



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR

PÚBLICO

**PRESENTADO POR
VALERIA NICOLLE SALAZAR ROJAS**

**ASESOR
CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LAS EMPRESAS
DEL SECTOR PÚBLICO**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR:
VALERIA NICOLLE SALAZAR ROJAS**

**ASESOR:
MAG. CESAR AUGUSTO SMITH CORRALES**

**LIMA, PERU
2020**

PORTADA	i
INDICE	ii
INTRODUCCION	iii
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.1 Descripción de la situación problemática:	5
1.2 Formulación del problema	7
1.1.2 Problema principal	7
1.1.3 Problemas específicos	7
1.3 Objetivos de la investigación.....	7
1.3.1 Objetivo principal	7
1.4 Justificación de la investigación	8
1.4.1 Importancia de la investigación	9
1.4.2 Viabilidad de la investigación.....	9
1.5 Limitaciones del estudio	10
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	11
2.1 Antecedentes de la investigación.....	11
2.2 Bases teóricas.....	14
2.2.1. Fundamento Teórico	14
2.2.2 Clima Organizacional:	18
2.3 Definición de términos básicos	24
CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA ..	26
CONCLUSIONES:	26
REFERENCIAS	28

INTRODUCCIÓN

Durante mucho tiempo se ha creído que invertir en recursos que favorezcan a que una organización tenga un mejor clima laboral era un gasto innecesario debido que, el colaborador había sido contratado para realizar sus funciones y su única recompensa por eso era el salario que recibía. No se consideraba que esa

persona necesita un cuidado y un ambiente laboral adecuado. Las empresas tenían la falsa creencia que el dinero y lo monetario bastaban para ello, pero las investigaciones, encuestas y crisis ha demostrado que aún falta mucho establecer una mejora en la productividad en una empresa, ya que afecta de forma directa o indirecta en su comportamiento y rendimiento, sino que engloba mantener buenas relaciones entre los miembros de la empresa, para definir un clima global estable para que desempeñen sus tareas.

Es por eso que se abarcará en el Capítulo I de esta investigación, la descripción de la realidad del problema planteado, donde se presentará el problema general y los específicos; así también como el objetivo general y los específicos. Se mostrará la justificación que requiere este trabajo, donde se describirá la importancia, viabilidad y limitaciones que existen para realizar este proyecto.

En el Capítulo II, se mostrará un antecedente internacional y uno nacional mediante una revista científica y una tesis los cuales se reforzarán con las bases teóricas que permitirán exponer y estudiar el Clima Organizacional y la relación que conlleva las perspectivas teóricas de varios autores sobre este tema. Donde también se detallará la definición de términos básicos. Seguido por el Capítulo III, que explicará las conclusiones generales y específicos de cada objetivo

planteado en el capítulo I en base a los datos obtenidos. Es importante que el entorno sea agradable porque entonces habrá mayor satisfacción, mejor rendimiento laboral, elaboración de nuevas propuestas, mejores resultados, menor rotación de colaboradores, logrando que la imagen de la empresa sea mejor cada día, tanto interna como externamente.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la situación problemática:

El ambiente que existe entre los trabajadores y la alta directiva ha ido mejorando, puesto que, la organización ahora se preocupa más por motivar a los mismos a realizar sus actividades de forma placentera y mantener un grado de confianza hacia ellos, incluyendo recursos que impacten en la mente del trabajador de forma adecuada y no se vea afectado por un clima organizacional en el cual no se desarrollen, debido que esto puede provocar el impedimento de trabajo en equipo, destreza e innovación que se caracteriza en cada uno de los empleadores.

Cuando tu empleador se siente motivado dentro de su lugar de trabajo, se forma un clima satisfactorio que permite establecer conexiones amenas de disposición, cooperación, mejor comunicación entre todos los miembros por mantener una transparencia y unión entre los directivos, gerentes, accionistas, clientes y diversos stakeholders que mapee la organización.

Cuando la organización no muestra interés en motivar a su trabajador, éste siente la frustración, molestia e incomodidad para la satisfacción de sus necesidades, esto lleva a que el ambiente en que se labora afecte al estado de productividad que puede ejercer y a largo plazo se forme un ambiente de desinterés, no sentirse identificados con la organización, descontentos y sobreviven estados de depresión, desinterés, apatía, descontento e insatisfactorio. Lo que no permitirá poder manejar una buena situación para

lograr un óptimo desempeño y funcionamiento laboral, afectando de manera directa la imagen de la organización.

En Chiang, Nuñez, Martín (2010):

“El clima organizacional establece un marco para motivar y brindar satisfacción, esta utilidad del constructo no hay que buscarla en el rendimiento financiero de las organizaciones, sino en el impacto que éstas producen sobre la organización como un sistema de personas que trabajan en ella”. (Schneider, 1990) (p.25)

Si bien es cierto, la atmósfera que se vive en la organización mediante el buen o mal clima organizacional empleado se verá reflejado por los trabajadores internos hacia el público externo de la empresa, producido desde los inicios por un avance del clima organizacional como constructo, puesto así se contribuirá con los diversos objetivos por el servicio de calidad y gestión que motiva al público interno.

Según lo que indican los investigadores Wolkwein, Malik y NapierskinPracl (1998): “El clima organizacional del grupo de trabajo y la tensión interpersonal aparecen ejerciendo fuertes influencias positivas y negativas en la satisfacción laboral.” (p.20)

Es importante darle hincapié a estas claras investigaciones que han sido hechas para mejorar los factores que requiere una gran empresa para una buena gestión y no generen malos entendidos a largo plazo por no comprender los requerimientos que le piden los colaboradores para que puedan trabajar de una manera adecuada dentro de la organización donde pasa más tiempo al día.

1.2 Formulación del problema

1.1.2 Problema principal

¿Cómo se genera un buen clima organizacional en las empresas del sector público?

1.1.3 Problemas específicos

Existe una buena integración del público interno en las empresas del sector público?

¿Existe una buena eficiencia del público interno en las empresas del sector público?

¿Existe una satisfacción laboral en las empresas del sector público?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo principal

Determinar si se genera un buen clima organizacional en las empresas del sector público.

1.3.2 Objetivos específicos

Conocer si existe una buena integración del público interno en las empresas del sector público.

Precisar si existe eficiencia del público interno en las empresas del sector público.

Analizar la satisfacción laboral en las empresas del sector público.

1.4 Justificación de la investigación

De acuerdo con los objetivos de estudio, las conclusiones nos permiten percibir si existe un buen clima organizacional en las empresas del sector público y cómo estos implementan recursos que impacten dentro de la mente del trabajador para mejorar la habilidad, y la motivación dentro de su centro de trabajo. Y cómo esto conllevará a una inversión más que un gasto por parte la organización, puesto que, al final las dos partes involucradas ganarán.

Asimismo, se abordará en la presente investigación desde la perspectiva de la disciplina de las Relaciones Públicas, puesto que, se contribuirá a consolidar la importancia de implementar esta rama académica dentro de la organización, institución y empresa, para que finalmente corrobore la trascendencia que ocasiona establecer una buena relación entre el público interno y la organización.

De ese modo, la fundamentación de este trabajo posicionará la rama de las Relaciones Publicas mejor en el Perú, dando a conocer el alcance de las relaciones efectivas para un mejor trabajo en equipo y como una circunstancia esencial para poder potenciar la producción laboral por parte de los trabajadores, lo cual a un futuro se verá mostrado por los objetivos y metas fijados y realizadas por el público interno.

1.4.1 Importancia de la investigación

Es sustancial destacar la variable influirá socialmente de manera positiva en el público, puesto a que cada trabajador sentirá que en su entorno laboral se preocupan por él, su estado de ánimo, su desenvolvimiento y comportamiento con otras personas de su alrededor, teniendo en cuenta que pasan un destacado tiempo en su establecimiento. El trato y motivación por parte de la organización estimulará su temple.

Tanto así, que concluirá con los resultados y objetivos que la organización le plantea debido a la implementación de recursos dados, mejorando su productividad, actuando de forma coordinada y el desempeño por realizar sus labores, no solo por cumplimiento de los estándares dados, sino por su mismo instinto de hacer mejor las cosas por un afecto a la organización.

Por último, por un buen clima organizacional planteado por la institución, el público interno podrá adquirir mejores habilidades, valores, creencias, normas y tradiciones que se podrá ver reflejado en su vida diaria. Y considerará los factores que le permitan diferenciarse de su competencia a través de medios que requieran una óptima capacidad como la tecnología, capital, interés.

1.4.2 Viabilidad de la investigación

El presente trabajo desarrollado, cuenta con los requerimientos tecnológicos, personales, materiales y de tiempo requerido y necesario para demostrar la importancia de un buen clima organizacional en las empresas del sector público, asimismo se asesoró de forma metodológica y temática para su realización. Contando con la obtención de información confiable y precisa gracias al internet

que permitió adquirir fuentes de información confiables a nivel mundial como: tesis, libros, revistas científicas para manejar los datos de manera eficiente y realizar la investigación en un periodo establecido.

1.5 Limitaciones del estudio

No existen investigaciones que aporten información o datos que permitan conocer factores que contribuyan al fracaso de ejercer un buen clima organizacional en las empresas del sector público.

Estas limitaciones no afectan el proceso de búsqueda de documentos que avalan el trabajo de investigación , por lo tanto el desarrollo es posible.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Según Chirinos Araque, Y.; Meriño Córdoba, V. H. y Martínez de Meriño, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. Revista EAN.

En la presente investigación de los tres autores centran su problemática en considerar el clima organizacional en el emprendimiento sostenible.

Resaltan hacer hincapié en la eficacia que trae para las diversas empresas mantener una buena relación recíproca entre los colaboradores, y la sensación de un grato ambiente laboral en el que se pueden desenvolver para satisfacer las necesidades básicas que se requiere para el cumplimiento de sus tareas como beneficios, recursos y actualizaciones en los materiales.

El principal objetivo tiene como fin reconocer lo influyente que es establecer un atractivo ambiente laboral para el desarrollo del emprendimiento y el éxito que trae la interacción con ellos.

Este trabajo de investigación proporcionó situar desde un prototipo cuantitativo, el tipo de investigación fue descriptiva y transaccional de campo, siendo dirigido a la población que constituyó de 63 personas que laboran en la empresa de Servicios y Mantenimiento Baralt, está ubicada en la calle Mene Grande, ciudad Zulia en el país de Venezuela, se tomó esta empresa debido al emprendimiento sostenible que tiene en el mercado. Para poder obtener y recolectar datos se realizó un cuestionario autoadministrado establecido en un tiempo de aproximadamente dos meses.

De acuerdo con los resultados del instrumento se expuso que el tipo de clima psicológico que se vive en la empresa tiene un porcentaje de 39.68% en la respuesta de casi nunca, siguiéndole con un 31.75%, nunca para contestar la pregunta si están a gusto trabajando con el ambiente que le brinda la organización y a la vez, se encuentran satisfechos de ocupar un cargo en esa empresa. Por lo tanto, la media general de la variable es de 2.29, es decir, los empleados afirman no sentirse cómodos en su lugar de trabajo.

Para ello, se concluye que la ausencia de un buen clima organizacional afecta la estabilidad emocional del público interno, debido a que los directivos no se permiten comprender la conducta individual de cada uno de ellos para establecer sus tareas que encaminen a alcanzar las estrategias y objetivos propuestos de la organización. Si el colaborador se siente a gusto al momento de desarrollar sus funciones, actividades o tareas que se le den, lograría la eficacia y eficiencia requerida para conseguir el aumento de competitividad que es esencial y necesaria para la empresa en la que trabaja.

Según Mendoza, F. (2019) en su trabajo de investigación "Clima Organizacional en las empresas Prosegur Cash Perú". Universidad San Martín de Porres.

En el trabajo que presenta la autora establece cumplir con el objetivo de determinar la importancia del clima organizacional para las empresas debido a que esto, deja una huella de manera positiva en la productividad de los miembros en la organización. Puesto que, está tan relacionado con el estado de ánimo y como esto repercute en su motivación y productividad de la empresa.

Se centra en señalar que mientras se tenga a unos trabajadores comprometidos e incentivados, el porcentaje real ante un balance corporativo aumentará significativamente.

El diseño de muestra de la presente investigación fue selección de tipo cualitativo de carácter direccional con un no probabilístico de tipo no

probabilístico, de tipo cuantitativo mediante un formulario en un solo corte de tiempo, nivel de estudio descriptivo. Este instrumento está formulado para 30 personas que trabajan en la empresa Prosegur Cash Perú, que esta situado en la avenida Morro Solar 1086 en el distrito de Santiago de Surco, los seleccionados vienen trabajando más de 6 meses en la compañía y ocupan el departamento de Gerencia Corporativa de Gestión de Talento dentro de la organización.

De acuerdo con los resultados de investigación se determinó el nivel de importancia que requiere un clima organizacional por parte de los trabajadores con un promedio general de 3.96 perteneciente al nivel regular, justificando en un número porcentual de 79.2% que define, corrobora y afirma el objetivo planteado. Según el cuestionario hecho, el valor que arroja este instrumento tiene un valor alto con 4.06 que pertenece a los niveles de medio – bueno, que corresponderá a reforzar que existe la dimensión de desempeño organizacional en la Gerencia Corporativa de Gestión de Talento de la empresa Prosegur Cash Perú. Seguido de un valor intermedio de 3.96 en la dimensión de compromiso organizacional, el cual esta dentro del nivel medio – bueno. Por último, a pesar de pertenecer a rangos altos de jerarquía no se presenta un nivel alto en la

dimensión de satisfacción organizacional, puesto que, el valor que arroja es de un nivel bajo – bueno con un 3.87.

Se demostró que el clima organizacional es un elemento clave en todas las grandes y pequeñas organizaciones, sin importar la cantidad de trabajadores en él o el rubro al que pertenece; es tan indispensable para mantener la sostenibilidad como para mantener la eficiencia productivo de su público interno. Un estable lugar de trabajo, enlaza todo lo que le pasa y lo rodea, se envuelve día tras día dentro de una organización. Por todos los previamente resultados, se puede afirmar que el Clima Organizacional de Prosegur Cash Perú está consolidado y juega un papel trascendental e importante para con sus colaboradores.

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Fundamento Teórico

Teoría que respalda la variable del trabajo de investigación.

Según Litwin y Stringer (1968) La teoría de los “Clima Organizacional”:

Los autores plantean brindarle el término de “clima organizacional” como una variable que comprende los efectos parciales, percibidos de un sistema consecuente, de un estilo informal de los directivos y de otros factores en el ambiente como las creencias, actitudes, reacciones, el comportamiento, y los valores de los trabajadores que laboran dentro de la organización. Ellos lo definen como un “conjunto de propiedades del ambiente de trabajo que son susceptibles de ser medidas, percibidas directa o indirectamente por la gente

que vive y trabaja en este contexto y que influyen su comportamiento y motivación”.

Esto puede acceder a comprender lo que pasa dentro de las empresas grandes o medianas y de las consecuencias que se ocasionando en la motivación de su público interno. Esta teoría explica la importancia que tienen los aspectos de conducta de los trabajadores dentro de las empresas, en términos comunicacionales. Ellos afirman utilizar una herramienta que permita medir el tipo perceptual que ayude a describir el clima global que perciben subjetivamente los trabajadores de las empresas.

Las diversas características que conforman el medio ambiente del trabajo son percibidas por el trabajador de manera directa e indirectamente, esto se refiere que si el trabajador no nota de manera consciente que percibe el clima de la organización aun así se va quedar algo en la mente del trabajador. Va a tener repercusiones directas de manera negativa o positiva debido a que es transversal, va del más alto nivel de jerarquía hasta el más bajo nivel, pasando por todos los trabajadores involucrados en la compañía. La teoría que exhiben planea al clima organizacional como una idea difícil de conceptualizar en el marco científico, esta permitirá considerar los determinantes incentivos de la conducta en diferentes situaciones reales, con cierta diversidad social; también podremos minimizar los obstáculos para poder medir los determinantes situacionales y nos permitirá hacer posible caracterizar y conocer el impacto e influencia en el ambiente en los que se labora. Las características que sugieren influir en el ambiente de la organización son generales, debido a que, los autores señalan que existen ciertos tipos de causas

como la tradición e historia de la empresa, el estilo de liderazgo que se marca impacta por medio del clima de la motivación y la conducta del miembro. La variable asume dominios de cambios constantes que pueden decaer ciertamente muy rápidos en el tiempo, haciendo que se retorne niveles y patrones que comprendan todo el ciclo sin un manejo de tener una elevada cantidad de datos para finalmente, asumir un rango muy amplio de diferentes enfoques para renovar alternativas en el clima organizacional.

Litwin y Stringer, examinan que plantear una teoría donde se base netamente en la motivación va a aumentar de forma significativa para poder comprender el desarrollo en el que se sitúa en público interno de las organizaciones.

En estos años, se han manifestado muchos avances relevantes que permitieron comprender el estudio sistemático de la motivación en el ser humano, así como en la fabricación de diversos mecanismos que puedan medir esta variable, por lo que los autores resaltan posiblemente de manifestar una ciencia que estudie la motivación en el entorno laboral.

Estos autores afirman que las dimensiones o enfoques más influyentes en el trabajador son la estructura: la cantidad de reglas dentro de un mismo ambiente de trabajo, son los procedimientos que un colaborador necesita realizar para llevar a cabo la tarea que debe hacer. La segunda dimensión es la responsabilidad: es el compromiso que debe tener cada uno de los miembros de la organización de acuerdo a la actividad que ejerce para llevar a cabo los objetivos laborales.

Tercero, la recompensa: es preferible usar la recompensa en vez del castigo, donde el colaborador recibe un bono o premio por un trabajo bien hecho.

Cuarto, el desafío: vienen a ser los riesgos que se deciden tomar ante la aceptación de ellos, es una muestra de auto superarse sin proponer estímulos.

Quinto, el conflicto: es aceptar o negar la opinión de las demás personas sin necesidad de estar de acuerdo, sin embargo, se decide llegar a un acuerdo para ganar ambas partes interesadas, buscando más oportunidades de mejora.

Sexto, la dimensión de las relaciones: se refiere a cómo un trabajador se siente en su entorno y si percibe que existe un ambiente de trabajo grato donde los jefes, líderes, gerentes y subordinados se llevan bien.

La séptima, es identidad: promover el sentimiento de pertenencia del trabajador hacia la organización, es la sensación de sentirse valioso e importante por su empresa tanto como para compartir los objetivos personales que ésta trae. La octava dimensión es los estándares: son las normas, reglas o instrucciones que tiene una empresa, es la sensación de los trabajadores acerca del realce que ponen en sus actividades laborales que ejerce cada uno de ellos como los estándares de producción de servicio, de acuerdo a la meta que traza y el rendimiento que tiene que cumplir.

Por último, la novena dimensión es la cooperación: que tanto es el grado o espíritu de ayuda con los demás colaboradores, si se hace por acatar una norma o si nace del trabajador el sentido de cooperar con otro y se apoyen de manera mutua tanto de niveles superiores o inferiores.

En base a esto, todo el conjunto de dimensiones abarca ejercer un impacto en la percepción de cada uno de los individuos conforme a la serie de factores que estimulen un mejor clima organizacional y se refleje en los resultados, mejorando comportamiento y reacciones.

2.2.2 Clima Organizacional:

Son los vínculos, lazos o nexos que se crean entre los distintos públicos de la empresa, constituye un ambiente en donde el público interno pueda desenvolverse en sus funciones; puede que ser una relación positiva dentro de las organizaciones o una obstrucción en su desempeño, lo cual permitirá influir en cierto modo su conducta, comportamiento, opinión, percepción y rendimiento laboral.

De acuerdo con Witte y De Cock (1986), en Chiang, Martín y Núñez (2010):

Simboliza una síntesis de diversas impresiones sobre un conjunto que es relativamente estable de disposiciones y valores de la organización como un todo, influyendo en la conducta de los públicos de interés de la organización con respecto de la eficacia dentro de la organización y que se centra en las normas, prácticas y métodos organizacionales que sean formales e informales. (p.49)

A medida que tu público interno percibe un ambiente dinámico, se sienten identificados e integrados por la empresa, resultan más eficaces a la hora de trabajar. Si se sienten cómodas en el área donde se desempeñan producen mayor productividad, mantener una relación integral entre los altos cargos y bajos cargos, beneficiará a la organización con aporte de buenas ideas, mejor

actitud y comportamiento, mejor imagen de la empresa, mejor adaptación a entornos competitivos, y se consiguen los resultados propuestos.

Se deberá fortalecer el vínculo entre todas y cada uno de los miembros para evitar la fuga del talento humano dentro de las organizaciones, conocer cuáles son las causas que llevan a no tener un adecuado clima organizacional.

Chiavenato (2009), lo define como:

El término que se le otorga al clima organizacional se indica de manera específica a las pertenencias que motivan el ambiente dentro de la organización; es decir, a los aspectos de las organizaciones que lo emplean y que llevan a estimular o provocar diferentes tipos de motivaciones en sus públicos. Así es favorable implementar recursos que generen un buen clima organizaciones para satisfacer las necesidades personales de los que integran la empresa, de paso que ésta eleva la moral. (p. 112)

Sin duda alguna, la valorización de esta variable se centra en un medio intangible debido a que se centra en distintas percepciones que los colaboradores puedan desarrollar a través de eventos o sucesos que ocurran en la organización. Esto permitirá a las empresas tener a su favor una oportunidad para convertirlo en una fortaleza más adelante en donde se transmita de lo interior a lo exterior.

a. Clima de tipo autoritario explotador: Es un ambiente de trabajo donde los empleados son motivados para no sufrir castigos o memorandos.

Según Likert (1967): "Ocurre cuando la dirección no posee una confianza estable con sus empleados, el clima que se percibe en la organización es de temor, la interacción con sus superiores y subordinados es casi nula y las decisiones son tomadas únicamente por los jefes o directivos de alto rango" (p. 195)

No tener una estrecha relación de comunicación entre los directivos y sus trabajadores, no incluirlos en alguna toma de decisión con respecto a su lugar de trabajo, y solo instruir en las actividades laborales que se le han designado para que desarrolle desde el comienzo, creará una brecha que desmotivará al público interno por no sentirse parte de la organización.

b. Clima de tipo autoritario paternalista: Se presenta un ambiente de trabajo donde se aparenta estar bien estructurado, estable y bajo control por parte de la organización.

Según Likert (1967): “Existe una estable confianza entre la dirección y sus subordinados, en este clima se utilizan recompensas y castigos como fuentes de motivación para los trabajadores, los supervisores manejan mecanismos de control que ayuden a reforzar esa actitud.” (p.195)

Debido a este clima se puede desencadenar temas de desigualdad, arbitrariedad y tensión por parte de los trabajadores debido a que se pueden sentir desmotivados por la falta de reconocimiento y participación dentro de la organización y por ende este comportamiento deriva a desmejorar los niveles de productividad.

c. Clima de tipo participativo consultivo: Los empleados son motivados con recompensas y se desenvuelven mejor por un ambiente de trabajo dinámico.

Según Likert (1967): “La dirección tiene confianza en sus empleados. La política y las decisiones se toman generalmente en la cima, pero se permite a los subordinados que tomen decisiones más específicas en los niveles inferiores, para que sientan que pertenecen a la organización”. (p.195)

Este clima se basa en la contribución de procesos decisivos que se basen en logro de objetivos y en un ambiente dinámico donde se pueda participar. Poder contactarse rápidamente con la gerencia, dirección y supervisores, genera una transparencia al colaborador, transmitiéndole seguridad por estar rodeado de personas que se preocupan tanto de su opinión como su participación.

d. Clima de participación en grupos: Se basa en la confianza hacia el público interno, donde el proceso decisivo se encuentra en cada nivel de la organización, existiendo un gran sentido de la participación, amistad y conexión entre todos colaboradores.

Según Likert (1967): “Este clima, permite a la dirección tener plena confianza en los empleados, la toma de decisiones persigue la integración de todos los tipos de niveles, la comunicación fluye de forma vertical – horizontal y ascendente – descendiente para la integración de todos” (p.195)

Este clima permite desarrollar de manera adecuada las actividades dentro del contexto laboral por el ambiente de confianza y la satisfacción que se genera en sus colaboradores para desempeñar el sentido de pertenencia, un buen rendimiento y compromiso con la organización.

De acuerdo con Litwin y Stinger (1978): “El clima organizacional es un filtro por el que pasan los fenómenos objetivos de la empresa (estructura, liderazgo, toma de decisiones)”. (p.196)

No basta con tener una excelente tecnología sino ofrecer un entorno físico, digno y agradable para los trabajadores, pensando en acercarlos a identificarse con la empresa mediante estímulos y/o recompensas como medallas, felicitaciones, festejos, regalos para contribuir a un buen desempeño laboral. Un adecuado proceso de reclutamiento y selección del personal, la capacitación que se brinda para comunicar y dar a conocer la filosofía de la organización, permitirá al trabajador sentirse identificado.

a. Satisfacción laboral: La conformidad que tiene un empleado con respecto a las condiciones dentro de su ambiente laboral y la actitud positiva con la que trabaja.

Según Locke (1976): “Es un estado emocional positivo o placentero de la percepción subjetiva en las experiencias laborales del sujeto cuando están en un buen entorno.” (p.153)

Trabajar en un ambiente cálido y genuino, reflejará una energía positiva frente a los consumidores, puesto a qué, tus colaboradores tienen un grado de conformidad en su entorno, debido a recursos motivacionales en los que invierte la organización para estimular una conducta positiva en el clima global.

Según Robbins (1998): “Es el conjunto de actitudes generales favorables del individuo hacia su trabajo”. (p.36)

El trabajador que este muy satisfecho con su puesto de trabajo tendrá actitudes positivas, puesto que la organización le brinda diversas oportunidades de mejorar sus habilidades y capacidades mediante retos que estimulen su intelecto y su persona interior.

b. Eficiencia: Es cumplir los estándares y obligaciones adecuadamente con la empresa, un trabajo bien hecho por parte del público interno para desarrollar mejores beneficios a la organización.

Según Mapcal S.A (1998): “Capacidad para alcanzar los objetivos y metas trazadas por la organización con la menor inversión de tiempo, esfuerzos y recursos monetarios.” (p.8)

La eficacia que tendrá una persona conducirá al logro de resultados y objetivos marcados y propuestos, puesto que, influye en la productividad de la compañía, a mayor productividad por parte de los trabajadores, la organización gastará menos recursos como el tiempo y dinero, lo cual depende al rendimiento que el miembro realice debido a las diferentes herramientas que la organización utiliza para mejorar y motivar al miembro.

c. Integración del personal: Agrupa de manera adecuada a los trabajadores y los motiva a ser un equipo donde hay mejor comunicación y feedback para incrementar, mejorar habilidades y desarrollarlas dentro de su área.

Según Koontz y Weihrich (2014):

“Es buscar nuevas metas y objetivos tanto personales como de la organización para mantener la motivación de los empleados o trabajadores. A la vez establece la fuerza del trabajo, dispone los talentos favorables e incorpora, elige promueve, evalúa, planifica la efectividad, eficiencia y eficacia de un trabajador.” (p. 284)

Integrar mejor a tu personal de trabajo, es clave para el reflejo de una buena imagen que quieres transmitir a tu público externo, quién no le costará observar el ambiente grato que transmiten tus colaboradores, y esto generará alentar a frecuentar más el lugar por el trato y la buena experiencia que brinda un trabajador. Establecer diferentes métodos como eventos, capacitaciones para su realización y eficacia tendrá resultados integrales para un adecuado funcionamiento.

2.3 Definición de términos básicos

1. Relaciones Públicas: Esta disciplina es la que permite a cualquier organización mantener y fortalecer un puente, una comunicación o una conexión con sus diversos stakeholders. Utiliza un sinnúmero de acciones comunicacionales que son estratégicamente coordinadas para sostenerlas en un largo plazo.

2. Motivación laboral: Son las percepciones, sentimientos, o reacciones que se generan en el trabajador frente a su situación dentro de la organización. Los aspectos afectivos disponen en el lugar que lo rodea, así como los cognitivos que transmiten en los superiores o altos cargos y despiertan mayor interés.

3. Público Interno: Es un grupo de interés que es tomado como parte la organización. Este término incluye a los colaboradores, empleados de altos y bajos rangos, a proveedores, accionistas entre otros que se involucren en alguna toma de decisión por parte de la organización.

4. Organización: Es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que actúan e interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada para lograr determinados fines, los cuales pueden ser de lucro o no.

5. Comunicación Interna: Contribuir a la eficiencia en las distintas funciones que cumplen los trabajadores dentro del sistema de la organización, brinda a los trabajadores de la organización a tener la capacidad de respuesta a los múltiples mensajes que da la alta dirección hacia sus trabajadores o viceversa.

CAPITULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA

CONCLUSIONES:

Concluyendo este trabajo de investigación se pudo apreciar mediante los antecedentes y los datos recolectados para afirmar el gran beneficio que conlleva y trae a las organizaciones tanto grandes como pequeñas implementar instrumentos y recursos que estimulen la motivación a sus trabajadores para que ellos puedan desempeñar mejor sus labores y tareas dentro de la organización y así poder contribuir con mejorar la imagen de la compañía mediante buenas actitudes, mejor aptitud entre otros atributos que logren corroborar exteriormente que la empresa se preocupa por todos los miembros con los que trabaja y que siempre esta buscando formas o maneras de impactar en su mente una buena percepción de ellos.

Se pudo reflejar que las organizaciones hoy en día, están más preocupadas por llevar un clima estable entre sus trabajadores para que se sientan a gusto de desempeñar sus tareas y mejorar la productividad que a largo plazo contribuye a las empresas. Tanto como las pequeñas, medianas o grandes empresas tienen que establecer medidas que orienten a sus trabajadores a identificarse con su lugar de trabajo para poder producir una óptima estabilidad organizacional dentro del lugar en que laboran.

Los factores como la integración del público interno son cada vez para notorios para los altos directos, pues optan por cumplir las normas establecidas para mantener un entorno cómodo entre ellos y están pendientes por buscar nuevas actualizaciones que ayuden a establecer medidas más prácticas para la productividad de los miembros.

Pues, los colaboradores cumplirán sus tareas mediante la eficiencia por las que fueron contratados, estimulando su identificación y querer por la empresa para estar apoyando a los altos mandos a cumplir sus objetivos y propuestas, quedando, así como una organización diferente frente a su competencia. Tanto como los medios que se utilizan para objetar la eficacia en las funciones que tienen que cumplir.

A través de la investigación mediante los antecedentes recolectados para afirmar la importancia de esta variable, se pudo destacar la necesidad de satisfacer al público interno mediante herramientas que influyan en su percepción y sentimiento acerca de las personas con las que laboran día a día y sentirse queridos, o a gusto con los directivos que les establecen tareas y aun así, los miembros los toman de la mejor manera, puesto que, se sienten bien trabajando y apoyando a la empresa, porque reciben una recompensa o motivo por el cual esforzarse día a día para llevar a la empresa en el lugar correcto.

REFERENCIAS

Álvarez, B., Castañeda, L., Gallo, C., Colmenares, R., Restrepo, D. Sánchez, L. (2016). PYMES: Gestión y Clima Organizacional. Barranquilla. Colombia: Corunimaricana.

Castellanos, J. (2006). Clima organizacional en Colombia. Bogotá. Colombia; Centro.

Chirinos Araque, Y.; Meriño Córdoba, V. H. y Martínez de Meriño, C. (2018). El clima organizacional en el emprendimiento sostenible. Revista Escuela de Administración De Negocios. (84). Recuperado de <https://doi.org/10.21158/01208160.n84.2018.1916> España: CEP S.L.

Gan, F. y Berbel, G. (2007). Manual de Recursos Humanos. Barcelona. España: UOC. Medina, N. (2018). Gestión de equipos eficaces: influir y motivar. Madrid.

Mendoza, F. (2019). El Clima Organizacional en la Empresa Prosegur Cash Perú. (Tesis de Bachiller). Universidad San Martín de Porres, (Surquillo, Perú.). Recuperado de: http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5502/MENDOZA_S F.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Núñez, Martín y Chiang. (2010). Relaciones entre el clima organizacional y la

Robbins, S. (1998). Fundamentos del comportamiento organizacional.

Naucalpan de Juárez. México: PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA