilidades técnicas de los trabajadores, configura también la inexistencia del uso de herramientas virtuales o digitales, lo cual vuelve complejo la búsqueda de una ágil comunicación entre los miembros de la entidad originando una baja productividad.

Aprovechar el conocimiento a través de los colaboradores (Productor de comunicación), donde a mayor colaboración las empresas se fortalecen, porque la información es aprovechada para brindar soluciones y mejorar la productividad, también se infiere del requisito de Participación mencionado por Formanchuk (2010), que ser productor de información ayudará a la comunicación y a la retroalimentación de información de los trabajadores.

Reducción de costos, el cual al saber utilizar y descargar programas en la web, no generan costos ya que su descarga o implementación puede ser gratuita, se infiere a partir de lo mencionado por Formanchuk (2010), en el requisito de Interacción, la conexión digital ayudará a que haya un comunicación eficaz y descentralizada de los trabajadores dentro de la intranet de la organización.

Según Vialfa (2017) la comunidad se refiere al espacio web, que permite relacionarse a partir de las redes sociales o aplicaciones que se crean con la finalidad de dirigir espacios públicos donde varios participantes generen comentarios de interés para los participantes, y al momento de interactuar con sus compañeros se sientan identificados en una respectiva comunidad. Este espacio designa a las personas que están relacionadas a través de valores o mutuos intereses, la idea de esta comunidad es crear un sentimiento de pertenencia, e identidad. Sin embargo, es importante conocer cuál será la más beneficiosa para cada persona pues también puede atraer alguna imagen negativa.

Contenido, el cual es el conocimiento integrado en un sitio web que necesita ser creado con calidad y temas de interés de forma que brinde soluciones e implemente comentarios de interés colectivo, lo cuales pueden ser escritos, audiovisuales, imágenes, etc. Con el fin que sea leído, aprendido y compartido. El contenido se realiza mediante una técnica interna creando una tendencia, que facilite los fines que desea dar a conocer la organización (Baranda, 2018).

El tipo de información, el cual es para conocer algún tipo de información especial dentro de las redes sociales es más fácil acceder a este tipo de contenido, ya que allí se especifica una serie de elementos que contribuye a una búsqueda más efectiva, reduciendo la complejidad, puesto que se utiliza procesos de comunicación interactivos en tiempo real (Sabine, 2011).

Comentarios y experiencias, cuando hablamos de comunicación 2.0 es inevitable dejar de lado las redes sociales, espacio donde las personas pueden involucrarse socialmente compartiendo comentarios y experiencias, al pasar del tiempo las relaciones se convertirán en una constante evolución con un número de red cada vez más creciente, actualmente una considerable variedad de plataformas web 2.0 se encuentran fácilmente para los medios sociales. Este intercambio de información permite que los usuarios de los sitios web puedan intercambiar información por medio de internet de manera rápida y sencilla (Sabine, 2011).

Empleo de aplicaciones y/o plataformas virtuales, donde dentro de la organización la comunidad se verá impulsada por la cantidad y calidad de las herramientas empleadas, tal es el caso de las aplicaciones o plataformas, las cuales se presentan con una serie de alternativas de gran ayuda para el manejo eficiente de la comunidad web, donde de acuerdo a lo requerido por la empresa cumplirán determinados roles.

En este caso los colaboradores de la empresa como usuarios de las redes sociales, aplicaciones o plataformas virtuales, están en el centro, son quienes generan contenido y destacan por la participación e intercambio de información. Lo que le lleva a este ejercicio de compartir y aportar suelen ser intereses comunes por los que se generan distintas comunidades; y que en este caso gira entorno a la organización de la que forman parte. En el caso de las entidades culturales sus usuarios, también llamados público o comunidad, se forman en primer lugar por los integrantes de la misma, o al

menos creemos que debería ser así. Es decir, todo el personal debería conocer el proyecto o nuevo sistema de comunicación, añadirse como usuarios y en segundo lugar divulgarlo en la medida de lo posible entre sus amigos y ser activos en él. Sólo con este primer paso estamos abriendo el abanico de comunicación interna de la entidad, de forma que cualquier evento, noticia o tema relacionado se conocerá a través de este nuevo medio de forma inmediata, ofreciendo la posibilidad de participar u opinar a todo el equipo. Para hacer crecer la red social se debe anunciar que existe. Una vez hemos anunciado, informado a nuestro equipo y sugerido que lo muevan con sus propios contactos, debemos mantenerlo vivo para que se pueda tener interacción permanente.

La comunicación 2.0 también aporta los siguientes beneficios en los trabajadores (Lameló, 2014), se vuelve experto, donde el trabajador se vuelve experimentado, se convierte en un profesional capacitado para lograr adquirir información relevante, y ayuda a identificar situaciones que permitan mejora en algún proceso de la organización. Es productor de información, donde los trabajadores les gustan compartir sus experiencias, nuevos conocimientos, sobre todo si sabe que va a traer beneficios tanto profesionales como personales. Esto incluye su participación activa en los eventos que susciten en la empresa. Siempre está conectado, es estar siempre comunicado permite que cada vez se encuentre más informado, en constante relación y acercamiento con sus compañeros, líderes y jefes, a través de un sistema sofisticado. Es honesto, es el principal beneficio, aunque parezca difícil de evidenciar, la comunicación 2.0 permite que los trabajadores desarrollen la honestidad, pues a través de difundir un mensaje este se detectará de manera inmediata, logrando una información abierta, lo cual no permitirá algún tipo de información falsa o equivocada. Busca contenido relevante, al ser honesto, también optará por buscar contenido interesante, que aporte en sus objetivos y logre compartir con sus demás compañeros. La cooperación también se prueba cuando entre los trabajadores colaboran para participar en sus redes de actividades, es importante reconocer que la búsqueda e intercambio de conocimientos no siempre aporta con los canales de comunicación que todos conocemos pues han sido sustituidos por los medios de comunicación digitales entre uno de ellos tenemos a las videoconferencias, que a menudo se sabe que no existe un canal totalmente adecuado a nivel global, este dependerá de la utilización que se le dé y para qué necesariamente está siendo utilizado dentro de la organización (Lindstam, 2016).

El concepto de clima laboral está orientado al ambiente organizacional, como un conjunto de aspectos abstractos y concretos que se desarrolla habitualmente en una organización, determinando el comportamiento, estado de ánimo, y desempeño laboral de sus miembros. Puede percibirse por los mismos integrantes de la organización, describiéndolo mediante la observación, puntos de vista y otras medidas objetivas (Bordas, 2016).

El clima laboral, corresponde al ambiente de trabajo que es percibido por los integrantes de una organización. El clima laboral tiende a influir en la satisfacción, motivación, productividad y los resultados de los empleados (Ruiz et al, 2012)

En base a la definición propuesta por el autor, se puede generar una propia definición sobre el clima, en donde se puede definir como el ambiente de trabajo percibido por los colaboradores de una organización, en donde dicho ambiente tiene la capacidad de poder influir en el comportamiento y desempeño de sus miembros. Esta situación está en gran medida relacionada con el compromiso que tienen los colaboradores con su institución y el que les permite a tener mayor productividad en sus desempeños de sus obligaciones con e le fin de poder cumplir con sus objetivos establecidos.

En ese sentido, el clima laboral se constituye como un factor crucial que influye en el desenvolvimiento efectuado por los colaboradores en la ejecución de determinadas labores, permitiendo dinamizar la productividad de las operaciones involucradas, con el propósito de orientarse a decisiones factibles que conlleven a cristalizar diferentes metas fijadas, por ende, involucra una gama de elementos como valores colectivos, sentimiento de pertenencia a la organización, trato interpersonal, disponibilidad de recursos, coherencia, estabilidad, realización de tareas en conjunto, practicidad de valores colectivos, cooperación entre pares como superiores, etc., los cuales, direccionan a genera una atmósfera favorable que estimule a su compromiso con las funciones asignadas (Toro y Sanín, 2013).

Cabe mencionar que, las condiciones organizacionales como el comportamiento que demuestren los líderes, conforman factores que repercuten en el rendimiento de los colaboradores, es decir, las acciones adoptadas por un sujeto en diferentes circunstancias se determina por las percepciones concebidas respecto a las situaciones presentadas en la organización, estándares fijados, herramientas

tecnológicas complejas, posición jerárquica de los miembros, remuneración percibida, actitudes manifestadas por el personal, grado de bienestar del empleado como apreciaciones concebidas por los subordinados, directivos y compañeros acerca de la dinámica organizacional (Brunet, 2011).

Es importante destacar la importancia del clima laboral, pues influye en el rendimiento de las personas que trabajan en una organización, es ahí donde reside la significancia de su estudio como predictor de la satisfacción laboral, desempeño, productividad y eficiencia empresarial. En este sentido (Bordas, 2016) detalla las siguientes dimensiones:

Autonomía, donde es la capacidad de los trabajadores para asumir su propio control para tomar decisiones, en muchos casos se les caracteriza a los trabajadores autónomos. La autonomía es el método de trabajo que implica el grado de libertad que poseen los trabajadores, y que prefieren utilizar en sus labores cotidianas. También implica el criterio que utilizan para evaluar su desempeño laboral dentro de la organización, esta puede ser: mediante el plazo que utilizan, o la exactitud de sus trabajos realizados (Bharthapudi, 2016) citado por (Bordas, 2016).

Proactividad, son las personas con iniciativas para realizar una labor, sin esperar recibir alguna orden de alguien superior, estos mismos poseen el control en sus horarios, cronogramas, secuencias en los que se pueda realizar sus actividades.

Cooperación y apoyo, es el grado en el que los autores, perciben un ambiente laboral de mutua colaboración, compañerismo y ayuda en el desarrollo en la organización. Los ejecutivos preguntan a sus equipos de trabajo cuáles serán las mejores ideas para generar una mejor productividad y ellos podrán discutirla y compartirla de manera eficiente de modo que aporten a una mejora en su planificación. Las empresas exitosas construyen una relación de alto grado de desempeño entre ejecutivos, empleados y proveedores permitiendo que se genere un trabajo en confianza que pueda contribuir de manera rápida al brindarse apoyo continuo y mutuo (Chauvin, 2016) citado por (Bordas, 2016).

Trabajo en equipo, es la capacidad de colaboración que tienen los colaboradores entre sí, para el cumplimiento de los objetivos establecidos (Ruiz, Gago, García y López, 2013), también se infiere de Bordas (2016) quien indicó que los

trabajadores potencien sus capacidades como las crean convenientes y a la vez puedan compartirlas.

Independencia, es cuando el trabajador se convierte más inteligente, pues analiza los problemas desde una visión interna y global, interviniendo en la toma de decisiones.

Logro, es el grado en que los miembros miden qué tan valorado es el esfuerzo o trabajo que realizan dentro de la organización. En temas generales, la organización se encarga de motivar al empleado a seguir trabajando de dicho modo o a utilizar una estrategia para que continúe en una retribución que sin duda alguna juega un papel importante, por el cual tendrá un impacto positivo, generando así competencias que aportarán y beneficiarán a la empresa (Aguado, 2010 citado por Bordas, 2016).

Motivación, es el grado en dónde los miembros sienten que la organización pone atención, motivando el buen desempeño y la producción, (Bordas, 2016).

Recompensa, según lo indicado por Bordas (2016) se infiere que es un factor motivacional del puesto, ya que toda acción realizada por el colaborador debe ser adecuadamente retribuida, ello con la finalidad que el trabajador pueda realizar sus funciones adecuadamente y sin ningún inconveniente, que también es mencionado por Ruiz, Gago, García y López (2013).

Reconocimiento, desde el punto de vista empresarial muchas veces al hablar de reconocimiento abarca un término en relación al Costo-beneficio, el cual es tratado mediante una forma de recompensa (Bordas 2016).

Organización y estructura, es el grado que mide si el trabajo tiene un sistema organizado, eficiente, en cuanto a los procesos, sin exceso de burocracia o restricción (Bordas, 2016).

Planificación, de acuerdo por lo mencionado por Bordas (2016) se infiere que son las expectativas del colaborador en relación al entorno del trabajo, donde un colaborador debe generar expectativas positivas en relación al crecimiento de la empresa, así como las líneas de carrera que presenta la empresa, esto también fue corroborado por Ruiz, Gago, García y López (2013).

Procesos, se infiere de lo dicho por Bordas (2016) que estos procesos están determinados en la estructura de puestos de trabajo, así como las funciones y

responsabilidades que cada una conforma, éstas deben estar claramente reflejadas en su manual de funciones, también mencionado por Ruiz, Gago, García y López (2013).

Innovación, es el grado de receptividad en el que los trabajadores desarrollan sus habilidades creativas al implantar nuevas ideas, métodos, procesos en busca de soluciones frente a cada problema (Bordas, 2016).

Creatividad, según lo mencionado por Bordas (2016) se infiere que son las funciones del puesto de trabajo y cómo éstos generan aportes a la empresas o área de trabajo en donde se encuentra desempeñando dichas funciones también fue recalado por Ruiz, Gago, García y López (2013).

Transparencia, los miembros de una organización perciben que las labores encomendadas son claras, equitativas y no arbitrarias para los trabajadores de la empresa. También notan una valoración por el trabajo desempeñado y oportunidades (Bordas, 2016).

Equidad, según lo dicho por Bordas (2016), se infiere que las funciones del trabajador deben encontrarse entre parámetros alcanzables e iguales para todos, con el fin de no generar metas inalcanzables para el colaborador, esto también fue mencionado por Ruiz, Gago, García y López (2013).

Liderazgo, es la forma en como los miembros de una organización ven a la dirección y sus líderes, su empatía con todos dentro de la organización (Bordas, M., 2016).

Percepción, se infiere por lo dicho por Bordas (2016) que es como los colaboradores tienen una perspectiva en relación a lo realizado por la empresa y sus jefes; también Ruiz, Gago, García y López (2013), sostienen que todo el personal sin importar su nivel jerárquico dentro de la empresa, deben demostrar responsabilidad plena, y alto compromiso con la organización.

Según los autores Ruiz, Gago, García y López (2013), para poder medir el clima laboral, es necesario analizar las siguientes dimensiones que conforman la variable:

La primera dimensión lo conforma el puesto de trabajo, el cual es definido por el lugar o área que ocupa una persona dentro de una organización. Una organización está compuesta por múltiples áreas que mantienen una relación muy estrecha entre sí, en donde

los colaboradores muestran una colaboración entre sus miembros para el normal desempeño de la empresa para el cumplimiento de sus lineamientos estratégicos.

Los cuales tiene como indicadores de la dimensión puesto de trabajo, la relación con los compañeros, donde en esta relación se ponen en práctica la combinación los conocimientos, capacidades, habilidades e información. Para tal fin es necesario la conformación de equipos de trabajo que contribuirán al cumplimiento.

La relación con los superiores, es la capacidad de colaboración que existe entre los colaboradores de una organización y sus superiores, con el fin de mantener una buena relación para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

La riqueza del puesto, se refiere a los beneficios que obtiene un colaborador tras el desempeño que muestra por el cumplimiento de sus obligaciones para alcanzar las metas establecidas; estos muestran los reconocimientos que hacen la organización. Además de ello, este punto refiere al atractivo del puesto del trabajo para el colaborador.

La implicación de los empleados en el trabajo, cómo los colaboradores generan aportes a la empresa o área de trabajo en donde se encuentra desempeñando dichas funciones.

La formulación de funciones, el cual hace referencia a las actividades de la empresa, especialmente a la planificación de los puestos de trabajo, donde se determinan las funciones a realizar del trabajador, mismas que deben encontrarse en relación con las capacidades del colaborador.

Respecto a la segunda dimensión, el entorno del trabajo, el cual se refiere tanto a las condiciones físicas del área, así como la estructura empresarial con el que cuenta dicha empresa, asimismo factores que pueden llegar a involucrarse en dicho entorno, como es el caso de la comunicación dentro de las áreas laborales, y expectativas que los colaboradores poseen en relación a las actividades de la empresa, así como las oportunidades de poder seguir creciendo laboralmente. Asimismo, dicha dimensión también toma en cuenta la identificación que posee el colaborador con la empresa, además de la ética corporativa conformada por los valores institucionales o del área.

Siendo los indicadores de la dimensión, entorno del trabajo, el entorno físico, el cual hace referencia a las condiciones físicas del ambiente de trabajo, siendo

infraestructura, materiales y equipos con el que cuenta la empresa, de tal manera que pueda brindarle comodidad a trabajador, para el buen desempeño de sus funciones.

La organización interna de la empresa, este punto es importante, ya que es la columna vertebral de la empresa, donde se encuentra la metodología de trabajo, mismo que debe estar en concordancia con el organigrama de la empresa.

La comunicación e información, factor clave para un buen clima laboral, destacando información clara y precisa entre las áreas de trabajo, así como un adecuado flujo de información entre dichas áreas, cabe destacar, que para un buen clima laboral es necesario la comunicación no sólo como una herramienta para el manejo de información dentro de la empresa, sino que también como un factor clave para la creación de relaciones interpersonales que ayuden al buen funcionamiento entre las parejas de trabajo, permitiendo así un clima adecuado para su normal funcionamiento.

Expectativas de futuro, esto permite que el colaborador genere esfuerzos en el área de trabajo, con el fin de poder tener la oportunidad de ascender en dicha área.

La identificación con la empresa, el cual es el sentimiento de pertenencia que posee un colaborador con la empresa en la cual se encuentra realizando sus actividades, este sentir no sólo refiere a la identificación del colaborador con la empresa, si no que se encuentra determinado por el sentimiento de importancia del trabajador para con la empresa, es decir que tan importante la empresa hace sentir al trabajador dentro de ella.

La ética corporativa, el cual hace referencia a los valores éticos con los que debe contar un área o la empresa en general, empezando por el respeto hacia los demás, pauta importante para la convivencia laboral, así como generar lazos estrechos entre colaboradores de los diferentes niveles de la organización.

Respecto a la tercera dimensión, la cultura empresarial, las cuales tienen como indicadores, la carga de trabajo, donde se encuentra determinado por las acciones que debe llegar a realizar un colaborador, éstas deben ser organizadas y planificadas a manera de metas, ya si no se pueden realizar, muchas veces termina en frustración retiro de dicho colaborador involucrando una alta rotación de personal.

La orientación al cliente, el cual es necesario que toda actividad del colaborador se encuentre dirigida hacia el cliente, determinándolo como el factor clave la para la

existencia de la empresa y por ende del puesto de trabajo, cabe señalar que toda empresa debe, tener este aspecto cultural.

La orientación a la innovación, donde toda empresa debe orientar esfuerzos por facilitar las operaciones apuntando a mejoras con respecto a la innovación tecnológica, asimismo, toda empresa debe innovar en todo sentido, primordialmente adoptando este punto como parte de la cultura organizacional, de manera que todo colaborador debe ser capacitado y debe estar predispuesto a poder adaptarse a cualquier cambio tecnológico en la empresa.

La gestión del conocimiento, donde las empresas deben gestionar adecuadamente los conocimientos apuntando, siempre a la mejora continua del mismo, de manera que cada puesto de trabajo debe tener personal con el conocimiento suficiente para poder afrontarlo, asimismo los altos mandos deben demostrar el suficiente conocimiento para poder ejercer un adecuado manejo del personal.

Al abordar el tema de clima laboral surgen distintos escenarios que pudieran incidir, estos factores pudieran calar a favor o en contra del clima laboral:

Cultura empresarial, el cual es uno de los elementos que impacta en el desempeño organizacional ya que dependerá del grado de cultura empresarial con el que cuente el trabajador para que este influya de manera positiva o negativa en su entorno laboral, es por esa razón que su estudio ha sido de gran significancia para las empresas, en temas ligados a la productividad, desempeño laboral, y clima organizacional. Por lo tanto, se define a la cultura empresarial como el conjunto de valores, creencias y modelos de conducta que posee un trabajador (Pérez, y Martínez, 2009).

Satisfacción laboral, para los trabajadores de una organización el clima laboral y la satisfacción que sientan en sí mismos, está dirigida a un sentido de satisfacción personal.

Los cuales están orientados a un grupo de características organizacionales, que pueden ser los siguientes indicadores: calidad del desempeño, bajas, rotación, rendimiento, etc. En muchas teorías relacionan la satisfacción laboral con los sentimientos que tienen los trabajadores, su estado emocional o algunas respuestas afectivas. Ante estas dimensiones, se definiría a la satisfacción laboral como un resultado placentero y positivo, del trabajo realizado (Chiang; Martín y Núñez, 2010).

La satisfacción laboral, tiene un gran impacto en el desarrollo de las actividades que desempeñan los trabajadores entre ellos tenemos a diversos factores que influyen en ella tales como son: los salarios, horas de trabajo, la autonomía que se les otorga para que realicen sus actividades como crean que dan mayor efectividad y la comunicación que existe entre ellos mismos. Puesto que está comprobado que las empresas han ganado productividad mejorando la relación que existe entre el ambiente de trabajo y la satisfacción laboral lo que ha permitido dar un gran paso en el momento de crear una estrategia ligada a la productividad de los trabajadores (Raziq, y Maulabakhsh, 2014).

<i>Ambiente de trabajo</i>	<i>Satisfacción laboral</i>
Relación horas de trabajo.	Empleado leal
Seguridad en el trabajo y seguridad con los compañeros de trabajo	Sentido de pertenencia
Necesidades de estima	Nivel de eficiencia
Alta dirección	Compromiso
	Productividad
	Eficacia

Figura 2. *Modelo conceptual del medio ambiente de trabajo y la satisfacción laboral*
Fuente: (Raziq, & Maulabakhsh, 2014).

En esta figura podemos apreciar como el ambiente de trabajo guarda relación directa en la satisfacción laboral, las horas de trabajo, la seguridad, estimación, liderazgo son claves importantes para fidelizar, generar compromiso y mejorar la productividad de un colaborador haciendo su trabajo de una forma eficiente

Compromiso en el trabajo, siendo la obligación moral, que caracteriza la relación que existe entre una persona y la organización, la cual abarca tres componentes; un compromiso emocional y afectivo hacia la empresa, continuación en la empresa, o un compromiso normativo que el trabajador siente que debe corresponder por el buen trato recibido, según Bordas (2016), tenemos los siguientes factores, la satisfacción con la tarea, la pertenencia a un grupo altamente comprometido, la eficiencia y adaptabilidad de la organización y la conducta de los líderes.

En cuanto a la vinculación que existe entre el clima organizacional y la satisfacción laboral, incurre desde el punto de vista que la persona percibe y desarrolla el conjunto de características que estimulan un buen desempeño en su entorno organizacional. Para ello se

realiza de manera una implementación más completa, aplicando técnicas y estrategias de desarrollo como lo es una comunicación 2.0 (Bordas, 2016).

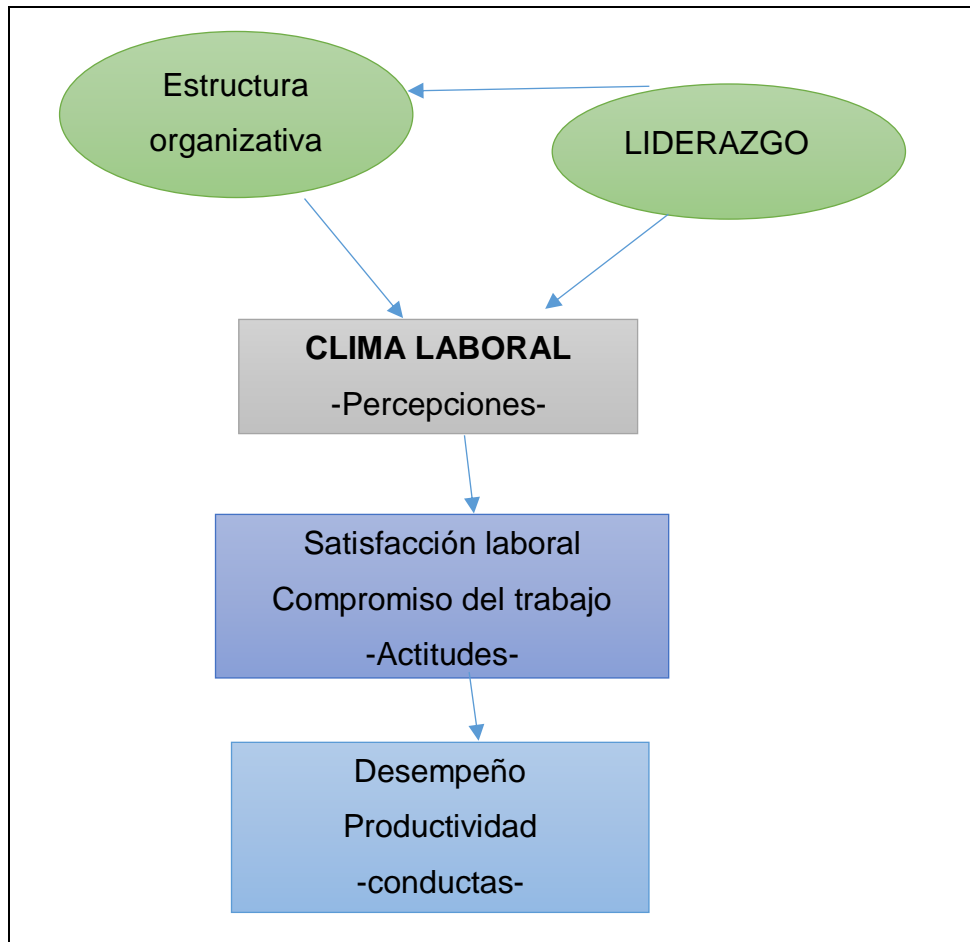


Figura 3. Flujo de relaciones e influencias del clima laboral

Fuente: Bordas (2016).

En esta figura apreciamos que la estructura organizacional y el liderazgo son elementos indispensables y ambos dependen para generar un buen clima laboral y lograr la satisfacción laboral la cual se refleja en el compromiso, desempeño y, productividad de un colaborador.

El clima laboral que exista en una organización es de suma importancia pues gracias a él se puede medir el desempeño y eficiencia que tendrán los trabajadores en sus actividades cotidianas. Este aspecto relevante son las que caracterizan a la empresa en un sector determinado, por ello incluye elementos fundamentales como lo son; la identificación, niveles de confianza, nivel de rendimiento y hasta una fidelización con la empresa. Está comprobado que un empleado puede tener todas las capacidades y habilidades para desempeñar una labora, sin embargo, esta se ve opacada al encontrar un ambiente desagradable y un entorno tenso. Aunque muchas de las empresas conocen de su importancia, existen otras que fallan en esto, teniendo como principal causa la falta de

buenos canales de comunicación. Su importancia radica desde el cargo más superior, pues desde la raíz direccional depende su influencia en las siguientes escalas (Hernández, 2014).

De acuerdo a las teorías y las investigaciones previas anteriormente mencionadas, en conjunto con el abordaje de la situación problemática se formuló como pregunta, ¿cuál es la influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral en la Empresa Scotiabank Agencia Chiclayo?, de acuerdo con lo mencionado por Hernández, Fernández y Baptista (2014), la justificación se justifica de la siguiente manera, la comunicación 2.0 es aquella estrategia importante que utiliza la empresa para una mejor comunicación interna entre trabajadores dentro de la organización, la cual influye de manera directa en el clima laboral que se desarrolla a través de distintos aspectos, y ésta a su vez en la productividad que generen los trabajadores. En la presente investigación se diagnosticará la situación del clima laboral por la que atraviesa la empresa, determinando la influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral de la empresa Scotiabank Agencia Chiclayo.

A fin de efectuar un análisis cauteloso de la problemática expuesta en la investigación se procedió a formular una encuesta que permita recopilar una gama de información pertinente, la cual, conceda respuestas consistentes a los objetivos planteados, con el propósito de examinar las falencias suscitadas en la entidad. Asimismo, la investigación fue realizada de acuerdo a las pautas presentadas por (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), quienes abordaron el nivel desarrollado, permitiendo así generar un direccionamiento en la investigación, siguiendo adecuadamente las pautas metodológicas pertinentes.

Por medio del estudio se beneficiará a la entidad Scotiabank Agencia Chiclayo, dado que, se pretende analizar los elementos involucrados en la comunicación 2.0, especificando su injerencia en el clima laboral generado en la empresa con el fin de crear soluciones factibles que corroboren en la mejora del contexto laboral, propiciando el incremento de los rendimientos de los empleados, cuyos esfuerzos se encaminen en concretar las misiones asignadas en el periodo estipulado.

Asimismo, la hipótesis de investigación se presenta construida conforme al propósito de la investigación la cual se presenta los siguientes:

H₁: A, mayor nivel de comunicación 2.0, mayor será el nivel del clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo.

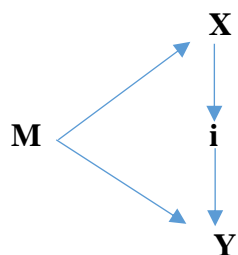
H₀: A, menor nivel de comunicación 2.0 menor será el nivel del clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo.

Por otro lado, tanto para responder a la pregunta de investigación y dar contraste a las hipótesis, se planteó el siguiente objetivo general, determinar la influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral de la Empresa Scotiabank Agencia Chiclayo, en el mes de noviembre año 2018. Donde para poder responder al objetivo general, primero se tiene que, determinar el nivel de la comunicación 2.0 en Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018; determinar el nivel de clima laboral en Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018; y estimar la influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de Investigación

La presente investigación cuenta con un tipo de investigación básica, dado que está orientada a la búsqueda de conocimiento, con la finalidad de enriquecer la investigación así también para reforzar o rebatir las teorías ya establecidas. Así también presenta un diseño no experimental, debido a que el autor no se modificó el comportamiento de sus variables, ya que solo analizó y evaluó su desempeño en la organización donde se realizó el estudio. La investigación tuvo un alcance descriptivo relacional, debido que pretendió definir cómo la variable Comunicación 2.0 influye en el clima laboral en la empresa Scotiabank Agencia Chiclayo, en el año 2018 (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014).



Dónde:

M: Muestra

X: Variable 1: La Comunicación 2.0

Y: Variable 2: El clima laboral

i: Influencia

2.2 Operacionalización de variables

Variable 1: Comunicación 2.0

Definición conceptual: La comunicación interna 2.0 aquella que permite que las organizaciones y marcas gestionen sus actividades dentro del entorno digital para optimizar y generar su reputación corporativa, de forma que se emplean distintas plataformas digitales, teniendo así una relación interactiva y e inmediata entre los que participan dentro de ésta. (Formanchuk, 2010).

Definición operacional: La variable Comunicación 2.0, está conformada por sus Dimensiones: Acceso, Disponibilidad, Simplicidad, Participación, Interacción, Adhesión,

Respeto, Comunicación Bidireccional, Libertad de Expresión, Homogeneidad de la comunicación, Habilidad, Productor de información, y Conexión Digital

Variable 2: Clima laboral

Definición conceptual: Conjunto de aspectos abstractos y concretos que se desarrolla habitualmente en una organización, determinando el comportamiento, estado de ánimo, y desempeño laboral de sus miembros. Puede percibirse por los mismos integrantes de la organización, describiéndolo mediante la observación, puntos de vista y otras medidas objetivas (Bordas, 2016).

Definición operacional: La variable Clima Laboral, está compuesta por tres Dimensiones, los cuales son los siguientes: Proactividad, Trabajo en equipo, Independencia, Motivación, Recompensa, Reconocimiento, Planificación, Procesos, Creatividad, Equidad, y Percepción.

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variab les	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicador	Categorí a	Escala	Tipo Variable	Ítems	Técnica / Instrumento
COMUNICACIÓN INERNA 2.0	La comunicación 2.0 es aquella que permite que las organizaciones y marcas gestionen sus actividades dentro del entorno digital para optimizar y generar su reputación corporativa, de forma que se emplean distintas plataformas digitales, teniendo así una relación interactiva y e inmediata entre los que participan dentro de ésta (Formanchuk, 2010)	La variable Comunicación 2.0, está conformada por sus Dimensiones: Requisitos, claves, beneficios. Cuyos indicadores son:	Requisitos	Acceso Disponibilidad Simplicidad Participación Interacción Adhesión Respeto Comunicación Bidireccional Libertad de Expresión Homogeneidad de la comunicación Habilidad Productor de información	Ordinal	Likert	Cuantitativa	1,2,3,4,5,6, 7,8,9,10,11 ,12	Encuesta/ cuestionario
			Beneficios	Conexión Digital				13,14,15	
CLIMA LABORAL	Conjunto de aspectos abstractos y concretos que se desarrolla habitualmente en una organización, determinando el comportamiento, estado de ánimo, y desempeño laboral de sus miembros. Puede percibirse por los mismos integrantes de la organización, describiéndolo mediante la observación, puntos de vista y otras medidas objetivas (Bordas, 2016)	La variable clima laboral, está compuesta por las siguientes dimensiones	Autonomía	Proactividad	Ordinal	Likert	Cuantitativa	1,2	Encuesta/Cuestio nario
			Cooperación y apoyo	Trabajo en equipo Independencia Motivación Recompensa Reconocimiento				3	
			Logro	Planificación Procesos Creatividad Equidad				4,5,6	
			Organización y estructura					7,8	
			Innovación					9	
			Transparencia					10	
			Liderazgo	Percepción				11	

2.3 Población, muestra y muestreo

La población y muestra estuvo conformada por los trabajadores de la empresa Scotiabank, Agencia Chiclayo, quienes, según el registro de la empresa, son un total de personas siendo un número de 35, por ende, como la población es pequeña, la muestra fue la misma cantidad de la población; es por ello que el muestreo empleado es el no probabilístico, debido a que se ha tomado el total de la población (Hernández, et al, 2014).

El muestreo fue No Probabilístico por Conveniencia porque al ser la población finita fue conveniente tomar a todo el universo para tomar datos más reales. Se recalcó que la única forma de tomar la población como muestra en una investigación cuantitativa cuando se tuvo accesibilidad a todos los sujetos y cuando se adaptaron a las características de la investigación. Es decir, no se quiso alcanzar la representatividad con un pequeño grupo cuando se pudo acceder a todos (Hernández, et al, 2014).

Tabla 2. *La población y muestra se detalla a continuación:*

Puesto	Cantidad de trabajadores
Promotores de servicios	5
Jefe de servicios	1
Asistente de servicios	1
Asesores de ventas y servicios	3
Funcionarios de negocio, Banca Personal	3
Funcionarios de negocio, Banca Pyme	7
Funcionarios de negocio, Banca Empresa	3
Funcionarios de negocio, Banca Empresa Corporativa.	2
Practicante pre profesional	1
Funcionarios de negocio, Banca Premium	1
Asistente de operaciones, servicios empresariales	2
Asistente Comercial	1
Gerente de agencia	1
Gerente zonal	1
Oficiales de crédito, Banca Pyme	2
Funcionario de Convenios	1
Total	35

Fuente: *Scotiabank, Agencia Chiclayo*

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para la recolección de datos se empleó como técnica la encuesta, la cual es muy usual en investigaciones cuantitativas, con el fin de obtener la mayor información posible del objeto de estudio (Hernández, et al, 2014). Mediante esta técnica se planteó un instrumento que estuvo diseñado de acuerdo a las variables, sus dimensiones e indicadores de estudio, la cual permitió medirlas, en este caso ambas variables la Comunicación 2.0 y el Clima laboral.

Asimismo, el instrumento que se empleó fue el cuestionario, el cual presentó una estructura definida de acuerdo a la operacionalización de las variables, misma que permitió el correcto análisis de las variables de estudio.

Para una efectiva validación del instrumento, se empleó los conceptos de un destacado experto y así mantener coherencia en las interrogantes, la cual fue obtenida del marco teórico. En relación a la confiabilidad se sustentó en el coeficiente del Alfa de Cronbach, el cual estableció la fiabilidad del instrumento cuyos ítems tuvieron que guardar relación con lo expuesto en las dimensiones.

2.5 Procedimiento

Para la recolección de información se procedió a la presentación de una solicitud dirigida al gerente general de la sede de Scotiabank en Chiclayo, con el fin de que otorgue autorización para llevar a cabo el proceso de recolección de datos a los empleados. Posterior a ello, se les administró los cuestionarios de preguntas, las cuales tuvieron una duración entre 3 a 5 minutos, ya que solo requiere que marquen la respuesta que mejor se acomode a su percepción, luego se procedió a vaciar las respuestas en una hoja de Excel para su posterior tabulación.

2.6 Métodos de análisis de datos

Al finalizar la preparación de las encuestas incluyendo sus cuestionarios, se logró identificar las principales características de la muestra, adquiriendo así información que será tabulada en la herramienta Microsoft Excel, posteriormente se brindó un valor por cada interrogante, para después procesarlo en el programa mencionado, a partir del cual nos permitió analizar la información por medio de tablas de frecuencias y figuras, con lo cual se

pudo diagnosticar la situación real de la comunicación 2.0 y clima laboral en la empresa Scotiabank Agencia Chiclayo.

2.7 Aspectos éticos

Para ejecutar la presente investigación, se tomó información referente a situaciones y acontecimientos veraces. En cuanto a la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, fue totalmente confidencial, las identidades de los encuestados, no fue explícita, y las respuestas ofrecidas se enmarcaron en preguntas referidas a la temática, respetando la propiedad intelectual, pues toda información expuesta se citó de acuerdo con las normas APA, como se observa en las referencias.

III. RESULTADOS

Determinar el nivel de la comunicación 2.0 y el nivel de clima laboral en Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018

Tabla 3. Nivel de Comunicación 2.0 y clima organizacional

Dimensiones	Calificación	Rango	1	2	3	4	5	
Comunicación 2.0	Bajo	16	28					
	Medianamente bajo	29	41	0%	6%	37%	37%	20%
	Ni alto, ni bajo	42	54	(0)	(2)	(13)	(13)	(7)
	Medianamente alto	55	67					
	Alto	68	80					
Clima organizacional	Bajo	11	19					
	Medianamente bajo	20	28	0%	3%	23%	43%	31%
	Ni alto, ni bajo	29	37	(0)	(1)	(8)	(15)	(11)
	Medianamente alto	38	46					
	Alto	47	55					

Fuente: Encuesta aplicada
Elaboración: Propia

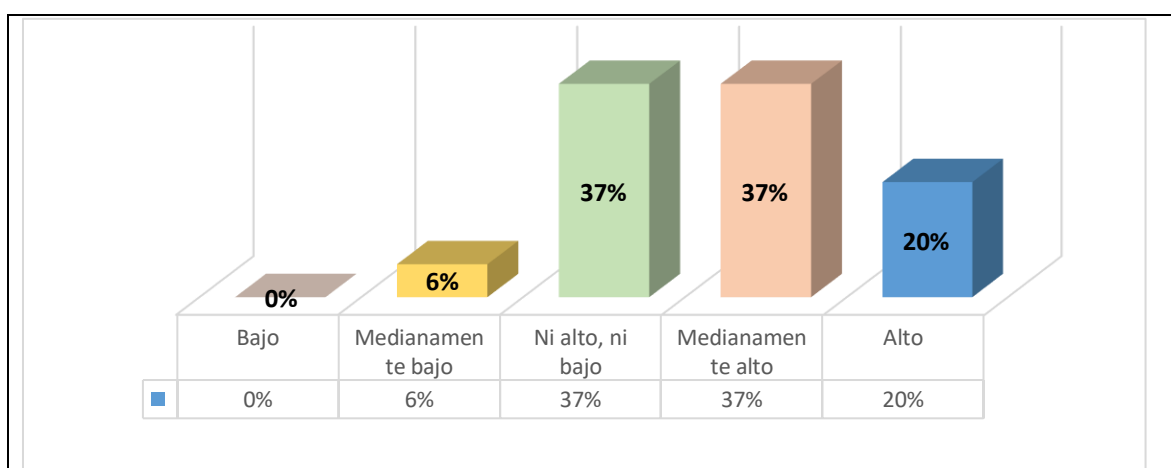
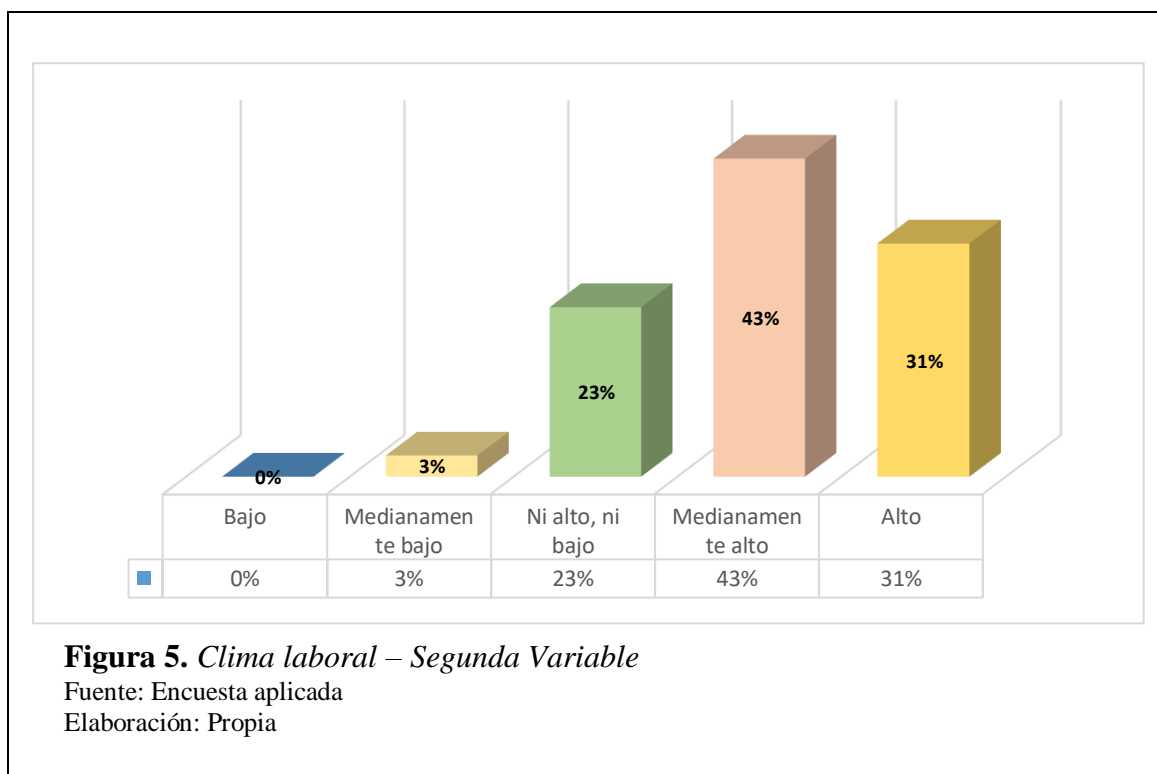


Figura 4. Comunicación 2.0 – Primera variable

Fuente: Encuesta aplicada
Elaboración: Propia

Interpretación

En la Tabla 3 y figura 4 se observado los resultados obtenidos de la variable Comunicación 2.0, tras la aplicación del instrumento a los 35 encuestados, obteniéndose que el 37% la calificó medianamente alto, el 37% ni alto ni bajo, el 20% alto, el 6% medianamente bajo, y el 0% bajo; ello explicado por los resultados obtenidos en cada una de las dimensiones de la variable, detallado líneas atrás.



Interpretación

En la Tabla 3 y figura 5 se observado los resultados obtenidos de la variable Clima laboral, tras la aplicación del instrumento a los 35 encuestados, obteniéndose que el 43% la calificó medianamente alto, el 23% ni alto ni bajo, el 31% alto, el 3% medianamente bajo, y el 0% bajo; ello explicado por los resultados obtenidos en cada una de las dimensiones de la variable, detallado líneas atrás.

Estimar la influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018.

Tabla 4. *Influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral*

		Comunicación 2.0	Clima laboral	
Rho de Spearman	Comunicación 2.0	Coefficiente de correlación	1.000	
		Sig. (bilateral)	.000	
	Clima laboral	N	35	
		Coefficiente de correlación	.777**	
			Sig. (bilateral)	.000
			N	35

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Elaboración: Propia

Así mismo se tienen los siguientes criterios para determinar la correlación de Spearman:

Tabla 5. *Valor y grado de significancia según Rho de Spearman*

Valor	Porcentaje	Significancia
0.76- 1.00	76% al 100%	Fuerte y perfecta
0.51 – 0.75	51% al 75%	Moderada y fuerte
0.26 – 0.50	26% al 50%	Débil
0.00 – 0.25	0 al 25%	Escasa nula

Elaboración: Propia

Interpretación

En la Tabla 4 se aprecia el cálculo de la correlación entre la Variable X (Comunicación 2.0) y la variable Y (Clima laboral) sobre los 35 participantes estudiados, ante lo cual se presenta la contratación de hipótesis siguiente:

$P - \text{valor} \Rightarrow \alpha (0,05)$ Aceptar H_0 = Se Acepta la Hipótesis Nula (No existe relación significativa)

$P - \text{valor} < \alpha (0,05)$ Aceptar H_1 = Se Acepta la Hipótesis alternativa (Existe relación significativa)

Con lo anterior al tener un sig. Bilateral menor a 0.05, se acepta la existencia de una relación significativa entre ambas variables. Posteriormente se procede a analizar las hipótesis planteadas dentro de la investigación:

H_1 : Sí, la comunicación 2.0 influye positivamente, entonces se determina que mejora el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo.

H_0 : A, mayor nivel de comunicación 2.0 mejor será el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo.

En base a lo anterior se procedió al análisis del coeficiente de correlación de Rho de Spearman, por tratarse de un estudio con dos variables ordinales, en el cual se tuvo un valor de 0.777, donde de acuerdo a la Tabla 6, en la que se detalla el valor y grado de significancia del mismo, se tiene que es una relación fuerte y perfecta, pues el valor oscila entre 0.76 a 1.00. De esta forma:

Criterio uno: $P\text{-Valor} < \alpha$; aceptamos H_1 .

Criterio dos: $P\text{-Valor} > \alpha$; rechazamos H_1 .

En consecuencia, se acepta la hipótesis de investigación “Sí, la comunicación 2.0 influye positivamente, entonces se determina que mejora el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo”.

IV. DISCUSIÓN

En este capítulo se desarrolla la discusión de la información recopilada en el instrumento de recolección de datos aplicado al personal que labora en la empresa Scotiabank, mismos que permitieron conocer cómo influye la Comunicación 2.0 en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre del año 2018. A continuación, se desarrolla este punto considerando los objetivos planteados en esta investigación.

Con respecto al primer objetivo específico: Determinar el nivel de la comunicación 2.0 en Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018, se determinó que casi la totalidad indica que el nivel del tipo de comunicación en mención en la empresa es bueno, lo anterior es resultado que la empresa sí cumple con los requisitos necesarios para que la Comunicación 2.0 se desarrolle de manera pertinente, esto aunado al buen uso de la tecnología por parte de los colaboradores. Este resultado se asemeja a los investigado por Buenaño (2014) en su investigación titulada “La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de la empresa Jean Up” de la Universidad Técnica de Ambato en la que concluyó que un mal uso de las fuentes de comunicación interna conlleva a una mala comunicación generando un mal clima laboral y esto corrobora lo mencionado por Formanchuck(2010) quien indica que la comunicación 2.0 debe implicar que la información que en un inicio era confidencial ahora cambie su sentido para que sea abierta y así el personal tenga acceso a ella .

Con respecto al segundo objetivo específico: determinar el nivel de clima laboral en Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018, se logró obtener que el clima laboral es bueno, permitiendo que haya un clima laboral adecuado que permite la realización de las actividades laborales de manera amena y adecuada, en un ambiente de armonía y sin conflictos. Este resultado coincide con los resultados obtenidos por Armas (2014), quien demostró que un adecuado clima laboral logra intercambiar información de normas, trabajos que en buenos fines ayudará a mejorar el desempeño de cada uno de los trabajadores, enfocándose no solo en la comunicación interna, sino también en aspectos de organización y espacio. Estos resultados están sustentados por los aportes de Bordas (2016) quien mencionó que el clima laboral es un conjunto de aspectos abstractos y concretos que se desarrolla habitualmente en una organización, determinando el comportamiento, estado de ánimo, y desempeño laboral de sus miembros, mientras que para Ruiz et al (2012)

corresponde al ambiente de trabajo que es percibido por los integrantes de una organización y que tiende a influir en la satisfacción, motivación, productividad y los resultados de los colaboradores.

En cuanto al tercer objetivo Estimar la influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018, los resultados estadísticos mostrados en la tabla 5 del estudio se obtuvo que el nivel de influencia entre la comunicación 2.0 influye positivamente en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018; expresado tras el coeficiente de correlación Spearman, arrojó un valor igual a 0.777, lo cual significaría que la Comunicación 2.0 viene explicando el comportamiento del Clima laboral en un 77.7%. Estos resultados son comparables con lo presentado por Trujillo (2017) que logró demostrar que la comunicación interna y el clima organizacional tienen una relación significativa de modo que la comunicación interna influye desarrollando sus actitudes de liderazgo, confianza, solidaridad, fortaleciendo el trabajo en equipo y colaboración entre ellos, lo cual se corrobora lo explicado por Miño (2014) está asociada hoy en día a romper los esquemas tradicionales de comunicación interna, en donde la actitud, participación, interacción, comunicación horizontal, multidireccional y acceso a la información hace posible rompe el paradigma de asociarlo únicamente a la tecnología, generando un mayor compromiso y competencia haciendo más fuerte el dialogo y fortaleciendo la identidad y fidelización con la organización.

V. CONCLUSIONES

Se determinó el nivel de la comunicación 2.0 en el clima laboral Scotiabank en base a los resultados obtenidos de un total de 15 preguntas correspondientes a dos dimensiones que conformaron la variable, tales como Requisitos con un total de 10 indicadores como lo fueron: Acceso, Disponibilidad, Simplicidad, Participación, Interacción, Adhesión, Respeto, Comunicación Bidireccional, la libertad de Expresión y Homogeneidad de la comunicación; y Beneficios con 3 indicadores, siendo: Habilidad, Productor de información, y Conexión digital; obteniéndose así que el nivel de comunicación 2.0 en el clima laboral percibido es en un 37% como medianamente alto, en un 29% ni alto ni bajo; en 9% como alto, el 6% como medianamente bajo y el 0% como bajo.

Se determinó el nivel de clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018 en base a los resultados obtenidos de un total de 11 preguntas correspondientes a siete dimensiones que conformaron la variable, tales como Autonomía con un indicador Proactividad; Cooperación y apoyo con dos indicadores como Trabajo en equipo e Independencia; Logro con tres indicadores como Motivación, Recompensa, y Reconocimiento; Organización y estructura con dos indicadores como Planificación y procesos; Transparencia con un indicador como lo fue Equidad; y Liderazgo con 1 indicador Percepción; obteniéndose así que el nivel de clima laboral percibido es en un 43% como medianamente alto, en un 23% ni alto ni bajo; en 31% como alto, el 3% como medianamente bajo y el 0% como bajo.

Se estimó la influencia de la comunicación 2.0 en el Clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo en el mes de noviembre, año 2018 donde valor sig. (Bilateral) obtenido que resultó fue 0.000 y se compara con el parámetro de Excel ($1\% = 0,01$). Al obtener en esa comparación mayor a 0,5 equivalente al 50%, y de signo positivo, se tiene que existe una asociación significativa. En cuanto al nivel de influencia se emplea el coeficiente de correlación de Rho de Spearman, teniendo entonces un valor igual a 0.777 que en % representa el 77.7%, siendo ello la existencia de un valor y grado de significancia fuerte y perfecta, de acuerdo a los criterios de la prueba estadística, ante lo cual se acepta la hipótesis de investigación “A, mayor nivel de comunicación 2.0, mayor será el nivel del clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo”.

VI. RECOMENDACIONES

Respecto a las recomendaciones del presente trabajo de investigación realizamos respecto la siguiente temática

Respecto al diseño de la investigación se podría realizar un estudio de diseño comparativo, en las cuales se podría determinar la relación de comunicación 2.0 frente al clima laboral entre las Agencias Scotiabank de la Zona Chiclayo.

Respecto al planteamiento de nuevos problemas, se puede tomar como objeto de estudio la influencia de la comunicación 2.0 no solo nivel financiero, también a diferentes empresas corporativas, que hoy se encuentran con mayor presencia en las redes.

Respecto a nuevas hipótesis se recomienda plantear hipótesis que se puedan sustentar, se podría plantear también si los colaboradores no están correctamente capacitados y no conocen adecuadamente el uso de las herramientas y plataformas virtuales no se sienten informados, conectados, por lo que podría afectar su desempeño y afectar el clima laboral.

Respecto a nuevos temas de investigación se sugiere a los futuros investigadores seguir profundizando y ahondado en la evolución de la comunicación 2.0 la cual sigue en mejora continúa evolucionando a una 3.0 y 4.0 ya que actualmente no hay diversas investigaciones sobre este tema.

VII. REFERENCIAS

- Abdussamad, Z. (2015). La influencia del clima de comunicación en el desempeño de los empleados en el gobierno Agencias en Gorontalo. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 19 - 27. Obtenido de <http://www.apjmr.com/wp-content/uploads/2015/12/APJMR-2015-3.5.1.03.pdf>
- Aced, C. (2013). *Relaciones públicas 2.0: cómo gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*. Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3214776&ppg=1>
- Aguado, D. (2013). *Motivación y reconocimiento*. Madrid: IIC. Obtenido de <http://www.iic.uam.es/rr-hh/motivacion-y-reconocimiento/>
- Alvaréz, B. (2015). *El impacto de los nuevos canales 2.0 en la comunicación interna*. Sevilla. Obtenido de <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/26177/tfgpubelimpactodelos.pdf?sequence=1>
- Armas, J. (2014). *Comunicación interna y clima laboral*. Quetzaltenango. Obtenido de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Armas-Jose.pdf>
- Baranda, M. (2018). *Conceptos clave de Gestión del conocimiento*. España. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/conceptos-clave-de-gestion-del-conocimiento/>
- BBVA, Banco Continental. (2018). *Comunicación Corporativa*. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/comunicacion-marketing-y-publicidad/comunicacion/comunicacion-corporativa/>
- Bharthapudi, K. (2016). *Los efectos de la autonomía en la satisfacción laboral*. Buenos Aires: Leaf group LTD. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13108253/los-efectos-de-la-autonomia-en-la-satisfaccion-laboral>
- Bordas, M. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Madrid: UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=7ICxCwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Brunet, L. (2011). *El Clima de Trabajo en las Organizaciones*. México: Trillas.

- Buenaño, D. (2014). *La comunicación interna y su incidencia en el desempeño laboral de la empresa Jean Up*. Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8061/1/187%20o.e..pdf>
- Bustinduy, I. (2010). *Comunicación interna en las organizaciones 2.0*. Barcelona: UOC. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3203233&ppg=1>
- Cabrera, M. (2013). *Gestión Cultural 2.0. Universidad Politécnica de Valencia*, 1-10. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/30793/Gesti%C3%B3n%20cultural%202.0.pdf?sequence=3>
- Caldas, A. (2016). *Clima organizacional y satisfacción laboral de los trabajadores de la gerencia regional de salud Lambayeque 2015*. Lambayeque. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/971/BC-TES-5748.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carrillo, S., Franco, U., Sifuentes, V., & Vilanova, N. (02 de Junio de 2014). *Comunicación interna: ¿Qué están haciendo ahora las empresas?* Obtenido de Info Capital Humano: <http://www.infocapitalhumano.pe/recursos-humanos/informes/comunicacion-interna-que-estan-haciendo-ahora-las-empresas/>
- Castillo, E. y De la Cruz, J. (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*. Trujillo. Obtenido de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/1727/TESIS%20CASTILLO%20CHAVEZ-DE%20LA%20CRUZ%20AVALOS%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Chauvin, S. (2016). *Mujeres de empresa*. Obtenido de <http://www.mujeresdeempresa.com/la-cooperacion-una-habilidad-clave-para-el-exito-de-la-empresa/>
- Chávez, S.; De la Cruz, Ch. y Salcedo, J. (2016). *El clima organizacional y el desempeño laboral en el organismo de formalización de la propiedad informal (COFOPRI), oficina Zona Lima - Callao, 2016*. Lima. Obtenido de

- <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/1004/CHAVEZ%20P.%2C%20SILA%3B%20DE%20LA%20CRUZ%20P.%2C%20CHARLOT%20Y%20SALCEDO%20Q.%2C%20JULIO%20C..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Checa, K. y Flores, O. (2015). *El clima organizacional y su relación con el desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad de Lambayeque - 2013*. Lambayeque. Obtenido de repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/384/BC-TES-4422.pdf
- Chiang, M.; Martín, M. y Núñez, A. (2010). *Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com>
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos*. México D.F.: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://issuu.com/fanypacheco/docs/244308029-chiavenato-administracion>
- Contreras, D. y Jiménez, L. (2016). *Liderazgo y clima organizacional en un colegio de Cundinamarca. Lineamientos básicos para su intervención*. Bogotá. Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11983/52982530-2016.pdf?sequence=9>
- Costilla, N. (2013). *Comunicación Interna en Instituciones Financieras. Caso: Banco de La Pampa*. Universidad empresarial. Obtenido de https://repositorio.uesiglo21.edu.ar/bitstream/handle/ues21/11682/TESIS_FINAL_NATALI_COSTILLA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- El Comercio. (15 de Septiembre de 2016). 5 consejos para mejorar la comunicación interna de tu empresa. *El Comercio*, pág. párr. 7. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/personal/5-consejos-mejorar-comunicacion-interna-empresa-259460>
- Fernández, M. (23 de 06 de 2016). *Clima laboral, una prioridad estratégica*. Obtenido de Estrategas del seguro y banca: <http://www.revistaestrategas.com.ar/noticia-1580.html>
- Formanchuk, A. (2010). *Comunicación interna 2.0: un desafío cultural. 1ª ed.* Buenos aires: Ed. Formanchuk & Asociados. Obtenido de <https://issuu.com/martinurcuyo64/docs/e-book-comunicacion-interna-2.0-alejandro-formanch>

- Godoy, A. y Greco, O. (2006). *Diccionario contable y comercial*. Buenos Aires: Valleta editores.
- Gomez, J. (2015). Qué es la comunicación 2.0. *La Cultura del Marketing*. Obtenido de <https://laculturadelmarketing.com/que-es-la-comunicacion-2-0/>
- Hernández, E. (2014). *Importancia del clima laboral en una empresa*. Panamá: La Estrella de Panamá. Obtenido de <http://laestrella.com.pa/economia/importancia-clima-laboral-empresa/23773652>
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF, México: McGrawHill.
- Huamán, A. (09 de Junio de 2017). *Innovación y comunicación corporativa interna*. Obtenido de Blogs de UPN: <http://blogs.upn.edu.pe/comunicaciones/2017/06/09/innovacion-y-comunicacion-corporativa-interna/>
- Interbank. (2018). *El mejor banco para trabajar en Perú*. Obtenido de Interbank: <https://interbank.pe/blog/mi-vida-profesional/el-mejor-banco-para-trabajar-en-peru>
- Lameló, C. (2014). *Follow Friday: método estratégico de comunicación 2.0 y márketing digital*. Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=3223917&ppg=1>
- Lázaro, J. y Taboada, M. (2017). *Estrategias de comunicación interna para mejorar el clima organizacional en la "Corporación Mechan Service S.A.C." de la ciudad de Chiclayo*. Lambayeque. Obtenido de <http://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/UNPRG/1400/BC-TES-TMP-234.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lindstam, U. (2016). *Internal communication and its effects on the environmental CSR commitments of organisations*. Upssala. Obtenido de https://stud.epsilon.slu.se/9272/1/lindstam_u_160628.pdf
- Marín, M. (2014). *Empresas con mejor comunicación interna*. Obtenido de <https://www.reasonwhy.es/actualidad/anunciantes/mcdonalds-repsol-y-orange-entre-las-empresas-con-mejor-comunicacion-interna>
- Mendoza, M. (2017). *Empresas que no implementan estrategias tecnológicas en gestión de recursos humanos*. Lima. Obtenido de

- <https://elcomercio.pe/economia/negocios/empresas-peruanas-todavia-sacan-provecho-cambio-tecnologico-425410>
- Mi Banco. (2018). *Política de seguridad y salud en el trabajo*. Obtenido de Mi banco: <https://www.mibanco.com.pe/categoria/politica-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo>
- Minzer, V., & Halpern, D. (2018). *Comunicación Estratégica Casos prácticos para un modelo de comunicación integral*. Santiago, Chile: Pontificia Universidad Católica. Obtenido de http://comunicacionestrategicauc.cl/_f/_librofinal.pdf
- Miño, D. (2014). *EVOLUCION DE LA COMUNICACION INTERNA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL AL 1.0 A 2.0*. Ecuador: UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/2659/1/T-UCE-0009-219.pdf>
- MIÑO, D. (s.f.). *EVOLUCION DE LA COMUNICACION INTERA*.
- Miranda, F. y Pastor, P. (2015). *Comunicación organizacional y clima social en los trabajadores de una municipalidad del departamento de Lambayeque - 2015*. Chiclayo. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/827/1/MIRANDA%20CUBAS%2C%20FRANCISCO%20HUMBERTO%20y%20PASTOR%20NANFU%C3%91AY%20C%20PAOLA%20DEL%20MILAGRO.pdf>
- MÜnch, L. (2010). *Administración Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: Pearson Educación de México. Obtenido de https://issuu.com/jassiorojo01/docs/administracion_gestion_organizacion
- Ñaupas, H.; Mejía, E.; Novoa, E y Villagómez, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Colombia: Ediciones de la U.
- Oracle Corporation. (Diciembre de 2008). *Web 2.0 para la Empresa:Estableciendo las Bases del Éxito*. Obtenido de Oracle: <https://www.oracle.com/technetwork/es/documentation/317552-esa.pdf>
- Pérez, D. y Martínez, M. (2009). *Innovación y cultura empresarial*. España: Universidad Autónoma de Aguascalientes. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/detail.action?docID=3214666#>
- Prnoticias. (05 de Noviembre de 2014). *¿Cómo elaborar una estrategia de comunicación interna 2.0?* Obtenido de Prnoticias: <https://prnoticias.com/comunicacionpr/520->

tendencias-de-comunicacion-1/20135656-estrategia-comunicacion-interna-online-
#inline-auto1611

- Raziq, A. y Maulabakhsh, R. (2014). *Impact of working environment on job satisfaction*.
Pakistan: Elsevier. Obtenido de
https://www.researchgate.net/publication/273696088_The_Impact_of_Working_Environment_on_Job_Satisfaction
- Reyes, D. (2016). *Tecnologías de información y la comunicación en las organizaciones*.
México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de
<http://publishing.fca.unam.mx/tic/TIC-Organizaciones.pdf>
- Rubio, T. (2016). *Recursos humanos: dirección y gestión de persona en las organizaciones*.
Bogotá: Ediciones Octaedro, S.L. Obtenido de
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/reader.action?docID=4824323&ppg=58>
- Ruiz, E., Gago, L., Garcia, C., & López, S. (2013). *Recursos humanos y Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid: McGraw-Hill. Obtenido de
https://issuu.com/gesmano/docs/recursos_humanos_y_responsabilidad_
- Sabine, B. (2011). *Marketing communication 2.0 leveraging multimedia brands through social media networks*. Jade. Obtenido de
recil.ulusofona.pt/bitstream/handle/10437/5339/10.pdf?
- Sánchez, F. (2014). *Cómo mejorar el ambiente laboral en tu negocio*. Lima. Obtenido de
<https://peru21.pe/mis-finanzas/mejorar-ambiente-laboral-negocio-187247>
- Sayago, L. (2009). *Investigación en comunicación organizacional*. México: El Cid Editor.
Obtenido de
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/elibroindividuales/detail.action?docID=3181565>
- Silva, P. (2017). *Percepción de la comunicación interna y su influencia en la satisfacción laboral de los docentes de la institución educativa Ignacio Merino de Talara, año 2016*. Trujillo. Obtenido de
http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/2516/1/RE_COMU_PAOLA.SILVA_PERCEPCION.DE.LA.COMUNICACION.INTERNA.Y.SU.INFLUENCIA.EN.LA.SATISFACCION_DATOS.PDF

- Toro, F. y Sanín, A. (2013). *Gestión del clima organizacional*. Medellín: Centro de Investigación en Comportamiento Organizacional. Obtenido de <http://www.cincel.com.co/libros/1/libro.pdf>
- Trujillo, M. (2017). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energético y minas; 2017*. Lima. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Untiveros, D. (2017). *La evolución de la comunicación interna*. Lima. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9777/UNTIVERO_S_ROMERO_LA_EVOLUCION_DE_LA_COMUNICACION_INTERNA_CASO_LIDERMAN.pdf?sequence=1
- Vargas, L. (2015). *Influencia de la satisfacción laboral en el clima organizacional en la I.E. "Sara Antonieta Bullón"- Lambayeque*. Chiclayo. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/92/1/TL_Vargas_PardoLuzMariadelRosario.pdf
- Vialfa, C. (2017). *Comunidades Virtuales*. España: CCM. Obtenido de <https://es.ccm.net/contents/760-comunidades-virtuales>
- Villacís, V. (2014). *Cómo afecta el rumor al clima laboral de una institución pública*. Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10931/10.23.000043.pdf;sequence=4>
- Wilson, F. (2018). *Organizational behaviour and work*. New York: Fifth Edition. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=xz5MDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=leadership+in+organizations+concept+pdf+2018&ots=wae3ahxSb3&sig=G8Db9LYHUucTycRjVAmOGDGoaPk#v=onepage&q&f=false>

ANEXOS

Matriz de Consistencia

Título: Comunicación 2.0 y su influencia en el clima laboral de la empresa Scotiabank agencia Chiclayo.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN	TÉCNICAS	MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS
¿Cuál es la influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral en la Scotiabank Chiclayo en el año 2018?	GENERAL	<p>H1: A, mayor nivel de comunicación 2.0, mayor será el nivel del clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo.</p> <p>H0: A, menor nivel de comunicación 2.0 menor será el nivel del clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo.</p>	<p>VARIABLE (1) Comunicación 2.0</p> <p>VARIABLE (2) Clima laboral</p>	Descriptivo Correlacional	35 Trabajadores de la empresa Scotiabank agencia Chiclayo	Encuesta	Para procesar, analizar e interpretar datos y resultados, se utilizará el programa de Microsoft Excel.
	ESPECIFICOS			DISEÑO	MUESTRA	INSTRUMENTOS	
	<p>1) Determinar el nivel de la comunicación 2.0 en el clima laboral de la empresa Scotiabank Agencia Chiclayo, 2018.</p> <p>2) Determinar el nivel del clima laboral en la empresa Scotiabank agencia Chiclayo nov. 2018.</p> <p>3) Estimar la influencia de la comunicación 2.0 en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo</p>			No experimental	35 Trabajadores de la empresa Scotiabank Agencia Chiclayo	Cuestionario	

Instrumento. Comunicación 2.0

Estimado colaborador se le solicita su disposición para responder las siguientes preguntas.

Marque (x) donde crea represente su elección de acuerdo a la pregunta.

Tomar en cuenta la siguiente escala de acuerdo al valor mostrado.

1. Bajo, 2. Medianamente bajo, 3. Ni alto, ni bajo, 4 .Medianamente alto, 5. Alto

	Escala				
	1	2	3	4	5
Comunicación 2.0					
REQUISITOS					
1. ¿Qué nivel de acceso tiene Ud. de la información que influiría en el nivel del clima laboral?					
2. ¿Qué nivel de disponibilidad de información tiene Ud. que impactaría en el nivel de clima laboral?					
3. ¿Cómo evalúa la facilidad del uso de las herramientas digitales que impactaría en el nivel del clima laboral					
4. ¿Qué nivel de participación tiene Ud. sobre sus opiniones, ideas que impactaría en el nivel del clima laboral?					
5. ¿Qué nivel de interacción tiene Ud. sobre los contenidos en red y qué impactaría en el nivel clima laboral?					
6. ¿En qué nivel considera Ud. que sus opiniones son valoradas y que impactaría en el nivel de clima laboral?					
7. ¿En qué nivel considera Ud. que la Organización responde a sus opiniones y que impactaría en el nivel del clima laboral?					
8. ¿En qué nivel considera Ud. que la Organización ejecuta acciones en base a sus opiniones y que influiría en el nivel del clima laboral?					
9. ¿En qué nivel respeta las opiniones ajenas y que impactaría en el nivel del clima laboral?					
10. ¿En qué medida existe esquemas de comunicación bidireccionales y que impactaría en el nivel de clima laboral?					
11. ¿En qué nivel considera Ud. que existe libertad de expresión y que influiría en el nivel del clima laboral?					
12. ¿En qué nivel de horizontalidad se establece la comunicación con directivos y que impactaría a con el nivel del clima laboral?					
BENEFICIOS					
13. ¿Qué nivel de habilidad siente haber logrado en la organización y que impactaría en el nivel de clima laboral?					
14. ¿Qué cantidad de información siente que comparte en la organización y que impactaría en el nivel del clima laboral?					
15. ¿En qué nivel el estar conectado digitalmente le permite relacionarse con sus compañeros y jefaturas y que impactaría ene l nivel del clima laboral?					

Instrumento. Clima laboral

Estimado colaborador se le solicita su disposición para responder las siguientes preguntas.

Marque (x) donde crea represente su elección de acuerdo a la pregunta.

Bajo	Medianamente bajo	Ni alto ni bajo	Medianamente alto	Alto
1	2	3	4	5

	Clima Laboral	Escalas				
		1	2	3	4	5
Dimensión 1: Autonomía						
1	¿Qué nivel de proactividad tiene Ud. en la Organización y que impactaría en relación al nivel de comunicación?					
2	¿Qué nivel de independencia en el método de trabajo tiene Ud. y que impactaría en relación al nivel de comunicación?					
Dimensión 2 : Cooperación y apoyo						
3	¿En qué nivel se encuentra el trabajo en equipo dentro de la Organización y que impactaría en relación al nivel de comunicación?					
Dimensión 3: Logro						
4	¿En qué nivel de motivación se encuentra Ud. en la organización y que impactaría en relación al nivel de comunicación?					
5	¿Qué nivel de recompensa obtiene Ud. por los objetivos logrados dentro de la Organización y que impactaría en relación al nivel de comunicación?					
6	¿En qué nivel favorece el reconocimiento virtual en la Organización y que impactara en la relación al nivel de comunicación?					
Dimensión 4. Organización y Estructura						
7	¿En qué nivel se encuentra la planificación como base del funcionamiento de la organización y que impactaría en relación al nivel de comunicación?					
8	¿En qué nivel los procesos apoyan a la estructura de la Organización que impactaría en relación al nivel de comunicación?					
Dimensión 5. Innovación						
9	¿Qué nivel de creatividad considera Ud. tener en la Organización y que impactara en la relación al nivel de comunicación?					
Dimensión 5. Transparencia						
10	¿Qué nivel de equidad en los miembros percibe Ud. tiene la Organización y que y que impactara en la relación al nivel de comunicación?					
Dimensión 6 : Liderazgo						
11	¿Qué nivel de percepción tiene Ud. respecto al liderazgo de los directivos en la organización y que impactaría en la relación al nivel de comunicación?					

Estadísticos de fiabilidad
Variable: Comunicación 2.0

Para el cálculo de la comunicación 2.0 de Scotiabank, se consideró un total de 15 ítems y un total de 30 encuestas pilotos.

La confiabilidad se realizó con el Alfa de Cronbach, y se utilizó la siguiente fórmula

$$\alpha = \frac{N}{N - 1} \left(1 - \frac{\sum vi}{Vk} \right)$$

Donde:

N=Número de ítems

Vi= Varianza de Ítem i

Vk=Varianza de los puntajes brutos de los sujetos.

Entonces a continuación se muestra la varianza de los Ítems

$$\alpha = \frac{15}{15 - 1} \left(1 - \frac{16.14597701}{48.52} \right)$$
$$\alpha = 0.715$$

El resultado indica que el instrumento tiene una fuerte confiabilidad (mayor a 0.7) con un valor de 0,7515. Además, mediante el programa Excel se obtuvo la siguiente prueba piloto:

Prueba piloto

Variable: Comunicación 2.0

N°	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	suma
1	3	3	2	1	4	2	1	3	2	4	2	1	4	2	3	37
2	3	1	1	2	1	3	3	1	3	1	3	1	1	3	2	29
3	3	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	1	3	1	3	29
4	3	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	3	25
5	2	2	3	2	3	1	1	3	1	3	1	3	3	1	3	32
6	3	3	4	1	4	2	1	4	2	4	2	1	4	2	3	40
7	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	21
8	3	3	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	23
9	1	2	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	3	2	1	34
10	3	2	1	4	1	3	1	1	3	1	3	1	1	3	3	31
11	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	3	23
12	3	3	4	1	4	2	1	4	2	4	2	1	4	2	3	40
13	1	2	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	3	2	1	34
14	3	3	4	1	4	2	1	4	2	4	2	1	4	2	3	40
15	3	3	4	1	4	2	1	4	2	4	2	1	4	2	3	40
16	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
17	1	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	4	39
18	3	1	1	1	1	4	3	1	4	1	4	1	1	4	3	33
19	2	2	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	40
20	2	2	2	1	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	34
21	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	20
22	3	3	4	1	4	2	4	4	2	4	2	1	4	2	3	43
23	3	1	1	1	1	4	3	1	4	1	4	1	1	4	3	33
24	2	2	3	2	3	1	1	3	1	3	1	3	3	1	3	32
25	3	3	4	1	4	2	1	4	2	4	2	1	4	2	4	41
26	3	3	4	1	4	2	1	4	2	4	2	1	4	2	3	40
27	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	20
28	3	1	1	1	1	4	3	1	4	1	4	1	1	4	3	33
29	3	4	1	1	1	4	1	1	4	1	4	1	1	4	3	34
30	1	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	40
var	0.6	0.79	1.49	0.87	1.57	0.99	0.99	1.5	0.99	1.57	0.99	0.74	1.57	0.99	0.49	48.52

Variable: Clima laboral

Para el cálculo del clima organizacional de Scotiabank, se consideró un total de 11 ítems y un total de 30 encuestas pilotos.

La confiabilidad se realizó con el Alfa de Cronbach, y se utilizó la siguiente fórmula

$$\alpha = \frac{N}{N - 1} \left(1 - \frac{\sum vi}{Vk} \right)$$

Donde:

N=Número de ítems

Vi= Varianza de Ítem i

Vk=Varianza de los puntajes brutos de los sujetos.

Entonces a continuación se muestra la varianza de los Ítems

$$\alpha = \frac{11}{11 - 1} \left(1 - \frac{15.18850575}{45.86} \right)$$
$$\alpha = 0.736$$

El resultado indica que el instrumento tiene una fuerte confiabilidad (mayor a 0.7) con un valor de 0,736. Además, mediante el programa Excel se obtuvo la siguiente prueba piloto:

Prueba Piloto

Variable: Clima laboral

N°	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	suma
1	3	3	2	4	4	2	1	4	2	4	4	33
2	3	4	1	4	2	1	4	2	3	1	3	28
3	3	1	3	1	3	1	1	3	1	3	1	21
4	3	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	18
5	4	2	3	2	3	1	1	3	1	3	1	24
6	3	3	4	1	4	2	1	4	2	4	2	30
7	3	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	15
8	3	3	1	2	1	1	3	1	1	1	1	18
9	1	2	3	3	3	4	1	3	2	3	2	27
10	3	2	1	4	1	3	1	1	3	1	3	23
11	3	3	4	1	4	2	1	4	2	4	2	30
12	3	3	4	1	4	4	1	4	4	4	2	34
13	1	2	3	3	3	2	1	3	2	3	2	25
14	3	3	4	1	4	2	1	4	4	4	2	32
15	3	3	4	1	4	4	4	4	2	4	2	35
16	1	4	1	4	2	1	4	2	3	3	3	28
17	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	34
18	3	4	1	4	2	4	4	2	4	1	4	33
19	2	2	4	2	3	3	1	3	3	4	3	30
20	4	2	2	1	2	4	3	2	3	4	3	30
21	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
22	3	3	4	1	4	2	1	4	4	4	2	32
23	3	1	1	1	1	4	3	1	4	1	4	24
24	2	2	3	2	3	1	1	3	4	3	1	25
25	3	5	4	4	4	4	1	4	3	4	3	39
26	4	3	4	1	4	4	1	4	2	4	2	33
27	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	14
28	4	3	4	1	4	4	1	4	4	1	4	34
29	3	4	4	1	4	4	1	1	4	4	4	34
30	1	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	34
var	0.76	1.1367816	1.61	1.62	1.39	1.71	1.47	1.39	1.36	1.63	1.11	45.86

Validación de instrumentos

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	Universidad César Vallejo Facultad de Ciencias empresariales Escuela Profesional de Administración
--	--

VALIDACION DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

TEMA DE INVESTIGACION

“La Comunicación 2.0 y su influencia en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo 2018”.

TITULO DE INSTRUMENTO

CUESTIONARIO SOBRE: “La Comunicación 2.0 y su influencia en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo 2018 ”.

CRITERIOS: Variables Comunicación 2.0 (Interna)

(C) Correcto (I) Incorrecto (D) Dejar (M) Modificar (E) Eliminar

Nº de ítems	Presentación		Ortografía medición clara y precisa con los ítems		Congruencia de las variables con los Objetivos		Relevancia		Factibilidad		Observaciones C-(I)-M-E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	/		/		/		/		/		C
2	/		/		/		/		/		C
3	/		/		/		/		/		C
4	/		/		/		/		/		C
5	/		/		/		/		/		C
6	/		/		/		/		/		C
7	/		/		/		/		/		C
8	/		/		/		/		/		C
9	/		/		/		/		/		C
10	/		/		/		/		/		C
11	/		/		/		/		/		C
12	/		/		/		/		/		C
13	/		/		/		/		/		C
14	/		/		/		/		/		C
15	/		/		/		/		/		C

CRITERIOS: Variables Clima Laboral

N° de ítems	Presentación		Ortografía medición clara y precisa con los ítems		Congruencia de las variables con los Objetivos		Relevancia		Factibilidad		Observaciones C-I-D-M-E
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	/		/		/		/		/		C
2	/		/		/		/		/		C
3	/		/		/		/		/		C
4	/		/		/		/		/		C
5	/		/		/		/		/		C
6	/		/		/		/		/		C
7	/		/		/		/		/		C
8	/		/		/		/		/		C
9	/		/		/		/		/		C
10	/		/		/		/		/		C
11	/		/		/		/		/		C



Universidad César Vallejo
Facultad de Ciencias empresariales
Escuela Profesional de Administración

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Rafael Martel Acosta, DNI. N° 40701866, de profesión Administrador de empresas por la Universidad Nacional Hermilio Valdizan, Magister en Administración de Empresas por la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo y ejerciendo actualmente el cargo de docente Universitario en la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (cuestionario), para los efectos de su aplicación al personal que labora en lo que corresponde a la muestra para el presente estudio.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.


	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de ítems				/
Amplitud de contenido				/
Redacción de los ítems				/
Claridad y precisión				/
Pertinencia				/

En Chiclayo, a los 29 días del mes de Octubre del 2018.

Firma
Rafael Martel Acosta
Magister en Administración de Empresas
Universidad Santo Toribio de Mogrovejo

Rafael Martel Acosta
Mag. Administración de Empresas

Acta de aprobación de originalidad de tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : de 1
--	--	---

Yo, Mg. Sonia Magali Núñez Puse, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisora de la tesis titulada **“Comunicación 2.0 y su influencia en el clima laboral Banco Scotiabank Agencia Chiclayo 2018”**, de la estudiante Centurión Fernández Anny del Pilar constato que la investigación tiene un índice de similitud de **16%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Lugar y fecha..... *Chiclayo 17 de Setiembre 2019*



.....
Firma

Sonia Magali Núñez Puse

DNI: 16788327

Autorización de publicación de tesis en repositorio

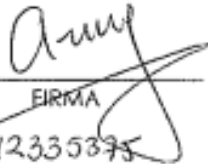
 UCV UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo Anny del Pilar Centurión Fernández, identificado con DNI N.º 42335375 egresada de la Escuela de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: "Comunicación 2.0 y su influencia en el clima laboral Scotiabank Agencia Chiclayo 2018"

en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....


FIRMA
DNI: 42335375
FECHA: 18/09/2019

Autorización de la Versión Final del Trabajo de Investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E.P DE ADMINISTRACION

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

ANNY DEL PILAR CENTURION FERNANDEZ
INFORME TITULADO:

" COMUNICACION 2.0 Y SU INFLUENCIA EN EL CLIMA LABORAL
SCOTIABANK AGENCIA CHILAYO 2018 "

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACION

SUSTENTADO EN FECHA: 17/09/2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADO POR UNANIMIDAD

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO


Mgtr. Marco Antonio Carrasco Chávez
COORDINADOR ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN