



Antonio José de Sucre
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA

Percepción de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico
incluida en la encuesta de clima laboral realizada por los colaboradores de la UAJS y los
colaboradores de la Secretaría de Educación Departamental

Cristian Andrés Pereira Cárdenas

Mónica Alejandra Villafañe Macea

Corporación Universitaria Antonio José de Sucre (UAJS)

Ciencias Sociales

Comunicación Social

Tutor

Andrea Lorduy Díaz

Sincelejo – Sucre

2024





Tabla de Contenido

1.	Agradecimientos	4
2.	Resumen	5
3.	Introducción	9
3.1.	Planteamiento problema	11
3.2.	Formulación del Problema	26
3.3.	Objetivos	27
3.3.1.	General	27
3.3.2.	Específicos	27
3.4.	Justificación del Problema	28
4.	Marco Teórico	32
4.1.	Antecedentes de la Investigación	32
4.2.	Bases Teóricas	49
4.2.1.	Comunicación Organizacional	50
4.2.2.	El Papel del Comunicador Organizacional	56
4.2.3.	Perspectiva de la comunicación organizacional	57
4.2.4.	Comunicación ontológica	59
4.2.5.	Dimensiones de la Comunicación en Función de Perspectivas	61
4.2.6.	La perspectiva Ontológica	63
4.2.7.	Definición y Concepto de Clima Laboral	64
4.2.8.	Definición Terminológica de las Variables de Estudio	67
5.	Metodología	69
5.1.	Paradigma de la Investigación	70
5.2.	Nivel de la Investigación	71
5.3.	Población	73
5.4.	Muestra	73
5.5.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	74
5.6.	Procedimiento	76
6.	Resultados	77





6.1. Promedio de los Factores de la Escala Clima Laboral CL – SPC	83
7. Discusión	88
8. Conclusión	90
9. Recomendaciones	92
10. Referencias	93





Agradecimientos

El presente trabajo está dedicado primeramente a Dios, a nuestros padres, Rafael Pereira, Ana Cárdenas, Piedad Macea y Danilo Villafañe por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificio inmenso a lo largo de este camino académico. A mis amigos Dayana Pérez, Víctor Seguanes, Deivis Ortega, Rafael González, Kety Canchila, Iván Núñez y María Cabrera y demás seres queridos, por su ánimo y comprensión en los momentos de dedicación intensa, que de una u otra forma nos apoyan y forjan para que tengamos la mejor actitud, disposición y por ser fuente primordial de inspiración para finalizar con éxito, el presente proyecto. A nuestra tutora Andrea Patricia Lorduy Díaz, por su guía experta y sabios consejos, por sus labores incansables de enseñanza, conocimientos y guía, para cumplir con los compromisos y alcanzar los ideales propuestos. A todos aquellos que han formado parte de nuestro viaje hacia la culminación de esta tesis, ¡gracias infinitas por ser nuestra fuente de inspiración y motivación! A nuestros seres queridos





1. Resumen

La investigación se centró en analizar la percepción de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico incluida en la encuesta de clima laboral realizada por los colaboradores de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y los colaboradores de la secretaría de educación departamental. Se seleccionó una muestra de 20 colaboradores, 10 de cada entidad, siguiendo unos criterios específicos entre ellos que los colaboradores trabajen en el área de educación. Se implementó un enfoque metodológico mixto y un nivel explicativo y no experimental.

Para la recolección de datos, se utilizó la encuesta de Sonia Palma titulada Escala de Clima Laboral CL – SPL, enfocándose en los factores de involucramiento laboral y comunicación. Esta encuesta constaba de 50 ítems y se diseñó utilizando la técnica de Likert, donde los participantes calificaron su percepción en una escala del 1 al 5.

El proceso de investigación se dividió en varias fases, que incluyeron revisión documental, selección de la muestra, aplicación de los instrumentos y análisis de los datos. La aplicación de la encuesta se realizó en formato en línea, utilizando un formulario de Google para garantizar la uniformidad en la recolección de datos entre ambas instituciones.

Los resultados se analizaron comparativamente, destacando las diferencias y similitudes en la percepción del clima laboral y la comunicación organizacional entre UAJS y SED. Se utilizó un enfoque descriptivo para presentar los hallazgos, resaltando las tendencias observadas en relación con la edad, el género conforme a la perspectiva ontológica: individual, social y cultural.





La investigación siguió un riguroso proceso metodológico que incluyó la selección cuidadosa de la muestra, la aplicación de un instrumento validado y el análisis comparativo de los datos recolectados. Estos métodos permitieron obtener una comprensión profunda y comparativa del clima laboral y la comunicación organizacional en ambas instituciones, proporcionando información relevante para la mejora continua de su ambiente laboral.

Palabras claves: Comunicación, comunicación organizacional, ontología, perspectiva ontológica, involucramiento laboral





Abstract

The research focused on analyzing the perception of organizational communication from an ontological approach included in the employee survey conducted by the collaborators of the Antonio José de Sucre University Corporation and the collaborators of the departmental education secretariat. A sample of 20 collaborators was selected, 10 from each entity, following specific criteria among them that the collaborators work in the education area. A mixed methodological approach and an explanatory and non-experimental level were implemented.

For data collection, Sonia Palma's survey titled "Work Climate Scale CL - SPL" was used, focusing on the factors of work involvement and communication. This survey consisted of 50 items and was designed using the Likert technique, where participants rated their perception on a scale from 1 to 5.

The research process was divided into several phases, which included documentary review, sample selection, instrument application, and data analysis. The survey application was carried out in an online format, using a Google form to ensure uniformity in data collection between both institutions.

The results were analyzed comparatively, highlighting the differences and similarities in the perception of work climate and organizational communication between UAJS and SED. A descriptive approach was used to present the findings, highlighting the trends observed in relation to age, gender from an ontological perspective: individual, social, and cultural.





The research followed a rigorous methodological process that included careful sample selection, the application of a validated instrument, and the comparative analysis of the collected data. These methods allowed for a deep and comparative understanding of work climate and organizational communication in both institutions, providing relevant information for the continuous improvement of their work environment.

Keywords: Communication, organizational communication, ontology, ontological perspective, employee engagement.





2. Introducción

La comunicación organizacional desempeña un papel crucial en el funcionamiento eficiente de cualquier entidad, ya sea académica o gubernamental. La percepción que los colaboradores tienen de la comunicación organizacional puede influir significativamente en el clima laboral, es decir que emerge como un componente esencial en la dinámica laboral, influyendo directamente en el clima laboral y, por ende, en el rendimiento individual y colectivo de los colaboradores. Este estudio se enfoca en explorar esta percepción de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico, considerando la realidad y la naturaleza del ser y su importancia en el entorno laboral. Tal como lo resaltan González & González (2023) sobre la importancia de abordar la comunicación organizacional desde el ser. Estas investigaciones sobre las organizaciones como sistemas descentralizados en función de las relaciones humanas y un entorno laboral motivador y cooperativo, ha llevado a reconocer que la comunicación desempeña un papel crucial como "protagonista en los procesos de interacción", en lugar de ser simplemente una herramienta corporativa.

En ese sentido, a pesar de la reconocida importancia de la comunicación organizacional, existe una brecha en la comprensión de cómo los colaboradores perciben esta dimensión desde una perspectiva ontológica. La ontología, al considerar la naturaleza del ser y la realidad, ofrece un marco conceptual único para analizar la comunicación en el contexto organizacional. Desde una perspectiva ontológica, la comunicación organizacional se concibe como un fenómeno complejo que va más allá de simples intercambios de información, involucrando dimensiones más profundas de la realidad laboral, es decir va





más allá de una comunicación mecánica y cuadrículada. Siguiendo la postura de González y González (2023) ellos resaltan que, los estudios de Elton Mayo y los experimentos de Hawthorne aportaron una visión más humana a las organizaciones, descubriendo la importancia de los aspectos psicológicos y ambientales en el rendimiento laboral.

En el contexto específico de este proyecto, se examinará la Universidad Antonio José de Sucre (UAJS) y la Secretaría de Educación Departamental, dos entidades cuyos colaboradores desempeñan roles cruciales en la gestión educativa. La elección de estas instituciones se basa en la relevancia de su labor en el ámbito educativo en la ciudad de Sincelejo y en la importancia de entender cómo la comunicación organizacional influye en el clima laboral. Por lo anterior, a través de esta investigación se ahondará la importancia de la comunicación organizacional y su repercusión en la perspectiva de los colaboradores con el fin de conocer, analizar, describir y evaluar las diferentes razones y aspectos importantes del clima laboral y su reflejo en empresas u organizaciones públicas y privadas. En consonancia con la premisa fundamental planteada por Correal, Bustos, Constanza, y Panqueva (2008) ellos mencionan que el conocimiento sobre el papel de la comunicación en la organización de la empresa debe estudiarse de manera más rigurosa por dos razones muy importantes.

En primer lugar, la formación académica de nuestros alumnos se ha orientado a construir conocimiento sobre el papel de la comunicación en la empresa o en las organizaciones en general y, por otro lado, porque en el contexto de las teorías organizacionales se reconoce la comunicación como determinante para el





desarrollo organizacional de una empresa o una institución. (Correal, Bustos, Constanza, & Panqueva, 2008, p.142).

3.1. Planteamiento problema

En sintonía con la temática abordada, en este proyecto sobre la investigación organizacional, Meléndez (2019) en su tesis sobre comunicación organizacional y la gestión escolar desde la perspectiva de los docentes de una institución educativa pública de Lima – Perú, resalta que en los estudios de comunicación organizacional debe siempre abordarse desde lo humano, puesto que, el punto de partida para la obtención del éxito dentro de las organizaciones son sus colaboradores, es decir, debe primar lo humano ante lo estructural y material. Meléndez, destaca un cambio de enfoque fundamental sobre los estudios contemporáneos que priorizan la exploración de los recursos humanos sobre los aspectos tecnológicos e infraestructurales, respaldados por la evidencia de que la rentabilidad institucional se encuentra directamente ligada al desempeño del personal. La comunicación organizacional, subrayada como un factor clave en recursos humanos, cobra especial importancia en el ámbito de la gestión escolar, donde su eficiencia impacta significativamente en la optimización de variables organizacionales.

Hoy en día los estudios realizados en el contexto organizacional se centran en indagar en primer lugar, los recursos humanos sobre los tecnológicos e infraestructura, esto se debe a que se ha podido comprobar que los niveles de rentabilidad de una institución, se encuentra ligada directamente con la calidad de desempeño del personal. Un factor importante dentro del ámbito de recursos humanos más estudiado es la comunicación organizacional, debido a la dependencia





de las diversas variables organizacionales, en este caso, una eficiente gestión escolar. (Meléndez, 2019, p.1).

La comunicación organizacional es imprescindible para el desarrollo y el alcance del éxito de empresas u organizaciones ya sean públicas o privadas, o pequeñas o grandes empresas. La CO brinda diferentes herramientas comunicacionales que ayudan a realizar y cumplir este tipo de actividades de manera eficaz. Estas herramientas como la comunicación interna, la planificación estratégica de comunicación, comunicación descendente, comunicación ascendente, gestión del cambio, comunicación externa, clima organizacional, imagen corporativa, feedback y evaluación, entre otros instrumentos de comunicación organizacional, contribuyen a crear un ambiente informado, comprometido y alineado con los objetivos estratégicos, y así mismo; favorecer al logro y alcance de las metas de empresas u organizaciones. Cabe recalcar que, la aplicación de estas herramientas varía según los objetivos organizacionales de cada entidad.

Es tan grande la trascendencia de la CO y de sus herramientas que las empresas tradicionales se están reinventando y están teniendo en cuenta el papel fundamental que tiene para el éxito de sus compañías. Desde que la comunicación organizacional se ha impartido en las empresas ha sido notable el gran cambio e impacto que esta ha tenido conforme a la realización de actividades hasta el cumplimiento de objetivos plasmados, de tal manera que ha ayudado a contrarrestar costos y tiempos de producción. Así mismo, la comunicación organizacional ha impactado la parte externa de sus empresas ayudando a obtener incluso una buena imagen corporativa y su posicionamiento e impacto en el mercado.





Por otra parte, también es importante mencionar que, a medida que transcurre el tiempo, se desarrolla la globalización y avanzan las tecnologías; surgen nuevas dinámicas en el mercado, nacen nuevas necesidades y deseos en las personas trayendo a las empresas contemporáneas una serie de nuevos retos, desafíos y necesidades tales como la transformación digital, el trabajo remoto y flexibilidad, cambio climático, sostenibilidad, resiliencia empresarial, barreras de comunicación, sobrecarga de información, falta de transparencia, comunicación interna y externa ineficaz, falta de compromiso, gestión de conflictos, falta de alineación con la cultura organizacional, entre otros desafíos, por el cual, las empresas requieren realizar nuevas producciones, implementar herramientas más sofisticadas e incluso contratar colaboradores más capacitados y aptos que ayuden a enfrentar esos retos.

Por lo anterior, es aquí donde la comunicación organizacional interviene y juega un papel importante para poder responder a todos esos devenires desafiantes y a esas necesidades, con ayuda de un excelente clima laboral que permita realizar todas estas actividades tales y como se haya establecido.

Como lo consideran Pérez, Sayas, y Suárez (2020) las organizaciones cada vez afrontan mayores dificultades para estimular y motivar su talento humano, debido a que existen factores que alteran su estabilidad como las condiciones de trabajo, las oportunidades de ascenso, la carga laboral, el nivel de estrés, las relaciones interpersonales, entre otras; que, a pesar de sus variadas representaciones y manifestaciones, son innegables la aplicación de estrategias para mejorar los





procesos organizacionales. Es, entonces, donde se evidencia la importancia en mantener una cultura y un clima organizacional óptimo (p.12).

En ese mismo sentido, Comunicación (2010) en un estudio publicado en su revista de comunicación y cultura sobre estudios de comunicación en Venezuela, también consideran que la comunicación organizacional ha sido influida por los cambios en la tecnología, la globalización, las expectativas de los empleados y las dinámicas del mercado, sin embargo esta disciplina se ha encargado siempre responder a las necesidades y retos que traen sus entidades tratando siempre de mantener un excelente clima laboral para que se realicen de manera más funcional las actividades dentro de las mismas. En la actualidad existen desafíos en la gestión de la comunicación organizacional en instituciones públicas y privadas, donde se ven afectadas directamente el clima laboral y, por ende, la calidad de las relaciones interpersonales. Estas dificultades pueden traducirse en consecuencias negativas tanto para el personal como para el cumplimiento de los objetivos institucionales. “Las exigencias propias de la era de la globalización y la sociedad del conocimiento han llevado a la evolución y la transformación de la comunicación organizacional... en pro del éxito de los objetivos de la organización y su sostenibilidad” (Comunicación, 2010, p.3).

Un ejemplo claro y conciso para esta problemática mencionada anteriormente, es el de la pandemia de Coronavirus, el cual sorprendió al mundo entero, pero, sobre todo a las empresas u organizaciones públicas y privadas. La comunicación organizacional tuvo un papel crucial para poder continuar llevando a cabo las actividades de las empresas de manera eficaz, sin la comunicación organizacional, muchas empresas fuesen caído, muestras de entidades que cerraron fueron muchas, pero también hubo empresas que se





reinventaron gracias a los instrumentos comunicacionales que brinda la comunicación organizacional.

En esa perspectiva, tal y como lo resalta Neira (2021) en su tesis de grado incidencia de la comunicación organizacional sobre el compromiso de los colaboradores en organizaciones públicas y privadas. Ella cita a Khan (2021) puesto que este autor destaca la importancia crucial de la comunicación organizacional, especialmente resaltada durante la pandemia de COVID-19. Durante este período, la comunicación oportuna, transparente e informativa se ha convertido en un recurso invaluable para mantener a los empleados informados. Además, se reconoce que empleados comprometidos y conectados pueden preservar una cultura e identidad organizativa sólidas, incluso cuando se enfrentan a desafíos como la distancia física impuesta por la contingencia. “La afirmación... lleva a pensar en que la comunicación en las organizaciones está dispuesta a reinventarse ante los retos que afrontan las dinámicas sociales hoy, aspecto de gran impacto que habla de la pertinencia de iniciativas investigativas como esta” (Neira, 202, p.3).

Resumiendo, la comunicación organizacional desempeña un papel clave para poder responder de manera adecuada y asertiva a los desafíos organizacionales para cumplir con las metas plasmadas, así mismo mantener y generar un excelente clima laboral que pueda superar cualquier crisis dentro de la organización conforme a un entorno donde la información fluya eficientemente, se promueva la comprensión, se logren y superen objetivos organizacionales, como también alcanzar las metas a corto, mediano o largo plazo.





Por otra parte, es importante recalcar que la comunicación organizacional va más allá de cumplir con objetivos organizacionales, no es solo estructurar estrategias y políticas para que se implementen en la organización, no es solo constituir jerarquías, organizar mensajes, ideas; la comunicación organizacional tiene un objetivo principal y es mejorar la comprensión y la colaboración entre los miembros de la organización, buscar y crear un ambiente donde los integrantes del equipo puedan comprender claramente los objetivos, políticas, procedimientos y expectativas. En consecuencia, aquí radica la problemática a examinar en el siguiente trabajo de investigación; abordar a la comunicación organizacional más allá del cumplimiento de objetivos organizacionales sino del bienestar de los miembros de cualquier compañía. Como lo resaltan Correal, Bustos, Constanza, y Panqueva (2008) en la Revista Escuela de Administración de Negocios, de la Universidad EAN Colombia titulado como lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa.

Finalmente, es necesario pensar en el concepto de comunicación organizacional, más que en un procedimiento mecánico de la gestión de medios y canales o en el mero desarrollo de las habilidades comunicativas en el ámbito del desarrollo integral de las organizaciones humanas, que devienen en el reconocimiento de discursos y de formas de comunicación en un momento concreto social, cultural y económico (p.152).

En ese sentido y teniendo en cuenta que, la comunicación organizacional busca comprender, alinear objetivos, mejorar la toma de decisiones, fomentar la colaboración, crear un sentido de pertenencia, gestionar el cambio, resolver conflictos, mantener la moral; se pretende resaltar que la comunicación organizacional busca establecer un flujo eficiente





y efectivo de información en todos los niveles de la organización para lograr una operación cohesiva, una cultura saludable, un clima laboral sano y el éxito en el logro de los objetivos organizativos.

Como se ha mencionado al inicio de la investigación, la comunicación organizacional desde que es concebida como una disciplina, ha sido fundamental para el éxito de muchas organizaciones, sin embargo, la han aplicado de una manera poco convencional; es decir, limitan a la CO a ser simple, rutinaria o estructurada de manera rígida con el único objetivo de alcanzar las metas plasmadas dentro de las mismas. Es claro afirmar que algunas entidades han tenido buenos resultados, pero por encima del trabajador, sin tener en cuenta el bienestar y la importancia de los colaboradores quienes luchan por el éxito de las compañías donde laboran. Si las empresas u organizaciones identificaran el verdadero valor e importancia de su personal entenderían que estos son más importantes que los objetivos establecidos.

En contraste con esta situación, se sigue la línea de Castro y Díaz (2020), en vista de que, ellos puntan hacia las ideas de Grunig y Hunt (2003) para establecer como algunas empresas monopolizan a sus trabajadores sin tener en cuenta su bienestar como seres humanos sintientes. Actualmente, algunas empresas están priorizando el bienestar de sus empleados, lo cual contrasta con aquellas que aún mantienen modelos de relaciones laborales unidireccionales o asimétricas. A pesar de que todavía existen organizaciones que se basan en métodos tradicionales de promoción y comunicación, cada vez son más las que han evolucionado hacia un enfoque de comunicación bidireccional y simétrica dentro de la





empresa. Esta nueva perspectiva enfatiza la importancia del diálogo abierto y la comunicación interpersonal, especialmente en entornos empresariales menos jerarquizados.

De esta manera, las entidades tanto públicas como privadas han empezado a analizar que la comunicación organizacional se encuentra enfocada en sus colaboradores y su respectivo confort, resaltando la importancia de que el éxito de sus empresas es gracias a sus colaboradores, por esta razón las organizaciones están teniendo en cuenta más al personal de trabajo. En ese mismo sentido, (González & González, 2023) en un estudio realizado para la Universidad del Tolima – Colombia, enfatizan la trascendencia de la comunicación organizacional en las empresas. “Actualmente, se considera como un canal y proceso de comunicación fundamental que influye en la eficiencia y eficacia de los objetivos institucionales, en el estímulo de las relaciones inter y extra organizacionales, en la imagen y el clima organizacional” (González & González, 2023, p.4).

A raíz de lo expuesto previamente, dando continuidad al análisis exhaustivo de los distintos aspectos de la problemática abordada en el proyecto de investigación, es esencial ahora dirigir la atención hacia el tema central: abordar la comunicación organizacional desde ese enfoque ontológico, partiendo de la importancia del ser dentro de las organizaciones. Aquí radica la incógnita de estudio sobre la implementación y el manejo adecuado de la comunicación organizacional, este aspecto es crucial en el contexto organizacional actual, donde la eficacia de la comunicación puede influir directamente en la perspectiva y en el desempeño y la cohesión de los colaboradores. Explorar cómo se lleva a cabo esta implementación y qué estrategias se utilizan para gestionarla de manera efectiva





permitirá comprender mejor su impacto en la dinámica interna de las organizaciones enfocadas en la educación.

Por consiguiente, es importante mencionar a la comunicación interna como una de las herramientas más imprescindibles de la comunicación organizacional, puesto que, es la que permite que el personal de trabajo realice sus actividades de manera eficaz primando siempre el bienestar de los colaboradores. La comunicación interna permite mantener una relación directa entre diferentes departamentos, ayuda a conectar a todos los colaboradores de una manera íntegra entre toda la jerarquía organizacional, ayuda a mantener un excelente clima laboral y trabaja en pro de los objetivos de la compañía. Como lo enfatizan Valencia y Castaño (2021) en su artículo de investigación comunicación organizacional y felicidad en el trabajo de la Universidad Católica de Pereira – Colombia, en el artículo los autores concluyen que la comunicación interna y la construcción de un clima organizacional positivo que fomente la felicidad resulta beneficioso para el desarrollo de un ecosistema innovador. Además, proponen un esquema de funcionamiento que potencie el compromiso, la participación, la felicidad y el bienestar de los empleados a través de la comunicación interna como elemento facilitador.

Siguiendo esa misma lógica, la comunicación interna juega un papel crucial en la comunicación organizacional, es fundamental para el buen funcionamiento y el éxito de una empresa, puesto que la CI se encarga de garantizar la alineación de objetivos entre los miembros, la coordinación y colaboración eficiente entre equipos, claridad en los objetivos, contribuye a la motivación y compromiso, resolución de conflicto, desarrollo profesional, innovación y creatividad, identidad organizacional, siendo esencial para construir y





mantener relaciones saludables y productivas dentro de una organización, facilitando la alineación de los empleados con los objetivos comunes, creando un entorno propicio la adaptabilidad, promoviendo la transparencia y contribuyendo al éxito general de la empresa al proporcionar una comprensión clara de la visión y misión de la empresa. En consonancia con esto, Castro & Díaz (2020) mencionan que la comunicación interna no solo aumenta la productividad, sino que también ayuda a retener talento al fortalecer la lealtad de los empleados hacia la empresa y fomentar su identificación con su cultura y valores. Mantener a los trabajadores informados aumenta su compromiso y promueve la confianza y credibilidad dentro de la organización.

En el actual escenario empresarial, marcado por un entorno comunicativo que permite una retroalimentación constante y simultánea, las organizaciones se enfrentan a la necesidad imperante de desarrollar una comunicación dinámica y en constante evolución. La participación de los públicos internos emerge como un elemento clave en este proceso. Además, la contribución de la comunicación interna va más allá al mejorar la felicidad y bienestar a través del fomento de la cultura organizacional, así como del compromiso y la fidelización de los empleados como lo destacan Castro y Díaz (2020) en su artículo, ellos mencionan que el compromiso se destaca como un componente esencial para alcanzar las metas de desarrollo y para convertirse en verdaderos representantes y promotores de la marca. Los niveles más elevados de asimilación de la cultura empresarial se relacionan con una mayor sensación de felicidad entre los integrantes de la organización.

Siguiendo la posición de Castro y Díaz (2020) la CI facilita una relación favorable entre los empleados y la organización, contribuyendo a una cultura de vitalidad y





aprendizaje. Promover esta cultura conduce al crecimiento y la satisfacción de los empleados, logrando esto a través de acciones como permitir la autonomía, fomentar la toma de decisiones, compartir información, reducir comportamientos negativos y proporcionar retroalimentación sobre el desempeño. En síntesis, la comunicación interna emerge como un componente clave en la promoción de relaciones positivas, desarrollo organizacional y bienestar de los empleados en el entorno empresarial actual.

En ese sentido, un excelente clima laboral es crucial para el desempeño eficaz de una organización y para el logro de sus objetivos. Un ambiente que fomente la motivación y el trabajo en equipo permite que los empleados se sientan valorados, escuchados y comprometidos. Esto no solo promueve la creatividad y la innovación, sino que también contribuye al éxito general de la organización, al crear un entorno propicio para el crecimiento y el logro de metas a largo plazo.

El clima organizacional y su relación con el desempeño laboral, es actualmente conocido como una de las bases más importantes dentro de las actividades laborales, pues permite generar bienestar en los empleados, de acuerdo con la percepción frente a los estímulos y comunicación que actúan directamente sobre el trabajo y las funciones que ejercen cada uno en una empresa. (Pérez, Sayas, & Suárez, 2020, p. 12).

Sin embargo, el establecimiento y mantenimiento de un clima laboral positivo enfrenta varios desafíos en el entorno empresarial, algunos de estos desafíos son la comunicación ineficaz, conflicto interpersonal, falta de reconocimiento, gestión del cambio, desigualdades y discriminación, estrés laboral, falta de participación y empoderamiento,





incertidumbre laboral, desarrollo profesional limitado, cultura organizacional negativa. Superar estos desafíos requiere un enfoque integral que incluya la implementación de políticas y prácticas que fomenten la comunicación abierta, la equidad, el reconocimiento, la gestión del cambio efectiva y el desarrollo profesional continuo; la atención a estos aspectos contribuirá a construir y mantener un clima laboral positivo y saludable.

En la situación actual, en sintonía con la temática abordada en este proyecto, se encontró el eco elocuente de Pérez, Sayas, y Suárez (2020) en su investigación titulada como clima organizacional y su relación con el desempeño laboral en el Hospital Universitario de Sincelejo, Colombia, los autores analizaron la influencia del clima organizacional en el desempeño laboral del personal administrativo expresando de manera elocuente la problemática local que existe en la ciudad de Sincelejo, evidenciando la incidencia de la percepción de los colaboradores con respecto al clima laboral y en el desempeño laboral de los trabajadores. La investigación se centra en la complejidad del clima laboral, considerándolo un proceso intrincado e influenciado por la dinámica organizacional, el entorno y los factores humanos. Reconociendo la importancia del componente humano, muchas empresas buscan evaluar y mejorar su clima organizacional mediante estudios basados en diversos elementos. El objetivo de la investigación de estos autores es evidenciar cómo el clima organizacional incide en el éxito y la satisfacción laboral en este sector específico de la institución gubernamental.

Estos autores seleccionaron como objeto de estudio al Hospital Universitario de Sincelejo, en la actualidad, es una institución gubernamental que ha buscado generar una satisfacción integral con altos estándares de calidad, entre ellos fortalecer su recurso





humano. Este análisis fue enfocado en el área administrativa estudiando el clima organizacional, lo cual logró evidenciar la incidencia que el clima organizacional tiene en el desempeño laboral en los trabajadores del área administrativa del Hospital Universitario de Sincelejo.

Muchas de las empresas e instituciones reconocen que uno de sus activos fundamentales es su componente humano y, para estar seguros de la solidez de este talento humano, las organizaciones requieren contar con mecanismos de medición del clima organizacional... Esto implica que toda empresa debe conocer si hay una influencia del clima organizacional sobre el desempeño de sus trabajadores. (Pérez, Sayas, & Suárez, 2020, p. 13).

Del mismo modo, como se indicó al comienzo del estudio, sobre la importancia de la comunicación organizacional desde una perspectiva ontológica, se considera que lo que debe primar dentro de la organización es el bienestar físico, mental, emocional y profesional de los colaboradores dentro de una compañía. Teniendo en cuenta que, desde una perspectiva ontológica la comunicación se encarga de tener en cuenta primordialmente el contexto, la cultura, el tipo de mensaje y canal que emplean los colaboradores dentro de estas. En términos simples, la comunicación ontológica se preocupa por cómo las percepciones, creencias y comprensiones afectan la forma en que se comunica y se entiende a los demás, se reconoce que la manera de ser y de interpretar el mundo influye en la calidad y el significado de las interacciones comunicativas.

Partiendo de la premisa anterior, la comunicación ontológica es importante dentro de las empresas u organizaciones porque permite la construcción de significados





compartidos, desarrollo de relaciones significativas, gestión de conflictos, desarrollo de liderazgo, adaptabilidad organizacional, por esta razón, la comunicación ontológica aporta una comprensión más profunda de la interconexión entre la manera de ser de las personas y la forma en que se comunican. Al integrar estos principios en la dinámica organizacional, se promueve una comunicación más auténtica, relaciones más significativas y una mayor adaptabilidad a los desafíos y cambios. Siguiendo la postura de Pérez, Sayas y Suárez (2020), los autores consideran que el estado psicológico de cada empleado afecta la forma en que enfrenta los desafíos cotidianos, así como las relaciones que mantiene con el entorno donde lleva a cabo sus tareas. Este estado tiene un impacto significativo en el ambiente laboral de una organización, ya que influye en el comportamiento del equipo de trabajo y en las interacciones dentro de la empresa.

En ese sentido, la percepción de la comunicación organizacional por parte de colaboradores de empresas u organizaciones públicas o privadas dependen del tipo de comunicación que se esté empleando dentro de estas, también depende de la relación directa e indirecta entre los diferentes departamentos, así mismo del clima laboral que viven a diario. Es importante que los colaboradores tengan una buena percepción de su empresa porque de esa manera el operario se verá motivado en realizar las diferentes actividades en pro al cumplimiento de las metas a corto, mediano o largo plazo de la empresa. “El individuo es un ente psicosocial afectado por percepciones que desarrolla tanto del ambiente interno de la organización como los factores externos a esta, y que moldean su comportamiento” (Pérez, Sayas, & Suárez, 2020, p. 21).

Así mismo, si los colaboradores tienen una perspectiva positiva y se sienten orgullosos en la empresa, se ve reflejado en el conocimiento y la práctica de la misión, la





visión, los valores y la filosofía de la empresa, por consiguiente, el personal de trabajo aportaría a formar una buena imagen y reputación. Puesto que, un colaborador feliz en su compañía normalmente está departiendo cosas positivas y deseando que la entidad prospere, es decir, se sugiere que la percepción de los individuos sobre una empresa es fundamental para comprender su identidad, su valor y funcionamiento, Pérez, Sayas, y Suárez (2020) señalan que las organizaciones pueden ser principalmente identificadas a través de las percepciones que los individuos les atribuyen. Su enfoque se centra en la forma en que los empleados perciben la empresa, ya que esto se considera una característica distintiva de las organizaciones.

En resumen, la percepción de la comunicación organizacional entre los colaboradores es crucial para el éxito general de una organización, ya que afecta directamente la motivación, la productividad, la adaptabilidad y la salud general del entorno laboral, como lo indica Meléndez (2019) “La comunicación organizacional influye directamente en la escasez productiva empresarial, además del actuar de cada colaborador” (p. 3). A pesar de la creciente importancia atribuida a la comunicación en el ámbito laboral a nivel mundial, nacional y local existe una falta de investigaciones específicas que aborden cómo se perciben estos procesos comunicativos en entidades públicas y privadas. Esta carencia dificulta la identificación de patrones de percepción y la formulación de estrategias efectivas para mejorar la calidad de la comunicación en las empresas, el bienestar del colaborador y en consecuencia su perspectiva.

Siguiendo esa línea de pensamiento, la comunicación organizacional ha adquirido una relevancia sustancial en la dinámica laboral, manifestándose como un factor





determinante para el desarrollo y funcionamiento de las instituciones. En este marco, la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y la Secretaría de Educación Departamental ubicada en Sincelejo, se erigen como actores fundamentales en el ámbito educativo de la región. A través de estas dos entidades se busca ahondar esta realidad para identificar particularidades culturales y sociales que pueden influir en la percepción de la comunicación organizacional. Además, al focalizar en la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y la Secretaría de Educación Departamental como casos de estudio, se busca comprender de manera más detallada cómo se manifiesta la relación entre las habilidades sociales, la habilidad de comunicación e interacción, la comunicación organizacional y el clima laboral en estas entidades.

Por lo tanto, este estudio se propone explorar y comparar la percepción de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico. Utilizando como indicador la percepción de los colaboradores en dos instituciones claves de la educación en Sincelejo. El objetivo final es analizar, identificar, describir y evaluar a profundidad los aspectos, la influencia, las similitudes y diferencias que existen en la percepción de la comunicación organizacional entre los colaboradores, desde la comunicación organizacional y la percepción de los colaboradores para comprender las realidades del porque existe un buen o mal clima laboral dentro de las organizaciones.

3.2. Formulación del Problema

¿Cuál es la percepción de la comunicación organizacional, desde un enfoque ontológico, entre los colaboradores de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre





y los colaboradores de la secretaría de educación departamental, según los resultados de la encuesta de clima laboral?

3.3. Objetivos

3.3.1. General

Analizar la percepción de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico incluida en la encuesta de clima laboral realizada por los colaboradores de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y los colaboradores de la secretaría de educación departamental.

3.3.2. Específicos

1. Describir los aspectos ontológicos presentes en las dimensiones de comunicación organizacional abordadas en la encuesta de clima laboral de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y la secretaría de educación departamental.
2. Evaluar la influencia de los elementos ontológicos en la percepción de la comunicación organizacional por parte de los colaboradores de ambas instituciones.
3. Identificar las similitudes y diferencias en la percepción de la comunicación organizacional entre los colaboradores de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y los colaboradores de la secretaría de educación departamental, a través del análisis comparativo de los resultados de la encuesta de clima laboral.





3.4. Justificación del Problema

La elección de explorar este fenómeno específicamente en la Secretaría de Educación Departamental de Sucre y la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre responde a la necesidad de comprender a fondo cómo es la percepción de la comunicación organizacional desde una perspectiva ontológica y como esta influye en el clima laboral. Este estudio se centra primordialmente en el ser, con el objetivo de resaltar que los trabajadores no son solo máquinas para generar ingresos, sino que son seres humanos.

El propósito de este proyecto es ser referentes para contribuir al fortalecimiento de la cultura organizacional, para promover ambientes laborales más saludables y productivos. Los investigadores se motivan por la importancia de mejorar las dinámicas comunicativas en el ámbito educativo y organizacional. La comprensión detallada de cómo la comunicación organizacional influye en la percepción de la comunicación organizacional y en el clima laboral puede ser clave para el desarrollo de estrategias efectivas de mejora. Además, este tema radica en el interés de contribuir a la concepción de la comunicación como herramienta efectiva y armoniosa para el ámbito laboral.

Desde el punto de vista teórico, la investigación contribuirá al cuerpo existente de conocimiento en el campo de la comunicación organizacional, explorando una perspectiva ontológica poco abordada sobre todo en los países latinoamericanos. Como lo plantea González y González (2023). “La comunicación organizacional es un objeto de estudio abordado principalmente por países eurocéntricos, pues los resultados permitieron evidenciar como países de habla hispana poco han centrado su interés en este campo del conocimiento en los últimos 20 años” (p. 9). Es decir que, este trabajo a nivel





epistemológico busca llenar un vacío en la investigación actual, al proporcionar una mirada específica y detallada sobre cómo se percibe la comunicación en la Secretaría de Educación Departamental y la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre. Del mismo modo, siguiendo la postura de González & González (2023) la comunicación organizacional es un campo de la comunicación que se ha consolidado y ha despertado el interés académico en las últimas décadas; sin embargo, son pocas las investigaciones que sistematizan y analizan su producción académica en revistas científicas.

Por consiguiente, esta investigación permitirá dejar plasmado la idea del clima laboral de dos entidades (públicas y privadas) dejando algunas ideas y recomendaciones con relación al uso o a la comprensión de la comunicación organizacional, la importancia de los colaboradores, su influencia en el clima para un desempeño positivo y el alcance del éxito desde una perspectiva ontológica. Desde un enfoque práctico, los resultados proporcionarán recomendaciones concretas para mejorar la comunicación interna y el clima laboral en instituciones públicas y privadas, lo que puede servir para inferir en otros contextos organizacionales.

Por otra parte, partiendo desde una perspectiva ontológica a través de esta investigación se busca dejar un documento para sensibilizar a las empresas para que empiecen a ser más humanistas con sus empleados, es decir, potenciar la humanización de las relaciones dentro de las empresas; si se conocen los pensamientos, las emociones, los deseos, los problemas y los comportamientos de los colaboradores, se entendería del porque reacciona así ante la realización de sus actividades,





Además, a través de esta investigación se busca hacer prevalecer que la comunicación organizacional es más que solo transmitir mensajes, como lo resaltan y defienden los investigadores Valencia & Castaño (2021) “la principal motivación para la felicidad es, además del salario y otras condiciones materiales, el conjunto de relaciones positivas, es decir, las relaciones que se dan entre colaboradores y entre estos con sus directivos” (p.195). Por lo tanto, las personas que tengan empresas u organizaciones al leer el documento reflexionen sobre la percepción que pueden tener sus colaboradores con respecto al clima y ambiente laboral, y así mismo pueda establecer un plan que ayude a contrarrestar esta problemática.

Del mismo modo, se busca resaltar que, la comunicación organizacional está teniendo más peso en la sociedad, ya no es colateral o subsidiaria si no que es un pilar importante, pero que exige tiempo, recursos, esfuerzos y buenos profesionales, tanto como los comunicadores y colaboradores. Por esta razón es importante que dentro de las empresas existan personas totalmente capacitadas y aptas para llevar a cabo la comunicación organizacional, una persona que tenga claro los principios de la CO conforme al bienestar de los colaboradores quienes antes de ser un trabajador es un ser humano. Los autores Castro & Díaz, (2020) enfatizan que las empresas están experimentando nuevas demandas que necesitan ser abordadas con un enfoque interdisciplinario para gestionar estratégicamente la comunicación. En España, los expertos en comunicación interna se destacan por su alto nivel de preparación, y a medida que estos departamentos crecen en importancia, están desarrollando una identidad distintiva dentro de la estructura organizativa de las empresas.





Los resultados de este estudio beneficiarán directamente a la población objeto de estudio, incluyendo tanto a los docentes como a los estudiantes de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y a los colaboradores de la Secretaría de Educación Departamental, se verán beneficiados con el proyecto de investigación debido a que los resultados permitirán conocer de manera objetiva la realidad actual de sus trabajadores en estas dos variables permitiendo esto tomar decisiones institucionales que conlleven a una mejor política institucional en la mejora de los trabajadores. Es decir, los hallazgos pueden impactar positivamente en el programa académico y en el perfil de los investigadores, contribuyendo a la formación integral de los estudiantes y preparándolos para un entorno laboral más colaborativo.

En ese mismo orden de ideas, este estudio es significativo, porque facilita a los directivos la comprensión de los elementos que afectan el comportamiento del personal de la empresa. En estas entidades públicas y privadas éste debe ser positivo para mantener a sus trabajadores con un alto nivel de satisfacción y como consecuencia, que sus labores sean más eficientes para la supervivencia de estas, así como su posicionamiento con un alto nivel de competitividad en el mercado.

Las posibles limitaciones que podrían surgir durante la investigación, podrían ser la falta de cooperación de los encuestados al proporcionar información o la posibilidad de interrupciones en las actividades institucionales que podrían afectar la recopilación de datos. También una de las limitaciones es el cambio de Gobierno y la incursión del nuevo personal de trabajo en la Secretaría de Educación departamental. Puesto que, no es lo mismo que personas que llevan años e incluso décadas trabajando en esta entidad, con





personas que apenas llevan meses e incluso días en esta entidad, lo cual podría afectar el objetivo principal del proyecto de investigación. A mayor experiencia y tiempo en la organización los resultados recopilados serían más exactos.

3. Marco Teórico

4.1. Antecedentes de la Investigación

Para llevar a cabo el estado del arte de la investigación “Percepción de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico incluida en la encuesta de clima laboral realizada por los colaboradores de la UAJS y los colaboradores de la Secretaría de Educación Departamental”, se realizó un análisis exhaustivo de diferentes trabajos de investigación como artículos, tesis para obtención de título de posgrados, revistas, libros, entre otras investigaciones, que funcionaron como referentes para llevar a cabo el artículo a través de datos y resultados que facilitaron el acercamiento al objeto de estudio.

En primera instancia, siguiendo la senda trazada por (González & González, 2023) se exploró su artículo titulado: las complejidades de Abordajes de la comunicación organizacional: un análisis sistemático de la producción académica en Web of Science, cuya investigación tuvo como objetivo general analizar el abordaje de la comunicación organizacional en los artículos de las revistas disponibles en las bases de datos. En la investigación de estos autores se realizó un análisis sistemático que permitió la caracterización de la producción científica y las tendencias de la comunicación organizacional, a través de los artículos publicados en las revistas. Esta investigación fue



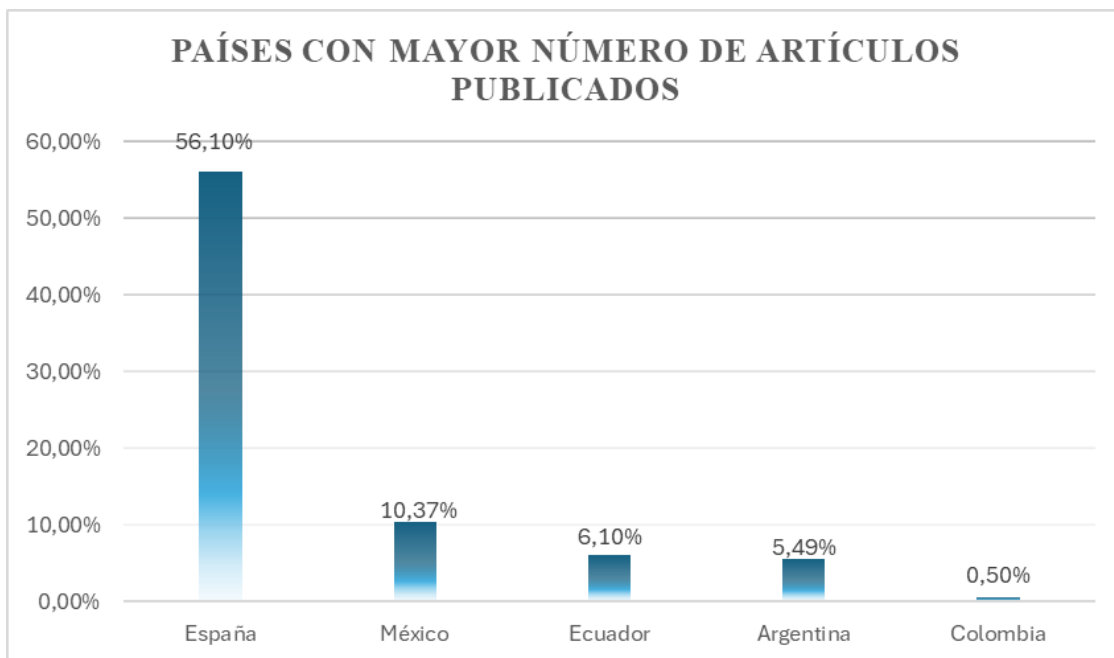


publicada a través de la revista de ciencias sociales 2023 de la universidad del Tolima – Colombia.

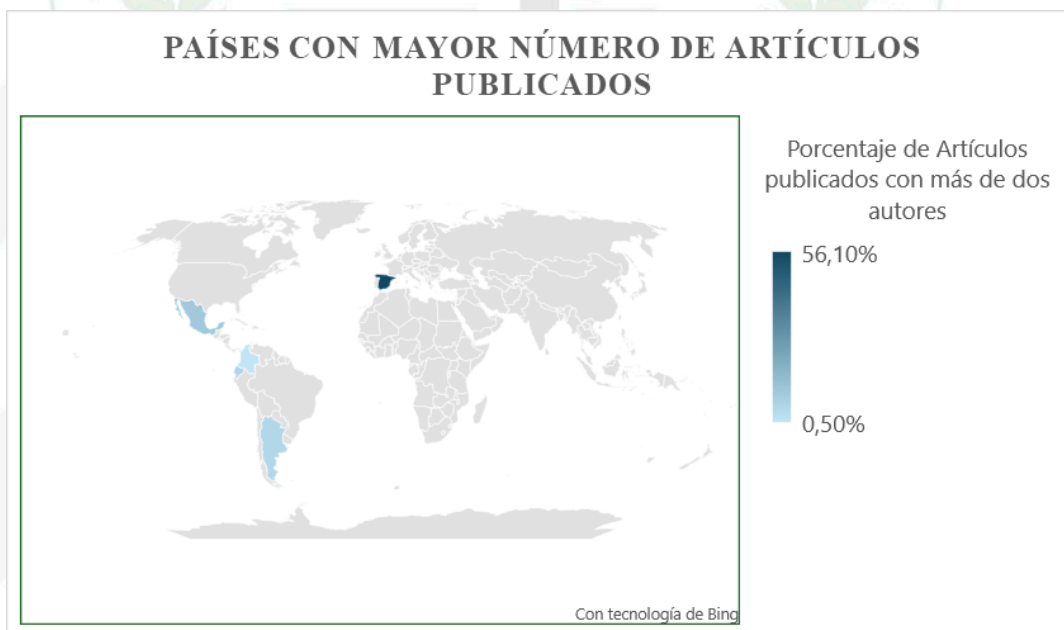
Este artículo se enfoca en la brecha que existe sobre las pocas investigaciones que se realizan sobre la comunicación organizacional específicamente en Latinoamérica. “La comunicación organizacional es un campo de la comunicación que se ha consolidado y ha despertado el interés académico en las últimas décadas; sin embargo, son pocas las investigaciones que sistematizan y analizan su producción académica en revistas científicas” (González & González, 2023, p.1). Este estudio se propuso identificar y analizar los enfoques, temas, metodologías, referencias y autores más destacados, con el fin de comprender su evolución a lo largo del tiempo, así como sus necesidades, particularidades y perspectivas. Se observó una predominancia de estudios cualitativos, mayoritariamente escritos por más de dos autores y, en su mayoría, careciendo de índice.

Los principales hallazgos de la investigación de estos autores se obtuvieron a través del estudio de 82 artículos sobre comunicación organizacional que encontraron en las revistas disponibles en las bases de datos de Web of Science (WoS) correspondientes al periodo 2000-2020, obteniendo la siguiente información.





Elaboración propia con tecnología de Bing, información tomada del artículo de (González & González, 2023)



Elaboración propia con tecnología de Bing, información tomada del artículo de (González & González, 2023)





Según los resultados obtenidos por los autores en su artículo; España supera a México, Ecuador y Argentina en un 56,10% correspondiente a los artículos publicados con más de dos autores a nivel internacional, resaltando que Colombia solo cuenta con un 0,5% con artículos publicados.

Posteriormente, según la investigación y los resultados de González y González (2023) es evidente la repercusión que ha tenido la comunicación organizacional a nivel mundial, pero que solo en Europa se han dedicado a realizar estudios sobre la influencia de la CO en las empresas y el papel que tiene sobre los colaboradores para el alcance de las metas organizacionales. España supera a países latinoamericanos como México, Ecuador y Argentina en un 56.10% de artículos publicados. Por consiguiente, en sintonía con el objeto de estudio de esta investigación y con respecto a la de estos autores es claro que se necesita y se sugiere abordar a la comunicación organizacional en Latinoamérica, en este caso correspondiente al contexto colombiano, por consecuencia, la investigación percepción de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico incluida en la encuesta de clima laboral realizada por los colaboradores de la UAJS y los colaboradores de la Secretaría de Educación Departamental conlleva a un gran aporte a los artículos latinoamericanos e internacionales para las revistas de Web of Science y demás bases de datos sobre artículos de comunicación organizacional desde un enfoque ontológico.

En palabras de González y González (2023) los resultados que se identificaron fueron: la revista Internacional de Relaciones Públicas (25,3%) y Profesional de la Información (24%) tienen mayor número de artículos, lo que convierte a España en el país con el mayor número de publicaciones, superando a Brasil (9,6%), México (9,6%) y





Argentina (8,4%). La mayoría de los artículos son escritos por más de dos autores (66,3%) y mayoritariamente por mujeres (61,73%). Así mismo, los autores son provenientes de España (56,10%), México (10,37%), y Argentina (5,49%). Los resultados advierten que la producción académica en comunicación organizacional se desarrolla particularmente en inglés, a pesar de la baja producción en español, se ha llevado a cabo principalmente en España y desde la perspectiva de las relaciones públicas” (González & González, 2023, 1).

Siguiendo la postura de González y González (2023) las áreas menos exploradas en la comunicación organizacional, como el comportamiento, la identidad y la imagen corporativa, revelan una carencia en la comprensión del papel de la comunicación organizacional, a pesar de que algunas investigaciones toman en cuenta la perspectiva de la identidad y la cultura corporativa. Los estudios indican que la investigación en este campo se ha centrado mayormente en las relaciones públicas y la psicología social, donde se reconoce a las organizaciones en función de las relaciones humanas, y donde la comunicación se considera fundamental en los procesos de interacción.

En ese mismo sentido, las ideas visionarias de Castro & Díaz (2020) en su artículo titulado comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española, sirvieron como cimiento para el enfoque de la investigación, guió hacia una comprensión más profunda de la comunicación organizacional y la comunicación interna. Este trabajo profundiza en la relación de la comunicación interna, la felicidad y bienestar de los empleados a través de un cuestionario realizado a los responsables de comunicación interna 82 compañías españolas han sido distinguidas por sus iniciativas en comunicación interna,





según informes de la consultora Great Place to Work y del Observatorio de Comunicación Interna.

A través de los resultados que obtuvieron estos autores es notable afirmar la responsabilidad y repercusión que tiene la comunicación dentro de las organizaciones conforme al bienestar de las personas y así mismo al éxito de las empresas.

Tabla 2. Departamentos responsables de la gestión de la CI.

Departamento responsable	%
Comunicación	46,3
Recursos humanos	36,5
Comunicación + RRHH	7,6
Marketing	2,4
Dirección general/CEO	2,4
Oficina de comunicaciones estratégicas	2,4
Vicepresidencia de relaciones estratégicas	1,2
Sin departamento específico	1,2

En cuanto a los resultados obtenidos sobre la gestión de la CI, obtuvieron que ésta depende mayoritariamente de los departamentos de comunicación (46,3%) seguidos por RRHH, que goza de gran importancia.

Los autores Castro & Díaz (2020) resaltan que responsabilidades como potenciar la CI y la escucha activa estén asociadas a este puesto evidencia que la CI no es simplemente un factor que ayuda a gestionar la satisfacción, sino que conforma la felicidad y el bienestar dentro de una organización. La implementación de la dirección de Felicidad en la empresa española es muy escasa, opinando la mayoría de la muestra (65,8%) que en el contexto





nacional se emplea nada o muy poco). Por su parte, el 26,8% señala que esta figura ya está presente en la empresa española.

Este estudio logra su objetivo principal al analizar cómo se establece la conexión entre la gestión de la comunicación interna (CI) y la gestión de la felicidad en empresas españolas reconocidas por sus buenas prácticas en CI por Great Place to Work y el Observatorio de Comunicación Interna, así como cómo esta relación se manifiesta en su estructura organizativa. Casi todos los representantes de las empresas analizadas concuerdan en que existe una relación entre la gestión de la CI y el nivel de felicidad, satisfacción y bienestar que pueden alcanzar los empleados de una organización. A nivel organizativo son muchas las empresas en las que la gestión de la satisfacción, el bienestar y la felicidad de los empleados se vincula a las responsabilidades de CI. Esto puede suceder bien en dependencia del departamento de comunicación o bien a través del de recursos humanos, que en muchos casos integra el ámbito de comunicación interna de la entidad.

“Los resultados indican que la vinculación entre felicidad y comunicación interna es fuerte, pese a que el área de dirección de felicidad está poco implementada en organizaciones españolas, porque en la mayoría de los casos depende de recursos humanos” (Castro & Díaz, 2020, p. 1). Los autores concluyen que la comunicación interna tiene una gran influencia en la felicidad y la motivación de los empleados para que todos trabajen en pro a los objetivos de la empresa. Sin embargo, existen empresas que todavía no han identificado el papel fundamental de CI y creen que la responsabilidad del bienestar colaborativo depende de recursos humanos. Esta es otra de las razones por la cual el objeto





de estudio busca profundizar y aclarar los objetivos que tienen la comunicación organizacional conforme al bienestar de los empleados.

A su vez, se abordó el artículo de investigación de Valencia y Castaño (2021), titulado como comunicación organizacional y felicidad en el trabajo publicada en la Universidad Católica de Pereira, Colombia. Estos autores realizaron un estudio sobre la comunicación organizacional y su influencia sobre el bienestar emocional de los colaboradores conforme a su rendimiento laboral, esta investigación va en consonancia con la investigación abordada, por esta razón se ha utilizado y estudiado como referente para las variables de estudio.

El objetivo principal de su investigación fue analizar el aporte de la comunicación organizacional al logro de la felicidad en el trabajo en Colombia implementando el Método Delphi, a través del método realizaron dos rondas de preguntas a expertos en comunicación social y psicología de diferentes ciudades del país lo que les permitió acercarse a su objeto de estudio, tal y como lo expresan Valencia y Castaño (2021) en su investigación, ellos eligieron diez comunicadores y diez psicólogos organizacionales con experiencia y formación académica. Provenientes de varias ciudades colombianas, con el fin de tener perspectivas de diferentes regiones de Colombia, siete expertos aceptaron participar, identificados como #1, #2... #7 para mantener el anonimato y asegurar resultados significativos. Estos autores en su investigación aplicaron una encuesta a 68 personas, obteniendo que el 83,8 % se siente feliz en su trabajo y el 16,2 % no lo está. Además, el 100 % coincide en que si es feliz puede llegar a ser más productivo en su empresa.





Si las empresas se enfocan un poco más en el bienestar de sus colaboradores podrían obtener mayor éxito, dado que si un colaborador se siente acogido e importante dentro de una organización está tendría más pasión por realizar sus actividades y por ver el logro de la empresa en que labora, es decir si un trabajador se siente feliz en su empresa puede llegar a ser más productivo. Sobre la importancia de la comunicación organizacional conforme al bienestar de los colaboradores, es importante que se implementen estrategias que aporten al bienestar emocional y físico de los trabajadores. Tal y como lo mencionan Valencia y Castaño (2021) en la conclusión de su investigación. “La felicidad en el trabajo se ha convertido en una meta importante por alcanzar por parte de las organizaciones, pues las personas felices tienden a encontrar sentido y motivación a su labor por lo que es probable que sean más productivas”. Valencia & Castaño, 2021, p. 212).

Según los autores, Valencia & Castaño (2021) la comunicación interna, dirigida a los miembros de la organización, debe incluir la gestión de la felicidad y una fuerte orientación al servicio. La felicidad laboral está influenciada tanto por las acciones individuales de los colaboradores como por las estrategias organizacionales para promover el bienestar.

La gestión de la felicidad desde la comunicación todavía es un tema en construcción, pues internacionalmente se encuentran pocos estudios, y en Colombia, la mayoría de las investigaciones que se han hecho frente a la felicidad han sido desde el talento humano y la psicología (Valencia & Castaño, 2021).





Finalmente, la investigación de estos autores también abarca la ausencia de los pocos estudios sobre la comunicación organizacional, he aquí otro aporte sobre la importancia de la investigación para que existan referentes que ayuden a influir a las empresas a que tengan claro de la importancia de aplicar Co conforme al bienestar de sus trabajadores.

El vínculo entre el clima organizacional y la satisfacción laboral ha sido objeto de análisis en investigaciones previas, como la de Álvarez, Muñoz y Navarrete (2019) en su investigación titulada como influencia del clima organizacional en la satisfacción laboral de un supermercado de la ciudad de villa hermosa, estado de tabasco, México, que tiene como objetivo principal analizar el clima organizacional en un supermercado y su influencia en el nivel de satisfacción laboral, enfocando en un supermercado situado en la ciudad de Villahermosa México, los autores se adentran al estudio de la realidad local de su país, examinando cómo las condiciones de trabajo contribuyen a la satisfacción o insatisfacción de los empleados.

Los compositores Álvarez, Muñoz, y Navarrete (2019) de la investigación obtuvieron información sobre cómo se percibe el ambiente laboral en un supermercado, confirmando que hay un clima laboral positivo y que los empleados realizan sus tareas de manera satisfactoria en ese entorno, así también se demuestra la forma en la que variables como el compromiso y la eficiencia en la productividad, están ligados al clima organizacional.





Los autores de este artículo aplicaron un cuestionario con escala de Likert, como instrumento de una adaptación del cuestionario de Chiang, Salazar y Núñez (2007), de la percepción del entorno laboral en una entidad y el nivel de satisfacción de los empleados en un centro de salud gubernamental. De este cuestionario se aplicaron 74 ítems de los fue aplicado de los 80 ítems del cuestionario original. Su población estuvo compuesta por 125 empleados, donde 95 empleados corresponden a la muestra con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, de los cuales, 44 son mujeres (46%) y 51 hombres (54%).

Considerando dentro de la recogida de datos todos los casos como válidos (95 empleados) y cero (0) perdidos, se reporta que en el percentil del 25%, la delegación de funciones y actividades presenta la media más baja en la que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo respecto a la atmósfera de la organización, mientras que a partir del 75% la relación al compromiso y la eficiencia en la productividad, están de acuerdo con el clima organizacional (Álvarez, Muñoz, & Navarrete, 2019).

Con respecto a los datos que mencionan los autores anteriormente, es evidente que la percepción que tienen los colaboradores sobre el clima laboral y sobre cómo la empresa se mantiene al tanto del bienestar de los trabajadores influye directamente en el rendimiento laboral de los empleados, en la motivación de querer cumplir con los objetivos organizacionales, así mismo estar alineado con las metas de la empresa, ayudar a fomentar un mejor ambiente laboral e incluso fomentar una buena reputación. Un buen clima laboral genera paz. Armonía, unión entre todos los miembros de la organización lo que conlleva a un rendimiento eficaz en las diferentes actividades institucionales. Favoreciendo no solo a





la felicidad o el bienestar del trabajador sino en la empresa en general debido a que un buen clima laboral incluye conjunto de valores, fines, objetivos, creencias y reglas de funcionamiento a nivel individual, grupal y organizacional.

En este sentido, la literatura académica ha resaltado la importancia de la comunicación organizacional en el ámbito educativo, y específicamente en la gestión escolar. A través de la tesis de comunicación organizacional y la gestión escolar desde la perspectiva de los docentes de una institución educativa pública de Lima de (Meléndez, 2019) se ha identificado que la percepción de los docentes es esencial para comprender esta dinámica, aspecto central en la presente investigación, puesto que la población de esta exploración está representada por una institución pública encargada de la gestión educativa. El objetivo principal del artículo de estos autores es determinar la correlación que existe entre la primera variable comunicación organizacional y la segunda, denominada gestión escolar desde la perspectiva docente de una institución educativa pública de Lima, cuyo objetivo es cumplido y analizado a través de un test de comunicación organizacional del Autor Portugal (1994). El cuestionario consistió en una escala modificada tipo Likert de 15 preguntas el cual se aplicó a 142 docentes de educación primaria y secundaria.

En consonancia con los autores, el rendimiento laboral de los colaboradores dentro de una entidad escolar depende primordialmente de la manera en que los trabajadores se sientan cómodos y vistos más como seres humanos que como máquinas. Es decir que la comunicación organizacional tiene el poder y la capacidad de fomentar esta cultura de humanismo dentro de las instituciones educativas. Esta ayuda a mantener una relación entre los docentes y la entidad para generar un vínculo emocional que permita que los docentes





trabajen en pro a los objetivos de la institución. Esto se ve evidenciado en la manera en cómo los docentes implementan sus clases y la satisfacción que tienen al igual que sus alumnos. Por esta razón, la investigación de estos autores lleva a cabo esta variable de estudio, dado que para ellos la docencia es fundamental para determinar la satisfacción laboral conforme a la enseñanza y el aprendizaje adecuado de los estudiantes.

Esta variable conlleva al desarrollo de una identificación real de cada uno de los docentes, con su centro de trabajo escolar donde se desempeñan en la consecución de los propósitos y fines programados por la institución, manteniendo un fuerte vínculo entre los docentes y el centro donde se labora, según lo manifiesta Robbins (2009). Este esfuerzo se orienta en beneficio del centro debido al sentido de pertenencia que se genera con los trabajadores. Por lo antes mencionado, es relevante que se fortalezca en la comunidad educativa, como alternativa para la obtención de resultados de calidad (Meléndez, 2019, p. 1).

En los resultados que obtuvieron los autores, se observa que, del total de 142 docentes encuestados de una institución educativa seleccionada, el 25% de los docentes perciben un nivel inadecuado en la comunicación organizacional; el 23%, la percibe en un nivel aceptable; y, el 52 %, la perciben un nivel adecuado. Además, se evidencia que, del total de 142 docentes encuestados de una IE seleccionada: el 27% perciben un nivel deficiente en la gestión nodal o pedagógica; el 24% perciben un nivel regular; finalmente, el 49% perciben un nivel eficiente.

Dadas las conclusiones obtenidas por los investigadores Meléndez (2019) desde la perspectiva de los docentes de una IEP de Lima, teniendo en cuenta los resultados de las





variables comunicación organizacional y gestión escolar, los autores encontraron que existe una relación positiva entre la comunicación organizacional y la gestión escolar. Siendo el Rho de Spearman encontrado ($r=,750$) y el p -valor $=,000$ (p se realiza de forma personal, posibilitando, de este modo, al libre acceso a la información organizacional en general. Según los resultados obtenidos en la investigación, es evidente la relación directa que existe entre la comunicación organizacional y la gestión escolar, y su gran impacto y repercusión en la manera en que los docentes laboran dentro de estas organizaciones, generando un impacto positivo en el amaestramiento educativo.

En el contexto local, se analizó el artículo de investigación de García (Pérez, Sayas, & Suárez, 2020) titulado clima organizacional y su relación con el desempeño laboral en el Hospital Universitario de Sincelejo, Colombia, teniendo como objetivo principal determinar la relación entre clima organizacional y el desempeño laboral del área administrativa del Hospital Universitario de Sincelejo. La investigación de estos autores ha sido eficiente gracias a la relación de las variables de estudio.

La investigación de estos autores es de gran aporte por la relación que existe entre las variables de estudio conforme a la investigación intervenida, dado que, abarcan la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico igualmente aplicado en una encuesta sobre el clima laboral para determinar la correlación que existe entre clima organizacional y desempeño laboral.

Los investigadores aplicaron un cuestionario de 42 ítems a 25 profesionales que laboran en el área administrativa en el Hospital Universitario de Sincelejo, obteniendo las siguientes conclusiones. Los resultados obtenidos por los investigadores Pérez, Sayas, y





Suárez (2020) resaltan que, en el hospital, se ha establecido un ambiente laboral saludable que influye positivamente en el desempeño de los empleados, generando niveles satisfactorios de satisfacción y eficiencia laboral. Los hallazgos revelan una relación directa entre el clima organizacional y el desempeño laboral en el área administrativa del hospital, con un alto nivel de fiabilidad del 86.3%. Específicamente en la dimensión de recompensa, se observa que un porcentaje significativo de empleados percibe que su trabajo es valorado y que los incentivos son justos, aunque hay una parte que siente que estos elementos a veces están presentes o incluso nunca los reciben.

Según Pérez, Sayas, y Suárez (2020) investigar el clima laboral implica abordar una complejidad arraigada en la dinámica organizacional, el entorno y los factores humanos. Reconociendo al capital humano como un activo fundamental, las empresas buscan medir el clima organizacional y aplicar estrategias para mejorar el ambiente laboral. Esta necesidad ha impulsado numerosos estudios centrados en elementos que influyen en el clima laboral y, por ende, en el éxito organizacional. Por consiguiente, los autores decidieron ahondar su estudio en una entidad pública para analizar a través de una encuesta de clima laboral si se está teniendo en cuenta el valor y el bienestar de las personas que laboran en el Hospital Universitario, partiendo de la idea de que esta población es una empresa gubernamental que debería estar empleando la comunicación organizacional y sus instrumentos comunicaciones de manera adecuada conforme al bienestar de los colaboradores.

Según los autores con los resultados obtenidos comprueban haber cumplido con el objetivo propuesto en su investigación obteniendo como resultados que si los trabajadores





tienen una buena percepción de la comunicación organizacional con respecto a un excelente clima laboral su rendimiento laboral sería óptimo.

Con este resultado se prueba el alcance del objetivo de la investigación y se infiere que, mientras los trabajadores tengan una mejor percepción del clima organizacional, su desempeño laboral será superior. Esto implica que, al generar una efectiva sincronía entre la directiva y los trabajadores de la organización, esta puede brindar un mejor servicio en las diferentes áreas y responder con excelencia a la comunidad a la cual responde (Pérez, Sayas, & Suárez, 2020, p. 38).

De igual manera, Pérez, Cuitiva, Mendoza, Toro y Bohórquez (2021) en su investigación titulada *Determinantes del clima organizacional de las sedes de La Empresa Cosméticos Jhonvery S.A.S en la ciudad de Sincelejo del Departamento De Sucre*, en los años 2019 y 2020, plasmaron como objetivo general identificar los elementos que determinan el clima organizacional de la empresa Cosméticos Jhonvery S.A.S. Estos autores no sólo investigaron elementos que influyen en el clima laboral, sino también cómo la comunicación organizacional, desde una perspectiva ontológica moldea las dinámicas laborales, así mismo, conocer qué factores son los que componen el clima laboral de la empresa con el fin de poder brindar mejoras, en caso de que se encuentren en el estudio falencias de estos determinantes del clima organizacional.

Los autores tomaron como muestra aleatoria a 10 de los 50 empleados de la sede de la ciudad de Sincelejo Cosméticos Jhonvery S.A.S. El método de recolección de datos que implementaron fue la observación, entrevistas, un formulario de Google y debates en grupos de discusión que generaron espacios de discusión donde los empleados expresaron





con libertad sus opiniones. Los resultados obtenidos del formulario aplicado a los colaboradores de Cosméticos Jhonvery demostraron que el 50% de los encuestados percibe un excelente clima organizacional y el otro 50% considera que el clima laboral es bueno. En el análisis y los respectivos resultados que obtuvieron los autores de esta investigación es evidente que la empresa cuenta en un 100% con una buena perspectiva sobre el clima organizacional, puesto que, los resultados arrojan que los colaboradores se sienten un 90% satisfechos en la empresa Cosméticos S.A.S donde laboran |

Otras conclusiones que se hallaron en la investigación Determinantes del clima organizacional de las sedes de La Empresa Cosméticos Jhonvery S.A.S en la ciudad de Sincelejo Departamento De Sucre, en los años 2019 y 2020, son las siguientes.

La motivación no puede quedar por fuera de los determinantes del clima laboral de la empresa, así lo manifestaron los trabajadores, además de sentirse escuchados por sus superiores y estos les brindan un trato digno, lo cual es fundamental para un clima laboral de calidad, les dan indicaciones, los supervisan de manera adecuada. Otro factor de vital importancia es la tranquilidad en el lugar de trabajo, tranquilidad que manifiestan tener los colaboradores de la empresa, así como el apoyo entre compañeros, manifestando el compañerismo existente en la empresa. (Pérez, Cuitiva, Mendoza, Toro, & Bohórquez, 2021, p. 31).

Para finalizar, Pérez, Cuitiva, Mendoza, Toro, y Bohórquez (2021) destacan los factores clave que contribuyen a un ambiente laboral positivo en la empresa Cosméticos Jhonvery S.A.S., como la estabilidad en el empleo, la satisfacción, los beneficios laborales,





la seguridad en el lugar de trabajo, la motivación, las relaciones respetuosas y estables con los superiores, la sensación de tranquilidad y el compañerismo.

4.2. Bases Teóricas

Para establecer la fundamentación teórica, tener un panorama amplio y estar alineado al propósito de la investigación se realizó un estudio profundo de varias concepciones epistemológicas de diferentes autores con experiencia investigativa en el área de la comunicación organizacional y sus diferentes derivaciones. Con respecto a los fundamentos teóricos de cada una de las variables establecidas en la investigación se indagaron las siguientes variables de estudio: Comunicación Organizacional (Definición y concepto de comunicación organizacional, enfoques y visiones para el siglo XXI, objetivos y funciones de la comunicación en las organizaciones, tipos de comunicación (formal, informal, ascendente, descendente, lateral), el papel del comunicador organizacional, perspectiva de la comunicación organizacional), comunicación ontológica (definición, ontología del ser humano, lenguaje y comunicación ontológica, relaciones interpersonales desde una perspectiva ontológica, comunicación organizacional desde una perspectiva ontológica, construcción social de la realidad), clima organizacional (definición y concepto de clima laboral, métodos de medición del clima laboral, factores que influyen en el clima laboral, impacto del clima laboral en el desempeño y bienestar organizacional. Por consiguiente, todo este abordaje teórico proporcionó un refuerzo para concebir, contrastar y entender con claridad las variables de estudio.





4.2.1. Comunicación Organizacional

3.2.1.1 Conceptos de Comunicación Organizacional.

En el contexto de este estudio es importante definir el término comunicación organizacional, por esa razón se adhieren las ideas de Meléndez (2019) quien sigue la línea de Chiavenato (2009) para definir el concepto de comunicación organizacional, Chiavenato sostiene que, es un proceso mediante el cual, cada individuo intercambia un dato e información dentro del ámbito organizacional.

Para comprender mejor este concepto, se cita a Comunicación (2010) quien menciona que la comunicación organizacional se ocupa, en consecuencia, del análisis, el diagnóstico, la organización y el perfeccionamiento de las variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, entre éstos y el público externo, y fortalecer y mejorar la identidad y el desempeño de la organización en cuanto entidad. Los autores para su artículo también toman la idea del concepto de Federico Verona, quien la describe como la nueva filosofía de la intervención apreciativa como metodología aplicada para promover el cambio positivo en las empresas y organizaciones.

En síntesis, la comunicación organizacional es el proceso comunicativo entre todos los miembros de una organización, desde la minoría hasta la máxima autoridad, alineados a un conjunto de estrategias para cumplir los objetivos y así mismo alcanzar el éxito de la entidad. La comunicación organizacional es una herramienta importante en toda empresa para el entendimiento de las funciones y reglas que posee una institución y para desarrollar





un buen clima laboral. Si bien, conforma un conjunto de procesos o reglas para la eficiencia de ello, por ello es importante que los jefes practiquen a diario la comunicación.

La comunicación organizacional facilita el alcance de las metas establecidas, genera un buen clima laboral e incluso aporta al fortalecimiento de la parte externa, desde la reputación de la empresa hasta el posicionamiento y venta de los productos o servicios que ofrezca la entidad. La comunicación organizacional facilita en gran parte los objetivos organizacionales que tenga establecida la empresa u organización, genera mayor efectividad, ahorra tiempo y costos de producción.

4.2.1.1.1. Enfoques y Visiones para el Siglo XXI.

De acuerdo con las ideas presentadas por Solorzano & Calsin (2020) quienes citan a Garrido en su tesis para enfatizar en los enfoques y las visiones que la comunicación organizacional ha tenido y repercutido en el siglo XX, mencionan que la comunicación es un capítulo particular donde las ciencias sociales, se adaptan a las empresas permitiendo articular una perspectiva integral de las organizaciones, como unidades de estudio desde la comunicación, de igual manera se comprende, que el concepto de comunicación ha sido analizado varias veces, debido al éxito que tuvo sus alcances en un mundo que ha crecido fusionado, relacionado, informado, más no comunicado.

El impacto que ha tenido la comunicación en las organizaciones sin duda alguna ha sido positivo, ha transformado la manera en cómo labora la empresa, alcanza y establece actividades y estrategias para conseguir sus metas. La influencia de la comunicación y su adecuada práctica dentro de estas ha creado no solo una comunicación bidireccional, sino multidireccional; ha permitido tener mayor relación entre los colaboradores y tener claridad





de las actividades que deben realizar. Actualmente las organizaciones han optado por una cultura organizada, caracterizada por sus canales de comunicación, mensajes y estrategias que hacen posible un ambiente laboral positivo y productivo.

4.2.1.2. Objetivos y Funciones de la Comunicación en las Organizaciones.

Existen diferentes clasificaciones acerca de las funciones que desempeña la comunicación, tanto para la parte interna como la parte externa de la organización, estas funciones pueden variar según las características de la entidad. Sin embargo, es claro afirmar que la función de la comunicación organizacional en general es facilitar la transmisión efectiva de información, ideas, objetivos, valores tanto dentro como fuera de la organización y fomentar la cohesión del equipo y gestionar la reputación de la empresa.

Trelles (2002), identifica cuatro funciones básicas que caracterizan la gestión de la comunicación.

Funciones básicas de la CO según Trelles 2002			
Diagnóstico	Desarrollo	Evaluadora	Ejecución
Se pretende conocer las particularidades del público; los procesos comunicativos en cuanto a la relación entre actores de la comunicación.	Implica el diseño de la imagen intencional y la proyección de estrategias de comunicación y de intervención.	Comprende el diseño, asesoramiento o capacitación en temas de comunicación a los diferentes niveles de dirección.	Ejecuta los sistemas de evaluación de dichas estrategias.

Elaboración propia información tomada del artículo estrategia de comunicación organizacional para escuelas de la educación primaria (Peña, Montero, & Parra, 2020)

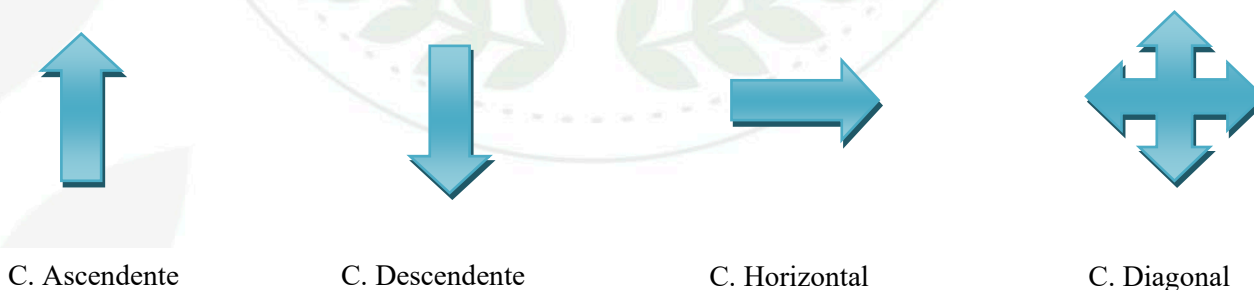




Funciones de la Comunicación organizacional	
Autor	Función
Koontz y Wehrich (1995)	Informar, enseñar, expresar, controlar, servir de plataforma para las relaciones sociales y evitar confusiones y malentendidos.
(González & González, 2023)	Ser el medio a través del cual se unifica la actividad organizada. Los medios mediante los cuales se alimentan los sistemas sociales de la información social, medios mediante los cuales se modifica la conducta, se lleva a cabo el cambio, se hace productiva la información y se logran las metas.
(Pinzón, 2020)	Realiza diversas funciones al interior de la compañía, como la de facilitar las tareas de control, información y conocimiento para la toma de decisiones y resolución de conflictos o problemas mediante un libre entendimiento en la obtención del diagnóstico y realidad.
(Solorzano & Calsin, 2020) cita a Robbins y Judge (2013)	Para resaltar que la comunicación tiene cuatro funciones primordiales adentro de un grupo u organización: control, motivación, expresión emocional e información.

Elaboración propia, tomado de diferentes artículos de investigación sobre comunicación organizacional

4.2.1.3.1. Modelos de Comunicación Organizacional.



Elaboración propia



Resulta crucial comprender que “la organización debe tener la sensibilidad suficiente para identificar y recibir dicha comunicación y establecer también mecanismos para que tenga cabida” (Peiró & Bresó, 2012, p. 47). En síntesis, la comunicación dentro de una organización es como el tejido conectivo que une sus diferentes partes, permitiendo el flujo de información vital. En este entramado comunicativo, se distinguen cuatro direcciones principales: ascendente, descendente, horizontal y diagonal, cada una de estas formas de comunicación ejerce un papel crucial en el funcionamiento eficaz de una empresa, ya sea en la transmisión de metas y directrices, en el intercambio de información entre pares o en el fortalecimiento de la cohesión y la colaboración.

Las ideas presentadas por (Chávarry, 2020) define estas 4 dimensiones en su tesis para obtener el título de licenciada en administración de empresas de la siguiente manera: Comunicación Ascendente. La comunicación ascendente ocurre cuando la información fluye de hacia arriba a través de la jerarquía de la empresa, desde los subordinados a los superiores. Es decir, este tipo de comunicación se fomenta cuando los colaboradores envían información hacia la mayor autoridad, pasando por los diferentes niveles del departamento.

4.2.1.3.1. Comunicación Descendente.

La comunicación descendente, de la gerencia a los empleados, se produce cuando la información y los mensajes fluyen hacia abajo a través de la cadena de mando formal o estructura jerárquica de una organización. En otras palabras, este autor expresa que este tipo de comunicación parte desde la cabeza hasta los subordinados a través de un canal formal que emite una información clara, precisa y concisa.





4.2.1.3.2. Comunicación Horizontal.

La comunicación horizontal es aquella que se establece entre personas del mismo nivel jerárquico o donde no existe una relación de autoridad. Es decir, es aquella comunicación que se da entre los miembros del mismo departamento sin intervención por parte de los jefes superiores, se da una comunicación informal.

4.2.1.3.3. Comunicación Diagonal. La comunicación diagonal se refiere a los contactos con personas de nivel superior o inferior en otros departamentos, es decir, pasa por diferentes niveles y diferentes cadenas de mando. En otros términos, el autor hace referencia a la comunicación diagonal a la interacción entre todos los miembros de una organización; incluyendo tanto a los superiores como a los subordinados, en ambas direcciones.

4.2.1.3.4. Comunicación Interna. La comunicación interna es aquella que se emplea entre todos los miembros de una empresa u organización, la CI es crucial para establecer un flujo de comunicación en ambas direcciones que facilite a los trabajadores compartir sus opiniones e inquietudes, además, la comunicación interna es efectiva porque facilita la alineación de los objetivos individuales con los objetivos organizacionales.

La comunicación interna es el conjunto de acciones, información y fomento del dialogo que le dirección de una organización pone en marcha con sus empleados para lograr que ellos tengan una mejor visión y con ello una ideal comprensión de qué es la organización, hacia dónde va, qué pretende y qué ganan ellos colaborando con la misma (Ladino, 2017, p. 20).





4.2.1.3.5. Comunicación Externa. De la misma forma Ladino (2017) define a la comunicación externa como la compilación de mensajes informativos que una empresa dirige a sus diversas audiencias. Su propósito principal es establecer una conexión efectiva y mantener relaciones cercanas, al mismo tiempo que proyecta una imagen positiva de la entidad. Esto se logra al promover los diversos productos y servicios que la empresa ofrece en el mercado.

4.2.2. El Papel del Comunicador Organizacional

La comunicación organizacional cada día tiene mayor repercusión en las empresas, es importante que se visibilice la importancia de la CO y del papel comunicador, porque gracias a este instrumento comunicacional muchas empresas logran alcanzar el éxito sin malgastar costos, producción e inclusión al personal de trabajo, como se ha mencionado en todo el documento está permite crear un ambiente ameno entre todos los miembros de una organización para trabajar en pro de los objetivos organizacionales, pero, es allí donde juega un papel importante el comunicador organizacional, tiene que ser una persona capaz de poder llevar a cabo estas funciones, ser competente para crear estrategias, solucionar conflictos comunicacionales, fomentar una comunicación clara, crear una buena imagen y reputación de la empresa, entre otros aspectos fundamentales de un comunicador, por eso es trascendental que el equipo de comunicación tenga claro cuáles son objetivos de la empresa, su misión, visión, toda su filosofía u o conocer al personal de trabajo a toda la





jerarquía. El comunicador en una empresa es crucial porque actúa como el puente entre la organización y sus audiencias, garantizando la transmisión efectiva de información, manteniendo la cohesión interna y la imagen pública.

Andrade (2017) explica que es cierto de que en los últimos años la función de comunicación organizacional interna ha aumentado significativamente en las organizaciones, debido a que tuvo un papel fundamental que se desarrolló en desempeñar en ser responsable de ella, así como su alcance y sus actividades, no siempre son claras, muchas veces la función del comunicador organizacional no se comprende y, por lo tanto, no se da valor, porque es el primero que se proyecta a sí mismo como un creador de medios, y razona que su principal función es de informar periódicamente y consecutivamente, sin importar si este satisface o no las necesidades del cliente al que se desea llegar en una organización. Andrade (2017) (p. 19).

4.2.3. Perspectiva de la comunicación organizacional

Los autores Correal, Bustos, Constanza y Panqueva (2008) realizan una compilación de varias propuestas de tres teóricos en el *The handbook of Organizational Communication* (1987). Los académicos Krone, de la Universidad de Ohio, Frederic Jablin, de la Universidad de Texas en Austin, y Linda Putnam, de la Universidad de Purdue, estos expertos han realizado un análisis exhaustivo sobre la teoría de la comunicación y la comunicación organizacional en su trabajo titulado "Communication Theory and Organizational Communication, Multiple Perspective". Además, examinan las diversas perspectivas adoptadas por los investigadores al abordar el estudio de la





comunicación organizacional. Estos estudiosos parten de la premisa de que la comunicación en las organizaciones ha sido analizada a partir de diversas perspectivas sobre la comunicación humana.

Los especialistas parten del concepto de que la comunicación en entornos organizativos ha sido examinada desde las perspectivas de la comunicación humana. Ellos señalan cuatro elementos específicos relacionados con este enfoque.

Perspectiva de la comunicación organizacional			
Mecanicista	Psicológica	Simbólica- Interpretativa	Interacción de sistemas
Vista más como proceso de transmisión; se centra en el mensaje.	Se vuelve importante estudiar la comunicación desde los filtros conceptuales que tienen las personas, tales como actitudes, cogniciones y percepciones.	Considera que la comunicación organizacional consta de patrones de conductas coordinadas que tienen la capacidad de crear, mantener y disolver la organización.	El eje de esta perspectiva son los patrones de las conductas secuenciales, o la recurrencia de actos contiguos. Estos patrones tienen lugar dentro de un sistema de comunicación que define el sistema.

Elaboración propia, información tomada de la Revista El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa de (Correal, Bustos, Constanza, & Panqueva, 2008)

En ese mismo sentido Pérez, Sayas y Suárez (2020) definen la perspectiva de la comunicación organizacional como las percepciones que el trabajador tiene sobre las estructuras y procesos que ocurren en un medio laboral; En resumen, el autor alude a los diversos elementos que afectan directa o indirectamente la percepción que los empleados tienen de la empresa.





4.2.4. Comunicación ontológica

4.2.4.1. Ontología. Resulta crucial comprender el termino ontología, Echeverría (2003) en su libro ontología del lenguaje realiza una compilación de toda la concepción sobre ontología, basándose en diferentes autores para poder complementar y contrarrestar lo que hoy se titula como ontología del lenguaje, a continuación, se expresarán algunas concepciones sobre el término mencionado para entender a profundidad y saber interpretar el lenguaje ontológico y su repercusión en las organizaciones.

Echeverría, menciona qué la ontología hace referencia a la comprensión genérica y la interpretación de lo que significa ser humano. “Cuando decimos de algo que es ontológico, hacemos referencia a nuestra interpretación de las dimensiones constituyentes que todos compartimos en tanto seres humanos y que nos confieren una particular forma de ser” (Echeverría, 2003, p. 19). Esta información aborda la idea de la ontología, que es la comprensión fundamental de lo que significa ser humano. Se plantea que la ontología no está necesariamente relacionada con una perspectiva metafísica. Se sugiere que existen diferentes ontologías, algunas con naturaleza metafísica, como las de los antiguos filósofos griegos, y otras que no lo son, como la ontología del lenguaje. En resumen, la forma en que las personas piensan y se expresan refleja la ontología subyacente, la comprensión de lo que es posible para los seres humanos.





Los autores Correal, Bustos, Constanza, y Panqueva (2008) mencionan que Rafael Echeverría en su libro la Ontología del Lenguaje (1994), propone entender al ser humano como un ser lingüístico, en otras palabras, el lenguaje es fundamental en la construcción del ser humano. “En esa forma se plantea que el lenguaje no es sólo un medio de expresión, sino que a través de este se transforma la realidad. Así las organizaciones surgen de las acciones coordinadas que se logran en el lenguaje” (Correal, Bustos, Constanza, & Panqueva, 2008, p. 148).

4.2.4.2. Comunicación Ontológica. La comunicación ontológica se basa en la ontología, una rama de la filosofía que estudia el ser y la realidad. En el contexto de la comunicación, la ontología se centra en la naturaleza del ser y cómo influye en la manera en que las personas se comunican, interpretan el mundo y construyen significados. La ontología se refiere a la comprensión general de lo que significa ser humano y cómo esa comprensión influye en nuestras acciones y percepciones. Además, se plantea que incluso las afirmaciones más simples están basadas en supuestos sobre las capacidades humanas y la posibilidad de expresión.

La ontología de la comunicación se interesa por revertir el olvido del ser en la práctica comunicativa cuestionarse por el ser en la comunicación es intentar dilucidar qué papel juega el intercambio lingüístico en la donación del ser esto implica indagar si la comunicación cumple el sentido del ser, que quiere entregarse, y si la comunicación, en su realización pragmático-lingüística, cumple su sentido en la orientación hacia el ser (Ure, 2010, p.39 citado por Rizo, 2014, p. 4).





4.2.4.2.1. Un nuevo Panorama Histórico

4.2.4.2.2. Una de las Aportaciones más Significativas de la Ontología del

Lenguaje. Una de las principales contribuciones de la ontología del lenguaje radica en su habilidad para brindar a las personas la capacidad de crear y renovar significados en sus vidas. Esta perspectiva resalta que no podemos depender exclusivamente de la vida para proporcionar el sentido que necesitamos, sino que también destaca cómo el lenguaje permite generar sentido a través de la constante creación de relatos y la acción transformadora tanto a nivel personal como en el entorno. Echeverría (2003).

En ese sentido, la ontología del lenguaje permite a las personas asumir plenamente la responsabilidad de sus vidas, ofreciendo la capacidad de elegir acciones que conduzcan a la realización de la identidad deseada. Además, destaca una ética de convivencia basada en el respeto mutuo, subrayando la importancia de esta comprensión para la armonía social y el desarrollo humano.

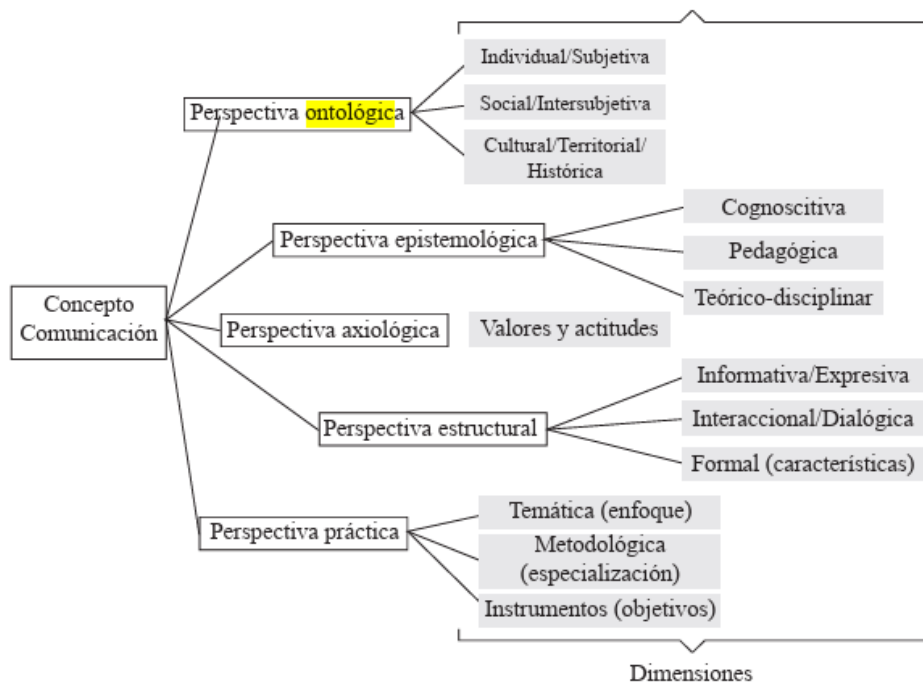
4.2.5. Dimensiones de la Comunicación en Función de Perspectivas

Constituye un aspecto esencial comprender que la comunicación es un fenómeno complejo que puede ser analizado desde múltiples perspectivas. En este breve estudio de Aparicio 2016, se exploraron las diferentes dimensiones de la comunicación, examinando cómo cada una contribuye a la comprensión del proceso comunicativo. Comprendiendo





estas dimensiones de la comunicación se permite tener una visión más completa y profunda de cómo funciona este proceso dentro de las empresas.



Tomado de (Aparicio, 2016), publicado en su artículo comunicación ambiental: Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente

El bosquejo anterior de Aparicio (2016) proporciona una visión integral de la comunicación que contempla diversos aspectos. Desde un punto de vista ontológico, considera la influencia del entorno social y personal en la formación de la cultura y las perspectivas individuales. Desde una perspectiva epistemológica, se refiere a los procesos relacionados con el conocimiento. En cuanto a lo axiológico, abarca los valores y las actitudes. A nivel estructural, se analizan los componentes y funciones del campo de la comunicación. Finalmente, desde una perspectiva práctica, se define la comunicación en función de su aplicación en la vida cotidiana



4.2.6. La perspectiva Ontológica

En el estudio de la comunicación, la perspectiva ontológica ofrece una mirada profunda y significativa sobre la interacción humana. Por lo tanto, se cita a Rizo (2014)

para tener un panorama amplio sobre esa perspectiva. Para este autor, “la perspectiva ontológica define la comunicación existencial como la dimensión de intercambio que supera lo signico, el interés pragmático y la mera transmisión de experiencias de mundo, para culminar en la maduración ontológica de la persona” (p.15). Es decir, la comunicación no es solo la transmisión de mensajes entre un emisor y un receptor, sino que va más allá de la manera en cómo cada individuo transmite e interpreta la realidad.

En resumen, para este autor el ser con otros representa un encuentro que enriquece ontológicamente, facilitando a la persona superar la soledad y satisfacer su necesidad de conexión. En la interacción comunicativa, se comparten tanto elementos sociales como ontológicos: los primeros pueden estar orientados hacia la comprensión, tal como lo indica el aspecto lingüístico-informativo de la comunicación.





4.2.7. Definición y Concepto de Clima Laboral

4.2.7.1. Clima Organizacional. En primer lugar, el clima organizacional juega un papel crucial en el bienestar y el rendimiento de los empleados. Por consiguiente, se cita a Segredo, García, León, y Perdomo (2017) para tener un contexto sobre el significado del clima laboral. Ellos indican que el clima organizacional se relaciona con las particularidades del entorno laboral, las cuales son percibidas de manera directa o indirecta por los empleados que trabajan en dicho ambiente. “Este tiene repercusiones en el comportamiento laboral y es una variable interviniente que media entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual” (Segredo, García, León, & Perdomo, 2017, p. 95). Siguiendo las ideas de los autores, el clima organizacional es la manera en cómo los miembros de una organización se comportan de manera positiva o negativa, influyendo directamente en el bienestar organizacional.

Por su parte, Valencia & Castaño (2021) mencionan que el clima organizacional es concebido como las percepciones colectivas de los empleados acerca de su entorno laboral, lo que afecta directamente la dinámica interna de la empresa y, por consiguiente, el desempeño del personal. Es decir, si existe un buen clima laboral, los colaboradores se sentirán honorables teniendo un mayor rendimiento laboral, sin embargo, si existe un mal





ambiente laboral afectaría la tranquilidad no solo de los colaboradores sino de la compañía en general.

4.2.7.2. Cultura Organizacional.

En primer lugar, es fundamental comprender el contexto histórico de este fenómeno, por ello se citó a Segredo, García, León, y Perdomo (2017), ellos mencionan

que “la organización también tiene su personalidad que se conoce como “cultura organizacional”, la cual se ha descrito como los valores, principios, tradiciones y formas de hacer las cosas que influyen en la forma en que actúan los miembros de la organización” (p.93). En síntesis, la cultura organizacional son aquellas costumbres, valores y comportamientos que adquieren los miembros de una organización alineados a unas normas y leyes que identifican a la empresa, es decir, que los colaboradores aprenden y desarrollan un ambiente cultural conforme a la filosofía de la compañía. Aquellas organizaciones que plasman y fomentan una cultura tienden a que el personal tenga un mejor desempeño, además genera amor y pasión por la sociedad.

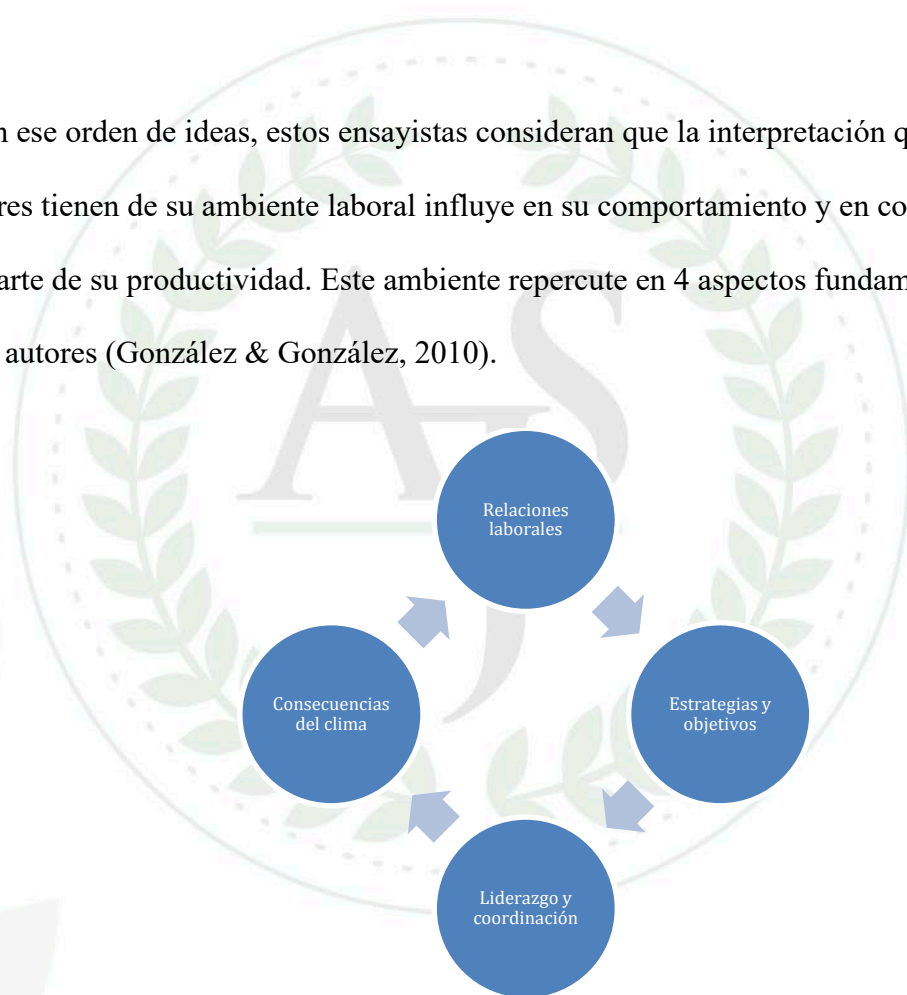
En segundo lugar, importante que las empresas conozcan a profundidad los aspectos físicos, psicológicos, sociales e incluso materiales que rodean e identifican a los colaboradores, para tener un panorama amplio de aquello que es lo que sienten o necesitan los participantes, entre más cerca se esté de ellos se lograría crear estrategias que ayuden a que el personal se sienta agradable en su lugar de trabajo, si los directivos están más cerca de sus trabajadores, se sentirán más cercanos y queridos, lo cual influiría en un ambiente laboral, sano, ameno, pacífico y familiar; por ende, los colaboradores se motivarían a tener un mayor desempeño laboral.





Las organizaciones necesitan conocer los factores físicos y sociales que influyen en el rendimiento de las personas y de los grupos. El clima que viven los trabajadores dentro de la organización se constituye en un determinante intangible de los resultados que la organización obtiene (González & González, 2010, p.2).

En ese orden de ideas, estos ensayistas consideran que la interpretación que los trabajadores tienen de su ambiente laboral influye en su comportamiento y en consecuencia en gran parte de su productividad. Este ambiente repercute en 4 aspectos fundamentales según los autores (González & González, 2010).



Elaboración propia, información tomada del artículo clima organizacional de (González & González, 2010).

Relaciones laborales: Impacto del clima organizacional en la dinámica laboral.



Estrategias y objetivos: Evaluación del clima organizacional en el éxito o fracaso de las políticas y estrategias.

Liderazgo y coordinación: El clima organizacional y su relación con la participación efectiva de los niveles superiores.

Consecuencias del clima: Desempeño, frustraciones y comportamientos desleales en la organización.

4.2.8. Definición Terminológica de las Variables de Estudio

4.2.8.1. Definición de Términos Básicos.

Comunicación Organizacional	
Autor	Concepto
Correal, Bustos, Constanza, & Panqueva, (2008)	La comunicación organizacional surge como una disciplina adscrita a las Ciencias Sociales y su relación con la Lingüística se da en la medida en que el lenguaje funciona como instrumento de mediación que permite brindar cohesión a una comunidad corporativa, regida por valores, principios y comportamientos particulares a cada organización.
Meléndez (2019)	La comunicación organizacional está enfocada en la promoción y desarrollo organizacional, comprendiendo esta como una capacidad para la transmisión de mensajes en el ámbito interno como externo, con la única finalidad de la promoción de las interacciones organizacionales y las de su personal.
Comunicación (2010)	La comunicación organizacional se ocupa, en consecuencia, del análisis, el diagnóstico, la organización y el perfeccionamiento de las variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones.
Según (Pinzón, 2020)	Para quienes investigan, la comunicación organizacional se percibe como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la empresa, organización y su medio; o bien influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos externos e internos de la corporación, todo ello con el fin de cumplir efectivamente las metas trazadas, evitando costos de error.



Según (Peña, Montero, & Parra, 2020)	La comunicación organizacional es asumida como proceso mediante el cual se viabilizan los demás sistemas de la organización, los mensajes de todo tipo, desde el punto de vista interno y externo, el complejo de códigos establecidos por cada nivel departamental y grupos de la entidad, con el propósito de una interacción armónica en la utilización de canales de comunicación efectivo y tipos de comunicación en función de las metas, estrategias, visión, ética y resultados de la institución.
--------------------------------------	--

Clima Organizacional	
Autor	Concepto
Según (Peréz, Sayas, & Suárez, 2020)	Por lo tanto, se sostiene que el clima organizacional, es un componente multidimensional de elementos que se descomponen en términos de estructuras, tamaño de la organización, modos de comunicación y estilo de la dirección, por lo tanto, existe una correlación directa, que favorece la creatividad, la confianza y la proactividad de los empleados.
(Iglesias & Sánchez, 2015)	El clima organizacional se define: “...las percepciones compartidas por un grupo de individuos acerca de su entorno laboral: estilo de supervisión, calidad de la capacitación, relaciones laborales, políticas organizacionales, prácticas comunicacionales, procedimientos administrativos, ambiente laboral en general”
(Juárez, 2012)	Conocer el clima organizacional proporciona retroalimentación acerca de los procesos que determinan los comportamientos organizacionales y permite, además, introducir cambios planeados tanto en las actitudes y conductas de los miembros, como en la estructura organizacional.
(González & González, 2010)	El clima es el conjunto de percepciones que los individuos y los grupos que trabajan en una organización tienen de su lugar de trabajo. Esto hace que la gente se sienta cómoda, a gusto, en un ambiente agradable y amistoso, de acuerdo a sus expectativas, o que, por el contrario, la pase mal durante su tiempo de trabajo, por cualquier motivo vinculado a la situación laboral.
(Sandoval, 2004)	El Clima es una variable que interviene entre los factores del sistema organizacional y el comportamiento individual.





4. Metodología

A través de esta investigación se ahondará la problemática de estudio a través de dos entidades públicas y privadas de relevancia: la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y la Secretaría de Educación Departamental, mediante un análisis comparativo de sus encuestas de clima laboral para abordar la percepción que tienen los colaboradores de ambas entidades, este estudio se realizará bajo la escala (CL – SPC) de Sonia Palma Carrillo. Escala elaborada en 2004 para evaluar el clima laboral (Nivel de percepción del ambiente laboral).

La situación actual revela que las organizaciones enfrentan desafíos en la gestión de la comunicación interna, afectando la calidad de las relaciones interpersonales y, por ende, el ambiente laboral, como también las habilidades sociales de los individuos. Por esta razón se seleccionó la escala de clima laboral (CL – SPC) de Sonia Palma, dado que, es un indicador clave para comprender la complejidad de la comunicación organizacional y sus efectos en la percepción de los colaboradores de las entidades.





Dentro de la metodología se estableció un paradigma, un nivel, un diseño de investigación, población, variables de estudio, instrumentos y el procedimiento que llevó a cabo para evaluar la variable estudio.

5.1. Paradigma de la Investigación

La presente investigación se orienta bajo un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo). En primera instancia, se adopta un enfoque cuantitativo mediante el uso de una escala de clima laboral para recopilar datos alfanuméricos y posteriormente analizados utilizando herramientas estadísticas, tales como la tabulación en una hoja de cálculo Excel, gráficos y cálculos de porcentajes. Este enfoque, permitió obtener una comprensión precisa y cuantificable de las percepciones del clima laboral por parte de los colaboradores. En segunda instancia, se emplea en un enfoque cualitativo para interpretar y describir las perspectivas de los colaboradores sobre las empresas donde laboran. Los datos alfanuméricos obtenidos anteriormente fueron utilizados como base para profundizar en las percepciones de los colaboradores. Esto se logró a través de técnicas cualitativas como análisis de contenido lo que permitió una comprensión más detallada y significativa de las experiencias y opiniones de los colaboradores.

La combinación de estos enfoques cuantitativo y cualitativo facilitó la obtención de resultados sólidos y la consecución de los objetivos establecidos en la investigación. Además, la integración de ambas metodologías proporcionó una visión holística del clima laboral y las percepciones de los colaboradores en las empresas estudiadas.

La investigación bajo el enfoque cuantitativo se denomina así porque trata con fenómenos que se pueden medir (esto es, que se les puede asignar un número,





como, por ejemplo: número de hijos, edad, peso, estatura, aceleración, masa, nivel de hemoglobina, cociente intelectual, entre otros) a través de la utilización de técnicas estadísticas para el análisis de los datos recogidos (Flores, 2019, p.104).

En ese mismo orden de ideas Quecedo & Castaño (2002) considera al enfoque cualitativo a aquellas variables y fenómenos que son estudiadas e interpretados para describir sus características con el fin de generar categorías conceptuales, descubrir y

validar asociaciones entre fenómenos o comparar los constructos y postulados generados a partir de fenómenos observados en distintos contextos.

Los estudios cualitativos intentan describir sistemáticamente las características de las variables y fenómenos (con el fin de generar y perfeccionar categorías conceptuales, descubrir y validar asociaciones entre fenómenos o comparar los constructos y postulados generados a partir de fenómenos observados en distintos contextos). (Quecedo & Castaño, 2002, p. 12).

5.2. Nivel de la Investigación

La presente investigación se clasifica como explicativa porque tiene como objetivo comprender las perspectivas sobre la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico que tienen los colaboradores de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y la Secretaría de Educación Departamental. En ese sentido, se busca explicar las razones subyacentes a estas percepciones. Para lograr este propósito, se aplicará una encuesta basada en la Escala de Clima Laboral CL-SPL de Sonia Palma, la cual permitirá recopilar datos relevantes para explorar cómo estas experiencias influyen en la percepción





que tienen los empleados sobre sus respectivas empresas. La metodología incluirá el análisis y la exposición de cómo los colaboradores experimentan el bienestar laboral en aspectos físicos, psicológicos y materiales en su entorno laboral, para entender y explicar si el bienestar laboral impacta la forma en que los empleados perciben sus organizaciones.

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos (Arias, 2012, p.26).

En ese mismo sentido, la investigación tiene un diseño no experimental, ante esto Sampieri, Callado y Baptista (2003) establecen que son aquellos estudios “que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152). Es de resaltar, el nivel como transeccional correlacional, a lo cual Sampieri, Callado y Baptista (2003) establecen que este tipo de estudios “Describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto de un grupo, teniendo presente que este tipo de diseños, son investigaciones que recopilan datos en un momento único” (p.92).

Para el trabajo en la presente propuesta, el diseño transeccional correlacional – causal, muestra un fenómeno ocurrido en la realidad, y la labor a realizar es observar y analizar dos categorías, en un primer momento la comunicación organizacional y en un





segundo momento el compromiso organizacional, pasando por una fase descriptiva de las anteriores categorías, para, posterior a ello establecer relaciones.

5.3. Población

La población seleccionada para realizar el respectivo análisis está conformada por funcionarios que están en el área de educación de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre, como organización privada, y de la Oficina de Secretaría de Educación de la Gobernación de Sucre, como una organización pública.

5.4. Muestra

Sé seleccionó una muestra de 10 colaboradores con respecto a cada entidad, para un total de 20 encuestados. Para seleccionar esta muestra se tuvieron en cuenta varios los siguientes criterios de selección.

1. Personas que trabajan en el área de educación, ya sea porque manejan temas de educación o por dar clases. La institución privada ya contaba con unos datos recolectados, por otro lado, a la institución pública se le organizó un formulario de Google, conforme a la escala de clima laboral de Sonia Palma, de tal forma que el instrumento logrará ser el mismo para ambas organizaciones.
2. Que tenga más de dos años de vinculación en ambas entidades.
3. Que los colaboradores seleccionados como muestra estén dispuestos a contestar.

El personal vinculado a la muestra demostró por medio de un consentimiento informado (documento preestablecido) interés por participar en el estudio, cuidando la





información personal de cada colaborador, solo con fines investigativos. El consentimiento informado se incluyó en el formulario de la encuesta, previo a la realización de esta al final del documento.

5.5. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Para la recolección de datos y el respectivo análisis para cumplir con los objetivos planteados se utilizó como instrumento una encuesta bajo la Escala de Clima Laboral CL – SPL, elaborado en 2004 por Sonia Palma. Esta escala tiene como propósito analizar el clima laboral desde la percepción de las personas que trabajan en empresas u organizaciones. Esta escala evalúa el nivel de percepción del ambiente laboral, en diferentes dimensiones, factores o áreas: realización personal, involucramiento laboral, supervisión, comunicación y condiciones laborales, dirigido a colaboradores con dependencia laboral.

El presente cuestionario sirve para medir las cuatro dimensiones y para obtener puntajes parciales por cada área. La encuesta mide el clima laboral en general, sin embargo, en ese marco global, en la presente propuesta se hace énfasis en dos áreas; la comunicación y el involucramiento laboral entendido como el compromiso demostrado por los colaboradores, comprendido desde la salud mental que se puede generar en la organización. Las dimensiones que cumplen con las características de los objetivos establecidos por cumplir son las dimensiones de involucramiento laboral y comunicaciones, correspondientes a abordar la perspectiva de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico.





Este instrumento está conformado por 50 ítems, y su diseño obedece a la técnica de Likert. Comprende cinco factores, los cuales han sido determinados en función al análisis estadístico, algunos de los factores o dimensiones que aborda son: autorrealización, involucramiento laboral: una dimensión referente para la esta propuesta, que se caracteriza por la identificación del colaborador con los valores organizacionales y compromiso para con el cumplimiento y desarrollo de la organización, que a su vez demuestra el agrado y la satisfacción con el quehacer, al punto de sentirse a gusto. Otras dimensiones: supervisión, comunicación, que bien vale la pena definir como: la percepción del grado de fluidez, celeridad, claridad, coherencia y precisión de la información relativa y pertinente al funcionamiento interno de la empresa como con la atención a usuarios y/o clientes de esta, así como condiciones laborales.

La utilización del instrumento puede ser de forma manual o computarizada; sin embargo, para calificar, es necesario ingresar la puntuación en el sistema informático para acceder a la calificación por factores.

Las calificaciones para determinar la puntuación oscilan entre 1 al 5, según la siguiente especificación:

Categoría	Puntaje
Ninguna o nunca	1
Poco	2
Regular o algo	3
Mucho	4
Todo o siempre	5



“Los valores pueden alcanzar 250 puntos como máximo para la escala total y 50 puntos para cada uno de los factores” (Palma, 2004, p.4).

La investigación de Palma (2004) se centró en evaluar la validez y la confiabilidad del instrumento en una muestra de 1323 trabajadores de empresas estatales y privadas en los sectores de producción y servicios. Su propósito fue identificar los factores que afectan la percepción del clima laboral tanto a nivel individual como grupal.

5.6.. Procedimiento

Para el desarrollo del proyecto se establecen algunas fases importantes:

1. Revisión documental y seguimiento de antecedentes e investigaciones
2. Construcción documento propuesta interdisciplinar
3. Entrega de primer informe de propuesta de investigación
4. Selección de la muestra
5. Aplicación de los instrumentos: Esta aplicación en la institución privada ya contaba con unos datos recolectados, en la institución pública se organizó un formulario de Google, conforme a la escala de clima laboral de Sonia Palma, de tal forma que el instrumento logrará ser el mismo para ambas organizaciones.
6. Interpretación y análisis de los datos.
7. Construcción del informe de investigación.





5. Resultados

A continuación, se presentan los resultados derivados del análisis de la percepción de la comunicación organizacional, enmarcado en un enfoque ontológico, a partir de las encuestas de clima laboral realizadas por los colaboradores tanto de la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre como de la Secretaría de Educación Departamental.

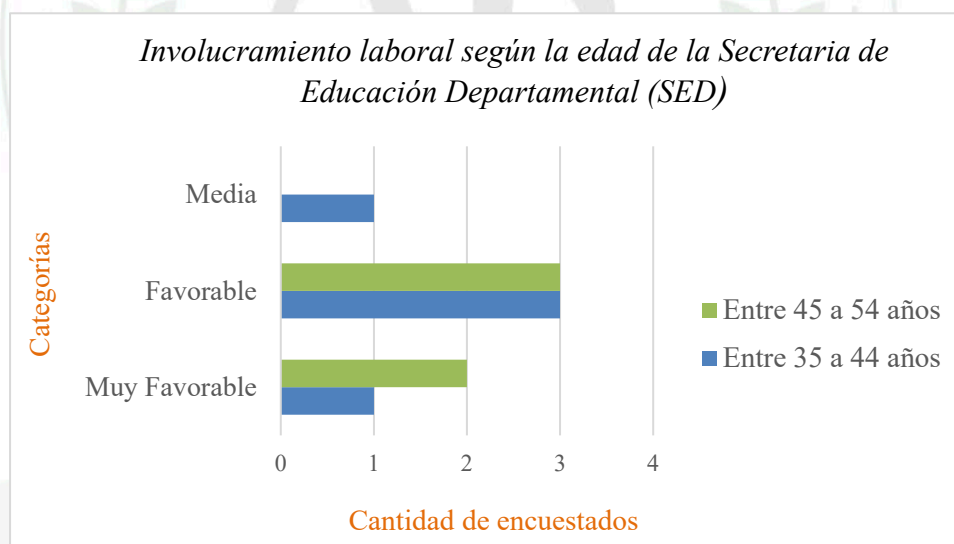
Cantidad de encuestados por categoría				
Categorías	Involucramiento laboral (secretaría de educación)	Involucramiento laboral (UAJS)	Comunicación (secretaría de educación)	Comunicación UAJS
Muy favorable	2	8	0	7
Favorable	7	2	8	3
Media	1	0	2	0
Desfavorable	0	0	0	0
Muy desfavorable	0	0	0	0
Total, encuestados	10	10	10	10

Tabla 1: Cantidad de encuestados por categoría en los factores involucramiento laboral y comunicación en UAJS y SED



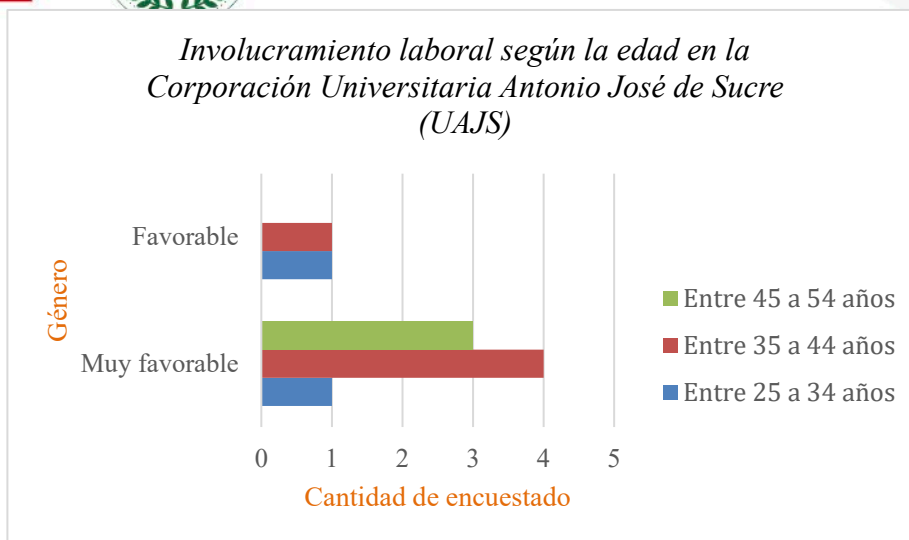


De acuerdo, en la tabla anterior, en el factor involucramiento correspondiente a UAJS existen más encuestados en la categoría muy favorable, mientras que en la SED tiene más encuestados en la categoría favorable y un encuestado en la categoría media. En otras palabras, los colaboradores de UAJS se encuentran más involucrados en la organización. De igual forma ocurre con el factor comunicación, en UAJS hay más colaboradores que consideran a este factor como Muy favorable, mientras que en SED la mayoría radican en Favorable y un porcentaje menor (20%) en la categoría media, por lo tanto, se logra apreciar que UAJS destaca más en ambos factores, pero cabe destacar que al no estar todos los colaboradores el Muy favorable hay ciertos aspectos mínimos que se deben mejorar.



Gráfica 1: Factor involucramiento Laboral según la edad en la SED.

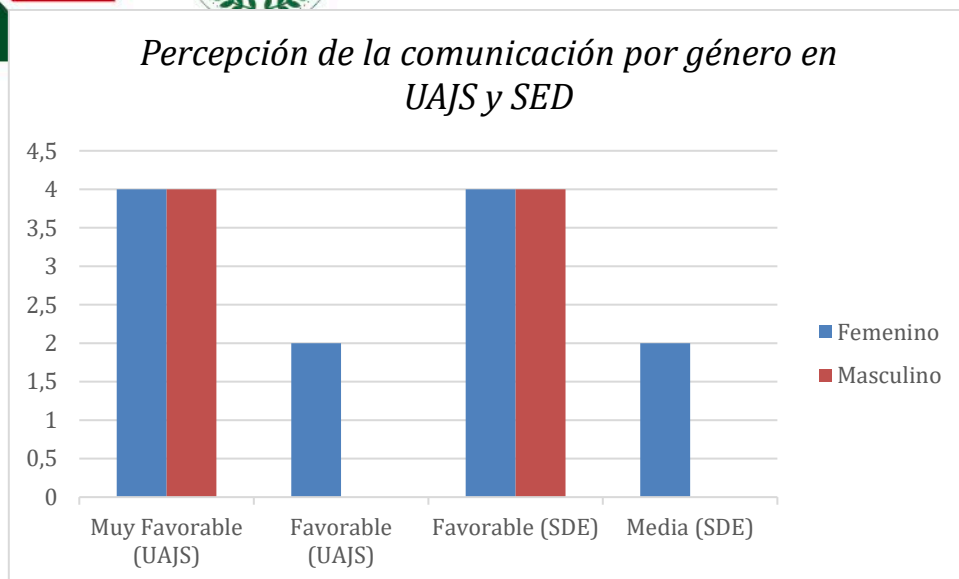
Se observa que el grupo de edad correspondiente a 45 a 54 años presenta un mayor nivel de involucramiento laboral en comparación con el grupo de 35 a 44 años, esto es posible por la influencia de la experiencia laboral y la madurez profesional en la percepción del compromiso con el trabajo.



Gráfica 2: Factor involucramiento laboral según la edad en UAJS

Por

otro lado, la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre revela una tendencia hacia niveles más altos de compromiso y satisfacción laboral a medida que aumenta la edad de los colaboradores. Se observa que los empleados en el rango de edad de 35 a 44 años y de 45 a 54 años muestran una propensión notablemente mayor hacia evaluaciones favorables y muy favorables en comparación con aquellos en el grupo de edad más joven, de 25 a 34 años.

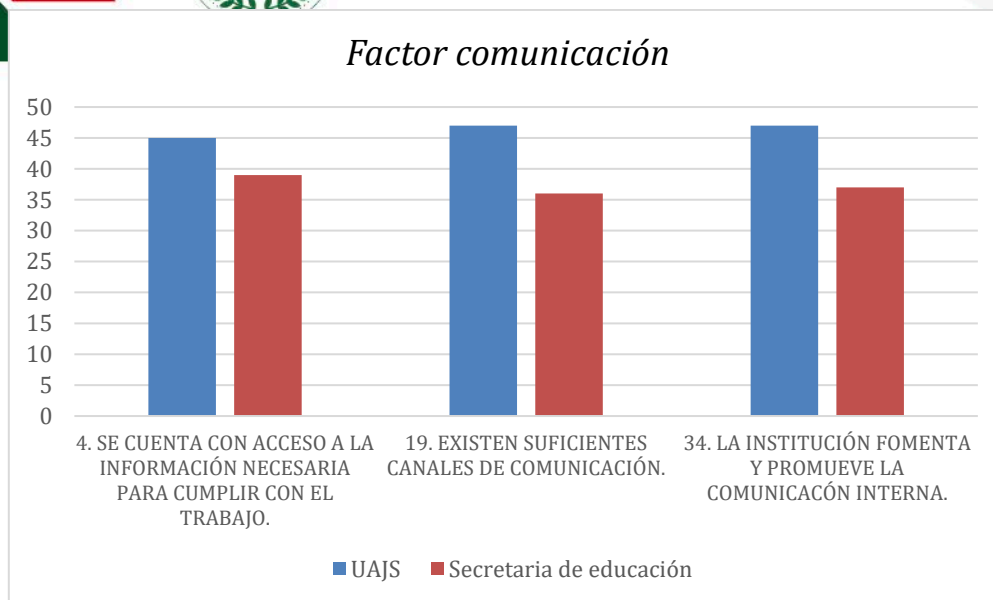


Grafica 3: Percepción de la comunicación por género en ambas entidades.

Tanto hombres como mujeres de UAJS tienen una visión positiva, especialmente hacia la categoría "Muy favorable", aunque hay una ligera diferencia entre los géneros, con más mujeres inclinadas a calificar la comunicación como "Favorable".

En contraste, en la SED ambos géneros comparten una perspectiva favorable, sin embargo, el 20% del total de los encuestados pertenecientes al género femenino se inclinan más por una comunicación que pertenece a la categoría media.

En pocas palabras, los resultados obtenidos resaltan que la percepción que ambos géneros tienen de la comunicación en UAJS es superior a la de SED. Esto sugiere que la institución emplea prácticas comunicativas efectivas.

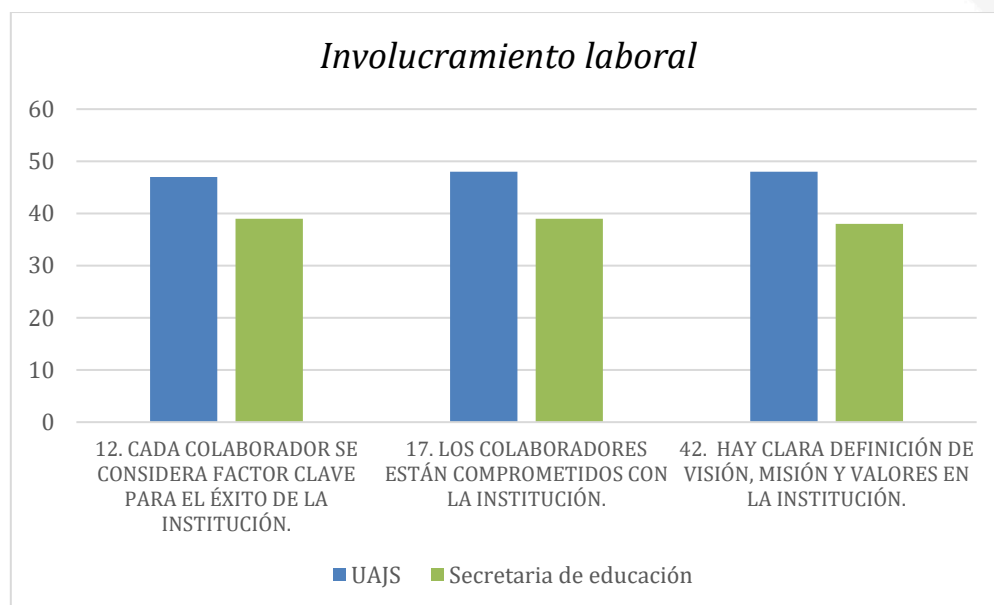


Grafica 4: Ítems correspondientes al Factor comunicación

Según la percepción de la comunicación sobre los elementos ontológicos los colaboradores de UAJS consideran que tienen mayor acceso a la información necesaria para cumplir con sus actividades laborales, existen suficientes canales de comunicación y se promueve la comunicación interna, con un puntaje mayor a 45 consolidándose en la categoría muy favorable, en cuanto a la SED su pontaje promediado es de 37.3, que es equivalente a la categoría favorable, aunque su comunicación no se localiza en una categoría desfavorable es evidente que se encuentran parcialmente con la comunicación de su organización.



Los ítems seleccionados en el factor comunicación corresponden a los elementos ontológicos Individual, social y cultural. Los ítems 4, 19 y 34 corresponden al elemento cultural.



Grafica 5: Ítems correspondientes al Factor involucramiento laboral

Conforme al involucramiento laboral sobre los elementos ontológicos los colaboradores de UAJS se consideran factor clave para el éxito de su empresa, además, se sienten comprometidos con la institución, así mismo, ellos reconocen que la institución tiene bien definida su misión, visión y sus valores, por esa razón su puntuación corresponde a 47, perteneciendo a la categoría Muy favorable. En cuanto a la percepción de la SED su puntaje promediado es de 38.6, que es equivalente a la categoría favorable, no obstante, su comunicación no se restringe a una categoría desfavorable, lo cual, es evidente que se encuentran parcialmente con el involucramiento organizacional.



Los ítems seleccionados en el factor involucramiento corresponden a los elementos ontológicos Individual, social y cultural. El ítem 12 corresponde al elemento individual, el 17 al social y el 42 al elemento cultural.

6.1. Promedio de los Factores de la Escala Clima Laboral CL – SPC

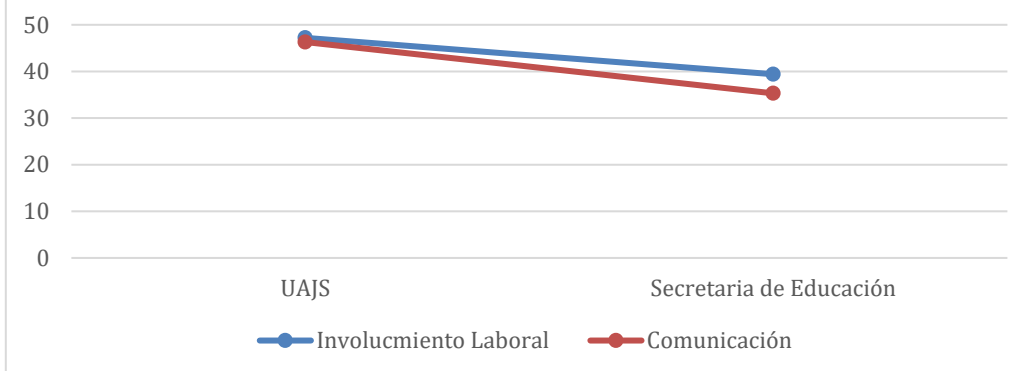
Promedio por Factores					
Entidad	Realización personal	Involucramiento Laboral	Supervisión	Comunicación	Condiciones Laborales
UAJS	46,8	47,2	46,8	46,3	46,4
SED	36	39,4	36,8	35,3	37,7

Tabla 2 Promedio obtenido de los factores de la escala Clima Laboral

Se promedia las respuestas de los encuestados en todos los factores de la encuesta de Sonia Palma, esto para proporcionar una visión clara y comparativa de las percepciones entre las dos instituciones. Esto facilita la identificación de áreas de fortaleza y debilidad, además, el uso de esta tabla promediada es crucial para clasificar las percepciones en distintas categorías y facilitar la comparación.



Comparativa de la comunicación e involucramiento laboral en ambas entidades



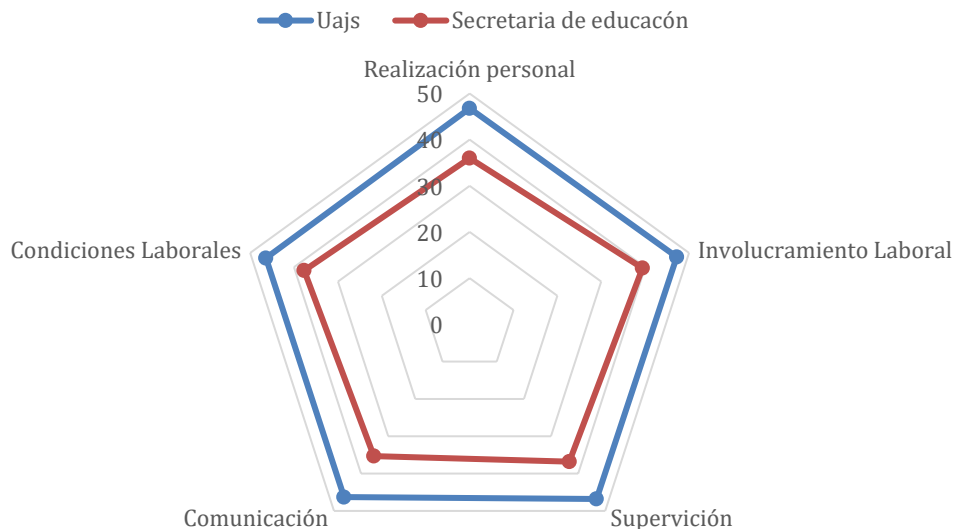
Grafica 6: Comparativa de los factores comunicación e involucramiento

Se observa que tanto el involucramiento laboral como la comunicación son más altos en UAJS en comparación con la Secretaría de Educación. Estos hallazgos apuntan que UAJS podría tener prácticas más efectivas de comunicación interna y una cultura organizacional que fomente un mayor compromiso de sus empleados. Estas disparidades pueden ser el resultado de políticas institucionales, liderazgo, y estructuras organizativas diferentes entre ambas entidades.





Comparativa por promedio de todos los factores



Grafica 7: Comparativa por promedio de los factores del Clima Laboral CL - SPC De Sonia Palma

En términos generales, UAJS presenta puntajes más altos en todos los factores en comparación con la Secretaría de Educación. Estos resultados indican que UAJS puede ofrecer un ambiente laboral más satisfactorio y favorable, donde los empleados experimentan un mayor sentido de logro personal, mejores condiciones de trabajo, comunicación más efectiva, supervisión más adecuada y un mayor nivel de compromiso con la organización. Por otro lado, la Secretaría de Educación muestra puntajes más bajos en todos los factores evaluados, lo que sugiere posibles áreas de mejora en su clima organizacional para promover el bienestar y la productividad de sus empleados.





FACTOR II: INVOLUCRAMIENTO LABORAL	PERSPECTIVA ONTOLÓGICA
2. ¿Se siente comprometido con el éxito en la organización?	Individual
7. ¿Cada trabajador asegura sus niveles de logro en el trabajo?	Individual
12. ¿Cada empleado se considera factor clave para el éxito de la organización?	Individual
17. ¿Los trabajadores están comprometidos con la organización.	Social
22. ¿En la oficina, se hacen mejor las cosas cada día?	Social
27. ¿Cumplir con las tareas diarias en el trabajo, permite el desarrollo del personal?	Cultural
32. ¿Cumplir con las actividades laborales es una tarea estimulante?	Cultural
37. ¿Los productos y/o servicios de la organización, son motivo de orgullo del personal?	Cultural
42. ¿Hay clara definición de visión, misión y valores en la institución?	Cultural
47. ¿La organización es una buena opción para alcanzar calidad de vida laboral?	Cultural

Tabla 3: Factor involucramiento laboral y perspectiva ontológica, ítems seleccionados de la Escala Laboral CL – SPC.

Para nuestro trabajo es importante describir el involucramiento laboral con la perspectiva ontológica de la comunicación, se evidencia que los elementos comunicativos ontológicos tienen tres dimensiones (individual, social y cultural), esto se relaciona con este factor entendiendo que cada ítem afronta uno de estas dimensiones. Se logra identificar que desde la encuesta se manda el mensaje que en la institución debe existir una perspectiva ontológica mayormente cultural entendiendo que se aspira encontrar en el colaborador un compromiso desde lo organizacional.



FACTOR IV: COMUNICACIÓN	PERSPECTIVA ONTOLÓGICA
4. ¿Se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo?	Cultural
9. ¿En mi oficina, la información fluye adecuadamente?	Social
14. ¿En los grupos de trabajo, existe una relación armoniosa?	Social
19. ¿Existen suficientes canales de comunicación?	Cultural
24. ¿Es posible la interacción con personas de mayor jerarquía?	Cultural
29. ¿En la institución, se afrontan y superan los obstáculos?	Cultural
34. ¿La institución fomenta y promueve la comunicación interna?	Cultural
39. ¿El supervisor escucha los planteamientos que se le hacen?	Social
44. ¿Existe colaboración entre el personal de las diversas oficinas?	Social

Tabla 4: Factor comunicación y perspectiva ontológica, ítems seleccionados de la Escala Laboral CL – SPC.

Del mismo modo, se logra percibir que predomina la dimensión ontológica cultural recalcando que en la escala tiene la intención de demostrar en los colaboradores un compromiso sólido con la organización.





6. Discusión

En primer lugar, comprender los elementos que influyen en el ambiente laboral puede tener un impacto directo en el comportamiento y desempeño del personal. Los hallazgos de esta investigación ayudan a identificar diferencias en la percepción del clima laboral entre las instituciones estudiadas, proporcionan información valiosa sobre estos elementos y pueden ayudar a los directivos a tomar decisiones informadas para mejorar el ambiente laboral en sus respectivas organizaciones.

Tal y como lo mencionan Álvarez, Muñoz y Navarrete (2019) sobre la importancia del clima laboral, ellos indican que en un entorno altamente competitivo como el de las cadenas de supermercados, donde la retención de talento y la satisfacción del cliente son cruciales, la importancia de mantener un clima laboral positivo se vuelve aún más evidente. Del mismo modo, en el ámbito educativo representado por UAJS y SED, donde el compromiso y la motivación del personal son fundamentales para el éxito institucional, los resultados de esta investigación pueden ser especialmente relevantes para mejorar la calidad del servicio y el rendimiento de los colaboradores.

“También es importante el número de empresas que no trabajan y ni siquiera contemplan la gestión del bienestar y la felicidad de sus asalariados, al menos de manera directa” (Castro & Díaz, 2020, p. 9). Por lo tanto, el hecho que UAJS se preocupa más por la felicidad de sus empleados esto puede ocurrir porque establecen tácticas organizacionales para mantener un buen clima laboral evidenciado en la encuesta de clima laboral aplicada, destacando que el clima laboral beneficia a los colaboradores y también a la compañía.





El análisis de la percepción de la comunicación sobre los elementos ontológicos entre los colaboradores de UAJS y SED revela diferencias significativas en la forma en que cada institución aborda la comunicación interna y el acceso a la información necesaria para cumplir con las actividades laborales. En el caso de UAJS, los colaboradores muestran una percepción muy positiva en cuanto al acceso a la información, la disponibilidad de canales de comunicación y la promoción de la comunicación interna.

En ese sentido, todas las empresas analizadas desarrollan acciones para promover el bienestar y la felicidad de sus empleados y muchas de estas medidas coinciden con herramientas de comunicación interna como canales de comunicación o eventos... A nivel organizativo son muchas las empresas en las que la gestión de la satisfacción, el bienestar y la felicidad de los empleados se vincula a las responsabilidades de CI. Esto puede suceder bien en dependencia del departamento de comunicación o bien a través del de recursos humanos, que en muchos casos integra el ámbito de comunicación interna de la entidad. (Castro & Díaz, 2020, p. 9).





7. Conclusión

En síntesis, los resultados de esta investigación proporcionan una perspectiva detallada y esclarecedora sobre la percepción de la comunicación organizacional desde un enfoque ontológico en dos entidades destacadas de la ciudad de Sincelejo cuyo pilar es la educación. A través del análisis comparativo de los datos recopilados mediante la encuesta de Clima Laboral CL - SPL, se ha revelado una serie de hallazgos significativos que arrojan luz sobre la dinámica comunicativa y el clima laboral en estas organizaciones.

Las principales conclusiones de este estudio es la existencia de diferencias sustanciales en la percepción del clima laboral y la comunicación organizacional entre la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre y la Secretaría de Educación Departamental. Estas diferencias pueden atribuirse a una variedad de factores, como la estructura organizacional, las prácticas de gestión de recursos humanos y la cultura institucional.

En particular, se observaron diferencias significativas en la percepción de factores específicos relacionados con la comunicación, como la claridad de los mensajes, la apertura a la retroalimentación, la percepción del liderazgo comunicativo, si se cuenta con acceso a la información necesaria para cumplir con el trabajo y si la institución fomenta y promueve la comunicación interna, etc. Estos hallazgos existen la necesidad de desarrollar estrategias específicas para mejorar la comunicación interna en cada institución, teniendo en cuenta las particularidades de su contexto organizacional.





Por otro lado, también se identificaron similitudes importantes en la percepción del clima laboral y la comunicación organizacional entre ambas instituciones. Por ejemplo, tanto en la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre como en la Secretaría de Educación Departamental, se destacó la importancia del reconocimiento y la valoración del trabajo realizado, así como la necesidad de promover un ambiente de trabajo colaborativo y participativo.

Se resalta que ambas organizaciones presentan un clima laboral que parece mantenerse en un estado de estabilidad general, porque ninguna desciende a las categorías desfavorable y muy desfavorable. No obstante, al analizar en detalle los resultados obtenidos, se observa una marcada diferencia entre la percepción del clima laboral en la Corporación Universitaria Antonio José de Sucre (UAJS) y la secretaria de educación departamental (SED).

En última instancia, estos resultados tienen importantes implicaciones para la gestión de recursos humanos y el desarrollo organizacional en ambas instituciones. Al comprender mejor las percepciones y necesidades de los colaboradores en relación con la comunicación y el clima laboral, se pueden implementar intervenciones específicas orientadas a mejorar la calidad de la comunicación interna y promover un ambiente laboral más positivo y productivo.

En resumen, los hallazgos de esta investigación ofrecen una base sólida para futuras investigaciones y para el diseño de estrategias prácticas dirigidas a fortalecer la comunicación organizacional y mejorar el clima laboral en contextos educativos y más allá.





8. Recomendaciones

Es importante destacar que, si bien SED no se encuentra en una categoría desfavorable, la diferencia en el puntaje promedio entre UAJS y SED sugiere que hay margen para mejorar la comunicación en la segunda institución. Identificar las áreas específicas donde se percibe una comunicación menos efectiva y abordarlas de manera proactiva podría contribuir a mejorar la satisfacción y el compromiso de los colaboradores en SED.

En el análisis de la percepción de la comunicación sobre los elementos ontológicos resalta la importancia de establecer prácticas comunicativas efectivas en el entorno laboral para garantizar el acceso a la información y fomentar una comunicación interna transparente y fluida. Estos resultados pueden servir como base para desarrollar estrategias de mejora en la comunicación organizacional que contribuyan al éxito y la eficacia ambas entidades.





9. Referencias

- Álvarez, C., Muñoz, C., & Navarrete, M. d. (2019). Influencia del clima organizacional en la satisfacción laboral de un supermercado de la ciudad de villahermosa, estado de tabasco, México .
- Aparicio, R. (2016). Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente.
- Araque, M. (2021). Fundamentos Ontológicos Y Epistemológicos Del Desarrollo Organizacional Enfocado.
- Arias, F. (2012). El proyecto de investigación, introducción a la metodología científica.
- Bouzon, A. (2010). Las investigaciones en comunicación : Arlette Bouzon.
- Castro, A., & Díaz, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española.
- Chávarry, R. (2020). Comunicación organizacional y conflictos labores.
- Comunicación. (2010). Perspectiva Crítica y Alternativa • Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura.
- Correal, M., Bustos, M., Constanza, A., & Panqueva, M. (2008). El lenguaje y la comunicación en los procesos organizacionales de la empresa.
- ECHEVERRÍA, R. (2003). Ontología del lenguaje.





- Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos.
- González, D., & González, R. (2023). Abordajes de la comunicación organizacional: un análisis sistemático de la producción académica en Web of Science.
- González, H., & González, L. (2010). Clima organizacional.
- Iglesias, A., & Sánchez, Z. (2015). Generalidades del clima organizacional.
- Juárez, A. (2012). Clima organizacional y satisfacción laboral.
- Ladino, P. (2017). Comunicación organizacional.
- Meléndez, G. (2019). Comunicación organizacional y la gestión escolar desde la perspectiva de los docentes de una institución educativa pública de Lima.
- Neira, Y. (2021). Incidencia de la comunicación organizacional sobre el compromiso de los colaboradores en organizaciones públicas y privadas.
- Peiró, J., & Bresó, I. (2012). La comunicación en las organizaciones.
- Peña, M., Montero, J., & Parra, J. (2020). Estrategia de comunicación organizacional para escuelas de la educación primaria.
- Pérez, K., Cuitiva, L., Mendoza, J., Toro, G., & Bohórquez, J. (2021). Determinantes del clima organizacional de las sedes de la empresa cosméticos jhonvery s.a.s en la ciudad de sincelejo del departamento de sucre, en los años 2019 y 2020.
- Pérez, M., Sayas, B., & Suárez, K. (2020). Clima organizacional y su relación con el desempeño laboral en el Hospital Universitario de Sincelejo, Colombia.





- Pinzón, M. (2020). Descripción de los niveles de comunicación organizacional.
- Quecedo, R., & Castaño, C. (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa.
- Rizo, M. (2014). Ser, comunicación y vida cotidiana. Algunas claves para una lectura ontoética de la comunicación.
- Sandoval, M. d. (2004). Concepto y dimensiones del clima organizacional.
- Segredo, A., García, A., León, P., & Perdomo, I. (2017). Desarrollo organizacional, cultura organizacional y clima organizacional. Una aproximación conceptual.
- Solorzano, B., & Calsin, J. (2020). Comunicación organizacional y su relación con la satisfacción laboral de los conductores de la empresa de transporte turismo Sagitario S.R.L., Juliaca – 2020.
- Taylor, S., & Bogdan, J. (1987). Introducción a los métodos cuantitativos de investigación.
- Valencia, E., & Castaño, E. (2021). Comunicación organizacional y felicidad en el trabajo.

