



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

TRABAJO DE GRADO

Presentado para optar al título de:

LICENCIADO EN RELACIONES INDUSTRIALES
(INDUSTRIÓLOGO)

**Título: NIVEL DE RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL Y LA SATISFACCIÓN LABORAL EN LOS
EMPLEADOS DE SERVIQUIM C.A.**

Realizado por:

Montilla Ramos, Valeria Cenaïd

Pestana De Freitas, Veronica Pestana

Profesor guía:

Mazquiaran, Carlos

RESULTADO DEL EXAMEN:

Este Trabajo de Grado ha sido evaluado por el Jurado Examinador y ha obtenido la calificación de:
_____ () puntos.

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Nombre: _____ Firma: _____

Caracas, ____ de _____ de _____

**UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA: RELACIONES INDUSTRIALES
OPCIÓN: RECURSOS HUMANOS**

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

**NIVEL DE RELACIÓN ENTRE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LA
SATISFACCIÓN LABORAL EN LOS EMPLEADOS DE SERVIQUIM C.A.**

Tesista: Valeria Cenaïd Montilla Ramos

Tesista: Verónica Pesta De Freitas

Tutor: Carlos Mazquiaran

Caracas, 26 de septiembre de 2014.

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen por darme la fuerza que necesitaba iluminando siempre mi camino.

A mi mamá; porque gracias a ella he logrado conquistar mis metas y por ser mi fuente de apoyo en todo momento. Eres mi mayor ejemplo a seguir.

A mis hermanas; por ayudarme a mantenerme en el camino y por los consejos que me daban cuando más lo necesitaba.

A cada uno de mis familiares por darme su apoyo incondicional durante estos años de estudio.

A tí Enrique; por compartir conmigo este recorrido, por estar siempre presente en las buenas y en las malas y ser parte de mis logros. ¡Lo logramos!

A Virginia y Verónica por ser compañeras incondicionales durante la carrera y durante este proyecto.

Valeria Cenaïd Montilla Ramos.

A mi papá; porque aunque no estés siempre te tengo presente, y es que todo lo que tengo te lo debo a ti. Gracias.

A mi mamá; por mantenerme siempre en el camino indicado.

A mis hermanos; por sus consejos y regaños que me ayudaban a entender los problemas y dificultades de la vida.

A mi Lusha; por hacerme tan feliz.

A mi novio; por estar conmigo en esos momentos que más lo necesitaba. Por hacerme entender que lo mejor para mí era terminar mis estudios.

A mis amigas Nataly y Virginia; por ser incondicionales conmigo y ayudarme a concluir mi carrera.

Y a mi compañera de tesis Valeria; porque gracias a ella he logrado esta meta.

Verónica Pestana de Freitas.

AGRADECIMIENTOS

Este logro se lo debemos y agradecemos a nuestros padres, por darnos la oportunidad de cumplir este sueño. Por compartir sus enseñanzas de vida con nosotras.

A nuestro Dios, por mantenernos fuertes ante las adversidades.

A nuestro tutor Carlos Mazquiaran, por aceptarnos y enseñarnos el camino indicado, a través de sus correcciones y consejos.

A nuestros familiares, que estuvieron presentes en todo momento y que nunca dejaron de creer en nosotras.

Y a nuestros amigos y compañeros, por ser parte de este camino que hemos transitado durante estos últimos años.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	xiv
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
OBJETIVOS	23
1.1 OBJETIVO GENERAL.....	23
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	23
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	24
SATISFACCIÓN	24
1. SATISFACCIÓN LABORAL.....	24
1.1. CONCEPTUALIZACIÓN.....	25
1.2. ANTECEDENTES.....	26
1.3. FACTORES QUE PRODUCEN SATISFACCIÓN LABORAL.....	33
1.4. IMPORTANCIA DE LA SATISFACCIÓN EN EL ÁMBITO LABORAL.....	34
COMUNICACIÓN	35
1.1 LA COMUNICACIÓN.....	35
1.2. CONCEPTUALIZACIÓN.....	36
1.3. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.....	36
1.4. LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	37
1.5. TIPOS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	38

CAPÍTULO III MARCO REFERENCIAL	41
1.1 RESEÑA HISTÓRICA.....	42
1.2 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.....	43
CAPÍTULO IV MARCO METODOLÓGICO	45
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	45
✓ SEGÚN EL TRATAMIENTO DE VARIABLES	
✓ SEGÚN EL PROPÓSITO	
✓ SEGÚN SU TEMPORALIDAD	
MÉTODO.....	47
UNIDAD DE ANÁLISIS.....	47
POBLACIÓN Y MUESTRA.....	47
TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	48
✓ TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	
✓ TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
✓ TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	
OPERACIONALIZACIÓN.....	51
CONSIDERACIONES ÉTICAS Y FACTIBILIDAD.....	61
CAPÍTULO V ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	62
CAPÍTULO VI CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109

CONCLUSIONES.....	109
RECOMENDACIONES.....	110
BIBLIOGRAFÍA.....	112
ANEXO.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1. CODIFICACIÓN POR GÉNERO.....	56
TABLA N° 2. CODIFICACIÓN POR EDAD.....	56
TABLA N°3. CODIFICACIÓN POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	56
TABLA N° 4. CODIFICACIÓN POR NIVEL DE CARGO.....	57
TABLA N° 5. ESCALA PARA SATISFACCIÓN LABORAL.....	57
TABLA N°6. ESCALA PARA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	57
TABLA N° 7. ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD DE LA SATISFACCIÓN LABORAL.....	58
TABLA N° 8. ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD PARA CADA DIMENSIÓN DE LA SATISFACCIÓN LABORAL.....	58
TABLA N° 9. ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD PARA LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	59
TABLA N° 10. ESTADÍSTICOS DE FIABILIDAD PARA CADA FACTOR DE LA COMUNICACIÓN.....	59
TABLA N° 11. CONSTITUCIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO AL GÉNERO.....	61
TABLA N°12. CONSTITUCIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO A LA EDAD.....	63
TABLA N° 13. CONSTITUCIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO AL NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	64

TABLA N° 14. CONSTITUCIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO AL NIVEL DEL CARGO.....	65
TABLA N°15. CONSTITUCIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO A LOS AÑOS DE ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA.....	66
TABLA N° 16. MEDIAS DE LA ANTIGÜEDAD.....	67
TABLA N° 17. MEDIAS DE LA JERARQUÍA.....	68
TABLA N° 18. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE SATISFACCIÓN.....	68
TABLA N° 19. DIFERENCIA RELACIONALES ENTRE LOS PARES DE SATISFACCIÓN LABORAL. REMUNERACIÓN.....	71
TABLA N° 20. RECORRIDO ENTRE LOS VALORES SUPERIOR E INFERIOR DE LOS PARES DE REMUNERACIÓN.....	72
TABLA N° 21. DIFERENCIA RELACIONALES ENTRE LOS PARES DE SATISFACCIÓN LABORAL. PROMOCIÓN.....	73
TABLA N° 22. RECORRIDO ENTRE LOS VALORES SUPERIOR E INFERIOR DE LOS PARES DE PROMOCIÓN.....	74
TABLA N° 23. DIFERENCIA RELACIONALES ENTRE LOS PARES DE SATISFACCIÓN LABORAL. SUPERVISIÓN.....	75
TABLA N° 24. RECORRIDO ENTRE LOS VALORES SUPERIOR E INFERIOR DE LOS PARES DE SUPERVISIÓN.....	76

TABLA N° 25. DIFERENCIA RELACIONALES ENTRE LOS PARES DE SATISFACCIÓN LABORAL. BENEFICIOS.....76

TABLA N° 26. RECORRIDO ENTRE LOS VALORES SUPERIOR E INFERIOR DE LOS PARES DE BENEFICIOS.....77

TABLA N° 27. DIFERENCIA RELACIONALES ENTRE LOS PARES DE SATISFACCIÓN LABORAL. RECOMPENSAS.....78

TABLA N° 28. RECORRIDO ENTRE LOS VALORES SUPERIOR E INFERIOR DE LOS PARES DE RECOMPENSAS.....78

TABLA N° 29. DIFERENCIA RELACIONALES ENTRE LOS PARES DE SATISFACCIÓN LABORAL. CONDICIONES.....79

TABLA N°30. RECORRIDO ENTRE LOS VALORES SUPERIOR E INFERIOR DE LOS PARES DE CONDICIONES.....80

TABLA N° 31. DIFERENCIA RELACIONALES ENTRE LOS PARES DE SATISFACCIÓN LABORAL. COMPAÑEROS.....80

TABLA N° 32. RECORRIDO ENTRE LOS VALORES SUPERIOR E INFERIOR DE LOS PARES DE COMPAÑEROS.....81

TABLA N° 33. DIFERENCIA RELACIONALES ENTRE LOS PARES DE SATISFACCIÓN LABORAL. TRABAJO.....81

TABLA N° 34. RECORRIDO ENTRE LOS VALORES SUPERIOR E INFERIOR DE LOS PARES DE TRABAJO.....82

TABLA N° 35. COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. NORMAS DE LA EMPRESA.....85

TABLA N° 36. COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. FUNCIONES DEL CARGO.....	87
TABLA N° 37. COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. CAMBIOS INTERNOS.....	89
TABLA N° 38. COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO....	91
TABLA N° 39. COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. CURSOS DE ENTRENAMIENTO....	93
TABLA N° 40. COMUNICACIÓN. EMISOR. NORMAS DE LA EMPRESA.....	95
TABLA N° 41. COMUNICACIÓN. EMISOR. FUNCIONES DEL CARGO.....	97
TABLA N° 42. COMUNICACIÓN. EMISOR. CAMBIOS INTERNOS.....	99
TABLA N° 43. COMUNICACIÓN. EMISOR. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.....	101
TABLA N° 44. COMUNICACIÓN. EMISOR. CURSOS DE ENTRENAMIENTO.....	103
TABLA N° 45. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS DE COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN.....	105
TABLA N° 46. CORRELACIONES ENTRE COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN.....	107

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO AL GÉNERO.....	63
GRÁFICO N° 2: COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO A LA EDAD.....	64
GRÁFICO N° 3: COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO AL NIVEL DE INSTRUCCIÓN.....	65
GRÁFICO N° 4: COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO AL CARGO.....	66
GRÁFICO N° 5: COMPOSICIÓN DE LA MUESTRA DE ACUERDO A LOS AÑOS DE ANTIGÜEDAD EN LA EMPRESA.....	67
GRÁFICO N° 6: MEDIAS DE LAS DIMENSIONES DE SATISFACCIÓN LABORAL.....	70
GRÁFICO N° 7: ANÁLISIS DEL GRÁFICO BLOX-PLOT. SATISFACCIÓN LABORAL.....	83
GRÁFICO N° 8: COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. NORMAS DE LA EMPRESA.....	86
GRÁFICO N° 9: COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. FUNCIONES DEL CARGO.....	88
GRÁFICO N° 10: COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. CAMBIOS INTERNOS.....	90
GRÁFICO N° 11: COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.....	92
GRÁFICO N° 12: COMUNICACIÓN. MEDIO/CANAL. CURSOS DE ENTRENAMIENTO.....	94
GRÁFICO N° 13: COMUNICACIÓN. EMISOR. NORMAS DE LA EMPRESA.....	96
TABLA N° 14. COMUNICACIÓN. EMISOR. FUNCIONES DEL CARGO.....	98
TABLA N° 15. COMUNICACIÓN. EMISOR. CAMBIOS INTERNOS.....	100

TABLA N° 16. COMUNICACIÓN. EMISOR. EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.....	102
TABLA N° 17. COMUNICACIÓN. EMISOR. CURSOS DE ENTRENAMIENTO.....	104
GRÁFICO N° 18: ANÁLISIS DEL GRÁFICO BLOX-PLOT. SATISFACCIÓN LABORAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	105
GRÁFICO N° 19: DIAGRAMA DE DISPERSIÓN. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SATISFACCIÓN LABORAL.....	108

RESUMEN

Hoy en día la preocupación por parte de las empresas de mantener un capital humano altamente capacitado y satisfecho con la labor que realizan, se ha convertido en una meta más para las organizaciones, por lo cual se han visto en la necesidad de realizar grandes inversiones en distintas herramientas y mecanismos que ayuden a desarrollar la satisfacción laboral de su capital humano.

La comunicación interna forma parte de los elementos claves que influyen en los niveles de satisfacción de un trabajador, debido a que en las organizaciones se genera un flujo constante de información y señales que, de no ser recibidas a tiempo y decodificadas correctamente por su receptor podrían generar atrasos en las respuestas deseadas, creando lentitud en cada uno de los procesos, obstaculizando el alcance de los objetivos o metas planteadas y ocasionando desmejoras en los niveles productivos de la organización. Además las fallas en el ámbito comunicacional, causan distintos niveles de insatisfacción para los trabajadores, por ende pueden percibir que no cumplen con los objetivos propuestos, no comprenden a totalidad la labor que debe realizar o no divisan adecuadamente lo que sucede en la organización, lo que nos ha generado el interés de desarrollar el siguiente estudio en donde se toma una muestra representativa de los trabajadores administrativos de ServiQuim, C.A ubicada en el área metropolitana de Caracas, con el fin de conocer el nivel de relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral, en base a las teorías propuestas por Spector (2002), el cual identifica dos enfoques para estudiar la satisfacción laboral: el enfoque general y el enfoque en facetas, haciendo uso del instrumento propuesto por el mismo autor, conocido como Job Satisfaction Survey (1985) que sustenta su teoría, siendo estas las bases fundamentales de la investigación.

Descriptores: satisfacción laboral, comunicación organizacional, empleados de una empresa de consumo masivo.

INTRODUCCIÓN

Actualmente las empresas reconocen el valor potencial que tiene el capital humano como un elemento diferenciador ante otras organizaciones, generando una ventaja competitiva y logrando el alcance de los objetivos, con el fin de posicionarse como una empresa líder en el mercado. Por tal razón, las organizaciones se han abocado en invertir en diversas herramientas y mecanismos con el fin de captar y mantener al capital humano más capacitado.

Un ejemplo de ello, es el uso de estrategias comunicacionales para incrementar la satisfacción en los trabajadores, debido a que hoy en día las organizaciones precisan establecer cuáles son los factores que influyen en el bienestar de las personas, entre ellos se encuentran la interacción que tiene un trabajador con el resto de sus compañeros de trabajo y la relación que tiene con sus jefes, las reglas y políticas organizacionales, el desempeño, las condiciones de trabajo, el salario, los beneficios, los reconocimientos, la supervisión, el sentido de pertenencia con el puesto de trabajo, la cultura organizacional, entre otros.

Partiendo de lo expuesto anteriormente se procura analizar variables relevantes tanto para la organización como para las personas que forman parte de ella. Por ende, el presente estudio busca analizar el nivel de relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los empleados de una empresa de consumo masivo.

El siguiente estudio está compuesto por cuatro capítulos que le dan forma y coherencia a esta investigación. A continuación se describirá brevemente cada uno de ellos.

Capítulo I: Planteamiento del problema.

En esta sección se presenta distintos argumentos que respaldan el desarrollo de la pregunta de investigación y se establece el objetivo general y los objetivos específicos.

Capítulo II: Marco teórico.

El siguiente capítulo expone un conjunto de conceptos, antecedentes, teorías y elementos de relevancia que sustentan el estudio como la teoría de la jerarquía de necesidades

de Maslow (1954), teoría bifactorial de Herzberg (1959), Modelo Job Satisfaction Survey de Spector (1985).

Capítulo III: Marco referencial.

Comprende la reseña histórica de la organización a estudiar (Serviquim C. A) y la estructura organizativa de la misma.

Capítulo IV: Marco metodológico.

En este capítulo se describe la metodología utilizada durante la investigación: el diseño de la investigación según el tratamiento, el propósito y la temporalidad de las variables, el método, la unidad de análisis, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección (técnicas de investigación, técnicas de recolección de datos y técnicas de análisis de datos), se presenta la operacionalización de las variables satisfacción laboral y comunicación organizacional, finalmente se concluye con las consideraciones éticas y la factibilidad de la investigación.

Capítulo V: Análisis de los resultados.

Este capítulo está conformado por el análisis de los datos obtenidos mediante los instrumentos de recolección de datos aplicados para cada variable.

Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones.

Finalmente se presentan en este capítulo las diferentes conclusiones a las que se llegaron de acuerdo a los resultados obtenidos y se emiten un conjunto de recomendaciones a tomar en cuenta para próximos estudios.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

García (2007) indica que las organizaciones están estructuradas por un sistema sociotécnico complejo, colmado de diversos recursos y experiencia tecnológica, que a su vez, está conformado por personas con distintos intereses, conocimientos varios, entre otros, con marcos conceptuales específicos, donde se vinculan por medio de un conglomerado de relaciones tanto formales como informales que desean evitar poseer una visión maquinal en todos los procesos de la organización.

Actualmente, las organizaciones buscan promover el desarrollo y la evolución de su capital humano conduciéndolo al crecimiento personal y profesional con el objetivo de aumentar la satisfacción laboral. Conocer el nivel de satisfacción laboral que posee un individuo es trascendental para la organización, ya que un trabajador satisfecho es más conveniente para la misma en términos de crear ventaja competitiva mediante el desempeño profesional y así, alcanzar los objetivos y metas organizacionales. Aunque, esto muchas veces signifique realizar grandes inversiones en recursos estratégicos que faciliten la consecución de dicha satisfacción.

El estudio sobre la satisfacción en el trabajo inició en 1927 con un grupo de investigaciones entre los cuales se encuentran los estudios de Hawthorne de la Wester Electric Company realizadas por Elton Mayo. Desde entonces, muchos investigadores como Hoppock (1935), Beer (1964), Locke (1976), Velásquez (1982), Robbins (1998) se han abocado a estudiar la satisfacción laboral desde diversas perspectivas y variables que la afectan.

Originariamente se realizaron estudios de diversas variables como el estilo de supervisión, las actitudes de los empleados hacia el trabajo y la productividad. A lo largo del

tiempo las organizaciones han procurado incrementar la utilidad económica de la empresa, sin tomar en cuenta la satisfacción de los trabajadores en el campo laboral. Sin embargo, poco a poco las organizaciones han ido integrando dentro de su sistema aspectos de carácter social, dándole importancia al bienestar socio-laboral del individuo, garantizando no solo el beneficio económico, sino la satisfacción con la labor que realiza.

Viamontes, (2010) menciona que en la actualidad la satisfacción laboral es de gran importancia para el desarrollo de las organizaciones, ya que garantiza el bienestar de los trabajadores generando un aumento en la productividad laboral, entre otras cosas, debido a que hay motivación e identidad con los objetivos de la empresa.

Cuando se genera insatisfacción en el trabajo motivado al no cumplimiento de las expectativas planteadas por el trabajador, por un ambiente laboral no adecuado o por la falta de comunicación, se forman actitudes negativas que pueden perjudicar el buen desempeño de las tareas relacionadas al puesto de trabajo, trayendo consecuencias negativas en el desarrollo general de la empresa. Es por ello, que en las investigaciones como la de Herencia (2003) recomiendan, entre otras cosas, que en las organizaciones se promueva una comunicación y un clima organizacional apropiado a través de políticas donde se gestione adecuadamente las necesidades de cada trabajador para que la satisfacción aumente y se logre el desempeño deseado.

La satisfacción laboral en una organización se puede definir como el conjunto de actitudes que tiene un trabajador hacia las tareas asignadas a su puesto de trabajo. Estas actitudes vendrán definidas por todas las características que engloba el puesto de trabajo (González, 2006, p. 117).

Hoy en día las empresas necesitan determinar cuáles son los factores que influyen en el bienestar de las personas. Por lo que Robbins (2004) señala que dentro de los factores más importantes está la interacción que tiene un trabajador con el resto de sus compañeros de trabajo y la relación que tiene con sus jefes, las reglas y políticas organizacionales, el desempeño, las condiciones de trabajo, el salario, los beneficios, los reconocimientos, la supervisión, el sentido de pertenencia con el puesto de trabajo, la cultura organizacional, entre otros.

Diversos estudios como los de Albizú (1992), Rosenthal (2000), Di Nardo (2005) entre otros han demostrado que la satisfacción laboral dentro de las organizaciones se ve influenciada por un proceso de comunicación organizacional estratégico, es por ello que en la actualidad, muchas empresas han optado en aplicar diversas políticas comunicacionales para incrementar la satisfacción laboral de su capital humano.

El capital humano que forma parte de las organizaciones son una pieza fundamental en la diferenciación con otras empresas, generando una ventaja competitiva la cual tiende a perdurar a lo largo del tiempo, por ende la fuerza trabajadora es una de las principales características de la organización que la distingue de sus competidores. Es por ello que el uso de la comunicación organizacional como herramienta para el desarrollo del recurso humano y el incremento de la satisfacción laboral ha pasado a ser uno de los medios de gestión clave para además de crear ventaja competitiva poder alcanzar los objetivos de la organización y contribuir a su constante crecimiento.

Se ha evidenciado que la comunicación organizacional puede tener algún impacto en la satisfacción laboral, ya que la misma se enfoca en “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio” (Fernández, 1991, p. 30). Por otra parte, se señala que “nuestro fin básico (al comunicarnos) es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea” (Berlo, 1979. p. 265).

Por lo que es importante que las organizaciones tomen en cuenta un modelo de comunicación que desarrolle de manera adecuada sus procesos para fortificar sus objetivos y lograr el éxito esperado. La falta de estrategias internas de comunicación podría generar lentitud en el desarrollo de los procesos trayendo como consecuencia atraso en la respuesta que se espera obtener.

De tal modo, es posible señalar que si existen fallas de comunicación en la organización se producirán alteraciones negativas en la dinámica organizacional, las cuales se justifican por falta de información o información recibida a medias, lo cual posiblemente

produzca un desequilibrio en el clima organizacional, generando incomodidad en el área laboral, conflictos entre los individuos que laboran dentro de la organización y entre otros aspectos negativos baja satisfacción laboral.

Green, S. Blank, W. y Liden, R. (1983) realizan un estudio, en una empresa bancaria americana, basada en la satisfacción laboral y la relación que podría tener ésta con el tamaño de la organización y su posicionamiento en el mercado mencionado, por lo que se focalizan en realizar una comparación tomando en cuenta variables como desempeño, compromiso, comunicación y la satisfacción no solo laboral sino con el jefe inmediato, con los supervisores y compañeros de trabajo. Como resultado obtuvieron que existía una alta relación entre las características del mercado y la organización y que las percepciones individuales de las relaciones interpersonales que se daban en la empresa afectaba la satisfacción de los empleados.

Por otro lado, Herencia (2003) realiza un estudio enmarcado en asociar las variables de satisfacción laboral, imagen corporativa y comunicación organizacional interna, específicamente, en cómo es recibida y percibida la información en una organización del sector salud. Tras la aplicación de una encuesta concluye que:

No se han encontrado resultados que permitan concluir que el índice de dispersión de respuesta se pueda relacionar con los niveles de satisfacción laboral, para todos los aspectos considerados al analizar la comunicación interna. La discrepancia entre los temas acerca de los cuales al profesional le gustaría recibir información es el único aspecto que se relaciona con los niveles de satisfacción laboral de los profesionales (Herencia, 2003, p. 33)

Partiendo de lo expuesto anteriormente Green et al. (1983) y Herencia (2003) concuerdan que de una u otra forma la comunicación organizacional es uno de los factores relacionados con la satisfacción laboral.

En Venezuela se han realizado algunos estudios que involucren a estas dos variables.

Sin embargo, es preciso señalar que actualmente las organizaciones, se han abocado a profundizar en esta temática, buscando la forma de utilizar los conocimientos sobre comunicación organizacional, como una herramienta de provecho para mantener un buen clima organizacional, incrementar la satisfacción laboral y alcanzar el logro de los objetivos organizacionales en congruencia con los objetivos personales que posea cada trabajador.

Sin embargo, se encontraron algunos antecedentes locales de investigaciones como el de Marín y Vera (1996), García y Urrea (1997), Jiménez y Pirela (2009). Estas investigaciones focalizan su estudio en la comunicación organizacional. Señalan, que la comunicación organizacional impacta de manera importante a la organización por lo que no debe perder importancia este proceso dentro del sistema. De tal modo que, las organizaciones en general deben tener presente la creación de estrategias comunicacionales que favorezcan los lazos de interacción entre los individuos y sirva de puente conector entre los otros procesos organizacionales para lograr de manera eficaz y efectiva los objetivos propuestos, con el fin, entre otras cosas, de lograr un incremento en los niveles de satisfacción de los trabajadores.

No sucede lo mismo cuando nos referimos a estudios realizados en otros países, ya que, existe un número mayor de investigaciones que intentan demostrar el impacto que genera la comunicación organizacional en la satisfacción laboral de un individuo, ejemplo de este tipo de investigaciones son las de Green et al. (1983), Herencia (2003) Zempoaltécatl (2004), García (2011), quienes han intentado demostrar, unos de manera más explícita que otros, que los procesos de comunicación impactan de forma importante a la organización y a la satisfacción que puedan sentir sus empleados, a su vez involucran a otras variables como clima organizacional, percepción de la empresa etc., que consideran pueden afectar la satisfacción laboral del individuo por lo que en ocasiones puede perderse la importancia de la influencia de la variable comunicación organizacional para explicar el fenómeno de satisfacción laboral en una organización.

De tal modo que, partiendo de los supuestos mencionados anteriormente es importante señalar que las investigaciones focalizadas en dos grandes variables como lo son: satisfacción laboral y comunicación organizacional, son pocas. Actualmente con la importancia que se le

está dando al individuo dentro de la organización, surge un interés particular por parte de las empresas por implementar mecanismos comunicacionales que incrementen la satisfacción laboral de su capital humano y saber hasta qué punto la satisfacción laboral se ve afectada por los procesos de comunicación que se dan en la empresa. Por lo que estas nuevas inquietudes en el mercado empresarial nos llevan a plantearnos la siguiente interrogante:

¿Cuál es la relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los empleados de una empresa del sector consumo masivo?

OBJETIVOS

1.1 Objetivo General:

Determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los empleados de una empresa de consumo masivo.

1.2 Objetivos Específicos:

- Identificar el nivel de satisfacción laboral de los empleados de una empresa de consumo masivo.
- Describir los mecanismos comunicacionales que funcionan dentro de la organización.
- Describir el uso de los medios de comunicación por parte de la empresa.
- Conocer la percepción que tienen los empleados de los mecanismos comunicacionales de la empresa.
- Relacionar los niveles de satisfacción laboral que posean los empleados de una empresa de consumo masivo con la variable comunicación organizacional.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El siguiente estudio tiene como objetivo conocer el grado de satisfacción laboral que es generado por distintos mecanismos de comunicación dentro de una organización. Esta investigación estará sustentada por una serie de conceptos respecto al tema, que le darán al estudio un sentido lógico y coherente, el cual servirá para abordar el problema de investigación. Asimismo, será la base que facilitará la interpretación de los resultados obtenidos.

Satisfacción

Según Veenhoven (1994) la satisfacción que tiene un individuo con la vida, es denominada como calidad de vida. Muchas personas investigan aspectos de la satisfacción con el fin de definir que es una buena vida y conocer lo bien que se vive. La razón por la cual se ha decidido comenzar esta investigación teórica definiendo la satisfacción, se debe a que el trabajo en muchas ocasiones se traslada a la vida personal y cotidiana del individuo, al ser considerado un elemento fundamental para el buen vivir. El trabajo es percibido como un determinante esencial de la calidad de vida, donde, sí se está satisfecho con el mismo, la calidad de vida en general aumenta.

1. Satisfacción Laboral

“El modelo tradicional de satisfacción laboral se centra en las percepciones que una persona tiene respecto a su trabajo. Sin embargo, lo que produce satisfacción o insatisfacción

laboral no depende de la naturaleza del trabajo, pero sí de las expectativas que se cree que el trabajo puede proporcionar” (Peya, 2008, p.1)

En otras palabras, las actitudes que tiene un empleado en su trabajo se verá condicionada por la satisfacción que se genera entre el trabajo que le toca realizar y las expectativas que pretende lograr, es decir, si se llega a cumplir dichas expectativas, provenientes de la ejecución del trabajo, se puede estar en presencia de satisfacción laboral, de no cumplir dichas expectativas podría generarse entonces lo que se denomina insatisfacción laboral.

1.1 Conceptualización

La satisfacción laboral en la actualidad posee múltiples definiciones, sin embargo, para Viamontes (2010) existe una aprobación por parte de la comunidad científica en donde se define a la satisfacción laboral como una actitud que tiene una persona ante su trabajo y que dicha actitud se refleja en los sentimientos, en los estados de ánimo y los comportamientos que están estrechamente relacionados a su actividad laboral.

Para profundizar en el tema de satisfacción laboral que puede tener un individuo frente a su trabajo, se presenta a continuación una serie de definiciones y evidencias que la sustentan. A lo largo del tiempo muchos escritos han concordado que una de las definiciones más específicas y congruentes de satisfacción laboral es la propuesta por Edwin A. Locke. Este autor la define como “un estado placentero o positivo, resultante de la valoración del trabajo o de las experiencias laborales del sujeto” (Locke, 1976, cp. Chiang, Núñez & Martin, 2010, p. 154)

Para Chiang et al. (2010) la definición de Locke (1976) admite que la satisfacción laboral contiene aspectos específicos que pueden generar satisfacción, estos aspectos son: las condiciones laborales, el trabajo, los colegas de trabajo, el salario, los incentivos, la

supervisión, las distintas oportunidades de promoción, entre otros. Todos estos aspectos en conjunto pueden definir lo que es la satisfacción laboral de un trabajador.

Por otra parte, Chiang et al. (2010) indican que existen definiciones que explican que la satisfacción laboral produce bienestar en la vida personal de los trabajadores, “La importancia de la satisfacción laboral es que para la mayoría de los trabajadores esto es un medio que facilita el objetivo de la satisfacción personal” (Chiang, Núñez & Martin, 2010, p. 151)

Entre los años sesenta y noventa Chiang et al. (2010) recopilaron una serie de definiciones que señalan a la satisfacción laboral como una actitud y una emoción que se da hacia el trabajo. La definición más importante es la de Locke (1976) como se indicó anteriormente.

Partiendo de la definición que Robbins (2004) elabora, la satisfacción laboral no es otra cosa que el resultado de distintas actitudes que tienen los empleados de una organización hacia su trabajo. Estas actitudes pueden ser de agrado o desagrado y son influenciadas por distintos factores que se presentan en un ambiente laboral.

En consecuencia, estos factores generan satisfacción laboral, y dependerá de cómo se desarrollan todos estos aspectos en la empresa para que la actitud hacia las tareas y el cargo sean las más adecuadas.

Spector (2002) también señala que la satisfacción laboral es un cúmulo de actitudes o sentimientos relacionados al trabajo. Este autor indica que la satisfacción es una variable de actitud que exterioriza la percepción que tiene un empleado respecto a su trabajo.

1.2 Antecedentes

Di Nardo (2005) expone que el estudio de la naturaleza en sí, de la satisfacción laboral, comienza en los años 30. Sin embargo, en 1927 ya se había iniciado una serie de investigaciones en relación a la satisfacción laboral. Estos estudios fueron realizados por Elton Mayo en 1927, en los que destacó la importancia de variables como la productividad, la inspección y las actitudes de los trabajadores hacia su labor.

Partiendo de estos estudios se fue conociendo lo que era una actitud afectiva hacia el trabajo, es decir satisfacción laboral. Los estudios sistemáticos sobre el tema comenzaron al momento de nacer un verdadero interés por investigar la satisfacción laboral, y la influencia que esto tiene en el rendimiento laboral y en la calidad de vida de los trabajadores, en otras palabras, “la satisfacción laboral es probablemente la actitud ante el trabajo más estudiada desde que empezó a ser considerada explícitamente en los años treinta, como parte esencial del comportamiento humano en ambientes de trabajo” (Brief, 1998, cp. Galaz & Contreras, 2003, p.17).

En la actualidad existe una gran diversidad de teorías que han sido investigadas y desarrolladas a lo largo de los últimos años, que explican desde distintos enfoques a la satisfacción laboral, los factores que la producen y los efectos que tiene sobre el desarrollo de la empresa y sobre la actitud del trabajador.

Parra, Sarella, Paravic y Tatiana (2002) indican que uno de los pioneros en realizar investigaciones sobre satisfacción laboral es Hoppock (1935). Este autor publicó la primera investigación sobre satisfacción laboral, donde desarrolló un análisis profundo sobre aquellos factores que tienen gran influencia en la satisfacción de los trabajadores. Estos factores son: fatiga, monotonía, condiciones laborales y supervisión.

Desde entonces las organizaciones han comenzado a tener mayor interés en el ambiente laboral de sus trabajadores, buscando la manera de disminuir el impacto negativo que pueda tener dichos factores en sus empleados, con la finalidad de desarrollar en ellos satisfacción en el trabajo y generar el rendimiento profesional deseado por la empresa.

La satisfacción laboral, la mayoría de las veces, genera un aumento en el rendimiento laboral favoreciendo a las organizaciones. Por otra parte González (2006) indica que la insatisfacción puede generar un aumento sustancial en el absentismo laboral, sin embargo, una persona satisfecha faltaría menos al trabajo, debido a que existen factores que mantienen esa satisfacción laboral.

El aumento o disminución del rendimiento de un individuo está condicionado al grado de satisfacción que puede tener este dentro de la organización, por lo tanto la satisfacción es

considerada como la causa del rendimiento del trabajador (a mayor satisfacción, mayor rendimiento) (González, 2012, p.121).

Extendiendo lo anteriormente expuesto, Chiang et al. (2010) partiendo de la teoría de la jerarquía de necesidades de Maslow (1954), explican que sugiere la creación de un ambiente organizativo que permita que cada trabajador pueda satisfacer todas sus necesidades, desde las más elementales (alimento, vestuario, vivienda) hasta la que él denomina el plano más elevado: la necesidad que tiene las personas de autorrealización.

Chiang et al. (2010) desarrollan en su libro la teoría de Maslow (1954), donde divide las necesidades en cinco niveles ordenados jerárquicamente según su importancia. El nivel superior o primario son las necesidades fisiológicas que tiene un individuo de supervivencia; el segundo nivel son las necesidades de seguridad, protección y estabilidad; el tercer nivel son las necesidades de amor y sentido de pertenencia; el cuarto nivel son las necesidades de autoestima; y por último están las necesidades de autorrealización y autosatisfacción. Según la teoría de este autor los trabajadores que tienen mayor satisfacción laboral son aquellos cuyos cargos posean la capacidad de cubrir con la mayoría de dichas necesidades.

Por otro lado, a finales de los años cincuenta surge otra teoría que es fundamental en la explicación de los factores que influyen en la satisfacción laboral. Esta teoría es la bifactorial expuesta principalmente por Frederick Herzberg.

En los escritos de Chiang et al. (2010) está plasmado la investigación realizada por Herzberg et al. (1959), donde descubrieron que los ascensos, los reconocimientos, los logros, la responsabilidad, entre otros, son aquellos aspectos que forman parte del contenido del trabajo que influyen en la satisfacción laboral. Asimismo, dieron a conocer que la insatisfacción se genera por factores relacionados a las normas de la empresa, las condiciones laborales, la supervisión y los sueldos.

Los objetivos de la teoría bifactorial se enfocaron en conocer cuáles eran aquellos factores que afectaban la satisfacción y la insatisfacción laboral, además se buscaba conocer los efectos que pudieran tener en el rendimiento laboral.

Para Viamontes (2010) el estudio de Herzberg (1959) considera la presencia de un agente laboral extrínseco y un agente laboral intrínseco. Los extrínsecos son las situaciones de trabajo como la seguridad, los sueldos y salarios y las políticas organizacionales. Los agentes intrínsecos son los elementos que representan a la actividad laboral como el contenido del trabajo, los logros y la responsabilidad.

Esta teoría postula que los factores extrínsecos (factores higiénicos) tienen solamente la capacidad de prevenir la insatisfacción laboral, o ayudar a revertirla cuando ya está instalada, pero no son capaces de producir satisfacción. Esta capacidad queda limitada a los factores intrínsecos o motivadores. En otras palabras, la satisfacción sólo será el producto de los factores intrínsecos mientras que la insatisfacción estaría determinada por factores extrínsecos, desfavorables para el sujeto (Viamontes, 2010, p.1).

Un aspecto a considerar en relación a la teoría bifactorial es una acotación que realiza en su análisis Viamontes (2010) que permite no delimitarse solamente a lo expuesto por Herzberg (1959).

Si bien la distinción de factores extrínsecos e intrínsecos ha demostrado su utilidad en el estudio de este fenómeno psicosocial, resulta demasiado absoluto decir que los primeros no pueden producir satisfacción. Ambos tipos de factores tienen la capacidad de generar satisfacción y las variaciones en dicha capacidad estarán determinadas por las diferencias individuales (Viamontes, 2010, p.1).

Para Viamontes (2010) el enfoque de la equidad propuesta por Adams (1963) es fundamental para el estudio de la satisfacción laboral, ya que, “la satisfacción o insatisfacción estarán determinadas por las comparaciones que hace el individuo entre lo que aporta, lo que recibe a cambio y lo que aportan y reciben otros individuos en su medio de trabajo o marco de referencia” (Adams, 1963, cp. Viamontes, 2010, p.1).

También es transcendental para Chiang et al. (2010) considerar la Teoría de las Expectativas de Vroom (1964), ya que considera la satisfacción laboral como el producto de lo

que el trabajador pretende aportar a su labor partiendo de los beneficios que obtiene por dicho trabajo.

Continuando con las hipótesis que explican a la satisfacción laboral Chiang et al. (2010) hacen énfasis en la teoría del equilibrio expuesta por Lawler (1973). Este autor desarrollo esta teoría a partir de las diferentes aspectos que en hay en el trabajo. El objetivo de este modelo es explicar que, “la satisfacción o insatisfacción laboral es producida por la relación que se establece entre la expectativa y la realidad de una recompensa, entendiendo por recompensa todos aquellos reconocimientos que puedan existir en un entorno laboral” (Lawler, 1973, cp. Chiang, Núñez & Martin, 2010, p.181).

Cuando hay una actitud desfavorable por parte de un trabajador frente a su trabajo es porque probablemente exista insatisfacción laboral. Esta afirmación ha sido corroborada por las distintas teorías y definiciones que ya han sido mencionadas, por ello es importante destacar la existencia de tres enfoques esenciales para solucionar la insatisfacción laboral.

1. Realizar ajustes en las condiciones de trabajo, la supervisión, la compensación y el diseño del puesto; de tal forma que estas se adecuen lo máximo posible a las necesidades y exigencias de los trabajadores.
2. Trasladar a los obreros a otro puesto laboral o grupo de trabajo; con el propósito de alcanzar un mayor grado de compatibilidad entre sus particularidades subjetivas y las características de la actividad laboral.
3. Intentar cambiar las apreciaciones y expectativas que tienen los trabajadores con respecto a su labor. Este enfoque, resulta eficaz cuando existen dificultades en la comunicación organizacional que propician la gestación de noticias e interpretaciones erróneas (Viamontes, 2010, p.1).

La satisfacción o insatisfacción laboral es el resultado de las diferentes situaciones objetivas del trabajo y esto podría prever el comportamiento de los empleados dentro de la organización. Sin embargo, hay que considerar que el nivel de satisfacción de cada trabajador puede variar debido a que la satisfacción es subjetiva. Es decir, que aunque se presenten las mismas condiciones objetivas de trabajo no necesariamente habrá un mismo nivel de

satisfacción en todos los empleados. En consecuencia “La Satisfacción laboral es la respuesta afectiva que se deriva de una evaluación positiva o negativa del trabajo que se desempeña” (Agulló, 2006, p.121).

El ser humano es único e irrepetible, por lo tanto, sus niveles de satisfacción laboral serán también específicos. Los niveles de satisfacción estarán condicionados por la historia personal, la edad, el sexo, las aptitudes, la autoestima, la autovaloración y el entorno sociocultural donde se desenvuelve el sujeto. Estas particularidades desarrollarán un conjunto de expectativas, necesidades y aspiraciones en relación a las áreas personal y laboral que determinarán los niveles antes mencionados (Viamontes, 2010, p.1).

Sin embargo, es importante que las organizaciones puedan mantener a su capital humano satisfecho, ya que estos garantizan el buen funcionamiento de las empresas. Esta noción se ha ido desarrollando gracias a la gran cantidad de estudios que afirman este hecho. La siguiente definición señala como la satisfacción laboral se ha vuelto un tema primordial para las empresas, “la satisfacción laboral, entendida como un factor que determina el grado de bienestar que un individuo experimenta en su trabajo, se está convirtiendo en un problema central para la investigación de la organización” (Boada & Tous, 1993, cp. Chiang, Núñez & Martin, 2010, p.151).

Para finalizar con los antecedentes que producen satisfacción laboral tenemos el modelo Job Satisfaction Survey (JSS).

Este modelo fue desarrollado por Spector (1985) y se fundamenta en que la satisfacción laboral es una actitud que tiene un trabajador hacia su empleo. Esta actitud provoca que el trabajador se quede en un trabajo donde está satisfecho o se vaya de uno en donde está insatisfecho. Es importante destacar que para Spector (2002) la satisfacción en el trabajo se origina cuando existe cierta concordancia apropiada entre el trabajador y su puesto de trabajo.

Spector (2002) identifica dos enfoques para el estudio de la variable satisfacción. El primer enfoque es el general, donde la satisfacción es una percepción única y general que tiene las personas hacia su trabajo, y el segundo enfoque es el de facetas, donde se atienden todos los factores relacionados al trabajo, como la remuneración, los supervisores, los compañeros, las condiciones del trabajo y la naturaleza propia del empleo.

La satisfacción laboral según Spector (2002) es la percepción general que tiene un trabajador en relación al trabajo que realiza y a los aspectos que esta posee. Asimismo, indica que la satisfacción en el trabajo es el resultado de diversas interacciones que hay entre la organización y los trabajadores.

Otra característica del modelo JSS es que permite medir distintas variables relacionadas a la satisfacción laboral, lo que facilita conocer cuál de estas provoca satisfacción o insatisfacción en el trabajo. Estas variables son:

- Remuneración: entendida como justicia o equidad percibida de los sueldos.
- Ascensos y promociones: equidad percibida de las oportunidades y promociones.
- Supervisión: equidad y competencia en tareas gestionadas por el supervisor.
- Beneficios: Seguros, vacaciones y otras prestaciones complementarias.
- Reconocimiento: sentido de respeto, reconocimiento y agradecimiento.
- Condiciones de trabajo: percepción relacionada con las políticas, procedimientos, y reglas.
- Compañeros de trabajo: percepción de competencia y simpatía de sus colegas.
- Naturaleza del trabajo: disfrute de las tareas reales en sí.
- Comunicación: intercambio de información dentro de la organización.

(Murray, 1999, p.10).

Estas dimensiones están presentes en todos los niveles de una organización, donde cada una de ellas define la posición de los trabajadores y su nivel de satisfacción en relación al trabajo que realiza. Este modelo es ideal para medir variables de satisfacción laboral.

Por ende, debido a la importancia de la satisfacción laboral en esta investigación se tomara el modelo de Spector como guía de estudio, ya que permite medir una gran variedad de dimensiones que son esenciales para conocer los niveles de satisfacción o insatisfacción de los trabajadores de la empresa. Es importante destacar que una de las dimensiones es la comunicación siendo esta base fundamental de este trabajo.

1.3. Factores que producen satisfacción laboral

Como se ha mencionado en distintas ocasiones hay diversos factores que influyen en la satisfacción laboral como lo son la satisfacción que tiene un individuo con el contenido real de su trabajo. Para González (2006) los factores son:

- La buena disposición de trabajador para realizar sus tareas de la mejor forma posible.
- La existencia de diferentes tipos de actividades en el desarrollo del trabajo del individuo.
- Adecuada definición de su puesto de trabajo.
- Libertad para el sujeto, en cuanto al desarrollo de sus tareas y en la aplicación de diversos métodos de trabajo.
- Oportunidad de formación para el sujeto, respecto a su puesto de trabajo.
- Solución oportuna de los conflictos que puedan surgir.
- Adecuada retroalimentación sobre su rendimiento laboral.
- Grado de influencia de los demás compañeros de la organización, en cuanto al desarrollo de su trabajo (González, 2006, p.118).

La satisfacción laboral puede ser generada también por otros factores que no están dentro del contenido real del trabajo. Para González (2006) los factores como la adaptación al puesto de trabajo, el salario, el liderazgo y las condiciones laborales, también influyen en la satisfacción laboral.

Para Abrajan (2009) la satisfacción laboral según Newton y Keenan (1991) puede ser generada por la personalidad del trabajador o por el ambiente laboral. En donde, para otros

autores, la interacción de un trabajador con los demás empleados de una empresa y el ambiente organizacional influyen en la satisfacción, en consecuencia, “la satisfacción laboral en el área de trabajo es ampliamente determinada por la interacción entre el personal y las características del ambiente” (Hegney, Plank & Parker, 2006, p.107).

1.4 Importancia de la satisfacción en el ámbito laboral

Viamontes (2010) resalta los estudios de Herzberg (1959) al señalar que la satisfacción de un empleado no se genera solamente con buenas condiciones laborales, es necesario que el trabajo que le toque realizar a los trabajadores sea variado y posea diferentes retos, donde se le proporcione autonomía y responsabilidad con el fin de que puedan satisfacer sus necesidades de logro y realización exitosa del trabajo. Es importante subrayar que, “Se debe tomar en consideración que el reto no debe exceder las capacidades y habilidades del trabajador, pues se crearían sentimientos de frustración y fracaso y, por ende, disminuiría la satisfacción laboral” (Viamontes, 2010, p.1).

Así mismo, es trascendental acentuar que si un trabajador ejecuta adecuadamente su trabajo puede sentir satisfacción, ya que es un logro que el mismo ha realizado, y esto genera autosatisfacción. Si la satisfacción que siente ese trabajador es acompañada de recompensas y reconocimientos por parte de sus superiores es probable que cuando al trabajador le toque realizar tareas futuras se sienta más seguro de sí mismo y este más relacionado con los intereses y objetivos de la organización.

Por otro lado, la comunicación organizacional también posee un papel crucial en el desarrollo de una actitud afectiva hacia el trabajo. Es decir, con una buena comunicación interna es probable que se genere un aumento en la satisfacción laboral de los trabajadores.

Todos los aspectos que influyen en la satisfacción laboral se ve generalizado en lo expresado por Viamontes (2010), “La satisfacción laboral es un fenómeno multidimensional; en el que influyen las particularidades individuales de los sujetos, las características de la actividad laboral y de la organización y de la sociedad en su conjunto” (Viamontes, 2010, p.1).

Se puede decir que en la actualidad la satisfacción laboral se constituye en un elemento esencial para el logro de los objetivos humanos y organizacionales. Por esta razón, es necesario estudiarla de forma consecuente y lograr que los conocimientos generados sean aplicados de forma holística y humanista; de tal forma que no se obvie a la persona que es ese trabajador que se esfuerza y produce (Viamontes, 2010, p.1).

1.1 La Comunicación

Retomando los factores que influyen en la satisfacción laboral a continuación nos enfocaremos en el factor: Comunicación. Por lo que basándonos en Green et al. (1983) y Herencia (2003), en sus investigaciones exponen que entre los factores que afectan a la satisfacción está el proceso de comunicación que se desarrolla en la empresa. En estas investigaciones se le da importancia a la calidad de la comunicación que se genera entre el trabajador y sus supervisores inmediatos o gerentes y entre este y sus compañeros de trabajo. De esta manera queda en evidencia que la variable, comunicación, ha sido relacionada con la satisfacción laboral en diversos estudios.

Partiendo de lo expuesto anteriormente, es posible afirmar que uno de los factores influyentes en el proceso de satisfacción es la comunicación. Una reflexión que engloba la variable satisfacción y comunicación organizacional es la expresada por Viamontes (2010) cuando señala que “el trabajo le permite al hombre satisfacer necesidades de comunicación e interacción social. El tipo de liderazgo ejercido por el jefe o supervisor se constituye en uno de los determinantes fundamentales de la satisfacción laboral” (Viamontes, 2010, p. 1)

Actualmente la comunicación ha pasado a ser un punto clave en la planeación estratégica de una organización, el involucrar estrategias comunicacionales efectivas dentro de la misma le ha permitido a la organización obtener innumerables beneficios y reducir diversos problemas que se originaban inicialmente por fallas en el proceso comunicativo. Por otra parte, implementar diversas estrategias comunicacionales les ha permitido posicionarse frente a sus competidores con una ventaja significativa. Ha sido una realidad para las actuales organizaciones que la mayoría de los problemas que se les presentan viene influida por fallas

en el proceso de comunicación las cuales sería preciso atacar con acciones acertadas y eficaces.

1.2 Conceptualización

De esta manera se puede definir a la comunicación como "el intercambio de información entre personas el cual constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social" (Chiavenato, 2006, p. 110). Otros autores amplían el concepto y definen a la comunicación como "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte (Stanton, Etzel y Walker, 2007, p. 511)

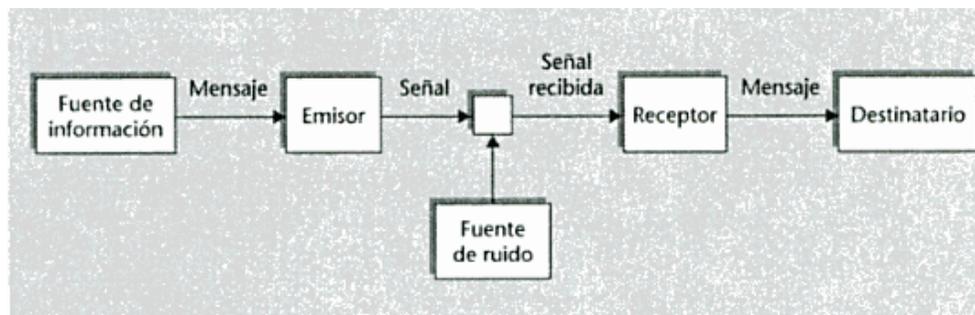
1.3 Elementos de la comunicación

Partiendo de los conocimientos expuestos es posible afirmar que la comunicación involucra la participación de varios elementos indispensables para que se lleve a cabo este proceso. Diversos investigadores han descrito un conjunto de elementos fundamentales que deben existir en el proceso de comunicación. Sin embargo, Harold Lasswell en 1948 realiza una propuesta, bastante reconocida, en donde hace referencia a un conjunto de preguntas que reflejan el desarrollo apropiado de un acto de comunicación.

Gil, Guarnér, López, Rodríguez y Vítors (2005) señalan que las interrogantes expuestas por Lasswell (1948), ¿Quién dice?, ¿A través de qué canal?, ¿A quién?, ¿Con qué efecto? Son elementos de una fórmula que resume concretamente el proceso de comunicación y dio pie para que otros investigadores desarrollaran otros modelos involucrando factores específicos que participan en el proceso comunicativo, Gil et. Al. (2005) ejemplifican el modelo desarrollado por Shannon y Weaver (1949), que partiendo de lo establecido por Lasswell diseñan un modelo de comunicación integrado por siete elementos básicos: fuente, mensaje, emisor, señal emitida, ruido, señal recibida, receptor mensaje, destino. "El proceso se da como sigue: la fuente de información selecciona un mensaje y el emisor lo codifica y lo

transforma en señal, la cual se envía por el canal. El receptor la descodifica y la transforma en mensaje, que posteriormente llega a su destino” (Gil et al. 2005, p. 146)

A continuación se presenta de manera gráfica el modelo presentado por Shannon y Weaver.



Fuente: Psicología Social de la Comunicación. Gil et al. 2005, p. 147

Según lo expresado anteriormente, el proceso de comunicación tiene como fin último transmitir y recibir ideas o información de interés para los individuos involucrados en el proceso comunicativo con el objeto de afectar el comportamiento de los mismos.

1.4 Comunicación Organizacional

En el ámbito empresarial la comunicación ha ido gestionando su propia evolución. Inicialmente las organizaciones demostraron que su punto de interés se encontraba en el mercadeo, la inversión o la publicidad tomándolos como elementos esenciales en el éxito del negocio, sin embargo, hoy en día, consideran que forman parte importante del sistema pero existen otros elementos que influyen en el alcance del éxito esperado por lo que se les deben tener muy en cuenta. Entre estos elementos destacan los procesos y estrategias de comunicación organizacional.

Varios estudios como el de Rodríguez (2005), Moncayo (2008) y Cardona (2009) concuerdan que la comunicación juega un papel importante en las organizaciones, el solo hecho de intentar mantener un proceso de comunicación eficaz y efectivo entre los individuos de la organización, plantea un reto personal para los involucrados, identificarse con un

lenguaje común adaptado al entorno en el que se encuentra les permite compartir vivencias, aprendizajes y dar respuestas prontas y oportunas ante determinadas situaciones.

Se denomina comunicación organizacional, cuando el proceso de comunicación se encuentra establecido en la organización, este proceso se genera de forma natural y se define como “una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad” (Fernández, 1991, p. 368)

Sin embargo, desde hace un tiempo para acá, se a logrado demostrar mediante diversos estudios que la comunicación organizacional trae consigo múltiples ventajas, entre ellas el incremento en los niveles de satisfacción laboral, motivación, mejoras en los niveles de productividad y a su vez ha servido como un instrumento de cambio, lo que ha motivado a las organizaciones a reforzar e invertir en estrategias de comunicación que se adecuen a su entorno para agilizar otros procesos y cumplir con las metas organizacionales. Por lo que para Puyal (2001) la gestión de la comunicación debe conseguir un objetivo principal: “cubrir las necesidades de comunicación que tengan los individuos o grupos que constituyen la organización” (Puyal 2001, p. 1)

1.5 Tipos de comunicación Organizacional

Katz y Kahn (1990) exponen que el envío de significados y la correlación de información constituyen una parte de la comunicación organizacional la cual podría generar la identidad y el carácter de una organización. Por otra parte, expresan que el diseño de una organización debería permitir la comunicación en las siguientes direcciones:

- **Comunicación descendente:** comunicación que fluye jerárquicamente, partiendo de las posiciones más altas a las más bajas. En otras palabras, es aquella que proviene del superior y recae en el subordinado. La información que fluye en la comunicación descendente son generalmente instrucciones de

trabajo, información de procedimientos y prácticas organizacionales sin dejar a un lado el proceso de retroalimentación.

- **Comunicación ascendente:** a diferencia del anterior, este proceso de comunicación fluye del nivel jerárquico más bajo de la organización y se dirige a los más altos. Generalmente se reflejan en las reuniones de grupos en los procedimientos que tenga la organización para presentar quejas y sugerencias.
- **Comunicación horizontal:** comunicación que se presenta entre funciones y básicamente es la necesaria para integrar los diversos trabajos en una organización.
- **Comunicación diagonal:** comunicación que trasciende los niveles y las funciones dentro de la organización. Se origina principalmente cuando los individuos dentro de la misma no consiguen mantenerse informados por medio de los canales regulares de comunicación.

Es importante señalar entonces que dentro del sistema organizacional se tenga en cuenta los flujos o direcciones de la comunicación, de tal modo que se asegure el acceso a la información de interés a cada uno de los individuos que laboran en la misma.

Por otra parte, es preciso indicar la división que establece Fernández (1999) para la comunicación organizacional, debido a que esta investigación se fundamentará en la comunicación interna de la organización.

- **Comunicación Interna:** uso de medios de comunicación con la finalidad de: mejorar las relaciones entre los miembros que laboran en la organización, transmitir información relevante para sus funciones, elevar los niveles de motivación y satisfacción laboral con el fin último de contribuir con su trabajo y alcanzar los objetivos organizacionales

- **Comunicación Externa:** mensajes emitidos por parte de la organización hacia el entorno externo de la misma (clientes, competidores, comunidad, etc.) con el fin de proyectar una imagen y mantener buenas relaciones externas y promover sus productos y servicios.

“Enfocándonos en la comunicación interna, ésta juega un papel preponderante para facilitar y fortalecer el sentido de pertenencia, la identificación con la empresa, la motivación, la satisfacción y el compromiso de los empleados con la organización” (Rosenthal, 2000, p. 1)

Albizú (1992) Parte del hecho de que los objetivos establecidos a la comunicación organizacional busca dar respuesta a algún tipo de necesidad presente en el entorno organizacional. En otras palabras, procura satisfacer una necesidad implícita en las personas que laboran en la organización.

Di Nardo (2005) expresa que conservar un excelente flujo comunicacional en la organización es un elemento importante para el bienestar organizacional, por otra parte este fenómeno ha motivado la realización de diferentes investigaciones para evaluar principalmente la relación entre variables como por ejemplo: las comunicaciones internas, la productividad y la satisfacción laboral. A su vez afirma que en los estudios realizados se han evidenciado algunas debilidades en los hallazgos debido a la influencia de otras variables. Por lo que actualmente continúa siendo llamativo el estudio del desarrollo del proceso comunicativo en las organizaciones y como el mismo impacta a otros elementos del sistema organizacional. Manteniendo la búsqueda continúa de mejorar procesos, satisfacer necesidades y lograr objetivos beneficiando no solo a la organización sino a cada uno de los elementos que se encuentran involucrados en este sistema.

CAPÍTULO III

MARCO REFERENCIAL

1.1 Reseña histórica

En Noviembre de 1969 inicia sus actividades Serviquim C.A. con la fabricación y venta de diversos auxiliares químicos para las industrias locales, especializándose en detergentes enzimáticos dirigidos al área de tintorerías y lavanderías institucionales y comerciales. En el año 1971 la compañía comienza a producir una serie de materias primas, logrando de esta manera mayores ventajas competitivas al poseer de primera mano este material necesario para la elaboración de sus bienes.

Después de tener éxito en el mercado Serviquim C.A. constituye una serie de empresas con el fin de dividir sus alas de producción en cada una de ellas. Estas empresas son: Serviquim (manufacturación y venta de productos de limpieza para el hogar y para las instituciones), Industria Kelko, (comercializa especialidades químicas para el tratamiento de superficies metálicas) y Kelko Quaker Chemical (comercializa especialidades químicas para la industria siderúrgica metalmecánica y de envase).

Siguiendo la línea industrial de Serviquim, en el año 1974 crea la división de consumo masivo con el lanzamiento de un lavaplatos líquido bajo el nombre de Primor. Posteriormente en el año 1983 la compañía produce Blancloro, teniendo buena receptividad en el mercado por su buena calidad.

A partir de 1988 Serviquim inicia una serie de estrategias de crecimiento institucional con el fin de posicionar a la empresa en el mercado como una de las favoritas para el cuidado

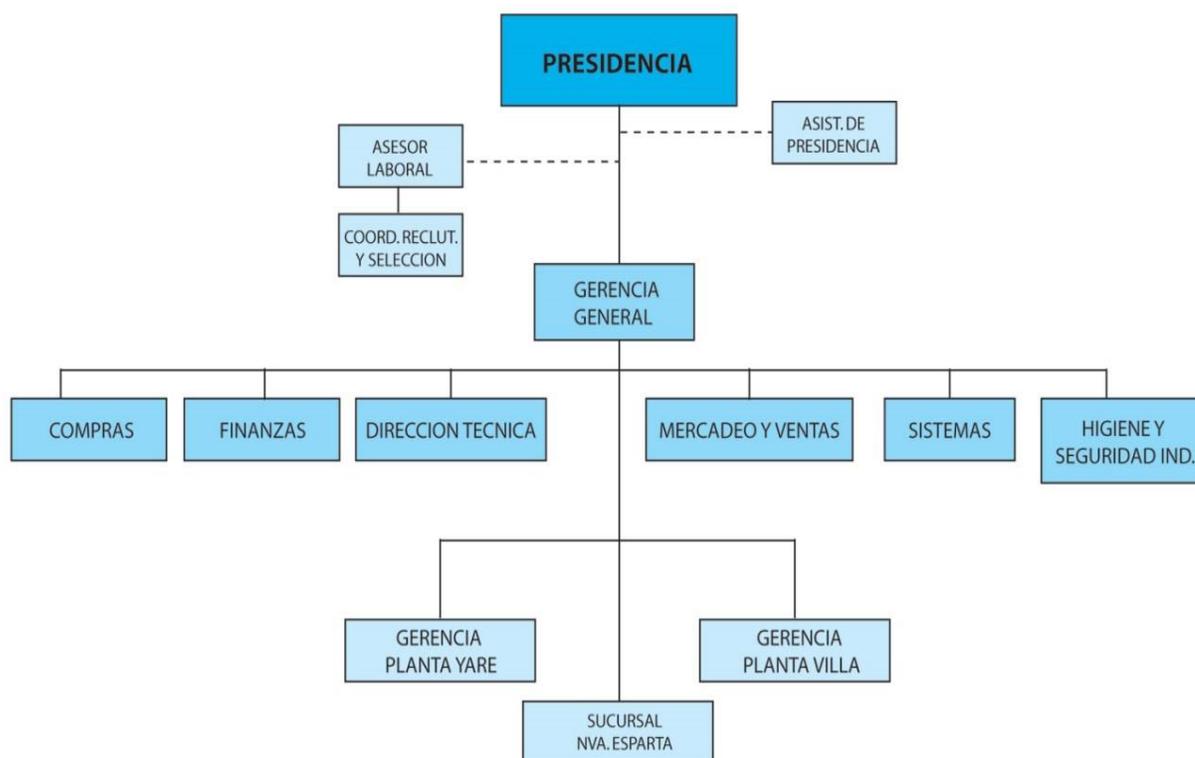
del hogar. Gracias a que la compañía fue obteniendo los resultados esperados en el año 1994 adquieren a detergentes Yare S.A., una moderna planta con tecnología de primera para la producción de detergentes de óptima calidad bajo las marcas 3X, Yaril y Yarex. En septiembre del año 2004 detergentes Yare se fusiona con Serviquim C.A. Actualmente la empresa manufactura y comercializa bienes funcionales de alta calidad como especialidades químicas, productos de limpieza de consumo masivo y detergente en polvo industrial y masivo.

La compañía tiene la fundamental misión de proporcionar a sus clientes productos y servicios de la más alta calidad que satisfagan sus necesidades y expectativas e incluso superarlas, a través del mejoramiento continuo de los recursos disponibles, generando a su vez un ambiente laboral propicio que permita desarrollar la creatividad y desempeño de los trabajadores, mientras se genera la utilidad que permita su existencia y crecimiento.

Asimismo, la compañía tiene una visión a futuro bastante prometedora, puesto que desean alcanzar el liderazgo en el mercado de productos químicos del cual participan, por medio de la satisfacción de necesidades de sus clientes y del público en general, no solo a nivel nacional sino internacional, generando un desarrollo institucional favorable que los ayude a posicionarse como una de las compañías número uno a nivel nacional en la fabricación y venta de bienes químicos para la limpieza. Además es crucial proveer bienestar para el negocio, los accionistas y los altos directivos.

1.2 Estructura organizativa

Serviquim cuenta con cuatrocientos quince empleados (415) distribuidos en: administrativo: (153), planta: (262). Posee un diagrama jerárquico en donde solo indican la línea gerencial y altos directivos. En ella se puede observar a los gerentes de división: el gerente de ventas, la gerente de contraloría, la gerencia de impuestos, la gerencia de salud y seguridad ocupacional, el gerente de tesorería, la gerencia de proyectos, y a los directivos: presidencia, el coordinador de reclutamiento y selección, el gerente general, el gerente de compras y finanzas.



Fuente: Serviquim, C.A

En esta compañía es de gran trascendencia la actuación e intervención del gerente general como principal actor, el gerente de compras, el gerente de ventas y el gerente de contraloría, debido a la influencia directa que tienen el funcionamiento de la empresa y en la consecución de una importante ventaja competitiva en el mercado. El gerente general es la subunidad más poderosa por la capacidad que tiene de tomar decisiones a favor de la empresa.

El crecimiento de la organización tras 44 años de fundada y más de 22 años en funcionamiento en la fabricación de productos de limpieza de consumo masivo e industrial ha

sido indetenible, además esta compañía ha estado respaldada por el reconocimiento de distintos sectores manufactureros debido al apoyo que ServiQuim les ha brindado en la puesta en marcha de innumerables proyectos logrando soluciones eficientes y a tiempo de dichos proyectos. Después de tantos años en el mercado hoy en día la organización se encuentra ubicada en una etapa de vida organizacional bastante formal.

CAPÍTULO IV

MARCO METODOLÓGICO

En el siguiente capítulo se pautará la metodología utilizada en la investigación que ayudará a dar respuesta a los objetivos planteados y en consecuencia a determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral.

La metodología es el área de conocimiento que estudia los métodos generales de las disciplinas científicas. La metodología incluye los métodos, las técnicas, las estrategias y los procedimientos que utilizará el investigador para lograr los objetivos. (Hurtado, 2008. p. 235)

Diseño de la Investigación

Partiendo del propósito que presenta la investigación es posible identificarla como una investigación de carácter correlacional, ya que, se pretende encontrar, entre otras cosas, la relación entre las variables, satisfacción laboral y comunicación organizacional. Las investigaciones de nivel correlacional “Tiene como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más variables.” (Hernández, Fernández y Bastista, 2003. p. 122)

La siguiente investigación pretende determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral, en consecuencia según el tratamiento que se le da a su variable dependiente (satisfacción laboral), y su variable independiente (comunicación organizacional), es posible clasificar este estudio dentro de un diseño no experimental. El cual es definido como:

Una indagación empírica y sistemática en la cual el científico no tiene el control directo sobre las variables independientes porque sus manifestaciones ya han ocurrido o porque son inherentes no manipulables. Las inferencias acerca de las relaciones entre variables se hacen, sin una intervención directa, a partir de la variación concomitante de las variables dependientes e independientes. (Kerlinger, 1988, p. 394)

En otras palabras, en esta investigación no se hace variar de manera premeditada la variable independiente, por lo que solo se observarán los fenómenos tal y como se den en su contexto natural, para luego proceder a analizarlos.

En función a esto, es importante delimitar el alcance temporal de esta investigación, partiendo del hecho de que la recolección de los datos, que posteriormente serán analizados, se realizará en un momento único en el tiempo. En consecuencia el diseño temporal de esta investigación se encuentra enmarcado bajo un alcance transaccional o también llamado transversal.

Los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (Hernández, Fernández y Baptista 2010, p. 151)

El estudio que se efectuará para determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en una empresa del sector consumo masivo, no se hará a lo largo del tiempo, ni en diversos momentos, sino como ya se ha mencionado la recolección de los datos se realizará en un momento en específico para luego analizar los resultados obtenidos de manera simultánea.

Asimismo, para poder llevar a cabo este análisis se va a utilizar una técnica metodológica de investigación; esta técnica debe estar en concordancia con los objetivos fundamentales del estudio. La metodología seleccionada será la más apropiada con el fin de obtener y maximizar los resultados que se desean conseguir.

Método de investigación

El método de investigación a emplear en este análisis es el cuantitativo. La técnica cuantitativa es denominada de esta manera, porque el análisis de los datos se lleva a cabo numéricamente apoyándose en la ciencia de la estadística.

La selección de esta técnica de investigación se debe a las características numéricas de los resultados esperados en este estudio. Por ello, se precisa emplear el método estadístico para medir los datos. Para Hernández et al. (2010) la estadística a utilizar en esta técnica es descriptiva e inferencial y está basado en variables (dependientes e independiente).

Unidad de Análisis

Antes de definir la población y la muestra que será estudiada, es importante concretar cuál será nuestra unidad de análisis. La unidad de análisis hace referencia al ente bien sea empresas u organizaciones en donde se encuentra la unidad de observación que será aquellos individuos que proporcionen la información necesaria para llevar a cabo la investigación. En este estudio tendremos como unidad de análisis una organización del sector consumo masivo del área metropolitana de Caracas y como unidad de observación a los individuos que laboran en ésta organización. Partiendo de esto es posible definir la población y posteriormente la muestra a estudiar.

Población y Muestra

La población de la presente investigación corresponde a ciento cincuenta y tres (153) empleados pertenecientes a una empresa del sector consumo masivo del área metropolitana de Caracas (Serviquim, C.A). Las empresas del sector consumo masivo son aquellas que dedican su producción a satisfacer las necesidades básicas de una sociedad, este mercado puede dividir su producción en tres tipos: los productos de consumo inmediato, de consumo duradero y el mercado de servicios. Los empleados pertenecientes a este tipo de empresa formaran parte de la población de esta investigación. Partiendo del hecho de que “La población se define como

la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación (Tamayo y Tamayo, 1998, p.114)

Para llevar a cabo la siguiente investigación se tendrá en cuenta un fragmento de la totalidad, que representa el comportamiento del universo y el cual se denominará como la muestra del estudio. “La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. De tal modo que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Hernández et al. 2010, p. 175).

Tomando en cuenta lo anterior, en la presente investigación la muestra estará compuesta por setenta personas (70) que suministrarán la información necesaria para realizar el estudio.

Ya definida la población, la muestra y la unidad de análisis, es preciso determinar el tipo de muestreo. Para esta investigación el muestreo será de tipo probabilístico, caracterizado por conocer la probabilidad que tiene cada elemento de integrar la muestra.

En las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis. (Hernández et al. 2010, p. 176).

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Partiendo de lo expuesto anteriormente la siguiente etapa es definir las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se utilizarán en la presente investigación.

Una técnica es un procedimiento más o menos estandarizado que se ha utilizado con éxito en el ámbito de la ciencia. De las técnicas más frecuentemente utilizadas en las

ciencias sociales tenemos, la observación y sus variantes como la observación participante, la encuesta, la entrevista (Carrera y Vázquez 2007, p. 95)

Es preciso diferenciar lo que es una técnica y un instrumento, por lo general una técnica conlleva al uso de un determinado instrumento debido a esto muchas veces tiende a confundirse una técnica con un instrumento.

Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información. (Arias 2006, p.69)

Partiendo de la definición de instrumento dada por Arias (2006) se puede tomar como ejemplo de un instrumento el cuestionario, las fichas etc. En consecuencia “la técnica conduce a la obtención de información” (Carrera y Vázquez 2007, p. 95). De tal modo que la técnica a utilizar en esta investigación es la encuesta la cual

Se trata de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos” (Sabino 2002, p.71)

Y el instrumento de recolección de la información pertinente a las variables de este estudio, se encuentra dado por el cuestionario este “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (Hernández et al, 2003). Específicamente se optará por utilizar un cuestionario de preguntas cerradas caracterizado por incluir opciones de respuestas dicotómicas, es decir donde el encuestado tendrá la posibilidad de escoger solo entre dos opciones y opciones de respuesta de selección simple en las cuales se presentará al encuestado un conjunto de opciones para que el mismo seleccione la que le parezca más acorde como respuesta a la pregunta planteada.

De este modo se presenta a continuación los dos cuestionarios a utilizar para esta investigación:

1. **Job Satisfaction Survey (JSS)** es un modelo desarrollado por Spector en 1985 utilizado en la actualidad como instrumento para la medición de la satisfacción laboral. La encuesta de Satisfacción Laboral (JSS) cuenta con un total de 36 ítems divididos en nueve dimensiones (remuneración, promoción, supervisión, beneficios complementarios, recompensas contingentes, condiciones de funcionamiento, compañeros de trabajo, naturaleza del trabajo y comunicación) de cuatro ítems cada una con el fin de evaluar las actitudes de los empleados sobre el trabajo y los aspectos del trabajo, la puntuación total se calcula a partir de la sumatoria de todos los elementos. La escala utilizada contiene seis opciones las cuales van desde “totalmente en desacuerdo” hasta “totalmente de acuerdo.” Este instrumento de medición no fue modificado debido a que su estructura original es la más adecuada para este estudio. (Ver anexo)
2. El cuestionario orientado a la comunicación es uno desarrollado por Alexandra Baiz y Estefanía García en su tesis de grado “Relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral. Caso Luvebras” (2006) tutelada por Carmen Vivas. El cuestionario cuenta con 4 dimensiones (emisor, información/mensaje, medio/canal, receptor) cada una relacionadas con: normas de la empresa, funciones del cargo, planes futuros, productividad de la empresa, información sobre la competencia, cambios internos, evaluación de desempeño y cursos de entrenamiento, agrupadas en 3 preguntas con diversas opciones de respuesta. La escala utilizada va desde “siempre” a “nunca”. Para este instrumento se realizó una serie de modificaciones en función a las necesidades más primordiales de esta investigación. (Ver anexo)

Tras ya haber recolectado la información necesaria de la muestra seleccionada se procederá a registrar, clasificar, codificar y tabular la información, partiendo de que se realizará un análisis de tipo cuantitativo a los datos recolectados, por lo que el uso de técnicas estadísticas será de vital importancia durante este proceso para descifrar lo que muestran los datos recogidos.

La información procesada tiene un valor inestimable: de ella dependerá que puedan o no resolverse las preguntas iniciales formuladas por el investigador. Pero, no obstante, esa información no nos habla por sí misma, no es capaz por sí sola de darnos las respuestas deseadas hasta tanto no se efectúe sobre ella un trabajo de análisis e interpretación (Sabino 2002, p. 133)

Operacionalización

A continuación se presentará la operacionalización de las variables. Este proceso consiste en “descomponer, luego de una definición nominal (conceptual) cada una de las variables en estudio en los aspectos que la componen a fin de facilitar la recolección con un alto grado de precisión de los datos necesarios” (Carrera y Vázquez 2007, p. 78-79)

Operacionalización de la variable Comunicación:

Definición nominal o conceptual: “herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad” (Fernández, 1991, p. 368)

Definición operacional: sumatoria de todos puntajes obtenidos en un cuestionario referente a la comunicación organizacional, medido a través de una escala tipo likert, aplicado a los trabajadores de una empresa de consumo masivo del área metropolitana de Caracas.

Cuadro de Operacionalización de la variable Comunicación Organizacional.

Variable	Dimensiones	Subdimensiones
Comunicación Organizacional	Emisor	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alta gerencia ✓ Jefe superior inmediato ✓ Personal del mismo nivel ✓ Subordinado
	Información/Mensaje	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Normas de la empresa ✓ Funciones de cargo ✓ Cambios internos ✓ Evaluación del desempeño ✓ Cursos de entrenamiento
	Medio/ Canal	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conversación ✓ Reuniones ✓ Teléfono ✓ Correo electrónico ✓ Memos y cartas ✓ Carteleras ✓ Rumores
	Receptor	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajadores

Fuente: (Baiz & Garcías 2006, p. 52), adaptado en ocasión de este estudio.

Operacionalización de la variable Satisfacción Laboral:

Definición nominal o conceptual: “estado placentero o positivo, resultante de la valoración del trabajo o de las experiencias laborales del sujeto” (Locke, 1976, cp. Chiang, Núñez & Martin, 2010, p. 154)

Definición operacional: sumatoria de todos puntajes obtenidos en un cuestionario referente a la satisfacción laboral, medido a través de una escala tipo likert, el cual reflejará el nivel de satisfacción o insatisfacción de los trabajadores de una empresa de consumo masivo del área metropolitana de Caracas.

Cuadro de operacionalización de la variable Satisfacción Laboral

Variable	Dimensiones	Ítems
Satisfacción Laboral	Remuneración	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Siento que me están pagando una cantidad justa por el trabajo que realizo. ✓ Los aumentos salariales son suficientes en monto y frecuencia ✓ Me siento valorado por la empresa cuando recibo mi sueldo ✓ Me siento satisfecho con mis oportunidades de aumento salarial
	Promoción	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Hay suficientes oportunidades de ascenso en mi trabajo. ✓ Aquellos que realizan bien su trabajo, tienen una buena posibilidad de ser ascendidos. ✓ Los empleados reciben ascensos en la misma medida que en otras empresas ✓ Aquí tenemos reconocimientos para los trabajadores
	Supervisión	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mi supervisor es muy competente realizando su trabajo. ✓ Mi supervisor es justo conmigo. ✓ Mi supervisor muestra interés por los sentimientos de sus subordinados ✓ Me siento a gusto con mi supervisor

	Beneficios complementarios	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estoy satisfecho con los beneficios que recibo. ✓ Los beneficios que recibimos son tan buenos como en la mayoría de las empresas. ✓ El paquete de beneficios que tenemos es equitativo ✓ Tenemos los beneficios que deberíamos tener
	Recompensas contingentes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cuando realizo un buen trabajo, recibo el reconocimiento apropiado. ✓ Siento que mi trabajo es apreciado. ✓ Estoy satisfecho con mis oportunidades de ascenso ✓ Siento que mi esfuerzo es recompensado como debe ser
	Condiciones de funcionamiento	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Casi todas nuestras reglas y procedimientos facilitan la realización de un buen trabajo. ✓ Mis esfuerzos por realizar un buen trabajo raras veces son bloqueados por la burocracia. ✓ Tengo suficiente trabajo ✓ La cantidad de papeleo que hago es manejable.
	Compañeros de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Me agradan las personas con las que trabajo. ✓ La cantidad de esfuerzo que tengo que realizar es tolerable

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Me divierto con mis compañeros de trabajo ✓ Hay pocas discusiones y peleas en el trabajo
	Naturaleza del trabajo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Siento que mi trabajo tiene sentido. ✓ Me gusta lo que hago en mi trabajo. ✓ Me siento orgulloso por el trabajo que realizo. ✓ Mi trabajo es agradable
	Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ✓ En esta empresa la comunicación me parece buena. ✓ Los objetivos de la organización están claros para mí. ✓ Sé lo que esta ocurriendo con la organización casi todo el tiempo ✓ Cuando me asignan un trabajo, recibo una buena explicación de cómo hacerlo

Fuente: Dimensiones e Items de Job Satisfacction Survey Spector (1985)

Codificación

Este procedimiento tiene como fin sistematizar la información recolectada, asignándole un valor numérico a cada categoría de respuesta, con lo cual será posible procesar la información a través de un medio estadístico y manejar la información de manera cuantitativa.

A continuación se presenta la codificación utilizada para cada categoría de respuesta.

Tabla 1. Codificación por género.

Género	Código
Femenino	1
Masculino	2

Tabla 2. Codificación por edad:

Edad	Código
De 23 a 30 años	1
De 31 a 40 años	2
De 41 en adelante	3

Tabla 3. Codificación por nivel de instrucción:

Nivel de instrucción	Código
TSU	1
Universitario	2
Postgrado	3

Tabla 4. Codificación por nivel de cargo:

Cargo	Código
Supervisor	1
No supervisor	2

Tabla 5. Escala para satisfacción laboral:

Escala	Código
Muy en desacuerdo	1
En desacuerdo	2
Algo en desacuerdo	3
Algo de acuerdo	4
De acuerdo	5
Muy de acuerdo	6

Tabla 6. Escala para comunicación organizacional:

Escala	Código
Siempre	1
Frecuente	2
A veces	3
Nunca	4

Estadísticos de fiabilidad del instrumento

El cuestionario de satisfacción laboral se encuentra constituido por 9 dimensiones y 36 ítems. Para evaluar la fiabilidad del instrumento se calculó el Alpha de Cronbach obteniendo como resultado un coeficiente de 0.96 lo cual demuestra que el cuestionario posee una alta consistencia interna. A continuación se presentan los resultados en la siguiente tabla.

Tabla 7. Estadísticos de fiabilidad.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,965	36

Tabla 8. Estadísticos de fiabilidad para cada dimensión de la Satisfacción Laboral.

Dimensiones	Cronbach's Alpha	N of Items
Remuneración	,665	4
Promoción	,756	4
Supervisión	,753	4
Beneficios complementarios	,712	4
Recompensas contingentes	,723	4
Condiciones de funcionamiento	,75	4
Compañeros de trabajo	,704	4
Naturaleza del trabajo	,641	4
Comunicación	,859	4
Satisfacción Laboral	,965	36

En cuanto al cuestionario de comunicación se obtuvo un coeficiente Alpha de Cronbach de 0.73 lo cual señala que el cuestionario que posee diez (10) factores de 55 ítems refleja tener una alta consistencia interna. A continuación se presentan los resultados obtenidos en la siguientes tablas.

Tabla 9. Estadísticos de fiabilidad.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,732	55

Tabla 10. Estadísticos de fiabilidad para cada factor de la Comunicación.

Factores	Cronbach's Alpha	N of Items
Normas de la empresa	,516	7
Funciones del cargo	,626	7
Cambios internos	,358	7
Evaluación de desempeño	,416	7
Entrenamiento	,573	7
De quien recibe la información de las normas de la empresa	,593	4
De quien recibe la información de las funciones del cargo	,534	4
De quien recibe la información de los cambios internos	,645	4
De quien recibe la información de la evaluación de desempeño	,314	4
De quien recibe la información de cursos y entrenamiento	,518	4
Comunicación	,732	55

FACTIBILIDAD Y CONSIDERACIONES ETICAS

La factibilidad de llevar a cabo este análisis es alta gracias a distintas razones que facilitan la consecución de los objetivos que se desean obtener. La principal razón es que se manejan los recursos económicos fundamentales para realizar la investigación, además se posee el tiempo necesario para la construcción del estudio, ya que la empresa a analizar proporcionará toda la información precisa y permitirá el acceso a sus instalaciones para llevar a cabo todos los procedimientos correspondientes a dicha investigación.

Es importante destacar que para las empresas estos temas a estudiar (basándonos en las teorías que las sustentan) son importantes, ya que pueden generar un aumento favorable en el funcionamiento de la organización. Es por ello, que Serviquim CA ha accedido a involucrarse en el estudio para conocer el grado de satisfacción laboral de sus trabajadores en relación a la comunicación organizacional que ellos manejan.

Por otra parte, los principios éticos de esta investigación serán trascendentales para la obtención de los objetivos. Primeramente, se certifica que la información que se obtendrá mediante la encuesta será manejada con prudencia, garantizando su confiabilidad. Además, las encuestas se caracterizarán por no solicitar información básica (anónimo), y el llenado del mismo solo se hará voluntariamente por parte de los integrantes de la organización.

Asimismo, se informará constantemente a los participantes y a la empresa el estatus de la investigación y al finalizar se le hará entrega de un informe detallado de los resultados obtenidos. Por último, el trabajo realizado deberá contener las citas correspondientes a toda aquella información relacionada al tema que se utilizó para facilitar la elaboración del mismo.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El presente estudio tuvo como objetivo general determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral en los empleados de una empresa de consumo masivo, ServiQuim, C.A. Para lo cual se aplicó a setenta empleados (70), dos cuestionarios: uno orientado a determinar la satisfacción laboral y otro orientado hacia la comunicación organizacional, obteniendo resultados totales para cada uno de los instrumentos.

A continuación se presentan las características sociodemográficas de la muestra estudiada.

Género

Al tener en cuenta el género, la muestra del presente estudio se encuentra constituida por 33 personas del género femenino y 37 personas del género masculino, quedando distribuida de la siguiente manera: 47,14% del género femenino y 52,86% del género masculino.

Tabla 11. Constitución de la muestra de acuerdo al género.

Código	Género	Frecuencia	Porcentaje
1	Femenino	33	47,14
2	Masculino	37	52,86
	Total	70	100

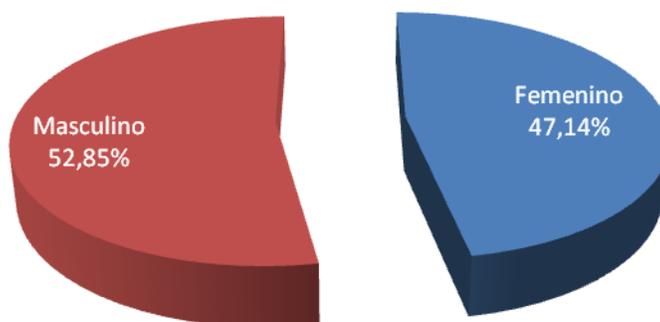


Gráfico 1. Composición de la muestra de acuerdo al género.

Edad

La muestra del presente estudio tienen edades comprendidas entre los 23 y los 54 años de edad, las cuales se categorizaron de la siguiente manera: De 23 a 30 años, De 31 a 40 años y de 41 años de edad en adelante. Se obtuvo como resultado:

- ✓ Empleados con edades comprendidas entre 23 y 30 años de edad, representando el 48,54% de la muestra.
- ✓ Empleados con edades comprendidas entre 31 y 40 años de edad, representando el 30% de la muestra
- ✓ Empleados con más de 41 años de edad, representando el 21,43% de la muestra.

Como se puede observar en la siguiente tabla. La edad promedio de la muestra es 34 años de edad.

Tabla 12. Constitución de la muestra de acuerdo a la edad.

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Máx	Min	Mean
De 23 a 30 años	34	48,57	23	54	33,73
De 31 a 40 años	21	30			
De 41 años en adelante	15	21,43			
Total	70	100			

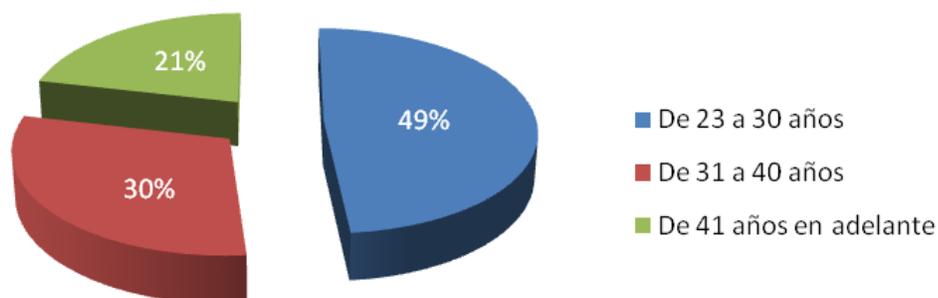


Gráfico 2. Composición de la muestra de acuerdo a la edad.

Grado de instrucción

De acuerdo al grado de instrucción, la muestra se constituye de la siguiente manera: 10% de la muestra obtuvo un título de TSU, el 61,43 % tiene un nivel universitario y el 28,57% un nivel de postgrado. Esta información se puede observar en la tabla y gráfico siguiente.

Tabla 13. Constitución de la muestra de acuerdo al nivel de instrucción.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
TSU	7	10%
Universitario	43	61,43%
Post grado	20	28,57%
Total	70	100%
Mean	2,19	

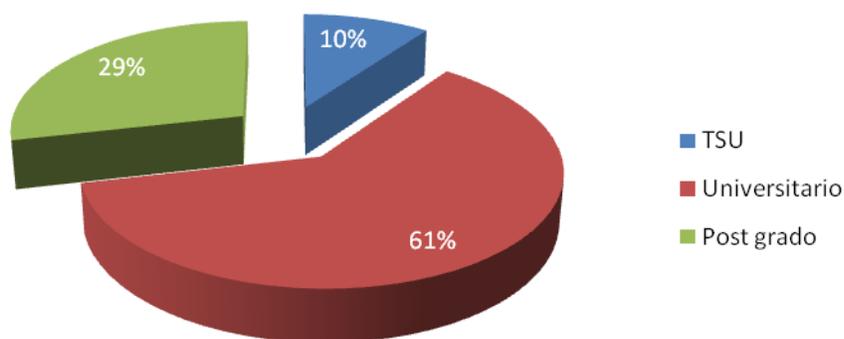


Gráfico 3. Composición de la muestra de acuerdo al nivel de instrucción.

Cargo

En relación al tipo de cargo, la muestra se conforma de 56 trabajadores que poseen cargos no supervisorios representando el 80% de la muestra, con lo cual solo el 20% de la muestra equivalente a 14 trabajadores se encuentran ocupando cargos supervisorios. Es importante señalar que los cargos supervisorios son aquellas posiciones en la cual el trabajador tiene bajo su responsabilidad un determinado número de empleados a los cuales debe guiar o liderar en las labores asignadas.

Tabla 14. Constitución de la muestra de acuerdo al nivel del cargo.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Supervisor	14	20%
No Supervisor	56	80%
Total	70	100%
Mean	1,84	

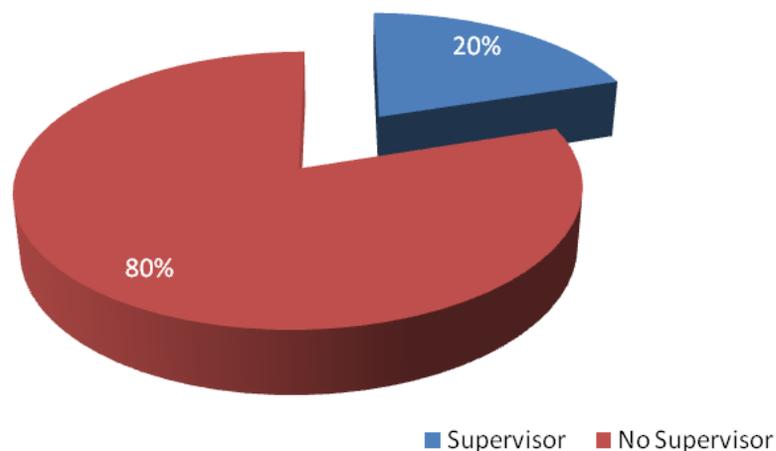


Gráfico 4. Composición de la muestra de acuerdo al nivel del cargo.

Antigüedad

La muestra del presente estudio refleja tener empleados con mínimo, un año de antigüedad en la organización y máximo 15 años, distribuidos de la siguiente manera:

- ✓ Empleados con una antigüedad de 1 a 5 años, representan el 55,71% de la muestra.
- ✓ Empleados con una antigüedad de 6 a 10 años, representan 32,86% de la muestra
- ✓ Empleados con una antigüedad de 11 años en adelante, representan 11,43% de la muestra. Como se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 15. Constitución de la muestra de acuerdo a los años de antigüedad en la empresa.

Años	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 5 años	39	55,71%
De 6 a 10 años	23	32,86%
De 11 años en adelante	8	11,43%
Total	70	100%
Mean	5,84	

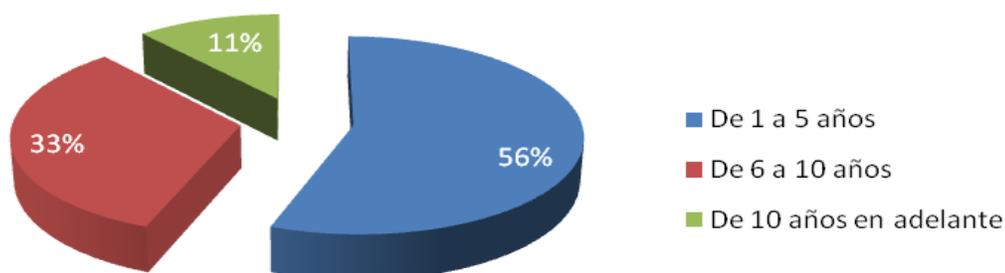


Gráfico 5. Composición de la muestra de acuerdo a los años de antigüedad en la empresa.

De acuerdo a los resultados estadísticos presentados anteriormente en el cual se describen los criterios sociodemográficos de la muestra, se presenta a continuación la relación del nivel de satisfacción de los empleados y las variables demográficas y situacionales de la muestra.

Variables Demográficas:

Las variables demográficas tomadas en cuenta para este estudio se encuentran definidas por: edad, sexo y nivel de instrucción. Los resultados obtenidos referentes a las variables mencionadas, no muestran diferencias significativas con respecto a la relación que pudieran tener con la variable satisfacción laboral. Evidenciando que estas variables son las que menos influyen en las capacidades, competencias y el desarrollo laboral del individuo.

Variables Situacionales:

Se tomaron las variables antigüedad y jerarquía definidas como variables situacionales para determinar el nivel de satisfacción laboral de los participantes en el presente estudio, se obtuvo como resultado lo siguiente:

En cuanto a la variable antigüedad, la muestra estudiada que presenta mayor satisfacción laboral corresponde a los que tienen de 1 a 5 años en la empresa, los

cuales perciben sentirse satisfechos con las oportunidades que les ha brindado la organización a lo largo de sus años de servicio. (Ver tabla N° 16)

Tabla 16. Media de antigüedad

Antigüedad	Media
1 a 5 años	3.25
6 a 10 años	1.92
11+ años	0.67

En cuanto a la Jerarquía, se encontró una diferencia significativa entre las medias obtenidas referentes al cargo que ocupan: supervisores (0,37) o no supervisor (1,47), reflejando que no existe equidad entre los empleados de mayor y menor jerarquía. (Tabla N° 17)

Tabla 17. Media jerarquía

Jerarquía	Media
Supervisor	0.37
No supervisor	1.47

Estadísticos descriptivos (Media)

La tabla N° 18 y el gráfico N° 6 reflejan los estadísticos descriptivos obtenidos para la variable satisfacción laboral, la cual arrojó una media de 4,28 con lo cual se puede afirmar que existe un nivel medio de satisfacción laboral para la muestra estudiada.

Tabla 18. Estadísticos descriptivos. Satisfacción laboral.

Descriptive Statistics			
Dimensiones	N	Mean	Std. Deviation
Remuneración	70	4.01	0.79
Promoción	70	4.12	0.86
Supervisión	70	4.39	0.85
Beneficios complementarios	70	4.56	0.71
Recompensas contingentes	70	3.96	0.72
Condición de funcionamiento	70	4.07	0.67
Compañeros de trabajo	70	4.44	0.66
Naturaleza del trabajo	70	4.54	0.72
Comunicación	70	4.38	1.04
Satisfacción	70	4.28	0.70

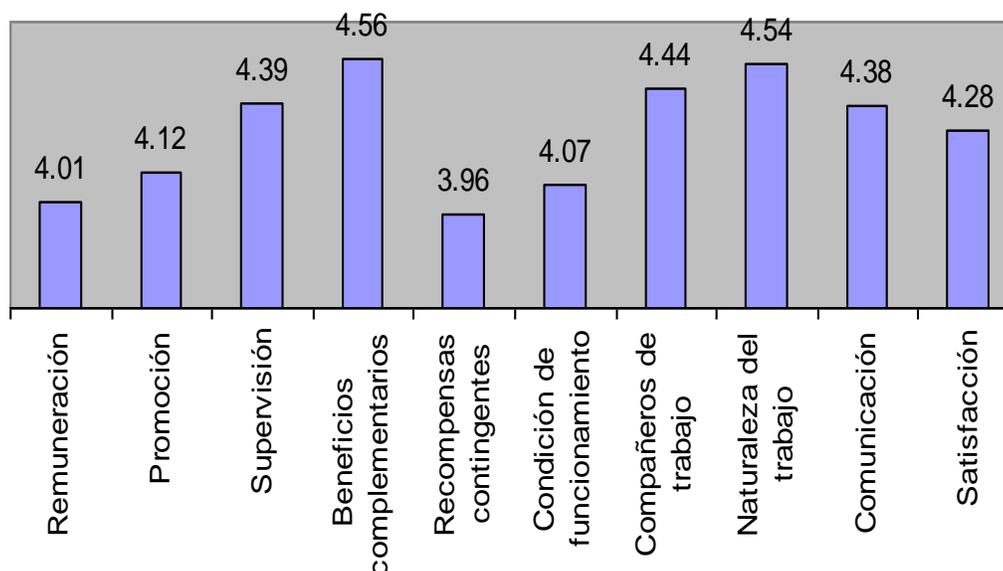


Gráfico 6. Medias de las dimensiones de la satisfacción laboral.

En relación a las dimensiones de la satisfacción laboral, tal como se aprecia en el gráfico N° 6, los beneficios complementarios presenta la media más alta en la muestra (4,56), mientras, las recompensas contingentes, es considerada la media de menor valor posicionándose en (3,96). El resto de las dimensiones (compañeros, comunicación, supervisión, condiciones, remuneración y beneficios, fluctúan entre (4,01 y 4,38). De tal modo se puede apreciar que para esta muestra existe una percepción media de satisfacción respecto a los distintos aspectos de su trabajo. Sin embargo, sería conveniente ahondar un poco más sobre las características de cada dimensión para determinar si realmente la percepción sobre el nivel de satisfacción laboral es media para esta muestra.

Debido a lo expuesto anteriormente, a continuación se presenta un conjunto de tablas y gráficos que darán pie al análisis de las diferentes dimensiones y la relación entre ellas para explicar la satisfacción laboral.

Nivel de Satisfacción Laboral. Pruebas de muestras relacionadas. Diferencias relacionada.

Remuneración

La siguiente tabla presenta los valores obtenidos para los pares relacionados con la remuneración, en esta dimensión se tomaron en cuenta la percepción de satisfacción que tienen los trabajadores en cuanto a: la cantidad del pago percibido, los incrementos salariales y la valoración al recibir el pago y su relación con el resto de las dimensiones evaluadas. Otros estudios han concluido que la dimensión remuneración no determina en general el nivel de satisfacción de los trabajadores, pese a que pueda arrojar valores altos de satisfacción en una determinada muestra. A continuación en la tabla N° 19 se presentan los resultados obtenidos.

Tabla 19. Diferencia relacional entre los pares. Remuneración

95% Intervalo de confianza para la diferencia									
		Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Inferior	Superior	t	gl	Sig. (bilateral)
Par 1	Remuneración – Promoción	-.10	.44	.05	-.21	.00	-1.95	69.00	.05
Par 2	Remuneración – Supervisión	-.37	.44	.05	-.48	-.27	-7.03	69.00	.00
Par 3	Remuneración – Beneficios	-.55	.42	.05	-.65	-.45	-10.89	69.00	.00
Par 4	Remuneración – Recompensas	.05	.48	.06	-.07	.17	.87	69.00	.39
Par 5	Remuneración – Condiciones	-.06	.43	.05	-.16	.05	-1.10	69.00	.27
Par 6	Remuneración – Compañeros	-.42	.62	.07	-.57	-.27	-5.66	69.00	.00
Par 7	Remuneración – Trabajo	-.53	.57	.07	-.66	-.39	-7.80	69.00	.00
Par 8	Remuneración – Comunicación	-.36	.61	.07	-.51	-.22	-4.99	69.00	.00

La siguiente tabla muestra las diferencias relacionadas entre los pares de las dimensiones que explican la satisfacción laboral, partiendo de la siguiente hipótesis: no hay

diferencias entre el nivel de satisfacción generada por: (remuneración – promoción, remuneración – supervisión, remuneración – beneficios, remuneración – recompensas, remuneración – condiciones, remuneración – compañeros, remuneración – trabajo, remuneración – comunicación). La tabla N° 19 se pueden observar dos grupos de tendencias, una donde se rechazan la hipótesis inicial y otra donde se acepta.

Para los pares: 1, 2 ,3 ,5 ,6 ,7 y 8 observamos que la sig. Bilateral o también llamada “p” demuestra ser menor a (0.05) valor referente a la confiabilidad y “t” se estima en (-1,95), (-7,03), (-10,89), (-1,10), (-5,66), (-7.80) y (-4,99) respectivamente. Con lo que se puede afirmar que existe una diferencia entre los niveles de satisfacción entre las dos dimensiones de cada par, indicando que la muestra percibe con mayor satisfacción los aspectos referentes a remuneración, que los referentes a: promoción, supervisión, beneficios, condiciones, compañeros, trabajo y comunicación. Por otra parte, se encuentra el par remuneración-recompensas, que acepta la hipótesis planteada, los valores obtenidos reflejan que “p” o también llamada significación estadística es igual a (0,05) y el valor “t” incrementa a (,87) por lo que no hay diferencias significativas entre la percepción que tiene la muestra en relación al nivel de satisfacción entre la remuneración y las recompensas.

Si tomamos en cuenta el recorrido entre los valores superior e inferior que arrojan los resultados podemos determinar que tan precisa es la estimación, en esta ocasión se puede considerar que la estimación más precisa es la del par N° 3, ya que el recorrido es el menor estimándose en (0.20) como se observa en la siguiente tabla N° 20.

Tabla 20. Recorrido entre los valores superior e inferior de los pares de remuneración.

Pares		Inferior	Superior	Diferencia
Par 1	Remuneración – Promoción	-0.21	0	0.21
Par 2	Remuneración – Supervisión	-0.48	-0.27	0.21
Par 3	Remuneración – Beneficios	-0.65	-0.45	0.20
Par 4	Remuneración - Recompensas	-0.07	0.17	0.24
Par 5	Remuneración – Condiciones	-0.16	0.05	0.21
Par 6	Remuneración – Compañeros	-0.57	-0.27	0.30
Par 7	Remuneración – Trabajo	-0.66	-0.39	0.27
Par 8	Remuneración – Comunicación	-0.51	-0.22	0.29

Promoción

La tabla a continuación presenta los resultados obtenidos para la variable promoción (la cual considera aspectos relacionados al ascenso y el reconocimiento para los trabajadores) y su relación con las otras dimensiones evaluadas en el estudio, con la finalidad de verificar si esta variable presenta una diferenciación significativa en cuanto la satisfacción laboral.

Tabla 21. Diferencia relacional entre los pares. Promoción.

95% Intervalo de confianza para la diferencia									
		Media	Desviación típ.	Error tít. de la media	Inferior	Superior	t	gl	Sig. (bilateral)
Par 9	Promoción – Supervisión	-.27	.48	.06	-.38	-.15	-4.70	69.00	.00
Par 10	Promoción – Beneficios	-.45	.49	.06	-.56	-.33	-7.56	69.00	.00
Par 11	Promoción - Recompensas	.15	.50	.06	.03	.27	2.58	69.00	.01
Par 12	Promoción – Condiciones	.05	.51	.06	-.07	.17	.77	69.00	.45
Par 13	Promoción - Compañeros	-.32	.65	.08	-.47	-.16	-4.09	69.00	.00
Par 14	Promoción – Trabajo	-.43	.52	.06	-.55	-.30	-6.88	69.00	.00
Par 15	Promoción - Comunicación	-.26	.66	.08	-.42	-.10	-3.31	69.00	.00

En esta oportunidad los valores obtenidos para cada uno de los pares 9, 10, 13, 14 y 15, señalan rechazar la hipótesis planteada. Los valores de “p” demuestran ser menores a (0,05) y “t” disminuye para los pares 9, 10, 13 y 15 y aumenta para el par 11 y 12, por lo que se puede afirmar que existe una diferencia entre los niveles de satisfacción de promoción y supervisión, beneficios, compañeros, trabajo, comunicación. Por otra parte, se encuentran los pares promoción- recompensas y promoción- condiciones que acepta la hipótesis planteada, los valores obtenidos reflejan que “p” o también llamada significación estadística, es igual o mayor a (0,05) y el valor “t” incrementa a (2.58) y (.77) respectivamente, por lo que no hay diferencias significativas entre la percepción que tiene la muestra en relación al nivel de satisfacción entre la promoción y las recompensas contingentes y la promoción y las condiciones de trabajo.

En esta oportunidad la percepción de satisfacción para los empleados es baja, es decir, que se encuentran en un menor nivel satisfechos con los aspectos que definen la promoción. En cuanto a la precisión de la estimación, el recorrido entre los valores superior e inferior arrojan diversos resultados, en esta ocasión el de menor valor son los pares N° 9 y 10 con (0.23) cada uno, siendo estos entonces los más precisos, como se observa en la tabla N° 22.

Tabla 22. Recorrido entre los valores superior e inferior de los pares de promoción.

Pares		Inferior	Superior	Diferencia
Par 9	Promoción – Supervisión	-0.38	-0.15	0.23
Par 10	Promoción – Beneficios	-0.56	-0.33	0.23
Par 11	Promoción – Recompensas	0.03	0.27	0.24
Par 12	Promoción – Condiciones	-0.07	0.17	0.24
Par 13	Promoción – Compañeros	-0.47	-0.16	0.31
Par 14	Promoción – Trabajo	-0.55	-0.3	0.25
Par 15	Promoción – Comunicación	-0.42	-0.1	0.32

Supervisión

A continuación se presenta los resultados de la variable supervisión y su relación con las otras dimensiones que determinan la satisfacción laboral, la supervisión es considerada una variable relevante en diversos estudios, ya que puede determinar el nivel de satisfacción laboral en general partiendo de la premisa de que los supervisores son las personas que están en constante interacción con los empleados y esto puede causar una diferenciación en la satisfacción de su subordinado. Para este estudio esta dimensión estuvo constituida por 4 ítems referentes a: la competencia, justicia e interés que puede tener el supervisor hacia sus subordinados.

Tabla 23. Diferencia relacional entre los pares. Supervisión.

95% Intervalo de confianza para la diferencia									
		Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Inferior	Superior	T	gl	Sig. (bilateral)
Par 16	Supervisión – Beneficios	-.18	.37	.04	-.27	-.09	-4.02	69.00	.00
Par 17	Supervisión - Recompensas	.42	.46	.05	.31	.53	7.71	69.00	.00
Par 18	Supervisión - Condiciones	.31	.46	.05	.21	.42	5.77	69.00	.00
Par 19	Supervisión - Compañeros	-.05	.58	.07	-.19	.09	-.72	69.00	.47
Par 20	Supervisión – Trabajo	-.16	.48	.06	-.27	-.04	-2.73	69.00	.01
Par 21	Supervisión – Comunicación	.01	.49	.06	-.11	.13	.12	69.00	.90

La tabla muestra las diferencias relacionadas entre la supervisión y los pares de las dimensiones que explican la satisfacción laboral entre ellos: beneficios, recompensas, condiciones, compañeros, trabajo y comunicación. En la tabla N° 23 se pueden observar dos grupos de tendencias, una donde se rechazan la hipótesis inicial y otra donde se acepta.

Para los pares: 16, 19, 20 y 21 observamos que la sig. Bilateral o también llamada “p” demuestra ser menor a (0.05) valor referente a la confiabilidad y “t” se estima en (-4.02), (-.72), (-2.73) y (.12) respectivamente. Con lo que se puede afirmar que existe una diferencia entre los niveles de satisfacción entre las dos dimensiones de cada par, indicando que la muestra percibe con mayor o menor satisfacción los aspectos referentes a supervisión, que los referentes a: beneficios, compañeros, trabajo y comunicación. Por otra parte se encuentra los pares: 17 y 18, que acepta la hipótesis planteada, los valores obtenidos reflejan que “p” o también llamada significación estadística es mayor a (0,05) y el valor “t” es de (7.71) y (5.77) respectivamente por lo que no hay diferencias significativas entre la percepción que tiene la muestra en relación al nivel de satisfacción entre la supervisión y: recompensas, condiciones.

Si tomamos en cuenta el recorrido entre los valores superior e inferior que arrojan los resultados podemos determinar que tan precisa son la estimaciones, en esta ocasión se puede considerar que la estimación más precisa es la del par N° 16, ya que el recorrido es el menor, estimándose en (0.18) como se observa en la siguiente tabla N° 24.

Tabla 24. Recorrido entre los valores superior e inferior de los pares de supervisión.

Pares		Inferior	Superior	Diferencia
Par 16	Supervisión – Beneficios	-0.27	-0.09	0.18
Par 17	Supervisión – Recompensas	0.31	0.53	0.22
Par 18	Supervisión – Condiciones	0.21	0.42	0.21
Par 19	Supervisión – Compañeros	-0.19	0.09	0.28
Par 20	Supervisión – Trabajo	-0.27	-0.04	0.23
Par 21	Supervisión – Comunicación	-0.11	0.13	0.24

Beneficios

A continuación se presentan los valores obtenidos al relacionar la dimensión beneficios con las otras dimensiones que explican la satisfacción laboral entre ellas están: recompensas, condiciones, compañeros y trabajo. Con el objeto de observar si existen diferencias entre los niveles de satisfacción en cuanto a la percepción que tienen los empleados sobre estas dimensiones.

Tabla 25. Diferencia relacional entre los pares. Beneficio.

95% Intervalo de confianza para la diferencia									
		Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Inferior	Superior	T	gl	Sig. (bilateral)
Par 22	Beneficios – Recompensas	.60	.44	.05	.50	.70	11.49	69.00	.00
Par 23	Beneficios – Condiciones	.49	.44	.05	.39	.60	9.32	69.00	.00
Par 24	Beneficios – Compañeros	.13	.44	.05	.02	.23	2.46	69.00	.02
Par 25	Beneficios – Trabajo	.02	.48	.06	-.09	.14	.37	69.00	.71
Par 26	Beneficios – Comunicación	.19	.68	.08	.02	.35	2.30	69.00	.02

En esta oportunidad los valores obtenidos para cada uno de los pares 22, 23, 24, 25 y 26, señalan aceptar la hipótesis planteada. Los valores de “p” demuestran ser igual o mayores a (0,05) y “t” toma valores de: (11.49), (9,32), (2,46), (0.37) y (2.30) por lo que se puede

afirmar que no existe una diferencia entre los niveles de satisfacción de beneficios y recompensas, condiciones, compañeros, trabajo, comunicación. En esta oportunidad la percepción de satisfacción para los empleados es alta, es decir, que se encuentran en un mayor nivel satisfechos con los aspectos que definen los beneficios.

En cuanto a la precisión de la estimación, el recorrido entre los valores superior e inferior arrojan diversos resultados en esta ocasión el de menor valor es del par N° 22 con (0.20) siendo este, entonces el más preciso como se observa en la tabla N° 26.

Tabla 26. Recorrido entre los valores superior e inferior de los pares de beneficios.

Pares		Inferior	Superior	Diferencia
Par 22	Beneficios – Recompensas	0.5	0.7	0.20
Par 23	Beneficios – Condiciones	0.39	0.6	0.21
Par 24	Beneficios – Compañeros	0.02	0.23	0.21
Par 25	Beneficios – Trabajo	-0.09	0.14	0.23
Par 26	Beneficios – Comunicación	0.02	0.35	0.33

Recompensas

La tabla que se presenta a continuación refleja los valores obtenidos para la relación que tiene la dimensión recompensa con otras dimensiones como: condiciones, compañeros, trabajo y comunicación que determinan el nivel de satisfacción laboral de los empleados de una organización. La dimensión recompensas estuvo determinada por aspectos como: reconocimiento, apreciación y oportunidades cuando un empleado realiza su trabajo.

Tabla 27. Diferencia relacional entre los pares. Recompensas.

95% Intervalo de confianza para la diferencia									
		Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Inferior	Superior	t	gl	Sig. (bilateral)
Par 27	Recompensas - Condiciones	-.11	.36	.04	-.19	-.02	-2.51	69.00	.01
Par 28	Recompensas - Compañeros	-.47	.45	.05	-.58	-.36	-8.77	69.00	.00
Par 29	Recompensas – Trabajo	-.58	.52	.06	-.70	-.46	-9.36	69.00	.00
Par 30	Recompensas - Comunicación	-.41	.69	.08	-.58	-.25	-5.05	69.00	.00

Los valores obtenidos para cada uno de los pares 27, 28, 29 y 30, señalan rechazar la hipótesis planteada. Los valores de “p” demuestran ser menores a (0,05) y “t” se estima en: (-2,51), (-8,77), (-9,36) y (-5,05) respectivamente por lo que se puede afirmar que existe una diferencia entre los niveles de satisfacción de recompensa y condiciones, compañeros, trabajo, comunicación. En esta oportunidad la percepción de satisfacción para los empleados varia, es decir, que se encuentran en mayor o menor medida satisfechos con los aspectos que definen las combinaciones planteadas. En cuanto a la precisión de la estimación, el recorrido entre los valores superior e inferior arrojan diversos resultados en esta ocasión el de menor valor es del par N° 27 con (0.17) siendo este, entonces el más preciso como se observa en la tabla N° 28.

Tabla 28. Recorrido entre los valores superior e inferior de los pares de recompensas.

Pares		Inferior	Superior	diferencia
Par 27	Recompensas- Condiciones	-0.19	-0.02	0.17
Par 28	Recompensas –Compañeros	-0.58	-0.36	0.22
Par 29	Recompensas- Trabajo	-0.7	-0.46	0.24
Par 30	Recompensas – Comunicación	-0.58	-0.25	0.33

Condiciones

La siguiente tabla presentara los valores obtenidos para los pares relacionados con las condiciones de funcionamiento, en esta dimensión se tomó en cuenta la percepción de satisfacción que tienen los trabajadores en cuanto a la calidad del funcionamiento, las reglas de la organización, así como la burocracia existente en la realización de cada proceso o proyecto.

Tabla 29. Diferencia relacional entre los pares. Condiciones.

		95% Intervalo de confianza para la diferencia							
		Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Inferior	Superior	t	gl	Sig. (bilateral)
Par 31	Condiciones – Compañeros	-.36	.52	.06	-.49	-.24	-5.81	69.00	.00
Par 32	Condiciones - Trabajo	-.47	.48	.06	-.59	-.36	-8.14	69.00	.00
Par 33	Condiciones – Comunicación	-.31	.69	.08	-.47	-.14	-3.70	69.00	.00

Los resultados obtenidos para cada uno de los pares 31, 32 y 33 señalan rechazar la hipótesis planteada. Los valores de “p” demuestran ser menores a (0,05) y “t” se estima en: (-5,81), (-8.14) y (-3,70) respectivamente, en consecuencia se puede afirmar que existe una diferencia entre los niveles de satisfacción de condiciones y compañeros, trabajo. En esta oportunidad la percepción de satisfacción para los empleados no varía, es decir, que se encuentran en menor medida satisfechos con los aspectos que definen las combinaciones establecidas. En cuanto a la precisión de la estimación, el recorrido entre los valores superior e inferior arrojan diversos resultados en esta ocasión el de menor valor es del par N° 32 con (0.23) siendo este, entonces el más preciso como se observa en la tabla N° 30.

Tabla 30. Recorrido entre los valores superior e inferior de los pares de condiciones.

Pares		Inferior	Superior	Diferencia
Par 31	Condiciones – Compañeros	-0.49	-0.24	0.25
Par 32	Condiciones – Trabajo	-0.59	-0.36	0.23
Par 33	Condiciones – Comunicación	-0.47	-0.14	0.33

Compañeros

La tabla siguiente presentará los valores obtenidos para los pares relacionados con los compañeros de trabajo, en esta dimensión se tomó en cuenta la percepción de satisfacción que tienen los empleados en cuanto a la calidad de la relación que desarrollan con sus colaboradores en el tiempo de trabajo, principalmente en el área comunicativa y de la naturaleza del trabajo.

Tabla 31. Diferencia relacional entre los pares. Compañeros.

. 95% Intervalo de confianza para la diferencia									
		Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	Inferior	Superior	t	gl	Sig. (bilateral)
Par 34	Compañeros – Trabajo	-.11	.57	.07	-.24	.03	-1.57	69.00	.12
Par 35	Compañeros – Comunicación	.06	.82	.10	-.14	.25	.58	69.00	.56

La tabla presentada demuestra que para el par N° 34 se rechazar la hipótesis planteada, debido a que los valores de “p” demuestran ser menores a (0,05) y “t” se estima en (-1,57). Se puede afirmar que existe una diferencia entre los niveles de satisfacción de compañeros y trabajo. Mientras que para el par N° 35 compañeros- comunicación se acepta la hipótesis planteada, debido a que los valores de “p” demuestran ser mayores a (0,05) y “t” se estima en (0,58). Se establece que no hay diferencias significativas entre la percepción de satisfacción de los compañeros y la comunicación. En esta oportunidad la percepción de satisfacción para los

empleados varia, es decir, que se encuentran en mayor o menor medida satisfechos con los aspectos que definen las combinaciones establecidas. En cuanto a la precisión de la estimación, el recorrido entre los valores superiores e inferior arrojan diversos resultados en esta ocasión el de menor valor es del par N° 34 con (0.27) siendo este el más preciso, como se observa en la tabla N° 32.

Tabla 32. Recorrido entre los valores superior e inferior de los pares de compañeros.

Pares		Inferior	Superior	diferencia
Par 34	Compañeros –Trabajo	-0.24	0.03	0.27
Par 35	Compañeros – Comunicación	-0.14	0.25	0.39

Trabajo

La siguiente tabla presenta los valores obtenidos para la relación del par naturaleza del trabajo y comunicación, en la primera dimensión se tomó en cuenta la percepción de satisfacción que tienen los empleados en cuanto al sentido que le ven al desarrollo de sus tareas en la organización frente a la calidad del flujo de información que ocurre en la empresa, así como a la calidad del contenido de la información y su concordancia con los objetivos de la misma.

Tabla 33. Diferencia relacional entre los pares. Trabajo.

95% Intervalo de confianza para la diferencia									
		Media	Desviación típ.	Error tít. de la media	Inferior	Superior	T	gl	Sig. (bilateral)
Par 36	Trabajo – Comunicación	.16	.72	.09	-.01	.34	1.90	69.00	.06

Para finalizar los resultados obtenidos del par N° 36 definido por trabajo y comunicación, reflejan que no existe una diferencia entre los niveles de satisfacción de trabajo y comunicación, ya que, los valores de “p” demuestran ser mayores a (0,05) y “t” se estima en (1,90). La percepción de satisfacción para los empleados no varía, es decir, que se encuentran

en mayor medida satisfechos con los aspectos que definen la combinación establecida. En cuanto a la precisión de la estimación, el recorrido entre los valores superior e inferior se estima en (0,35) como se observa en la siguiente tabla.

Tabla 34. Recorrido entre los valores superior e inferior de los pares de compañero.

Pares		Inferior	Superior	diferencia
Par 36	Compañeros –Trabajo	-0.01	0.34	0.35

Estos resultados permiten afirmar que la muestra manifiesta tener una percepción sobre la satisfacción laboral muy diversa en cuanto a las dimensiones que la componen, estableciendo una valoración para la misma en un rango intermedio, marcada principalmente por la percepción que tienen sobre sus funciones, responsabilidades, tareas, así como del rol que ejercen dentro de la organización, por otra parte, se encuentra la percepción positiva que señalan tener hacia los compañeros de trabajo, beneficios, naturaleza del trabajo y en una menor medida hacia la comunicación y la supervisión. A su vez se puede observar la baja satisfacción que percibe la muestra hacia los conceptos de remuneración, promoción, recompensas y condiciones de funcionamiento.

Análisis del gráfico Blox- Plot. Satisfacción Laboral

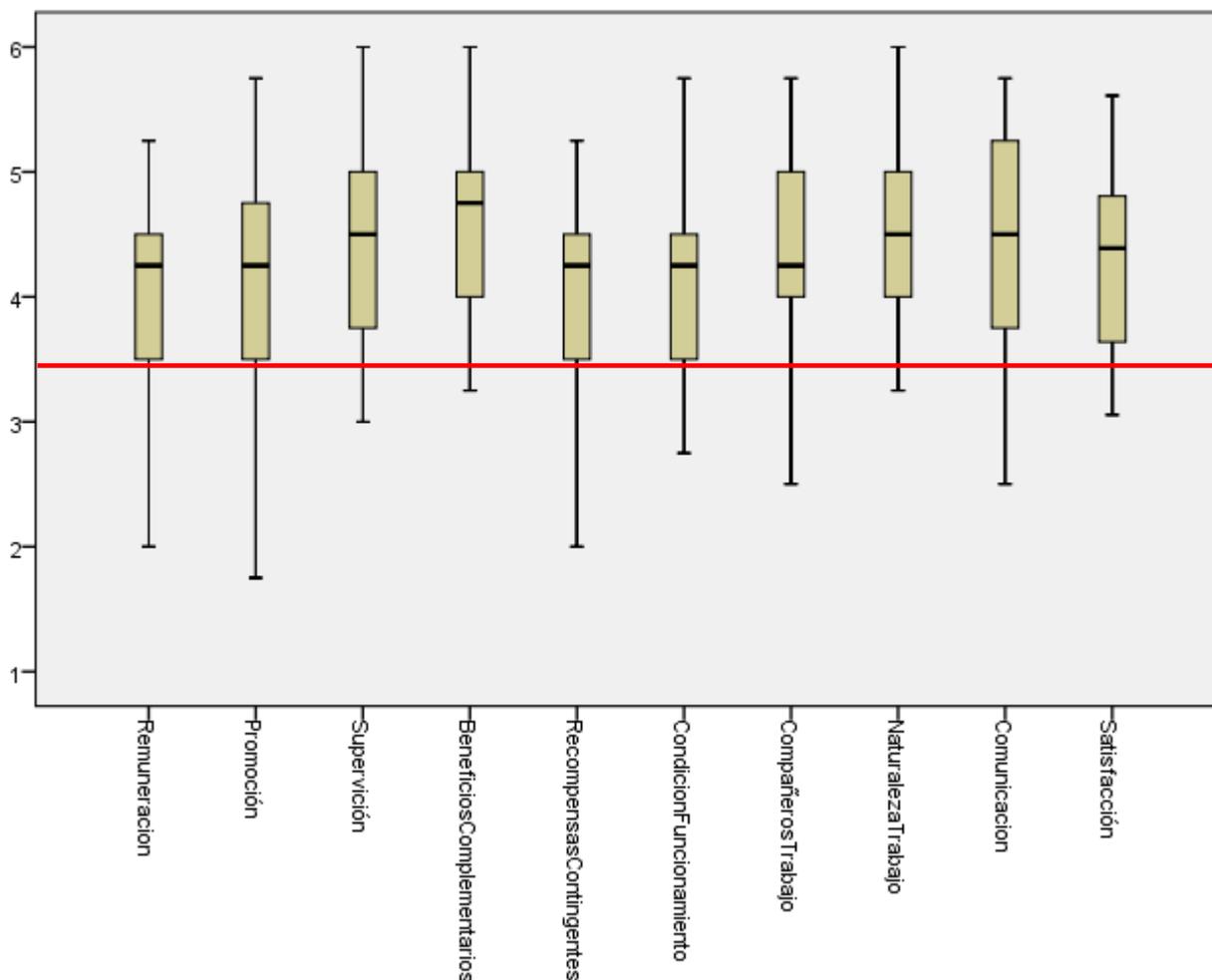


Gráfico 7. Análisis del gráfico Blox- Plot. Satisfacción Laboral

Ahondando un poco más acerca de los resultados obtenidos durante la investigación se puede apreciar gracias a este gráfico, principalmente características de la distribución y dispersión de la muestra, con lo cual se podrá identificar en que aspectos la muestra se concentra más, reflejando tener mayor o menor fuerza. Cabe resaltar los beneficios de tener una muestra más fuerte y en su defecto menos variable entre los cuales podemos mencionar:

- ✓ La identificación de las áreas afectadas con las cuales los empleados se sienten menos satisfechos.

- ✓ Mejora en la toma de decisiones, a la hora de proponer planes de acción que mejoren el nivel de satisfacción de los empleados.

Tomando en cuenta el gráfico anterior, se puede hacer un análisis de los resultados de la muestra. Como se puede observar, para casi todas las variables existe una dispersión considerable, ya que, los cortes de los cuartiles se encuentran separados unos de otros, el caso más crítico se presenta en la variable Promoción, puesto que el Q1, que representa al primer 25%, se encuentra entre estar “en desacuerdo” y “algo en desacuerdo”, estos son dos de los tres ítems más bajo de las respuestas, así mismo el Q4, que equivaldría la posición 100% y en donde se encuentra en el nivel más alto de respuesta, “muy de acuerdo”; los resultados obtenidos reflejan la diversidad de percepciones, de tal modo que se puede decir que esta variable no es fuerte, por el nivel de dispersión que presenta.

Otras de las variables que vale la pena resaltar son las de: remuneración, recompensas y condiciones, que tampoco quedaron bien posicionada con respecto a las demás dimensiones evaluadas, ya que, el gráfico N° 7 refleja que su media a penas sobre pasa el nivel “algo en desacuerdo”, con lo cual se señala un grado de satisfacción bajo por parte de los empleados en cuanto a su percepción de satisfacción para esta dimensión.

Por otro lado, la variable que presento los mejores resultados en cuanto a posicionamiento y fuerza es la dimensión referente a la naturaleza del trabajo, ya que la ubicación de sus cuartiles se encuentran entre las más altas opciones de respuesta “de acuerdo”, “muy de acuerdo”, y en cuanto a la distribución las cajas del gráfico no se posicionan tan alejados unos de otros.

Vale la pena destacar también la dimensión beneficios, debido a que su Q1 presenta la posición más alta en comparación con las demás dimensiones, presentando también una baja dispersión, esto indica que los empleados se encuentran satisfechos con los beneficios recibidos; así como también con la relación con sus compañeros, ya que esta dimensión se encuentra en la misma situación que la mencionada anteriormente.

En general, los resultados obtenidos nos permite determinar que los empleados de esta organización realmente no se encuentran satisfechos ni insatisfechos, ya que el valor obtenido

para la satisfacción laboral en general se estima en (4,28), se puede decir que la satisfacción en la organización se encuentra en un nivel intermedio, ya que, todas las variables presentan medias por encima de “algo en desacuerdo”. Esto es posible observarse en la posición media de la variable satisfacción que refleja el gráfico N° 7, esta última caja representa la satisfacción laboral general de los empleados, y como se puede observar el Q2, está por encima de los valores que representan un nivel de satisfacción aceptable.

Comunicación Organizacional. Descripción del uso de los mecanismos comunicacionales y percepción de los mismos.

Medio/Canal. Normas de la empresa

A continuación, se presentan un conjunto de tablas y gráficos que demuestran diversos mecanismos comunicacionales que funcionan dentro de ServiQuim C.A., su uso dentro de la organización, la información que se maneja mediante estos medios y la procedencia de dicha información.

Tabla 35. Comunicación. Medio/Canal. Normas de la empresa

A través de qué medio recibe usted las normas de la empresa

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Conversaciones	16	22,9	22,9	22,9
Reuniones	22	31,4	31,4	54,3
Teléfono	8	11,4	11,4	65,7
Valid correo electrónico	6	8,6	8,6	74,3
memos y cartas	5	7,1	7,1	81,4
Carteleras	13	18,6	18,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 35 y el gráfico N° 8 señalan a través de qué medios o canal reciben los empleados de Serviquire C.A. con mayor frecuencia la información referente a las normas de la empresa. Como se puede observar el 31,4% o 22 personas de la muestra total, señala que recibe las normas de la empresa mediante reuniones, el 22,9% o 16 personas mediante conversaciones y el 18,6% o 13 personas mediante una cartelera informativa. En menor medida, el resto de la muestra indica que perciben la información a través del teléfono (11,4%), el correo electrónico (8,6%) y, memos y cartas (7,1%).

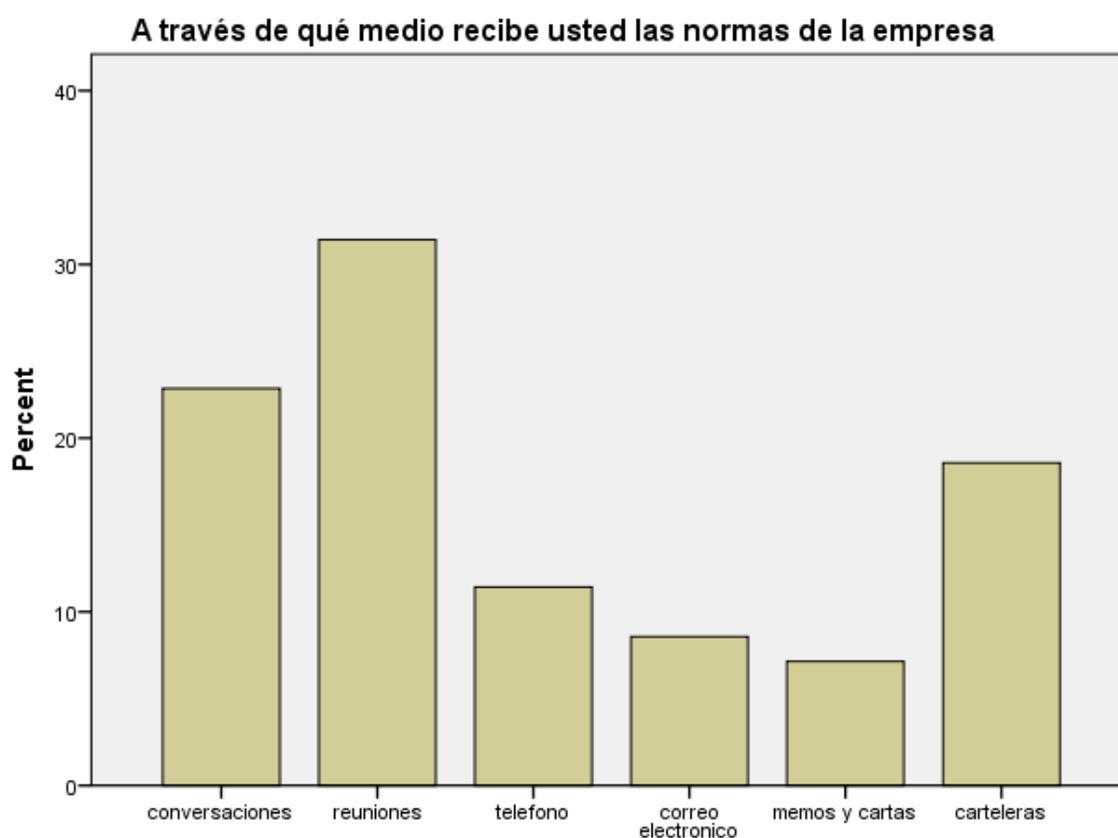


Gráfico 8. Comunicación organizacional.

En esta compañía las normas están para regular las relaciones entre los trabajadores y la empresa, con el propósito de preservar el ambiente laboral y favorecer el desarrollo, es por ello, que es fundamental conocer cuáles son los distintos mecanismos por los cuales se comunican dichas normas.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que pese a la diversidad de opiniones de la muestra estudiada, un grupo considerable de empleados de Serviquim C.A., señala que el medio más utilizado por la empresa para transmitir sus normas es a través de reuniones y el menos utilizado para informar a los empleados de las normas por medio de memos y cartas.

Medio/Canal. Funciones del cargo

Tabla 36. Comunicación. Medio/Canal. Funciones del cargo.

A través de qué medio recibe usted las funciones de su cargo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
conversaciones	16	22,9	22,9	22,9
reuniones	27	38,6	38,6	61,4
teléfono	1	1,4	1,4	62,9
Valid correo electrónico	13	18,6	18,6	81,4
memos y cartas	8	11,4	11,4	92,9
rumores	5	7,1	7,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 36 y el gráfico N° 9 reflejan los medios o canales utilizados por Serviquim C.A., para transmitirles a sus empleados la información precisa referente a las funciones del cargo en el cual se desenvuelven. Como se puede detallar en la tabla el 38,6% o 27 personas de la muestra total, señala que recibe las funciones del cargo mediante reuniones, el 22,9% o 16 personas por conversaciones y el 18,6% o 13 personas por correo electrónico. En menor medida, el resto de la muestra expresa percibir la información a través de memos y cartas (11,4%), rumores (7,1%) y por último, el teléfono (1,4%).

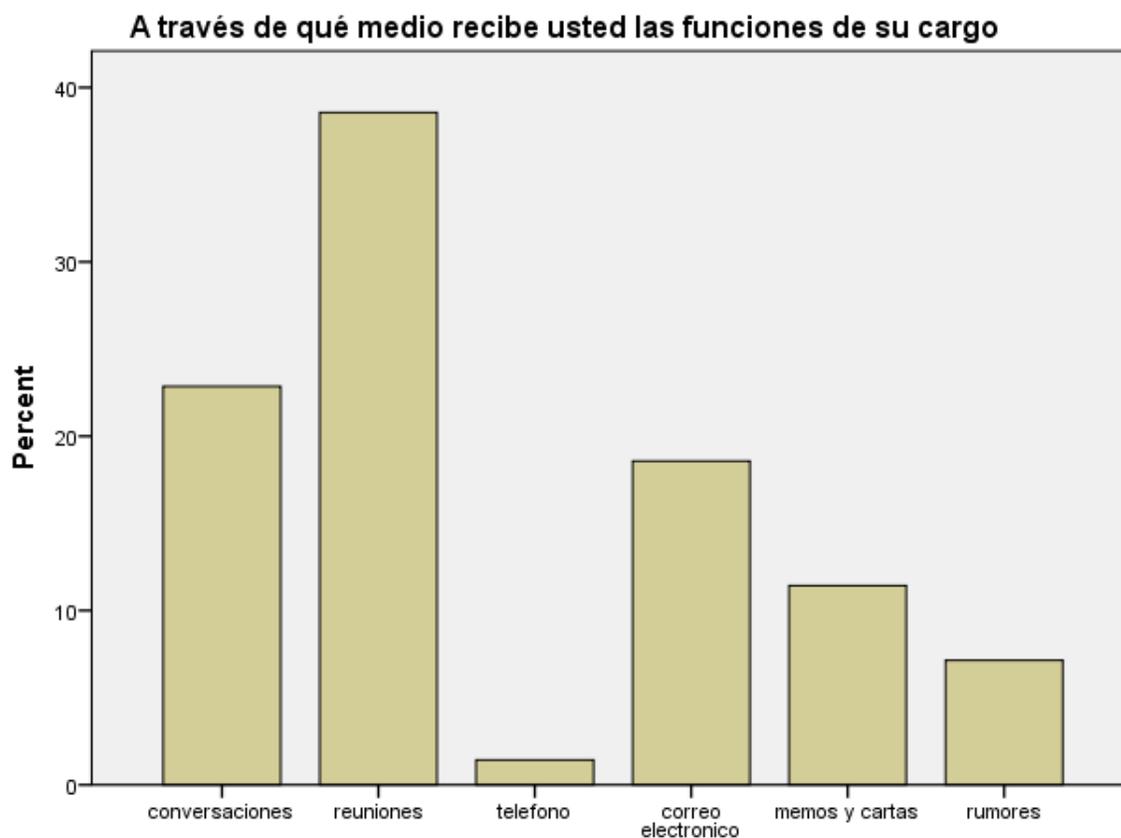


Gráfico 9. Comunicación organizacional.

Las funciones de todos los cargos deben ser notificadas con mucha claridad a cada uno de los trabajadores para evitar distorsiones en sus objetivos fundamentales, por ende, es crucial conocer los medios informativos que hacen vida en esta organización y saber cuál de ellos tiene mayor uso y cual no.

En función de los resultados obtenidos, se puede afirmar que los empleados de la muestra estudiada en su mayoría concuerdan con que el medio menos utilizado por la empresa para transmitir las funciones del cargo que ocupan es por medio del teléfono. Por otro lado, el medio utilizado con mayor frecuencia para comunicar esta información son las reuniones y conversaciones.

Medio/Canal. Cambios internos de la organización.

Tabla 37. Comunicación. Medio/Canal. Cambios internos de la organización.

A través de qué medios se entera usted de los cambios internos de la organización

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
conversaciones	9	12,9	12,9	12,9
reuniones	16	22,9	22,9	35,7
correo electronico	10	14,3	14,3	50,0
Valid memos y cartas	6	8,6	8,6	58,6
carteleras	14	20,0	20,0	78,6
rumores	15	21,4	21,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 37 y el gráfico N° 10 reflejan los medios o canales utilizados por Serviquire C. A, para transmitirles a sus empleados la información referente a los cambios internos de la organización. Como se puede observar el 22,9% o 16 personas de la muestra total señala que recibe información relacionada a los cambios internos en Serviquire C.A., mediante reuniones, el 21,4% o 15 personas por rumores y el 20% o 14 personas por una cartelera informativa. En menor medida, el resto de la muestra dice que recibe la información a través de correo electrónico (14,3%), conversaciones (12,9%) y finalmente, memos y cartas (8,6%).

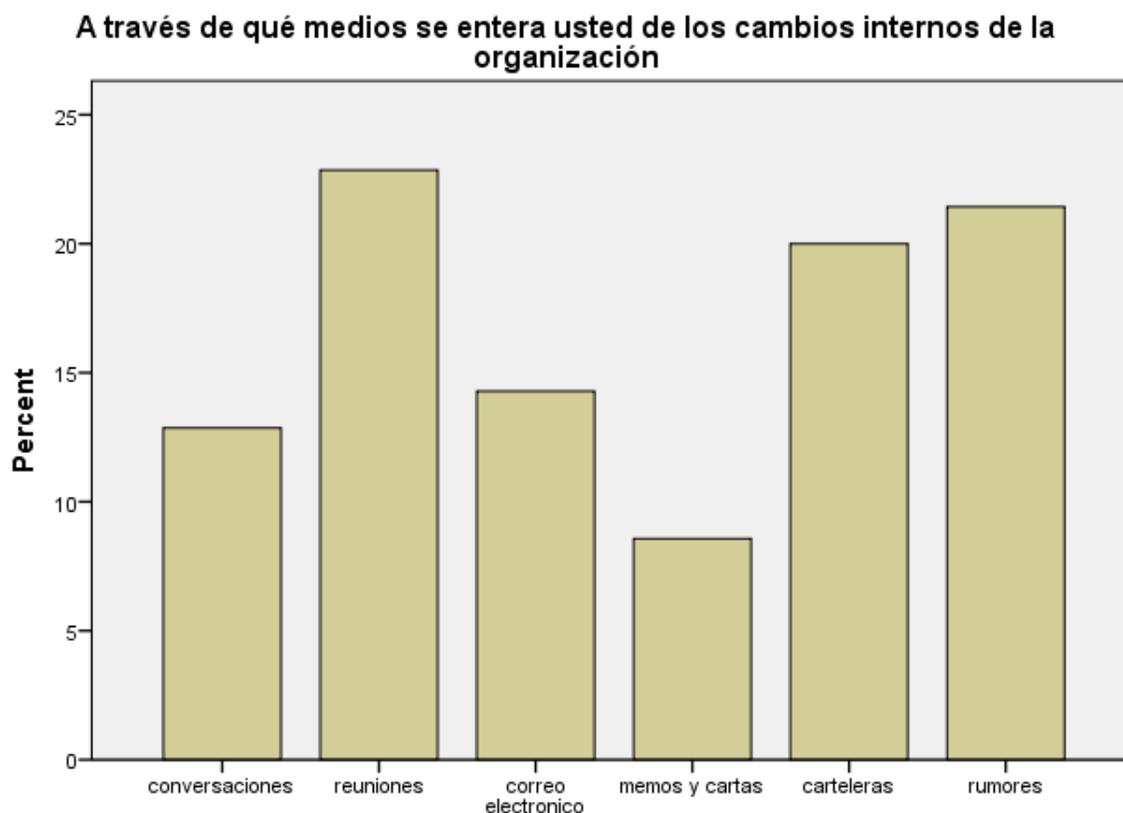


Gráfico 10. Comunicación organizacional.

Los cambios internos están relacionados a aquellas modificaciones que acontecen en todos los niveles estructurales de la organización, donde el medio comunicacional es fundamental para mantener informado a los empleados de dichos cambios y conocer el flujo de información que existe en la compañía.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que los empleados de la muestra estudiada presentan una diversidad en sus respuestas en cuanto al medio por el cual reciben la información referente a los cambios internos de la organización, de tal modo que, los empleados perciben que las reuniones, los rumores y las carteleras son los medios más utilizados para informar acerca de los cambios internos en Serviquim C.A. En menor medida, suelen utilizar las conversaciones, los memos y cartas, y el correo electrónico.

Medio/Canal. Evaluación de desempeño.

Tabla 38. Comunicación. Medio/Canal. Evaluación de desempeño.

Estoy informado de mi evaluación de desempeño mediante

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
conversaciones	21	30,0	30,0	30,0
reuniones	26	37,1	37,1	67,1
teléfono	5	7,1	7,1	74,3
Valid correo electrónico	2	2,9	2,9	77,1
memos y cartas	6	8,6	8,6	85,7
rumores	10	14,3	14,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 38 y el gráfico N° 11 expresan los medios o canales utilizados por Serviquim C.A., para comunicarles a sus empleados la información relacionada a su evaluación de desempeño. Como se puede percibir en la tabla el 37,1% o 26 personas de la muestra total señala que recibe información referente a su evaluación de desempeño mediante reuniones, el 30% o 21 personas por conversaciones y el 14,3% o 10 personas por rumores. Finalmente, el resto de la muestra indica que recibe la información a través de memos y cartas (8,6%), por teléfono (7,1%) y por correo electrónico (2,9%).

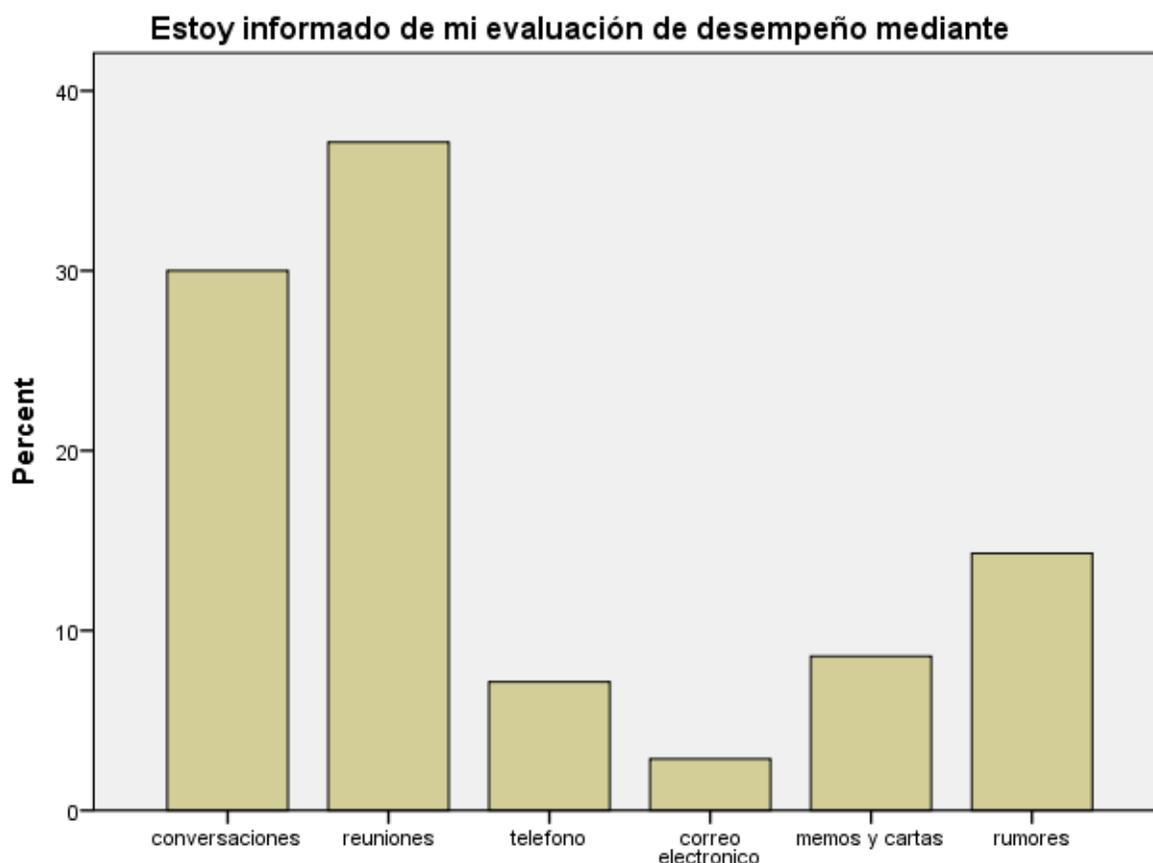


Gráfico 11. Comunicación organizacional.

Las distintas evaluaciones de desempeño que reciben los trabajadores, son llevadas a cabo con la finalidad de conocer el rendimiento laboral y gestionar al capital humano, es por ello que, se considera importante saber el medio por el cual cada trabajador es informado sobre su desempeño.

En función de los resultados obtenidos, se puede certificar que los trabajadores de la muestra estudiada, perciben información referente a su evaluación de desempeño a través de reuniones, conversaciones y rumores consecutivamente. Como se detalla en el gráfico anterior, el resto de la muestra recibe la información sobre su evaluación de desempeño por medio de memos, por el teléfono y por correo electrónico.

Medio/Canal. Cursos de entrenamiento.

Tabla 39. Comunicación. Medio/Canal. Cursos de entrenamiento.

Recibo información sobre los cursos de entrenamiento mediante				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	5	7,1	7,1	7,1
	8	11,4	11,4	18,6
	14	20,0	20,0	38,6
Valid	16	22,9	22,9	61,4
	16	22,9	22,9	84,3
	11	15,7	15,7	100,0
Total	70	100,0	100,0	

De acuerdo a la tabla N° 39 y el gráfico N° 12 los medios o canales percibidos por los empleados de Serviquim C.A., por el cual reciben información referente a cursos de entrenamiento, es principalmente por memos y cartas y por carteleras, donde cada uno posee el 22,9% o 16 personas de la muestra total. El 20% o 14 personas de la muestra señala que perciben este tipo de información a través de correo electrónico, el 15,7% o 11 personas por rumores. En menor medida, el 11,4% señala que la información la recibe por medio del teléfono y el 7,1% por conversaciones.

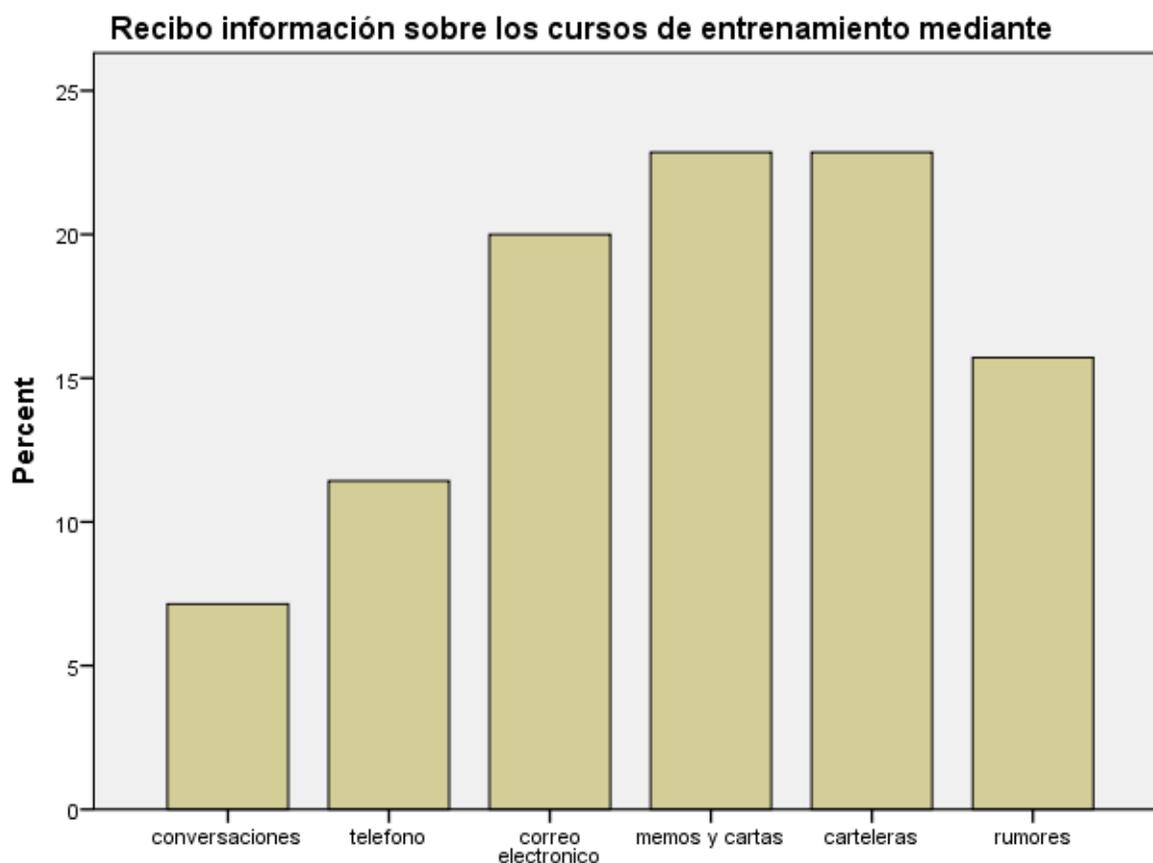


Gráfico 12. Comunicación organizacional.

Los cursos de entrenamientos son mecanismos para adiestrar al capital humano con el propósito de adaptarlo a las necesidades de la organización. El interés de conocer el medio por el cual se informan sobre estos cursos nace de la necesidad de indagar que tan comunicados están los trabajadores.

La gráfica anterior demuestra la variación de respuestas en cuanto al medio por el cual es percibida la información relacionada a los cursos de entrenamiento. Estos resultados reflejan que, los memos y cartas, y la cartelera son los medios comunicativos más utilizados al momento de recibir la información sobre dichos cursos, ya que poseen la misma cantidad de personas. Seguido de ellos están, el correo electrónico, los rumores, el teléfono y las conversaciones.

Emisor. Normas de la empresa.

Tabla 40. Comunicación. Emisor. Normas de la empresa.

Recibo información sobre las normas de la empresa de:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
alta gerencia	22	31,4	31,4	31,4
Valid jefe superior inmediato	48	68,6	68,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 40 y el gráfico N° 13 indica quienes o cuales áreas jerárquicas de Serviquire C.A. emite a los empleados información referente a las normas de la empresa. Como se puede detallar en la tabla el 68,6% o 48 personas de la muestra total señala que el emisor de las normas de la empresa es el jefe superior inmediato y el 31,4% o 22 personas es la alta gerencia. Es importante destacar que las normas de la empresa no son recibidas por el personal del mismo nivel (0%), ni por los subordinados (0%).



Gráfico 13. Comunicación organizacional.

Estos resultados reflejan que la mayoría de los empleados del total de la muestra reciben las normas de la empresa a través del jefe superior inmediato y el resto de la alta gerencia. Por ende, se puede decir que, gran parte de la muestra tiene mayor comunicación de información relacionada a las normas de la empresa con el jefe superior inmediato.

Por otro lado, para el total de la muestra estudiada no se encontró la transmisión de normas por medio de los subordinados, ni por el personal del mismo nivel.

Emisor. Funciones del cargo.**Tabla 41.Comunicación. Emisor. Funciones del cargo.**

Recibo información sobre mis funciones del cargo de:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
jefe superior inmediato	44	62,9	62,9	62,9
Valid personal del mismo nivel	26	37,1	37,1	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 41 y el gráfico N° 14 exterioriza quienes o que áreas jerárquicas de Serviquire C.A. transmite a los empleados información relacionada a las funciones del cargo. A continuación se observa que el 62,9% o 44 personas de la muestra total indica que las funciones del cargo las recibe del jefe superior inmediato y el 37,1% o 26 personas del personal del mismo nivel. Se puede constatar en la muestra que la alta gerencia (0%) y los subordinados (0%) no transmiten funciones del cargo.



Gráfico 14. Comunicación organizacional.

Partiendo de los resultados obtenidos se puede demostrar que la mayor parte de la muestra recibe información de sus funciones de cargo del jefe superior inmediato y el restante del personal del mismo nivel.

Con esto se expone que el mayor flujo de comunicación en relación a las funciones de los cargos se tiene con el jefe superior inmediato. Así mismo, se apreció en la muestra encuestada que no existe transmisión de información sobre las funciones del cargo por parte de los subordinados, ni la alta gerencia.

Emisor. Cambios internos.**Tabla 42. Comunicación. Emisor. Cambios internos.**

Recibo información sobre los cambios internos de:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
alta gerencia	19	27,1	27,1	27,1
jefe superior inmediato	29	41,4	41,4	68,6
personal del mismo nivel	22	31,4	31,4	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 42 y el gráfico N° 15 revela quienes o cuales áreas jerárquicas de ServiQuim C.A. informan a los empleados sobre los cambios internos que tiene la organización. En primer lugar está el jefe superior inmediato con el 41,4% o 29 personas de la muestra total, le sigue el personal del mismo nivel con el 31,4% o 22 personas y la alta gerencia con el 27,1% o 19 personas. Finalmente se pudo observar que la muestra no recibe esta información por parte de los subordinados (0%).

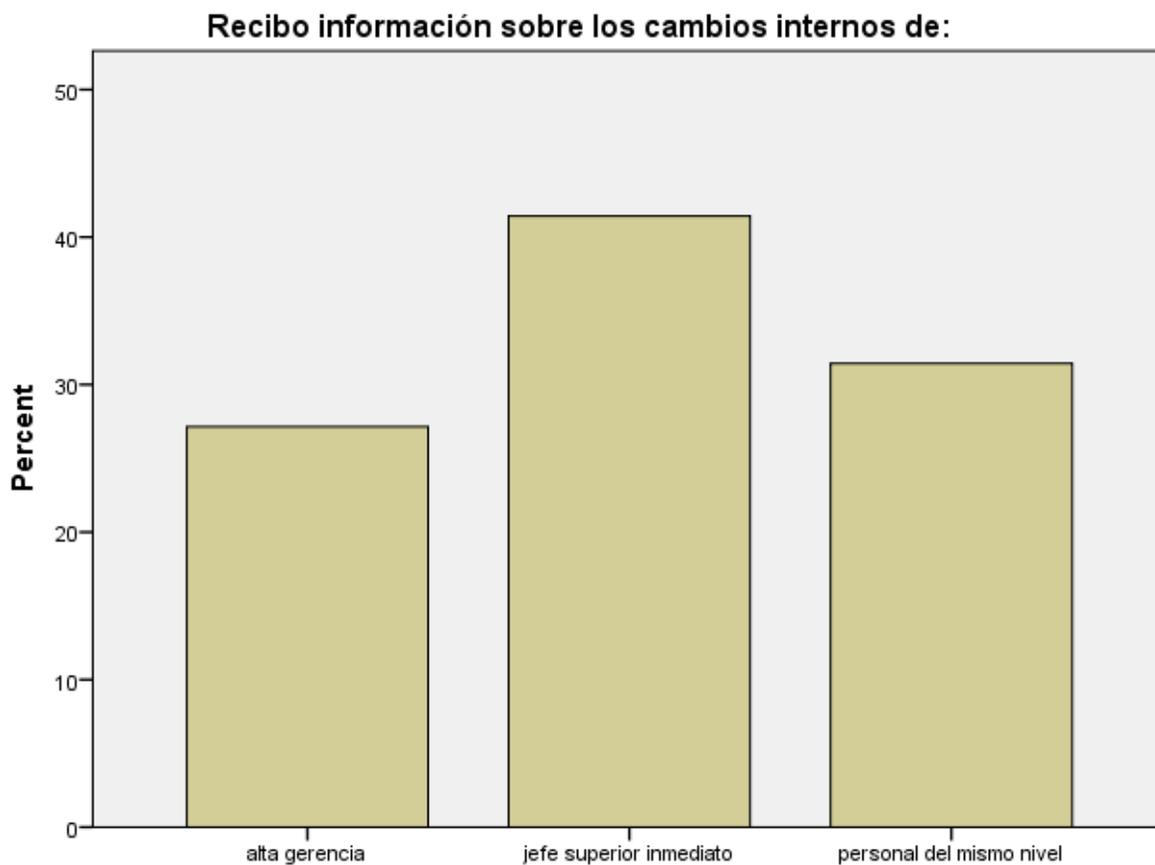


Gráfico 15. Comunicación organizacional.

Esta grafica refleja que en la muestra estudiada existe una mayoría que recibe la información sobre cambios internos por parte del jefe superior inmediato, y el resto, casi por igual, lo reciben del personal del mismo nivel y la alta gerencia consecutivamente. Finalmente con los subordinados no hay comunicación.

Emisor. Evaluación de desempeño.**Tabla 43. Comunicación. Emisor. Evaluación de desempeño.**

Recibo información sobre mi evaluación de desempeño de:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
alta gerencia	13	18,6	18,6	18,6
jefe superior inmediato	23	32,9	32,9	51,4
Valid personal del mismo nivel	14	20,0	20,0	71,4
subordinados	20	28,6	28,6	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 43 y el gráfico N° 16 indica quienes o cuales áreas jerárquicas de ServiQuim C.A. emiten a los empleados información relacionada a su evaluación de desempeño en la organización. Como se puede puntualizar en la tabla el 32,9% o 23 personas de la muestra total encuestada señala que lo hace el jefe superior inmediato, el 28,6% o 20 personas los subordinados, el 20% o 14 personas el personal del mismo nivel y por último, el 18,6% o 13 personas la alta gerencia.

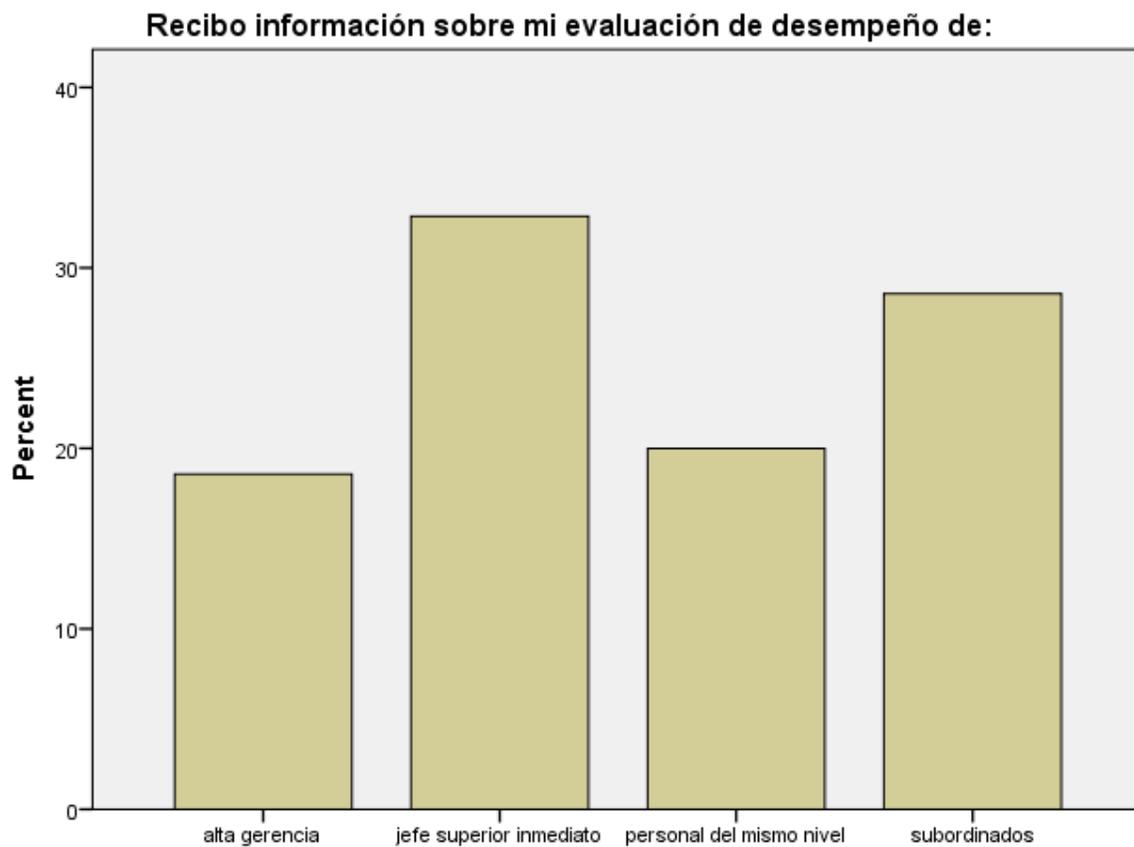


Gráfico 16. Comunicación organizacional.

Estos resultados reflejan que no hay grandes diferencias porcentuales entre una respuesta y otra, por lo que se percibe diversidad en las respuestas. En primer lugar, está el jefe superior inmediato, siendo este el que tiene más comunicación sobre la evaluación de desempeño con la muestra seleccionada, seguidamente se encuentra los subordinados, el personal del mismo nivel y la alta gerencia consecutivamente.

Emisor. Cursos de entrenamiento.**Tabla 44. Comunicación. Emisor. Cursos de entrenamiento.**

Recibo información sobre los cursos de entrenamiento de:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
alta gerencia	6	8,6	8,6	8,6
jefe superior inmediato	32	45,7	45,7	54,3
Valid personal del mismo nivel	15	21,4	21,4	75,7
subordinados	17	24,3	24,3	100,0
Total	70	100,0	100,0	

La tabla N° 44 y el gráfico N° 17 indica quienes o cuales áreas jerárquicas de Serviquire C.A. emiten información a los empleados sobre los cursos de entrenamiento que tiene la empresa. En primer lugar está, el jefe superior inmediato con el 45,7% o 32 personas del total de la muestra, le siguen los subordinados con el 24,3%, o 17 personas, el personal del mismo nivel con el 21,4% o 15 personas y la alta gerencia con el 8,6% o 6 personas.

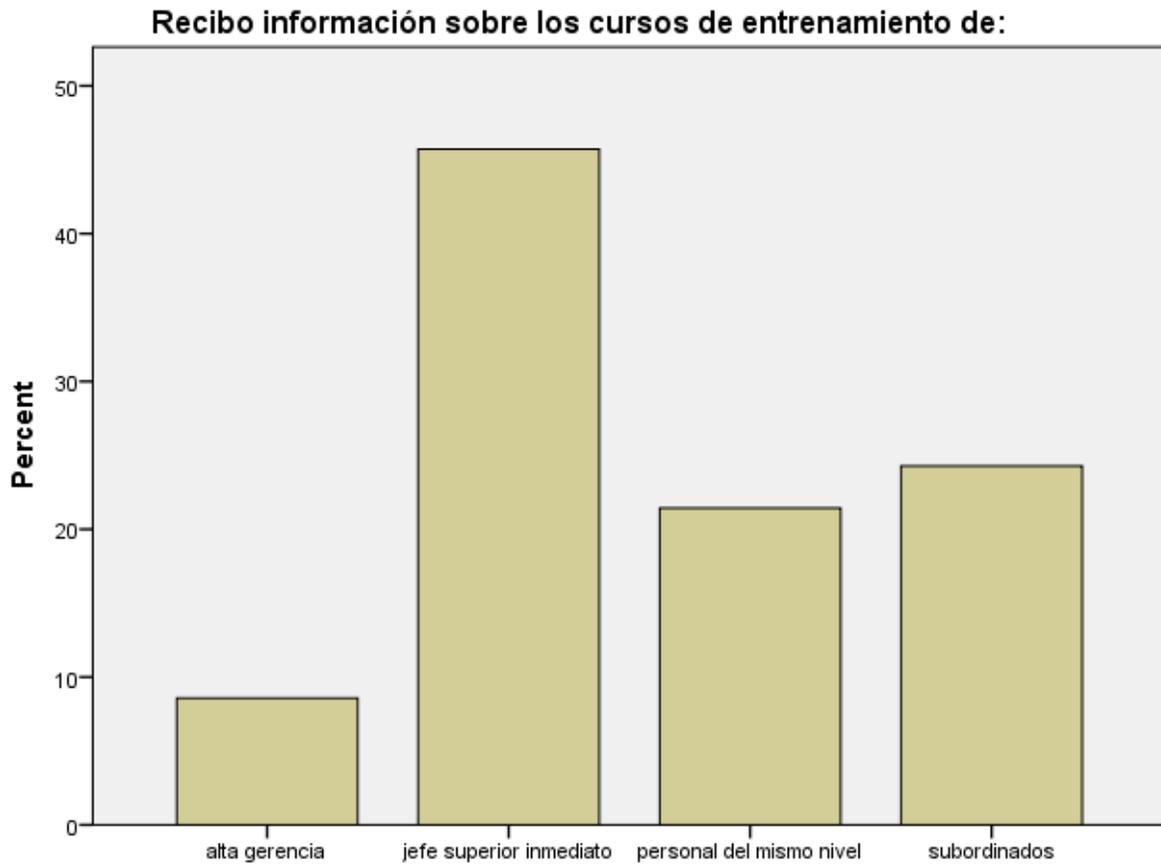


Gráfico 17. Comunicación organizacional.

Esta gráfica expresa que en la muestra persiste una mayoría que recibe la información sobre los cursos de entrenamiento de la empresa a través del jefe superior inmediato. Seguidamente, una fracción mediana, lo perciben casi por igual, de los subordinados y del personal del mismo nivel, y finalmente una menor parte de la alta gerencia. Se puede evidenciar que la comunicación sobre los cursos de entrenamiento se da principalmente con el jefe superior inmediato.

Análisis del gráfico Blox- Plot. Satisfacción Laboral y la Comunicación Organizacional.

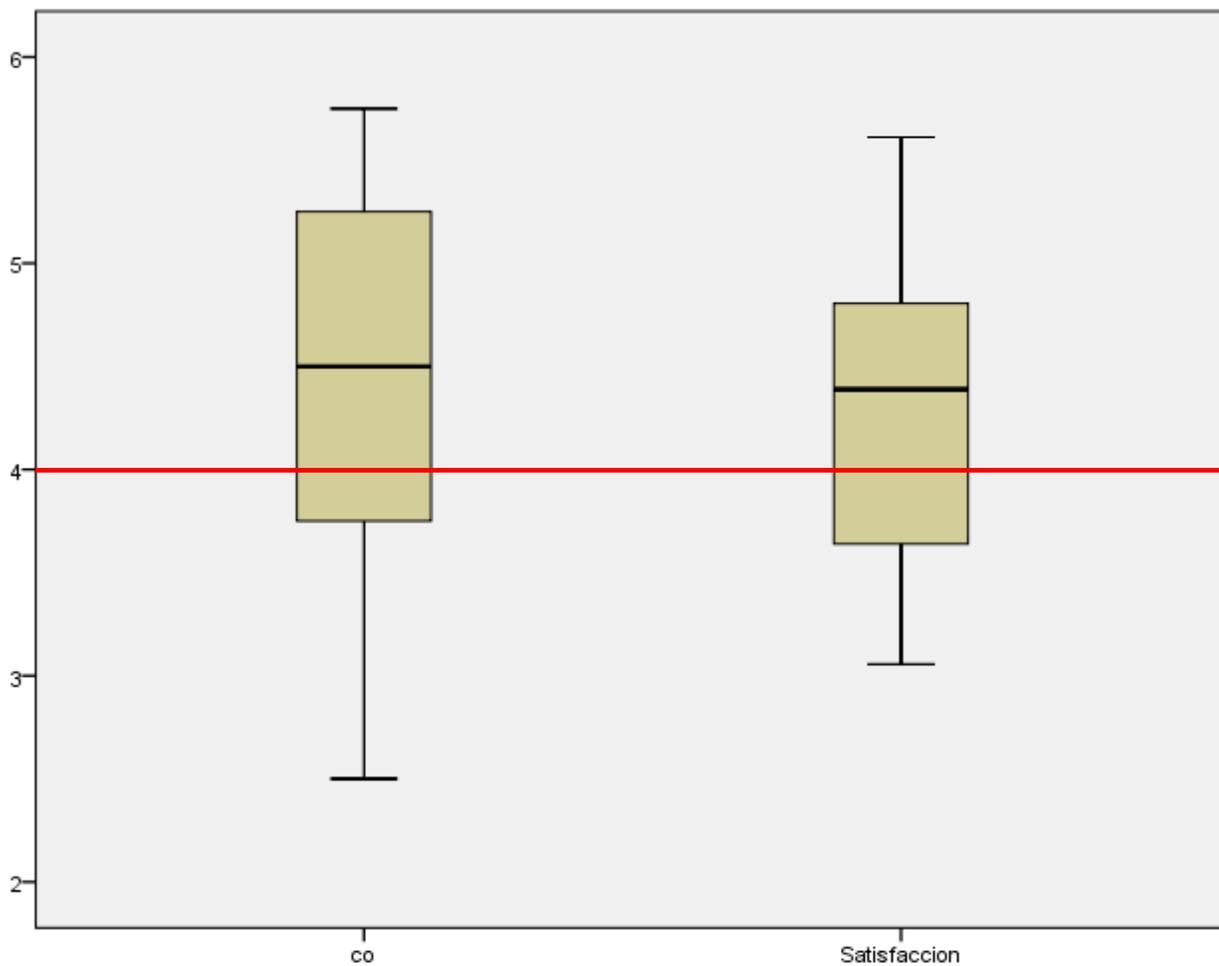


Gráfico 18. Blox- Plot. Satisfacción Laboral y la Comunicación Organizacional.

Tabla 45. Estadísticos descriptivos comunicación y satisfacción laboral.

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Comunicación	2,91	,42	70
Satisfacción	4,28	,70	70

De acuerdo a los resultados obtenidos en relación a la percepción que tienen los empleados de ServiQuim en cuanto a: el nivel de satisfacción laboral y la comunicación organizacional se puede apreciar, gracias a este gráfico, las características de distribución y dispersión de la muestra, con lo cual se logra identificar que la muestra refleja una alta dispersión en cuanto a los aspectos que determinan la comunicación, reflejando tener una menor fuerza y una alta variabilidad en sus opciones de respuesta, con una media de (2,91) la muestra se concentra mayormente en las opciones “algo de acuerdo” y “de acuerdo”.

Tomando en cuenta el gráfico anterior, se puede observar, para la variable comunicación, una dispersión considerable, ya que, los cortes de los cuartiles se encuentran separados unos de otros, puesto que el Q1, que representa al primer 25%, se encuentra entre estar “en desacuerdo” y “algo en desacuerdo”, estos son dos de los tres ítems más bajo de las respuestas, así mismo el Q4, que equivaldría la posición 100% y en donde se encuentra en el nivel más alto de respuesta, “muy de acuerdo”; los resultados obtenidos reflejan la diversidad de percepciones, de tal modo que se puede decir que esta variable es menos fuerte, por el nivel de dispersión que presenta.

Sin embargo, al observar la variable satisfacción, la cual no solo involucra dentro de su estudio a la comunicación sino a otros elementos como: remuneración, promoción, supervisión, beneficios, recompensas, condiciones, compañeros de trabajo y naturaleza del trabajo, se puede evidenciar que la muestra percibe un nivel de satisfacción intermedio, ya que, el Q1, que representa al primer 25%, se encuentra entre estar “algo de acuerdo”, “de acuerdo”, estos dos de los tres ítems más altos de las respuestas, así mismo el Q4, que equivaldría la posición 100% y en donde se encuentra en el nivel más alto de respuesta, “muy de acuerdo” se concentra una parte de la muestra considerable pese a la diversidad de sus respuestas.

Análisis de correlación de las variables: Satisfacción Laboral y Comunicación Organizacional.

La correlación entre variables pretende determinar el nivel de relación existente entre las mismas, para este estudio se consideró aplicar una correlación lineal o simple entre dos variables cuantitativas, comunicación organizacional (X) y satisfacción laboral (Y). Los valores obtenidos varían de acuerdo al nivel de relación existente, de tal modo que, los resultados deben fluctuar entre los límites +1 y -1 indicando así el grado de asociación entre las variables estudiadas. El valor +1 demuestra una correlación positiva, grande y perfecta en donde los valores de las dos variables varían de manera similar, es decir, que los valores que crecen o decrecen en (X) tienden a crecer o decrecer en (Y) y el valor -1 demuestra un correlación negativa actuando de forma contraria a la positiva. Por otra parte el valor “r” cuando es igual a cero señala que no existe una correlación entre las variables estudiadas.

La manera más sencilla de tener una idea de cómo se comporta la relación entre dos variables es a través de un diagrama de dispersión, el cual demuestra gráficamente la distribución de un conjunto de puntos, mientras más relación exista entre las variables, los puntos se ordenarán de forma lineal, mientras los puntos se encuentren más dispersos menos relación tienen las variables entre sí.

A continuación se presentan los resultados obtenidos para este estudio en cuanto a la relación de las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral.

Tabla 46. Correlación entre las variables comunicación y satisfacción labora.

		Correlations	
		Satisfacción	Comunicación
Pearson Correlation	Satisfacción	1	-0.002
	Comunicación	-0.002	1
N	Satisfacción	70	70
	Comunicación	70	70

De acuerdo a los resultados obtenidos para identificar el nivel de relación existente entre las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral, se obtuvo una correlación lineal nula, es decir, que no existe una relación entre la comunicación organizacional en los niveles de satisfacción laboral, si bien es uno de los factores que se toma en cuenta para determinar el grado de satisfacción de los empleados de Serviquim, se ha demostrado que la comunicación no es el único elemento que influye en los niveles de satisfacción que perciben los empleados, de tal modo que, si la satisfacción se encuentra en un nivel medio en donde los empleados perciben que no están ni altamente satisfechos ni insatisfechos, estos niveles no vienen determinados solo por el factor comunicación, que a través de los resultados obtenidos anteriormente se puede decir que la comunicación tampoco se encuentra en niveles óptimos dentro de la organización.

A continuación se demuestra a través de un diagrama de dispersión la poca relación que existe entre las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral.

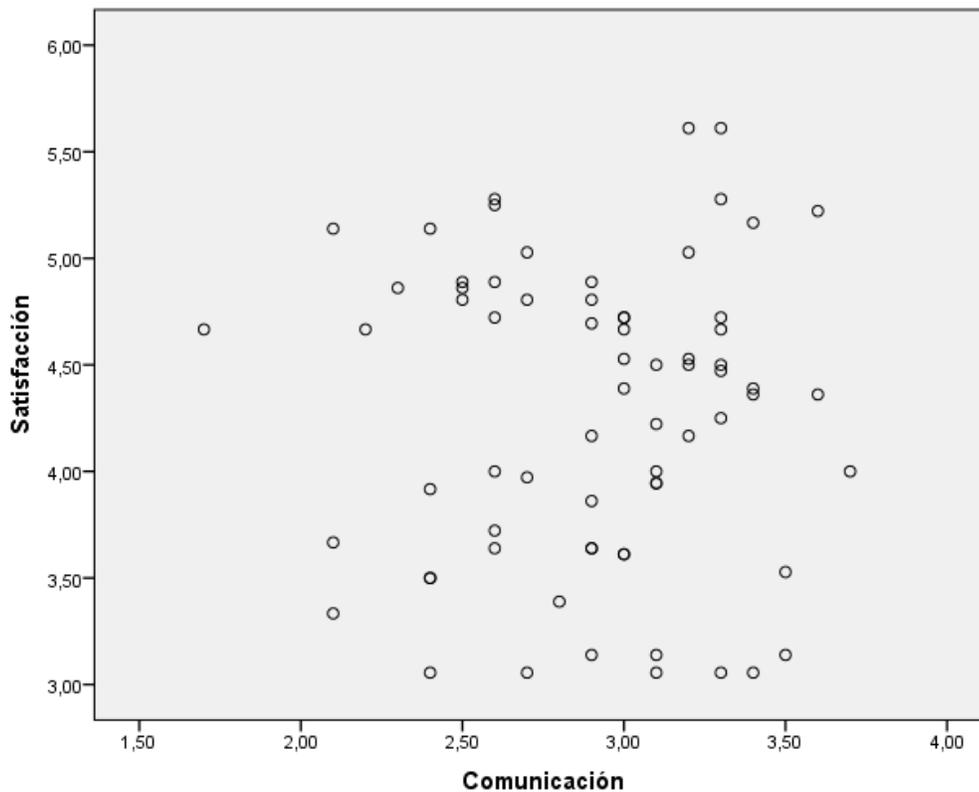


Gráfico 19. Comunicación organizacional y satisfacción laboral.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Partiendo del análisis de los resultados obtenidos de este estudio, el cual pretende determinar el nivel de relación que hay entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los empleados de Serviquim C.A., por medio de una muestra de 70 personas, pertenecientes a una población de 153 trabajadores, se presentan a continuación las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

1. Se logró identificar el nivel de satisfacción laboral de los empleados de la empresa, a partir de: la remuneración, promoción, supervisión, beneficios, recompensas, condiciones de trabajo, compañeros, naturaleza del trabajo y comunicación. Para conocer dicho nivel primero se calculó el valor de la media de la variable satisfacción, siendo esta de 4,28, indicando que actualmente existe un nivel medio de satisfacción laboral en la muestra estudiada. Posteriormente, se analizó y relacionó las distintas dimensiones obteniendo como resultado concluyente que los trabajadores no están satisfechos ni insatisfechos, esto debido a que todas las dimensiones estudiadas presentan medias que se encuentran posicionadas por encima de “algo en desacuerdo”.
2. Se pudo conocer los mecanismos comunicacionales que funcionan dentro de la organización. Actualmente la organización utiliza como medios para transmitir la información: conversaciones, reuniones, teléfono, correo electrónico, memos y cartas, carteleras y rumores. En este punto concluimos que todos estos medios son utilizados

en algún momento por la empresa para emitir diversos tipos de información entre ellas: normas de la empresa, funciones del cargo, cambios internos, evaluación de desempeño y cursos de entrenamiento. Es importante destacar que los medios utilizados por Serviquim C. A., dependerá de la información que desean suministrarle a sus empleados.

3. Luego de describir los distintos mecanismos de comunicación que hacen vida en la empresa se determinó que el medio más utilizado para transmitir: las normas de la organización (31,4%), las funciones del cargo (38,6%), la evaluación de desempeño (37,1%) y los cambios internos (22,9%) es a través de reuniones. Por otra parte los cursos de entrenamiento son comunicados principalmente por memos y cartas y por cartelera expresado por el 22,9% de la muestra para cada uno. En conclusión, se puede denotar que el medio comunicacional más usado por Serviquim C.A. para informarle a sus trabajadores sobre los temas de interés es por medio de reuniones, exceptuando los cursos de entrenamiento que son notificados por memos y cartas y por cartelera.
4. En función del uso de los medios de comunicación por parte de la empresa podemos conocer la percepción que tienen los empleados sobre los mecanismos comunicacionales y que tan influyentes son en los niveles de satisfacción laboral. En principio las normas de la empresa, las funciones del cargo, los cambios internos, la evaluación del desempeño y los cursos de entrenamiento son informados mayormente a los empleados por el jefe superior inmediato principalmente por reuniones, cartelera, memos y cartas. Las características de dispersión y distribución de la muestra estudiada refleja una alta dispersión en cuanto a los aspectos que determinan la comunicación, demostrando tener una alta variabilidad en sus opciones de respuestas. En conclusión, con una media de 2,91, la muestra estudiada percibe la comunicación en la organización, como una comunicación ni buena ni mala.
5. En conclusión se logró comprobar que no existe una relación directa entre las variables comunicación organizacional y satisfacción laboral. De acuerdo al coeficiente de correlación de Pearson obtenido (-0,002).

Finalmente se logró determinar el nivel de relación que existe entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral de los empleados de una empresa de consumo masivo. De acuerdo a los resultados obtenidos se puede afirmar que la satisfacción laboral no viene determinada solamente por el nivel de comunicación que se maneje en la organización sino a su vez por otros factores. En conclusión no existe una relación directa entre estas dos variables.

Recomendaciones

Partiendo de los análisis y conclusiones expuestas se presentan a continuación un conjunto de recomendaciones para mejorar los niveles de comunicación y satisfacción organizacional en Serviquirem C. A. Se recomienda:

1. Que las investigaciones futuras tomen en cuenta un análisis de la comunicación organizacional más completo, con el fin de medir mejor el comportamiento de esta variable.
2. Desarrollar los mecanismos comunicacionales existentes en Serviquirem C. A, con el fin de que la información fluya de manera constante dentro de la organización a todos los niveles jerárquicos y funcionales.
3. Aplicar un instrumento de medición de comunicación organizacional cada cierto período con el fin de que la empresa tenga conocimiento del status actual de la comunicación y proponer planes de acción que mejoren el nivel de comunicación de los empleados de Serviquirem C.A.
4. Mejorar la correlación entre esfuerzo-recompensa-deseos, ofreciendo bonos extras o algún otro tipo de incentivos no económico cuando se logre cumplir los objetivos de la organización. Implementar un sistema de recompensas justas que incluyan mejorar la política de promoción existente, ya que, los empleados de Serviquirem C. A, señalan no estar satisfechos con los niveles de promoción actuales.
5. Realizar un análisis más completo sobre la satisfacción laboral tomando en cuenta otras teorías.

BIBLIOGRAFÍA

ABRAJAN, M. (2009 Enero-Junio). Grado de satisfacción laboral y condiciones de trabajo: una exploración cualitativa. [Homepage]. Recuperado el día 17 de Abril de 2013 de http://www.cneip.org/documentos/revista/CNEIP_14_1/Abrajan_Castro.pdf

ALBIZU, E. (1992) El plan de comunicación interna, Un paso adelante. Cuadernos de Gestión, n° 14.

ARGULLÓ T. (2006) Sociopsicología del trabajo. Editorial UOC, España.

ARIAS, F (1999). El Proyecto de Investigación. Editorial Episteme. Tercera Edición. Caracas.

ARIAS, F (2006) El Proyecto de investigación. Introducción a la Metodología Científica. Editorial Episteme, Quinta Edición. Caracas.

BAIZ, A., GARCÍA E. (2006 Octubre). Relación entre la comunicación organizacional y la satisfacción laboral. Caso Luvebras.

[Homepage]. Recuperado el día 16 de Mayo de 2013 de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ7124.pdf>

BERLO, D. (2000) El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Editorial El Ateneo. Segunda Edición. Buenos Aires.

BONILLA, C. (2006). Comunicación organizacional en la sociedad global.

[Homepage]. Recuperado el día 30 de marzo de 2013 de <http://web.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=e1e4b170-d651-43c2-a472-226ad7d8b547%40sessionmgr10&vid=2&hid=19>

CARRERA Y VÁZQUEZ (2007) Técnicas en el Trabajo de Investigación. Editorial Panapo. Caracas. Venezuela.

CHIANG, NÚÑEZ, MARTIN (2010) Relaciones entre el clima organizacional y la satisfacción laboral. Editorial Univ. Pontifica Comillas, España.

CHIAVENATO, I. (2006) Introducción a la Teoría General de la Administración, Séptima Edición, McGraw-Hill Interamericana, Pág. 110.

DI NARDO, Y. (2005 Septiembre). Satisfacción laboral, comunicación interna, sexo, edad, nivel educativo, antigüedad y nivel de cargo: un análisis de ruta.

[Homepage]. Recuperado el día 16 de Mayo de 2013 de

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ5056.pdf>

DÍEZ, S. (2010) Técnicas de comunicación: La comunicación en la empresa. Ideaspropias Editorial S.L., España.

FERNÁNDEZ COLLADO C., (1991) La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas, México.

FERNÁNDEZ COLLADO C., DAMKE G. (1986) La Comunicación Humana, Edt. Mc Graw Hill. Ciudad de México. México.

FERNANDEZ, C. (1999) La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Trillas, México.

GALAZ; CONTRERAS (2003) La satisfacción laboral de los académicos mexicanos en una universidad estatal pública: la realidad institucional bajo la lente del profesorado. Editorial ANUIES, México.

GARCÍA, B. (2011 Enero) Diagnóstico de comunicación organizacional interna en las agencias de viajes de Bahías de Huatulco, Oaxaca. [Homepage]. Recuperado el 9 de Julio de

http://www.umar.mx/tesis_HX/TESIS_UMAR_HUATULCO/GARCIA-ROSADO-CC/GARCIA-ROSADO-CC.pdf

GARCIA RUEDA J.J. (2007) E-learning en la empresa: ¿hay sitio para el aprendizaje informal? Quaderns Digitals: Revista de nuevas tecnologías y sociedad, p. 1-18

GARCIA & URREA (1997) Análisis de la Gestión de Comunicación Organizacional en Empresas del Sector Privado del Área Metropolitana de Caracas. Tesis. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas

GIBSON; IVANCEVICH; DONNELLY (1996) Las Organizaciones: Comportamiento, Estructuras y Procesos. Editorial IRWIN.

GIL A., GUARNÉ B., LÓPEZ D., RODRÍGUEZ I., VÍTORES A. (2005) Tecnologías sociales de la comunicación. Volumen 33. Editorial UOC. Barcelona.

GONZALEZ. M. (2006), Habilidades directivas. Editorial Innovación y Cualificación, S.L, España.

GONZALEZ. M. (2012), Habilidades directivas. Editorial Innovación y Cualificación, S.L, España.

GREEN, S. BLANK, W. Y LIDEN, R. (1983) Market and organizational influences on bank employees work attitudes and behaviors. Revista Journal of Applied Psychology Vol. 68, nº 2, p. 298-306.

HEGNEY, D., PLANK, A., PARKER, V (2006). Extrinsic and intrinsic work values: their impact on job satisfaction in nursing. The Journal of Nursing Management, Nº 14

Herencia, L. (2003). Estimación de la satisfacción laboral mediante variables multinomiales referidas a aspectos de la comunicación interna. Revista Electrónica de Metodología Aplicada, Vol. 8 nº1.p. 24-36. [Homepage]. Recuperado el 30 de Mayo de 2012, de

http://www.psico.uniovi.es/REMA/v8n1/a2/v8a2_1.html

HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C., Y BAPTISTA, M. (2003). Metodología de la investigación Tercera Edición. México: McGraw-Hill

HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C., Y BAPTISTA, M. (2010). Metodología de la investigación Quinta Edición. México: McGraw-Hill

HURTADO (2008) Metodología de la Investigación. Una comprensión holística. Ediciones Quirón. Caracas. Venezuela.

JIMENEZ & PIRELLA (2009 Septiembre). Análisis de la efectividad del plan de comunicaciones internas 2008-2009 de la empresa Cines Unidos.

[Homepage]. Recuperado el día 16 de junio de 2013 de

<http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR7214.pdf>

JONES, G. R. (2008). Teoría organizacional. Diseño y cambio en las organizaciones. México: Pearson Educación de México, S.A. DE C.V.

JUNCO, TÁPANES (2006) comunicación organizacional, motivación, satisfacción laboral.

[Homepage]. Recuperado el día 30 de marzo de 2013 de

http://content.ebscohost.com/pdf19_22/pdf/2006/1E27/01Oct06/25591191.pdf?T=P&P=AN&K=25591191&S=R&D=a9h&EbscoContent=dGJyMNHX8kSeprQ4v%2BbwOLCmr0uep65Ss6y4Sa6WxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGus0mvp7ZKuePfgeyx44Dt6fIA

KATZ y KAHN (1990) Psicología Social de las Organizaciones. Editorial NAMA, México.

KERLINGER, F. (1988). Investigación del comportamiento. Métodos de investigación en ciencias sociales. Tercera Edición. México: McGraw Hill.

KERLINGER, F. LEE, H. (1997). Investigación del comportamiento Métodos de Investigación en ciencias sociales. McGraw-Hill. Tercera Edición. México.

MEDINA, W. (1999) Manual de Administración de Recursos Humanos, UCAB.

MELLADO, C. (2005 Enero-Junio). La pequeña empresa industrial ante los nuevos esquemas sociales: un acercamiento a su actividad comunicacional interna.

[Homepage]. Recuperado el día 30 de marzo de 2013 de www.ull.es/publicaciones/latina/200508mellado.pdf

MURRAY, R. (1999) Job Satisfaction of Professional and Paraprofessional Library Staff at the University of North Carolina at Chapel Hill. [Homepage] Recuperado el 18 de Mayo de <http://ils.unc.edu/MSpapers/2501.pdf>

PARRA, SARELLA; PARAVIC, TATIANA. (2002 Diciembre). Satisfacción laboral en enfermeras/os que trabajan en el sistema de atención médica de urgencia (samu).

[Homepage]. Recuperado el día 30 de Mayo de 2013 de http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95532002000200005

PEYA, M. (2008 Enero). Satisfacción Laboral: una breve revisión bibliográfica. [Homepage]. Recuperado el día 3 de Octubre de 2013 de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/33990>

PUYAL, E. (1999) La supervisión de grupos autónomos de trabajo: una cuestión paradójica, Revista de Gestión Pública y Privada, nº 4, p. 301-314

PUYAL, E. (2001) La comunicación interna y externa en la empresa.

[Homepage]. Recuperado el 30 de Mayo de <http://www.5campus.com/leccion/comui>

ROBBINS S. (2004) Comportamiento Organizacional. Editorial Prentice hall. 8va edición. México.

ROBBINS S. (2005) Administración. Editorial Pearson Educación, México.

ROSENTHAL V. (2000) LA COMUNICACIÓN INTERNA: Gestión de vital importancia dentro de las organizaciones. Vínculos N° 10 ADRHA p.1-2

SABINO C. (2002) El Proceso de Investigación. Una Introducción teórico- práctica. Editorial Panapo de Venezuela.

SERVIQUIM. [Homepage]. Recuperado el día 3 de junio de 2013 de <http://www.serviquim.com>

SPECTOR, P. (2002) Psicología Industrial y Organizacional: investigación y Práctica. México. Manual Moderno.

SPECTOR, P. (1985) Measurement of Human Service Staff Satisfaction: Development of the job Satisfaction Surveys. American Journal of Community psychology, Vol. 13.

STANTON W., ETZEL M. Y WALKER B. (2007) Fundamentos de Marketing. Decimocuarta Edición. McGraw-Hill Interamericana, Pág. 511.

TAMAYO Y TAMAYO, M. (1998) El Proceso de la Investigación científica. Editorial Limusa S.A. México. Pág. 114.

UJAT., XI (2006) Congreso Mexicano de Psicología Social. Editorial Univ. J. Autónoma de Tabasco, México.

VEENHOVEN, R. (1994 Enero). El estudio de la satisfacción con la vida.

[Homepage]. Recuperado el día 30 de Mayo de 2013 de

<http://repub.eur.nl/res/pub/16195/>

VELAZ J. (1996) *Motivos y Motivación en la Empresa*. Ediciones Díaz de Santos, España.

VIAMONTES, D. (2010 Julio). *Satisfacción Laboral. Una aproximación teórica*.

[Homepage]. Recuperado el día 30 de Mayo de 2013 de

<http://www.eumed.net/rev/cccs/09/dgv.pdf>

ZEMPOALTÉCATL, M. (2004) *Comunicación organizacional y satisfacción laboral en docentes de instituciones de educación de nivel superior*. [Homepage]. Recuperado el 9 de Julio de: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mps/zempoaltecatl

ANEXO



Cuestionario.

Instrucciones.

Este cuestionario busca indagar el nivel de relación que existe entre la satisfacción laboral y la comunicación organizacional. Forma parte de una investigación de grado que llevan a cabo estudiantes de Relaciones Industriales de la UCAB; la información que se recoja será utilizada sólo para fines académicos y recibirá **tratamiento confidencial**.

A continuación se le presentan una serie de preguntas, para responder, lea atentamente cada enunciado y encierre dentro de un círculo la opción que mejor represente su opinión. Por favor, conteste todas las preguntas.

Edad (años)		Nivel de instrucción		Antigüedad en la empresa (años)		Nivel del cargo	
F		TSU				Supervisor	
M		Universitario				No supervisor	
		Post grado					

Preguntas	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	Algo en desacuerdo	Algo de acuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
1. Siento que me pagan una suma justa para el trabajo que hago.	1	2	3	4	5	6
2. Realmente hay muy poca oportunidad de promoción en mi trabajo.	1	2	3	4	5	6
3. Mi supervisor es bastante competente en la ejecución de su trabajo.	1	2	3	4	5	6
4. No estoy satisfecho con los beneficios que recibo	1	2	3	4	5	6
5. Cuando realizo un buen trabajo, recibo el reconocimiento que debería recibir.	1	2	3	4	5	6
6. Muchas de nuestras reglas y procedimientos dificultan la realización de un buen trabajo.	1	2	3	4	5	6
7. Me agradan las personas con las que trabajo.	1	2	3	4	5	6
8. A veces siento que mi trabajo no tiene sentido.	1	2	3	4	5	6
9. La comunicación aparenta ser buena en esta compañía.	1	2	3	4	5	6
10. Los aumentos salariales son pocos en monto y frecuencia	1	2	3	4	5	6
11. Aquellos que realizan bien su trabajo, tienen una buena posibilidad de ser	1	2	3	4	5	6

ascendidos.						
12. Mi supervisor no es justo conmigo.	1	2	3	4	5	6
13. Los beneficios que recibimos son tan buenos como en la mayoría de las empresas.	1	2	3	4	5	6
14. Siento que mi trabajo no es apreciado.	1	2	3	4	5	6
15. Mis esfuerzos por realizar un buen trabajo rara vez son bloqueados por la burocracia.	1	2	3	4	5	6
16. Encuentro que tengo que trabajar más duro en mi trabajo de lo que debiera, debido a la incompetencia de las personas con las que trabajo.	1	2	3	4	5	6
17. Me gusta lo que hago en mi trabajo.	1	2	3	4	5	6
18. Las metas en esta empresa no están claros para mí.	1	2	3	4	5	6
19. Me siento despreciado por la empresa cuando pienso en lo que me pagan.	1	2	3	4	5	6
20. Los empleados reciben ascensos en la misma medida que en otras empresas	1	2	3	4	5	6
21. Mi supervisor muestra muy poco interés por los sentimientos de sus subordinados	1	2	3	4	5	6
22. El paquete de beneficios que tenemos es equitativo	1	2	3	4	5	6
23. Hay pocas recompensas para los trabajadores	1	2	3	4	5	6
24. Tengo demasiado que hacer en el trabajo	1	2	3	4	5	6
25. Me divierto con mis compañeros de trabajo	1	2	3	4	5	6
26. A menudo siento que no sé lo que está pasando en la compañía	1	2	3	4	5	6
27. Me siento orgulloso por el trabajo que realizo.	1	2	3	4	5	6
28. Me siento satisfecho con mis oportunidades de aumento salarial	1	2	3	4	5	6
29. Hay beneficios que no tenemos, que deberíamos tener	1	2	3	4	5	6
30. Me siento a gusto con mi supervisor	1	2	3	4	5	6
31. Tengo demasiado papeleo.	1	2	3	4	5	6
32. Hay demasiadas discusiones y peleas en el trabajo.	1	2	3	4	5	6
33. Mi trabajo es agradable.	1	2	3	4	5	6
34. Las tareas asignadas no siempre son totalmente explicadas	1	2	3	4	5	6

35. No siento que mis esfuerzos son remunerados como deberían ser	1	2	3	4	5	6
36. Estoy satisfecho con mis oportunidades de promoción.	1	2	3	4	5	6
Preguntas						
37. Recibo las funciones del cargo mediante:						
Conversaciones	1	2	3	4		
Reuniones	1	2	3	4		
Teléfono	1	2	3	4		
Correo electrónico	1	2	3	4		
Memos y cartas	1	2	3	4		
Carteleras	1	2	3	4		
Rumores	1	2	3	4		
38. Recibo las normas de la empresa mediante:						
Conversaciones	1	2	3	4		
Reuniones	1	2	3	4		
Teléfono	1	2	3	4		
Correo electrónico	1	2	3	4		
Memos y cartas	1	2	3	4		
Carteleras	1	2	3	4		
Rumores	1	2	3	4		
39. Me entero de los cambios internos en la organización mediante:						
Conversaciones	1	2	3	4		
Reuniones	1	2	3	4		
Teléfono	1	2	3	4		

Correo electrónico	1	2	3	4
Memos y cartas	1	2	3	4
Carteleras	1	2	3	4
Rumores	1	2	3	4
40. Estoy informado de mi evaluación de desempeño a través de:				
Conversaciones	1	2	3	4
Reuniones	1	2	3	4
Teléfono	1	2	3	4
Correo electrónico	1	2	3	4
Memos y cartas	1	2	3	4
Carteleras	1	2	3	4
Rumores	1	2	3	4
41. Recibo las información sobre cursos y entrenamientos mediante:				
Conversaciones	1	2	3	4
Reuniones	1	2	3	4
Teléfono	1	2	3	4
Correo electrónico	1	2	3	4
Memos y cartas	1	2	3	4
Carteleras	1	2	3	4
Rumores	1	2	3	4
42. Recibo información sobre las normas de la empresa de:				
La alta gerencia	1	2	3	4
Jefe superior inmediato	1	2	3	4
Personal del mismo nivel	1	2	3	4
Subordinados	1	2	3	4
43. Recibo información sobre mis funciones del cargo de:				

La alta gerencia	1	2	3	4
Jefe superior inmediato	1	2	3	4
Personal del mismo nivel	1	2	3	4
Subordinados	1	2	3	4
44. Recibo información sobre los cambios internos de:	Siempre	Frecuente	A veces	Nunca
La alta gerencia	1	2	3	4
Jefe superior inmediato	1	2	3	4
Personal del mismo nivel	1	2	3	4
Subordinados	1	2	3	4
45. Recibo información sobre mi evaluación de desempeño de:				
La alta gerencia	1	2	3	4
Jefe superior inmediato	1	2	3	4
Personal del mismo nivel	1	2	3	4
Subordinados	1	2	3	4
46. Recibo información sobre los cursos de entrenamiento de:				
La alta gerencia	1	2	3	4
Jefe superior inmediato	1	2	3	4
Personal del mismo nivel	1	2	3	4
Subordinados	1	2	3	4

