

LA INFLUENCIA DEL CLIMA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA SATISFACCIÓN LABORAL DE EMPLEADOS DE UNA EMPRESA DEL SECTOR DE SERVICIOS

Daniel Ocampo Vinasco*
Nicolás Jacobo Valencia**
Esther Julia Castaño González***
DOI: 10.33571/revistaluciernaga.v10n20a7

Resumen

En la investigación que enmarca el presente artículo se correlacionaron dos categorías principales: el clima de comunicación interna, elegido como una forma de delimitar el amplio concepto de la comunicación organizacional y la satisfacción laboral, considerada como un factor relevante para las personas en cualquier tipo de trabajo, al permitir a los trabajadores sentirse identificados con los aspectos intrínsecos de su labor. Para este fin, se realizó el análisis de resultados por medio del programa SPSS, y se concluyó que, en la empresa estudiada, existe una correlación positiva del clima de comunicación interna con tres de las seis dimensiones de la satisfacción laboral, tales como, la satisfacción con la supervisión y la participación, las relaciones personales y la satisfacción intrínseca del trabajo.

Palabras Clave: comunicación organizacional, participación, bienestar laboral, relaciones interpersonales.

Recibido. Agosto 14, 2018

Aceptado. Agosto 30, 2018

*Psicólogo Universidad Católica de Pereira. daniel.ocampo@ucp.edu.co, Pereira, Colombia. <https://orcid.org/0000-0002-4711-086X>

**Psicólogo Universidad Católica de Pereira. njacobovalencia@gmail.com, Pereira, Colombia. <https://orcid.org/0000-0003-0274-3134>

***Comunicadora Social – Periodista, Especialista en Comunicación Organizacional, Magister en Educación: Desarrollo Humano, Doctora en Relaciones Internacionales Iberoamericanas, Docente Universidad Católica de Pereira. Programa Comunicación Social – Periodismo. Julia.castano@ucp.edu.co, Pereira, Colombia.

THE INFLUENCE OF THE INTERNAL COMMUNICATION CLIMATE ON THE JOB SATISFACTION OF EMPLOYEES OF A COMPANY IN THE SERVICE SECTOR

Daniel Ocampo Vinasco*
Nicolás Jacobo Valencia**
Esther Julia Castaño González***
DOI: 10.33571/revistaluciernaga.v10n20a7

Summary

In the research that frames this article, two main categories were correlated: the internal communication climate, chosen as a way to delimit the broad concept of organizational communication and job satisfaction, considered as a relevant factor for people in any type of work, by allowing workers to identify with the intrinsic aspects of their work. For this purpose, the analysis of results was carried out through the SPSS program, and it was concluded that, in the company studied, there is a positive correlation of the internal communication climate with three of the six dimensions of job satisfaction, such as the Satisfaction with supervision and participation, personal relationships and the intrinsic satisfaction of work.

Keywords: organizational communication, participation, work well-being, interpersonal relationships.

Received. August 14, 2018

Accepted. August 30, 2018

* *Psychologist Catholic University of Pereira. daniel.ocampo@ucp.edu.co, Pereira, Colombia. <https://orcid.org/0000-0002-4711-086X>*

** *Psychology Catholic University of Pereira. njacobovalencia@gmail.com, Pereira, Colombia. <https://orcid.org/0000-0003-0274-3134>*

*** *Social Communicator - Journalist, Specialist in Organizational Communication, Master in Education: Human Development, PhD in International Ibero-American Relations, Professor Catholic University of Pereira. Social Communication Program - Journalism. Julia.castano@ucp.edu.co, Pereira, Colombia.*

A INFLUÊNCIA DO CLIMA DE COMUNICAÇÃO INTERNA NA SATISFAÇÃO PROFISSIONAL DE EMPREGADOS DUMA EMPRESA DO SECTOR DOS SERVIÇOS

Daniel Ocampo Vinasco*
Nicolás Jacobo Valencia**
Esther Julia Castaño González***
DOI: 10.33571/revistaluciernaga.v10n20a7

Resumo

Na pesquisa que enquadra este artigo, duas categorias principais foram correlacionadas: o clima de comunicação interna, escolhido como forma de delimitar o conceito amplo de comunicação organizacional e satisfação no trabalho, considerado como um fator relevante para as pessoas em qualquer tipo de trabalho, permitindo que os trabalhadores se sintam identificados com os aspectos intrínsecos de seu trabalho. Para este fim, a análise dos resultados foi realizada por meio do programa SPSS, e concluiu-se que, na empresa estudada, há uma correlação positiva do clima de comunicação interna com três das seis dimensões da satisfação no trabalho, como a satisfação com a supervisão e participação, os relacionamentos pessoais e a satisfação intrínseca no trabalho.

Palavras-chave: comunicação organizacional, participação, bem-estar no trabalho, relações interpessoais.

Recebido. Agosto 14, 2018

Aceitado. Agosto 30, 2018

*Psicólogo da Universidade Católica de Pereira. daniel.ocampo@ucp.edu.co, Pereira, Colômbia.
<https://orcid.org/0000-0002-4711-086X>

**Psicólogo da Universidade Católica de Pereira. njacobovalencia@gmail.com, Pereira, Colômbia.
<https://orcid.org/0000-0003-0274-3134>

***Comunicadora Social - Jornalista, Especialista em Comunicação Organizacional, Magistrado em Educação: Desenvolvimento Humano, Doutor em Relações Internacionais Ibero-americanas, Professor da Universidade Católica de Pereira. Programa de Comunicação Social - Jornalismo.
julia.castano@ucp.edu.co, Pereira, Colômbia.

Introducción

Históricamente, la comunicación ha sido entendida como un elemento básico para los seres humanos que influye en sus aspectos cotidianos (Duarte 2003). Para Bronstrup (1985) la comunicación es un proceso innato en el que se utilizan diferentes códigos, es decir, es un acto de relación humano con el que se busca el intercambio de mensajes.

Siendo un factor transversal - vital para el ser humano, la comunicación se tornó campo de estudio y desde allí se incorporó en la sociedad a manera de teoría, específicamente desde tres enfoques fundamentales a saber, los medios de comunicación; el trabajo con comunidades, a lo que se ha denominado comunicación para el desarrollo y desde el aporte al sector empresarial tanto a nivel interno como externo, lo que se conoce hoy como comunicación organizacional o corporativa.

Actualmente, esta última, la comunicación en las organizaciones, juega un papel esencial para cualquier tipo de compañía, pues sin comunicación ningún proceso es posible y su forma cotidiana y natural no es suficiente para mantener óptimos los procesos empresariales. Es por esto que, cada vez más, se evidencia cómo la comunicación juega un papel esencial en el establecimiento y desarrollo de las políticas propias de cada empresa, ya que, dependiendo de la manera en que esta se disponga, se ven permeados sus diferentes grupos de interés o stakeholders (Freeman 1984), en especial, los colaboradores, quienes entre otros logros, podrán interiorizar los objetivos trazados por la empresa.

Para Penley & Hawkins (1980), la comunicación organizacional tiene la capacidad de influir sobre diferentes aspectos de este contexto, por ejemplo, sobre la satisfacción laboral de los

colaboradores, definida por Carriere & Bourque (2009) como una “evaluación que realizan las personas acerca de su labor y su contexto de trabajo, como un sentimiento global del mismo o referido a una constelación de actitudes sobre varios aspectos o facetas del trabajo” (p. 33), lo que justifica, en gran medida, el especial interés que hoy presenta el sector empresarial por lograr óptimos procesos comunicacionales y una correcta estructuración de las relaciones en el ámbito laboral (Mitrofan & Bulborea, 2013).

Por esta razón, en esta investigación se buscó determinar la relación que tiene la satisfacción laboral con el clima de comunicación interna, elemento fundamental de la comunicación organizacional. Dicha indagación se llevó a cabo en una empresa del sector servicios, específicamente con el personal de servicio al cliente, por ser este el grupo poblacional quien se ve directamente permeado por las políticas organizacionales (Mitrofan & Bulborea, 2013 y Pincus 1986) y por existir en esta institución un programa estructurado de comunicación interna y externa que además se apoya en las áreas de Mercadeo y de Gestión humana.

Investigaciones anteriores como las de Carriere y Bourque (2009) y Farahbod, Salimi & Rezaei (2013), demuestran que existe una estrecha relación entre la satisfacción laboral y el clima de comunicación interna, en estas se sugiere que una comunicación organizacional efectiva conlleva a que los integrantes de una organización se encuentren más comprometidos con sus puestos de trabajo, aportando dinamismo y mejoras, tanto en las relaciones laborales, como en las personales.

Según Capriotti (1998) “una comunicación interna efectiva producirá una mejora de la interactividad entre las

personas de la organización” (p. 4). En este sentido, la satisfacción laboral, reforzada por todos los procesos, elementos y prácticas de la comunicación organizacional, es considerada un factor relevante para las personas que desempeñan cualquier tipo de trabajo, pues les permite sentirse identificados con los aspectos intrínsecos de su labor, teniendo una influencia casi directa sobre la calidad de vida de los mismos.

Por esto, la satisfacción en el entorno laboral ha sido de gran interés tanto para la psicología como para la comunicación social, de hecho, Locke (1976), reconoció la gran importancia que tiene la satisfacción para el desempeño de las diferentes labores, roles o funciones, ya que los colaboradores que poseen una baja satisfacción laboral tienden a presentar un menor rendimiento en sus trabajos, debido a la falta de motivación que este les genera.

En esta ocasión, el interés del presente constructo investigativo no se limitó al estudio de la satisfacción laboral, sino a su relación con la comunicación organizacional, concepto demasiado extenso que debió delimitarse a uno de sus componentes fundamentales como es el clima de comunicación interna, cuyos estudios se remiten a la década de los 70, cuando surgen sus primeras

conceptualizaciones. Según Hernández (2008), el clima de comunicación interna se relaciona con la identificación organizacional, teniendo en cuenta los lazos psicológicos que las personas fundan en el ámbito laboral y la calidad en los procesos comunicativos establecidos por las personas en las empresas.

Como objetivo general, se planteó entonces, establecer la relación entre el clima de comunicación interna y la satisfacción laboral en el personal de servicio al cliente de una empresa perteneciente al sector servicios. Para tal fin, se utilizó el instrumento de clima de comunicación interna adaptado por David Hernández (2008) y el instrumento de satisfacción laboral realizado por Meliá & Peiró (1989), posteriormente, se cruzaron los resultados del primer instrumento con cada una de las seis dimensiones del segundo, esto con el fin de obtener una lectura clara de cuáles factores de la satisfacción laboral pueden tener mayor relación con el clima de comunicación interna, específicamente en un personal de primera línea de servicio.

Las conclusiones de la investigación se apoyaron en el abordaje teórico realizado sobre las dos categorías trabajadas sobre las cuales, a continuación, se presenta un esbozo general.

1. Marco teórico

1.1 Satisfacción laboral.

Históricamente, la psicología organizacional se ha esforzado en establecer cuáles son los factores que mayor preponderancia tienen en la vida de los trabajadores, uno de ellos es el de la satisfacción laboral y el papel que desempeña tanto en la vida del trabajador como en su rendimiento laboral, experimentando diversos cambios a lo largo del tiempo.

Según Garcia-Ramos, Lujan-Lopez, & MartinezCorona (2007), la satisfacción es la sensación que un individuo experimenta cuando cumple con una necesidad o labor que se le encomienda. La satisfacción, generalmente, se expresa como la actitud que se tiene frente al trabajo, la cual, está basada en las creencias y valores que el propio trabajador desarrolla en su contexto

laboral, valores que se ven definidos por las características de la empresa, por la función que la persona realiza y por su percepción sobre cómo debería llevarse a cabo.

La satisfacción laboral es concebida también como la actitud de una persona hacia su empleo, es decir, que un trabajador con un alto nivel de satisfacción en su puesto de trabajo tiene actitudes positivas hacia sí mismo y hacia los demás. Lo que puede llegar a influir positivamente en sus relaciones laborales y personales (Caballero, 2002).

Locke (1976), uno de sus primeros teóricos que definió la satisfacción laboral, la describe como “un estado emocional positivo y placentero, resultante de la percepción subjetiva de las experiencias laborales del sujeto” (p. 35). Se trata de un sentimiento de bienestar que se relaciona con las experiencias laborales, que influye además en la vida personal del trabajador.

Para Colquitt, Scott & LePine (2007), la satisfacción laboral es uno de los mecanismos que utilizan los individuos y que impacta directamente el desempeño laboral y el compromiso con la organización, es por esto que, si un empleado está satisfecho con las labores que debe cumplir, experimentará sensaciones positivas mientras realiza su tarea, lo que contribuye a que las personas tiendan a querer quedarse en su lugar de trabajo el mayor tiempo posible. Así mismo, existen dos factores que son preponderantes a saber, la participación en la organización y la oportunidad que tienen las personas de usar sus conocimientos en sus quehaceres, esto se relaciona íntimamente con la exigencia y las demandas que exige el puesto de trabajo.

Según Caballero (2002), la satisfacción tiene relación directa con la productividad en el trabajo, con el clima organizacional, con la sensibilidad hacia la dirección de la organización, también con las actitudes y los sentimientos de los trabajadores y de los superiores de la empresa en general y con diversos

aspectos del trabajo que podrán satisfacer si la organización brinda los recursos necesarios para esto, es decir, si existen elementos suficientes tanto en el suplemento material proporcionado por la empresa, como en los factores estratégicos, por ejemplo, la adecuada socialización de expectativas y estrategias que direccionan la organización (Pérez, 1995).

Según Carriere y Bourque (2009) los colaboradores esperan tener una remuneración justa, sin embargo, factores puramente materiales tales como el sueldo, no implican que las personas estén satisfechas en su trabajo, en este caso, deben evaluarse también factores que involucren la organización, la forma como esta genera sentido de pertenencia en los trabajadores, la claridad en las instrucciones, en las labores y las funciones, además de la manera de socializar y comunicar la información.

Para tener en cuenta los diferentes factores que influyen en la satisfacción laboral, Meliá y Peiró (1989) son un buen referente. Estos establecen una medida global de la satisfacción laboral para obtener una compilación de aspectos como el nivel de satisfacción en diferentes esferas del trabajo, es decir, una combinación entre ítems de tipo general y específico en relación con la validez del trabajo.

Para esto Meliá y Peiró (1989) se plantean seis dimensiones que permiten evaluar estos aspectos. La primera, satisfacción con la supervisión y la participación en la organización, la cual se relaciona con la percepción que tienen las personas sobre su rol e importancia, tanto en el funcionamiento como en la toma de decisiones que establece la empresa.

El segundo factor es la satisfacción intrínseca del trabajo, que se refiere al compromiso e interés que la persona tiene frente a su labor. En este punto influyen la complejidad, intensidad y ocupación que implica el trabajo, por lo cual se evalúa la manera en la que la persona se desempeña. Aquí se debe

encontrar un equilibrio entre lo sencillo y lo muy complejo, pues ambos extremos pueden determinar la satisfacción o la insatisfacción.

La satisfacción con la remuneración incluye además del pago económico establecido en el trabajo, el cumplimiento de las obligaciones legales hacia la empresa, así como la posibilidad de reconocimiento de horas extras, labores externas y el pago de servicios como salud y empleo para el personal. Otra dimensión es la satisfacción con las relaciones interpersonales; en este apartado se evalúan las facilidades y estrategias que se plantean desde la

organización para posibilitar el establecimiento de relaciones entre el personal, tanto a nivel laboral como a nivel individual, lo que permite a las personas tener mayor comodidad en su trabajo.

La relación entre satisfacción laboral y comunicación organizacional puede verse mediada por diferentes conceptos tales como la comunicación satisfactoria, el compromiso emocional y el clima de comunicación interna (Farahbod, Salimi & Dorostkar, 2013), siendo esta última la categoría a relacionar con la satisfacción laboral.

1.2 Clima de comunicación interna

El concepto de clima de comunicación nace de la comunicación organizacional, noción que, además de las ciencias de la comunicación, ha sido estudiada desde el campo de la psicología de las organizaciones, esto, a razón de que, hoy por hoy, entre otras cosas, las compañías se encuentran sometidas a diversos procesos de cambio y a múltiples avances tecnológicos que han supuesto enormes retos, tanto para la productividad, la competitividad y el aprendizaje a nivel interno, como en el manejo de las relaciones hacia el exterior.

La comunicación organizacional interviene en cada uno de los procesos organizacionales, por lo que se considera un concepto extenso que contempla, entre otras cosas, la mejora en la toma de decisiones, lo que se da de acuerdo con la información que se suministra y la retroalimentación que se logra (Farahbod, Salimi & Dorostkar, 2013). Según Chiavenato (2004), la comunicación interna se reconoce como un medio que permite el cumplimiento de logros y objetivos a nivel institucional y que se debe establecer desde la socialización de los objetivos, hasta el desarrollo organizacional.

Para Andrade (2005), la comunicación organizacional funciona como puente para el cumplimiento de los logros de la empresa; este autor expone que la comunicación es una característica fundamental en el flujograma de cualquier compañía, pues, por medio de ella, se establecen los diferentes procesos que se llevarán a cabo para fortalecer y fundamentar las relaciones interpersonales que permitan el logro de dichos objetivos.

En este sentido, Duarte (2003) y Bustamante (2013), resaltan que son, justamente, las interacciones entre el personal las que definen la cultura, es decir, el comportamiento colectivo de los miembros de la organización, sus hábitos y costumbres, los cuales se generan a partir de las inferencias que realizan los colaboradores acerca de su empleo, lo cual, a su vez, se relaciona con su propia satisfacción laboral.

Siendo la comunicación organizacional un concepto tan amplio y tras la necesidad de delimitarlo para investigarlo y correlacionarlo con la satisfacción laboral, en esta oportunidad, se tomó como categoría de estudio el clima de

comunicación interna, ya que este tiene gran influencia en la vida laboral de las personas, puesto que afecta tanto el compromiso como el grado de satisfacción (Pincus, 1986).

El clima de comunicación interna es un componente de la comunicación que se comporta como determinante de las funciones de comportamiento deseables dentro del ámbito organizacional, pues por medio de este, las personas desarrollan una identificación con la empresa, lo que conlleva a que presenten un aumento en su desempeño laboral, (Hernández, 2008).

El clima de comunicación posee características que permiten evaluar la calidad de los procesos de comunicación interna desde su estructura o medios utilizados, así como la percepción de los empleados en cuanto a la efectividad de estos programas en su función de receptores de las distintas medidas que se toman desde el nivel más alto de la organización. Por tanto, el clima de comunicación se torna en una propicia y valiosa herramienta, ya que, al llevar a cabo unos buenos procesos de comunicación, se tiene una mayor probabilidad de que los trabajadores posean una mejor percepción de las labores que la organización requiere de ellos y la forma de brindarles mayor bienestar.

Si los procesos de comunicación se llevan a cabo de manera efectiva, necesariamente el clima de

comunicación interna permitirá a los individuos tener mayor conocimiento de la organización para la que trabajan, teniendo en cuenta que la satisfacción laboral se complementa con elementos como el establecimiento de relaciones con pares y el conocimiento de la empresa, lo que conlleva a una mayor pertinencia y participación por parte del empleado (O'Reilly, 1989; Bartel & Dutton, 2001).

Además, como se ha encontrado en Bustamante (2013) la satisfacción le posibilita a una persona contribuir de manera positiva en su área laboral y el grado de comunicación que se encuentra en su trabajo es determinante para ello. Un buen manejo de los componentes comunicativos, en especial el interno, puede inducir al personal a sentirse conforme con las labores que desempeña e incluso, a sentirse útil en su puesto de trabajo.

Cabe resaltar aquí que, tanto el clima de comunicación interna como la satisfacción laboral, son temas que tributan tanto a la comunicación como a la psicología organizacional, siendo dos constructos que influyen directamente sobre el bienestar psicológico de los colaboradores y sobre su desarrollo. Bien lo dice Noguera (2002) cuando plantea que la comunicación es un área de estudio pertinente para el campo psicológico, en cuanto a la satisfacción laboral y los beneficios que puede traer para los trabajadores.

2. Metodología

Para la elaboración de la investigación que enmarca este artículo se utilizó una metodología de tipo cuantitativo de corte transversal. La correlación de Pearson permitió analizar la relación entre el clima de comunicación interna y las seis dimensiones de satisfacción laboral. El instrumento correspondiente al clima de comunicación interna, constó de 18 ítems que apuntaban a evaluar la percepción

de los colaboradores acerca de las políticas y relaciones que se tejen en la empresa. Este instrumento fue traducido al español por el comunicador y doctor en psicología David Hernández García (2008), siendo sus creadores originales Smidts, Pruyn, & Van Riel en 2001.

Por su parte, para medir la satisfacción laboral se utilizó el cuestionario de Meliá &

Peiró (1989), diseñado con la intención de evaluar el componente actitudinal como eje central de la experiencia de la persona en su lugar de trabajo. Dicho cuestionario surge de la necesidad de considerar los aspectos culturales que influyen dentro de la organización. Este instrumento es de escala tipo Likert de 1 a 7, donde uno (1) hace referencia a muy insatisfecho, y siete (7) a muy satisfecho.

Para la realización de la presente investigación se aplicaron ambos instrumentos a 42 de los 48 empleados que dentro de sus funciones tiene la labor de servicio al cliente en la empresa objeto de estudio. En esta ocasión los empleados se dividieron en 4 grupos de 11 personas para facilitar el proceso.

3. Resultados

En cuanto al clima de comunicación interna, se encontró que el 55% de los participantes tienen una percepción buena acerca de los procesos de comunicación interna que se llevan a cabo en la organización. Un 43% de las personas tienen una percepción aceptable de la comunicación, mientras que solo una persona manifestó tener una mala idea de cómo se llevan a cabo los procesos comunicativos, indicando entonces conformidad por parte del colectivo frente a este tema.

En cuanto a la satisfacción laboral, se evidencia que el 41% de las personas dicen sentirse muy satisfechas en su trabajo. Entre tanto, con un 51%, gran parte de las personas se encuentran satisfechas con algunos aspectos de su trabajo, sin embargo, estos aspectos son muy susceptibles de ser mejorados. Entre las respuestas que dejan más inquietudes se encuentran la remuneración y la cantidad de horas laborales, puesto que algunos consideran no ganar lo suficiente respecto a la cantidad de horas que permanecen en el entorno laboral. Cabe mencionar que, en la información sociodemográfica recolectada, el personal específica trabajar más de 40 horas semanales.

En la dimensión supervisión y participación en la organización, la mayor parte de la muestra respondió estar satisfecho con las políticas y estrategias que se establecen en la empresa para comunicar los diferentes procesos al interior de la misma, 33% muy

satisfecho y 45% satisfecho. A través del análisis de los ítems, se observa que estos tienden a evaluar, en especial, la posición que tiene la persona dentro de la organización y su posibilidad de progresar, por ejemplo, las posibilidades que tienen de ser promovidos y la comodidad con la supervisión de los directivos.

Igualmente, en el apartado de ambiente físico, los datos arrojan un alto grado de satisfacción, es decir que la empresa muestra buenas instalaciones y condiciones como iluminación, amplitud del lugar, herramientas para el trabajo, etc. Sin embargo, en los aspectos de lugar personales, hubo algunos colaboradores insatisfechos, sobre todo por el tamaño del lugar de trabajo, y en algunos casos por el lugar donde se encuentra su área de trabajo.

La sección satisfacción con las prestaciones y recursos materiales hace referencia al cumplimiento y satisfacción que tienen las personas con los recursos que le son brindados por parte de la empresa para realizar su trabajo, además del pago de las prestaciones por parte de la misma. El 40% de las personas dice estar muy satisfechas con la organización, mientras que el 37% se encuentra satisfecho en este aspecto, lo que indica que el otro 21% del personal se encuentra insatisfecho con esta situación. En este punto se evalúa las facilidades en cuanto a alimentación, comunicación y periodos de vacaciones para el personal.

La dimensión de satisfacción del personal frente a la remuneración económica, es decir, frente al salario mensual, también indaga por la satisfacción de recibir auxilio de transporte, sistema de comisiones, pago de horas extras, entre otros factores económicos que inciden en gran parte en la satisfacción laboral de las personas. En este punto se evidencia que esta dimensión es la de mayor insatisfacción por parte del personal, ya que el 25% de las personas respondieron estar insatisfechas con esta situación en la empresa estudiada.

La satisfacción intrínseca del trabajo es una dimensión que hace referencia a la satisfacción percibida por parte del personal en cuanto a las labores realizadas diariamente en su trabajo, por ejemplo, si se consideran buenos en sus labores, si se encuentran satisfechos por las labores que deben realizar por sí mismo o si tienen posibilidad de realizar las actividades de su interés en su puesto de

trabajo. Esta dimensión también evalúa la capacidad de la persona de realizar las tareas, es decir, si tiene buena producción en su trabajo. Este punto fue de los de mayor satisfacción para las personas, pues un 60% dice sentirse satisfecho con su labor, mientras que solo un 15% respondió estar insatisfecho.

Frente a la satisfacción con las relaciones interpersonales, además de evaluar los espacios - tiempo facilitados para que el personal pueda establecer lazos con las otras personas de la empresa, se pregunta por las facilidades que tiene el personal para relacionarse con otros, es decir, si tiene compañeros cerca en su lugar de trabajo, así como la relación con subordinados, clientes y superiores. En esta dimensión, al igual que en la anterior, se mostró gran satisfacción con la posibilidad de establecer estos lazos interpersonales, con un 58% de las personas que respondieron positivamente.

3.1 Correlación clima de comunicación interna y satisfacción laboral por dimensiones

Luego de la aplicación y análisis de los resultados obtenidos sobre el clima de comunicación interna y las diversas dimensiones de la satisfacción laboral (remuneración, relaciones interpersonales, supervisión y participación, ambiente físico, prestaciones materiales y satisfacción intrínseca), se evidencia que no todas las dimensiones de esta última tienen una influencia significativa con el clima de comunicación en la población estudiada.

De acuerdo con la correlación de Pearson, el clima de comunicación interna sí tiene una relación significativa con variables como, las relaciones interpersonales (.039), la supervisión y participación (.010) y satisfacción intrínseca (.045). De acuerdo con el análisis bivariado que se realizó a través del software SPSS, son estas tres variables las que mayor relación tienen con respecto al clima de comunicación interna.

Tabla 1. Correlaciones entre dimensiones y clima.

Medias (M), desviaciones estándar (DE)									
	M	DE	1	2	3	4	5	6	7
1.CCI	61,1667	7,22771	1						
2.REMN	69,62	16,036	,480*	1					
3.RI	33,4524	9,19491	,039**	,000*	1				
4.SP	83,6905	19,77741	,010**	,000*	,000*	1			
5. AF	71,2143	18,96150	,149*	,000*	,000*	,000*	1		
6.PM	40,3810	12,22543	,562*	,000*	,000*	,000*	,000*	1	
7.SI	65,0000	16,34834	,045**	,000*	,000*	,000*	,000*	,000*	1

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

* . La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

Elaboración Propia

A pesar de que no se muestra una correlación completa entre todas las dimensiones de la satisfacción laboral con el clima de comunicación interna, si se demuestra que este se ve afectado por variables como las relaciones interpersonales.

4. Discusión.

De acuerdo con el objetivo de la investigación de establecer la relación entre el clima de comunicación interna y las seis dimensiones evaluadas de la satisfacción laboral en personal de servicio al cliente de una empresa del sector servicios de la ciudad de Pereira, se encontró que tres de las dimensiones se correlacionan con el clima de comunicación interna, estas son, satisfacción con las relaciones interpersonales, satisfacción intrínseca del trabajo y la satisfacción con la supervisión y la participación en la organización. Siendo las dos primeras las que más alta puntuación presentaron en la calificación del instrumento.

Estas relaciones se deben a que el clima de comunicación interna se evalúa a través de ítems que apuntan a determinar cómo se establecen las relaciones interpersonales acorde con las circunstancias laborales, tanto con compañeros como con jefes. Entre los ítems se destacan: la percepción subjetiva de la persona, la disposición de

sugerencias, la honestidad y la sinceridad de sus compañeros de trabajo.

Estos son elementos que llevan a una mejora en la calidad de las relaciones interpersonales, lo cual, según Locke (1976), es una gran contribución a la felicidad de los empleados en su organización, teniendo gran importancia para las personas que se desempeñan en el área de servicio al cliente, pues es necesarios generar lazos amistosos dentro de su ámbito laboral (Mitrofan & Bulborea, 2013).

De hecho, las dimensiones: satisfacción intrínseca y satisfacción con las relaciones interpersonales fueron las dos dimensiones con más alto porcentaje de personas "muy satisfechas" con un 60% y un 57% del total de colaboradores en esta evaluación. Esto se debe a la relación que tiene la satisfacción de las personas en cuanto a su percepción personal y la labor que estas realizan, lo que influye sobre el clima de comunicación interna de la organización, no solo a nivel de

políticas y estrategias laborales, sino sobre la misma relación entre las personas (Petit, Goris, & Vaught, 1997), (Burke, Matthiesen, & Pallesen, 2006), (García Rubiano, Arias & Gómez 2013).

Ahora bien, como propone Bustamante (2013) uno de los asuntos más influyentes es la información de la visión estratégica de la compañía, pues a nivel organizacional tiene mayor preponderancia que otros factores, los cuales, a lo mejor, pueden considerarse como personales o subjetivos, debido a que una efectiva comunicación e información de políticas o reglas a nivel empresarial, permite realizar una mejor labor en el puesto de trabajo, y por ende estar más satisfecho e incluso más feliz en el trabajo.

Acorde con esto, Till y Karren (2011), plantearon que, a medida que un colaborador adquiere mayor conocimiento de la organización, no solamente se encontrará más satisfecho en su trabajo, sino que estará más receptivo a las actividades y relaciones establecidas en el ámbito laboral, por lo cual, tendrá mejor establecimiento de relaciones interpersonales, lo que aporta al mejoramiento del clima comunicacional en el trabajo.

Será a partir de esto que las personas sientan mayor pertenencia hacia la organización. Evidentemente esto tiene congruencia con el hecho de que el clima de comunicación interna se ve extensamente relacionado con la manera en la que se informan los aspectos relativos a la empresa, es decir, factores como políticas, objetivos y situaciones institucionales. De esta manera, las personas perciben que existe un ambiente de confianza en su organización (Pincus 1986), de igual forma, en la presente investigación se puede establecer que el clima de comunicación interna no se ve relacionado con la totalidad de las dimensiones que posee la satisfacción laboral. Si bien en la investigación no se muestra una relación concreta con factores como la remuneración económica o material, no se debe descartar que este tipo de aspectos influyan en la actitud del

trabajador, por lo cual sería susceptible de afectar también el clima comunicacional.

Se cree que la razón por la cual factores como la remuneración o el ambiente físico no presentan una relación positiva con el clima de comunicación, es que estos se ven más relacionados con circunstancias que no tienen mayor influencia en la manera en que las personas interactúan entre sí, al menos con la población del área en la que se desempeñan. También en diversos avances teóricos se menciona que pueden existir distintos niveles de clima dentro de las organizaciones (Hernández, 2008).

Por otra parte, en la dimensión de satisfacción con la supervisión y la participación en la organización, se encontró la existencia de una correlación con el clima de comunicación, sin embargo, al contrario de las dimensiones anteriormente mencionadas, se evidenció que solo un 33% de las personas está “muy satisfecha” con este factor en la empresa, esto puede deberse a problemas de comunicación entre los distintos niveles del personal (Ponce 2016), en este caso particular podrían existir dificultades de comunicación entre jefes y personal. A diferencia de los dos factores anteriores, en este apartado se evalúa también la relación con superiores y con subordinados, implicando el factor laboral en cuanto a la comunicación en el trabajo.

Por último, es importante resaltar el carácter individual del instrumento aplicado, pues de acuerdo con Goldhaber (1993), las percepciones cognitivas de los empleados influyen sobre su comportamiento en la organización, cuando la comunicación es apropiada, la percepción de los empleados tiende a ser favorable. En el caso de esta investigación es pertinente señalar que, dependiendo del puntaje que se presente en el cuestionario de clima de comunicación, la persona presentará mayor o menor importancia en el establecimiento de las relaciones interpersonales.

Conclusiones

La aplicación de ambos instrumentos permitió la correlación del clima de comunicación interna y las seis dimensiones correspondientes a la satisfacción laboral. Se encontró la existencia de correlación con dimensiones como el establecimiento de relaciones interpersonales (0,39), la satisfacción intrínseca en el trabajo (0,45), la satisfacción con supervisión y la participación en la organización (0,10).

La dimensión de satisfacción con las relaciones personales fue la que más alto puntuó, correspondiente al porcentaje de 60% muy satisfecho y 29% satisfecho, indicando que las medidas de la organización para promover espacios de socialización entre los empleados de todos los niveles resultan adecuadas, además permite inferir que esta organización no se presentan mayores problemas respecto a las relaciones personales entre jefes y subordinados.

La dimensión de satisfacción con los aspectos de remuneración presentó la puntuación más baja de todas las dimensiones, sin embargo, no impactó de manera significativa con el resto de los puntajes tal y como se resaltó anteriormente, si bien este factor no es absolutamente decisivo en la satisfacción de las personas (no se fijan únicamente en el salario para estar satisfechos); una mala remuneración si podría impactar negativamente en ambos aspectos.

Por último, se recomienda a la organización evaluar el ambiente físico en cual laboran algunos colaboradores, pues un 24% de ellos se muestra insatisfecho por el lugar de trabajo. Este aspecto es importante, pues no solamente influye en la satisfacción de las personas, sino que puede llegar a repercutir en las relaciones que la persona establece en su lugar de trabajo y en la ejecución de este.

Referencias

- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna*. España: Gesbiblo S.
- Bartel, C., & Dutton, J. (2001). Ambiguous organizational memberships: Constructing organizational identities in interactions with others. In M. A. Hogg, & D. J. Terry (Eds.), *Social identity processes in organizational contexts* (pp. 115–130.). Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Bronstrup, C. (1985). Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. *PRISMA*, 535–571.
- Burke, R; Matthiesen, S; Pallesen, S. (2006). Workaholism, organizational life and well-being of Norwegian nursing staff. *Career Development International*, 11(5), 463–477.
- Bustamante, Edilson. (2013). El clima de comunicación, la motivación y la satisfacción laboral en un proceso de atención primaria en Colombia. *Revista de Comunicación y Salud*. Vol. 3, nº 1, pp. 35-49.
- Caballero, K. (2002). El concepto de "satisfacción en el trabajo" y su proyección en la enseñanza. *Profesorado*, 6(1–2), 1–10.
- Carrière, J., & Bourque, C. (2009). The effects of organizational communication on job satisfaction and organizational commitment in a land ambulance service and the mediating role of communication satisfaction. *The Career Development International*, 14(1), 29–49.
- Capriotti, P. (1998). La Comunicación Interna. *Capacitación Y Desarrollo*, 13, 5–7. Retomado desde: http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Interna.pdf
- Chiavenato, I. (2004). *Comportamiento organizacional y Comunicación Organizacional*. México: Thompson (10 de 09 de 2012). Obtenido de Capítulo 2 Libro : http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/p/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf
- Colquitt, J. A., Scott, B. A., & LePine, J. A. 2007. Trust, trustworthiness, and trust propensity: A meta-analytic test of their unique relationships with risk taking and job performance. *Journal of Applied Psychology*, 92: 909–927.
- Duarte, E. (2003). Por uma epistemologia da comunicação. *Epistemologia da comunicação*, 41-54.

Farahbod, F., Salimi, S. B., & Dorostkar, K. R. (2013). Impact of Organizational Communication in Job Satisfaction and Organizational Commitment. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(4), 419-430.

Freeman, Richard E. (1984). *Strategic Management A 5. Stakeholders Approach*.

García-Ramos, M., Luján-López, M. E., & Martínez-Corona, M. A. (2007). Satisfacción laboral del personal de salud. *Revista de Enfermería del Instituto de Seguro Social*, 15(2), 63-72.

García Rubiano, M., Arias, F., & Gomez, P. (2013). Relación entre comunicación y cambio organizacional en trabajadores de una empresa del sector terciario. *Revista Diversitas*, 81-95.

Goldhaber, G. (1993). Organizational communication. *Human Communication research*, 76-96.
Hernandez Garcia, D. (2008). El clima de comunicación: la percepción individual y compartida de las políticas de comunicación organizacional. *Universidad de antioquia*.

Locke, E.A. (1976) the Nature and Causes of Job Satisfaction. In: Dunnette, M.D., Ed., *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Vol. 1, 1297-1343.

Meliá, J., & Peiró, J. (1989). La medida de la satisfacción laboral en contextos organizacionales: el cuestionario de satisfacción S20/S23. *Psicologemas*, 59-74.

Mitrofan, N., & Bulborea, A. (2013). The Role of Organizational Communication in Structuring Interpersonal Relationships. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 76(0), 511-515.

Noguera, J. A. (2002). El concepto de trabajo y la teoría social crítica. *Papers Sociología*, 68, 141-168.

O'Reilly, C. A., III. 1989. Corporations, culture, and commitment: Motivation and social control in organizations. *California Management Review*, 31(4): 9-25.

Penley, E., & Hawkins, B. L. (1980). Organizational Communication, Performance, and Job Satisfaction as a Function of Ethnicity and Sex. *Journal of Vocational Behavior*, 384, 368-384.

Pincus, J. D. (1986). Communication Satisfaction, Job Satisfaction, and Job Performance. *Human Communication Research*, 12(3), 395-419.

Perez de Maldonado, I. (1995). Satisfacción laboral y comportamientos organizacionales. *Revista interamericana de psicología ocupacional*, 7-24.

Petit, J; Goris, J; Vaught, B. (1997). An examination of organizational communication as a moderator of the relationship between job performance and job satisfaction. *The Journal of Business Communication*, 34(1), 81-98.

Ponce, F. (2016). La comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los colaboradores de la cooperativa de ahorro y crédito, cámara de comercio de Ambato LTDA. De la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua. Retomado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/19499>

Till, R. E., & Karren, R. (2011). Organizational justice perceptions and pay level satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*, 25, 42-57. <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/02683941111099619>

Para citar este artículo:

Ocampo, D.; Valencia, N.; Castaño, E. (2018). **La influencia del clima de comunicación interna en la satisfacción laboral de empleados de una empresa del sector de servicios.** *Revista Luciérnaga / Comunicación*. Año 10, N° 20 Págs. 113 - 126
DOI: 10.33571/revistaluciernaga.v10n20a7

OJS. <http://revistas.elpoli.edu.co/index.php/luc/issue/archive>

Link. <https://www.politecnicojic.edu.co/index.php/revista-luciernaga>