

**El Clima Laboral y su Incidencia en el Compromiso de los Trabajadores en las  
Empresas de Publicidad en Bogotá**

Duberlys Manrique Badillo

Programa de Administración de Empresas

CUN Corporación Unificada Nacional

Trabajo de Grado 51124 - Educación Virtual 2021

Martha Milena Cuellar Chaves

Mayo, 2021

## **Resumen**

El clima laboral es un factor importante dentro de las estrategias empresariales, debido a que el bienestar de los colaboradores puede generar impactos positivos en las organizaciones, reflejándose en altos índices de productividad y éxito empresarial.

Esta investigación tiene como finalidad realizar un aporte a la solución de un problema de gran trascendencia dentro de las empresas, donde se exponen varias alternativas para motivar al recurso humano a través del clima organizacional.

La investigación actual se basa en referencias y datos que le permitieron a los investigadores comprender la relación entre el clima laboral y el desempeño organizacional. A través de las conclusiones obtenidas, se pueden utilizar para diseñar estrategias que permitan una gestión eficiente de la gestión del talento humano, logrando así un sano clima laboral y empleados más comprometidos.

*Palabras clave:* Bienestar Organizacional, Clima laboral, Compromiso de los Trabajadores, Desempeño Laboral, Motivación Laboral, Productividad.

## **Introducción**

En la actualidad, a nivel mundial se han adaptado nuevas y mejores formas de aprovechar el bienestar organizacional dentro de las empresas como un modelo de mejora continua que trae beneficios tanto a la productividad de la empresa como para al empleado, sin embargo, en Colombia aunque no ha sido adoptado para todas las empresas, se ha evidenciado que algunas de ellas han identificado el bienestar organizacional como una oportunidad de mejora para su organización con el fin de incrementar su desempeño, lo cual permite que la empresa sea más competitiva frente a otras organizaciones que ya adoptaron este modelo, por este motivo, es fundamental brindar atención a las necesidades del talento humano como la satisfacción laboral, calidad de vida, entorno de trabajo, motivación, justicia, en la búsqueda de la productividad organizacional (Dailey, 2012).

La cultura empresarial ha logrado una importante relevancia dentro de las organizaciones (Vertel, Paternina, Riaño & Pereira, 2013); y esta perspectiva puede ser un marco de referencia para entender el proceder de las personas como formadores sociales al interior de ellas (Alvarado & Monroy, 2013).

Esto hace que el clima laboral sea protagonista dentro de las diferentes empresas que desean un cambio continuo al interior de sus organizaciones, siendo conscientes que el recurso humano es su mayor fortaleza por las capacidades, habilidades y conocimientos que estos poseen y aportan al desarrollo económico y social, teniendo en cuenta que el capital humano es lo que marca la diferencia entre las empresas (Martín, Segredo & Perdomo, 2013).

Las empresas dedicadas a la publicidad comunican y desarrollan estrategias, metodologías o técnicas que ayudan a mejorar las ventas e informar y persuadir al público con el

fin de desarrollar demanda, ayudan al posicionamiento y favorecen a la recordación de marca que finalmente le traerá beneficios a la empresa.

Dado que las personas que trabajan en el sector de la publicidad están en constante interacción con clientes, se hace pertinente trabajar en la satisfacción laboral ya que en cierta manera ellos reflejarán su bienestar y felicidad en el trato hacia los demás y en el cumplimiento de sus labores, y esto favorece a la productividad y buen funcionamiento de la empresa.

Debido a esto, las organizaciones tienen el reto de fomentar un buen clima organizacional y condiciones laborales óptimas para orientar y fortalecer su potencial humano y lograr así resultados positivos en el entorno personal, cuando están trabajando en equipo y en general en el entorno empresarial (Serrate, Portuondo, Sánchez & Suarez, 2014); de este modo, la cultura organizacional es un factor decisivo para el bienestar de los grupos de interés, incluyendo los empleados (Grueso, González & Rey, 2014).

Según la revisión de la literatura muchas empresas buscan aumentar el compromiso de los trabajadores hacia la organización (Bhavesh y Aman, 2016) pero no relacionan este aspecto como un punto determinante en el clima laboral (Smith y Wallace, 2016, Oppenauera y Van De Voordeb, 2016).

En el presente trabajo, mediante la investigación de referencias, se pudo evidenciar como la implementación del bienestar o clima organizacional en las empresas se ha convertido en un factor determinante para aumentar tanto la productividad y rendimiento del empleado como la calidad y eficiencia en los servicios y productos ofrecidos por las diferentes empresas. Siendo los empleados los principales protagonistas, ya que son los encargados de replicar lo satisfechos que

se encuentran en sus empresas y puestos de trabajo, permitiéndole a la organización una mayor productividad.

Adicional, se presentan herramientas y diferentes técnicas que en la actualidad son aplicadas en diferentes empresas a nivel mundial, que permiten evaluar tanto el clima laboral como el desempeño y/o productividad organizacional. Este trabajo de investigación, presenta la siguiente estructura: primero se realiza una revisión documental acerca del clima laboral: sus antecedentes, definiciones, clasificación y medidas, posteriormente se presenta la revisión del desempeño organizacional y su incidencia en el compromiso por parte de los empleados, seguido a esto, se analiza la relación de clima laboral y desempeño organizacional y como último punto se emiten las respectivas conclusiones.

### **Objetivo General**

Analizar si el clima laboral influye en el compromiso que tienen los trabajadores de las empresas de publicidad en Bogotá a través de una revisión sistemática de literatura científica con el fin de aumentar la productividad en dichas organizaciones.

### **Objetivos Específicos**

Determinar los factores que repercuten en el nivel de compromiso que tienen los trabajadores hacia la organización.

Identificar los beneficios que trae para las empresas y los empleados invertir en un ambiente laboral sano.

Establecer la importancia que tiene el clima laboral en el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones.

### **Marco teórico**

Con el fin de encaminar la presente investigación en un contexto teórico que facilite tener lineamientos eficaces para abordar y desarrollar el contenido y así alcanzar los objetivos planteados, y al contar este trabajo con dos ejes temáticos, el clima laboral y el compromiso de los trabajadores, la conceptualización básica se enfoca en estos conceptos, buscando generar una estructura temática que soporte la construcción de conocimiento. Adicional se realizará un análisis del sector de la publicidad para comprender el contexto.

#### **Clima laboral**

El clima organizacional es definido por Schneider (1972) como un conjunto de percepciones que los trabajadores tienen, respecto a las estructuras y procesos en general, que ocurren en su entorno laboral, de igual manera, Marulanda, López y Cruz (2018) están de acuerdo con Anitha (2014), respecto a considerar que un ambiente organizacional apropiado contribuye al buen desempeño de los colaboradores. Por tal motivo, es necesario estudiar y analizar a profundidad el clima laboral.

Lapo y Bustamante (2018) señalan que el clima laboral se encuentra constituido por diversos factores los cuales tienen incidencia en el desarrollo de las conductas sociales, así mismo afectan los elementos mediadores de las actitudes de los trabajadores; de igual forma Pacheco y Rodríguez (2019), consideran que el clima laboral es una mezcla de diversos factores que se relacionan entre sí y que estos mismos afectan la percepción o interpretación de los

colaboradores, frente a las labores o roles que desempeñan en las organizaciones, es decir del compromiso de los empleados hacia la organización.

Uno de los factores que influye en la satisfacción laboral de los trabajadores es el clima laboral, y según la percepción del ambiente de trabajo que tienen las personas que laboran allí, influye en la motivación y comportamiento (Ahmed, Khan, & Butt, 2012). Algunas empresas no ven la problemática que trae consigo el no brindarles un buen clima laboral a sus empleados y esto hace que la producción sea baja, exista mayor rotación del personal, y adicional afecta la motivación y el comportamiento que tiene los empleados en las organizaciones, tenerlos en cuenta y hacerles saber lo importante que son, no solo como personas sino como empleados, porque sus acciones son importantes para la consecución de los objetivos y metas de la organización y por tanto para un clima laboral positivo (Peña, Díaz, & Carrillo, 2013); adicional a esto, la satisfacción de los empleados es una prioridad porque las opiniones negativas o positivas de los empleados afectarán su relación con la empresa y su nivel de dedicación y productividad que tengan hacia la misma. (Hinojosa, 2010).

Por lo anterior es de resaltar que las organizaciones deben propender a brindar a sus trabajadores un clima laboral adecuado que permita realizar una retención de personal con incentivos no salariales como oportunidades de desarrollo y reconocimiento profesional a través de un plan de clima organizacional.

### **Compromiso de los trabajadores**

Gran parte del éxito de las empresas u organizaciones depende, en un alto porcentaje, del compromiso, afinidad y comunicación que pueda existir entre sus empleados o colaboradores, al trabajar en equipo, las actividades son más eficientes y ágiles.

El compromiso que tienen los empleados hacia la organización para la cual laboran son causados por diversos factores, como lo es su entorno familiar, así mismo los beneficios que obtiene por parte de la empresa; como horarios flexibles, que le reconozcan la labor que realiza ya que esto genera mayor compromiso por parte del trabajador y mayor productividad en el desarrollo de sus actividades laborales.

Para que un empleado tenga un mayor grado de compromiso debe sentir bienestar en su trabajo y estar conforme con el desempeño que realiza dentro de la organización, es decir, que si el empleado se encuentra satisfecho y feliz en la labor que realiza demostrará mayor compromiso. Asimismo que las organizaciones se preocupen y velen por promover entornos saludables y orienten sus procesos a lograr el empoderamiento mejorará su productividad y favorecerá a la economía del país (Contreras, Espinosa, Hernández, & Acosta, 2013).

El deber de las organizaciones es mantener comprometidos a los empleados, por lo que se hace pertinente que las empresas aseguren la implementación de recursos que garanticen la promoción de la cultura de compromiso organizacional como lo plantea (Findley et al., 2014).

### **Análisis del sector de la publicidad**

A lo largo de los años, la publicidad en Colombia más específicamente en la capital del país ha tenido un importante crecimiento y auge, incrementando su papel protagonista ya que para cualquier empresa sin importar el sector, requiere de comunicar los bienes y/o servicios que ofrece y para esto requiere la publicidad para dar a conocer de su existencia.

La Publicidad en Colombia inició en el año 1.801 cuando se empezó a hacer prensa escrita, en el periódico “Correo Curioso, Erudito, Económico y Mercantil” en las cuales se colocaban los avisos clasificados pero estaban más enfocados en ser de carácter informativo.



Su desarrollo fue lento, no se incluían imágenes, no era persuasivo ni expresaba alguna promesa de valor, era como se indicó anteriormente; mensajes informativos, cuando se generaron nuevos medios de comunicación se empezó a desarrollar la industria nacional de publicidad posterior a esto y al pasar el tiempo surgieron nuevas empresas que precisaban impulsar sus ventas.

Con los años, la publicidad ha cambiado. En el siglo XXI, la publicidad ya no se considera una herramienta de marketing ya que sus discursos comienzan a ser más persuasivos, con la intención de manipular comportamientos (Amaya 2013, p. 55). De igual manera Bonifaz and Yánes (2016) sostienen que la publicidad es una herramienta de comunicación que ejerce una fuerte influencia al promover bienes y servicios.

Las empresas de publicidad en Colombia están reguladas por la Asociación Nacional de Anunciantes de Colombia: ANDA, fundada el 7 de junio de 1979, que impulsa el desarrollo de la industria de la comunicación comercial en el país, vela y fomenta las buenas prácticas en beneficio de los consumidores. (ANDA. 2020). Entre sus principales funciones encontramos:

- Representar la libertad comercial de los anunciantes frente a los reguladores nacionales y regionales.
- Ser referente en la industria como promotor de las buenas prácticas de la comunicación comercial.
- Articular los diferentes actores de la industria en pro de la sostenibilidad y calidad. (ANDA. 2020).

Para entender a profundidad el éxito de la implementación de la publicidad se puede tener en cuenta la teoría o regla AIDA (1898)

- Atención
- Interés
- Deseo
- Acción

Según esta teoría, estos son los cuatro pasos básicos para una campaña publicitaria exitosa, lo primero es llamar la atención del público objetivo, lo siguiente es despertar su interés, tercero incentivar el deseo por el producto y/o servicio y finalmente llevarlo a la acción que dependiendo el caso es adquirir, comprar, acceder a lo que se está ofertando.

En la actualidad existen 2 clases de publicidad según el medio de comunicación que se utilice: la publicidad offline que se lleva a cabo a través de los medios clásicos, como revistas, televisión, radio, etc y la publicidad en línea que se realiza a través de internet y redes sociales.

Esta última es la que tiene mayor impacto en la actualidad ya que debido a la contingencia mundial por la enfermedad por coronavirus causada por el SARS-CoV-2 se ha incrementado de manera exponencial el consumo de contenido online por lo que se hace conveniente que las empresas inviertan en las diferentes opciones de publicidad en internet como lo es el email marketing, la mercadotecnia en buscadores web, marketing en redes sociales, marketing de contenidos, entre muchas otras opciones.

### **Planteamiento del problema**

El problema abordado en este estudio de investigación es la relación que existe entre el compromiso que tienen los trabajadores de las empresas de publicidad en la ciudad de Bogotá y el impacto que esto tiene en el clima laboral. De igual manera determinar si hay alguna relación

en el compromiso de los empleados y el vigor, la dedicación y el tiempo que dedican a realizar sus labores, así como la edad y el cargo que desempeñan.

En la actualidad las grandes empresas no solo Colombianas sino a nivel internacional consideran que el bienestar organizacional es importante para la sana convivencia, pero ¿este bienestar influye en el compromiso por parte de los trabajadores hacia la organización para el logro de los objetivos empresariales?

El problema que impulsa este estudio es la falta de compromiso por parte de los trabajadores, definida como el grado de contribución de los empleados (Shadur, 1999), y de qué manera afecta negativamente la productividad dentro de las organizaciones aumentando de esta manera los costos operativos.

Las empresas están buscando constantemente diferentes metodologías para aumentar el compromiso por parte de los trabajadores hacia las organizaciones (Bhavesh y Aman, 2016). Y aunque algunos investigadores han destacado la importancia del clima organizacional y el compromiso de los trabajadores (Diego y Meneghini, 2016), la relación que existe entre el clima laboral y el compromiso de los empleados no está claro.

Adicional, aunque los investigadores han acertado en que existe una conexión entre el clima organizacional, el bienestar de los trabajadores y las percepciones de los trabajadores en el clima laboral para la creatividad (Huang y Cheng, 2016), no han considerado si estos factores influyen en el compromiso de los empleados (Yadav, 2015).

Es importante comprender que el bienestar organizacional surge como una herramienta, estrategia o un medio para lograr alcanzar los objetivos planteados por la organización maximizando todas las habilidades de sus equipos de trabajo (empleados), recalcando sus logros

y fortalezas permitirá que los colaboradores alcancen en el desarrollo de sus funciones la satisfacción laboral en su puesto de trabajo. En donde pueden presentarse factores tanto externos como internos. Los externos, hacen referencias a todas las variables que tiene el empleador para generar incentivos (sueldo, condiciones físicas - planta, tipos de liderazgo, normas y conductas de la empresa). Por otro lado, los internos están directamente asociados a las emociones del empleado, es decir, cómo puede hacer sus actividades de acuerdo a su estado anímico sin que este repercuta en el desarrollo de sus tareas.

En las empresas de publicidad en la ciudad de Bogotá, podemos evidenciar que día tras día deben ser cambiantes o resilientes, buscando así, ir un paso delante de las demás empresas en temas de productividad y optimización de los recursos. Por esto, el bienestar organizacional toma un papel fundamental en el desarrollo de estrategias para los funcionarios, donde prime la armonía entre los funcionarios, cuenten con las instalaciones o espacios idóneos para que no infieran con el desarrollo o razón de ser, de determinadas organizaciones.

De igual manera, la productividad es un tema que los empresarios dedicados a la publicidad buscan maximizar y encontrar herramientas que les ayuden a producir más bienes y/o servicios, por consiguiente, se ve necesario medir el bienestar organizacional para poder determinar la satisfacción laboral y asimismo establecer los puntos a fortalecer en temas de desempeño y dinámica organizacional.

Las empresas dedicadas a la publicidad en la ciudad de Bogotá deben emplear evaluaciones de conductas para mejorar sus indicadores, con un cambio de enfoque metodológico que marque la diferencia, en Colombia desafortunadamente existe un alto porcentaje de empresas que aún conservan sistemas demasiado cuadrículados y poco flexibles

para sus trabajadores y solo les importa los índices de productividad y descuidan la parte humana fomentando sentimientos de inconformismo y temor, que finalmente se ve reflejado en un clima laboral desfavorable.

Es importante recordar que el principal recurso con el que cuenta una compañía es con su gente, así que el tiempo que se dedique a capacitar y fomentar el bienestar organizacional debe verse como una inversión a largo plazo dentro de la compañía y su buen nombre.

### **Revisión Bibliográfica**

La presente investigación es de tipo documental, donde se realizó una revisión sistemática de la literatura científica sobre la manera en que el clima laboral se encuentra conectado con la satisfacción organizacional en las empresas. Para el abordaje de la temática, objeto de la investigación, se aplicó el método de interpretación y revisión documental, donde se reunieron documentos e investigaciones realizados a partir del año 2011 hasta la fecha en revistas especializadas, en bases de datos como Scielo, Scopus, Dialnet, Google Scholar, etc., rescatando 25 fuentes bibliográficas tanto nacionales como internacionales donde se analizó la realidad del objeto de estudio de forma profunda. Se tuvieron en cuenta algunos criterios como estudios monográficos, revisiones bibliográficas, artículos originales, casos clínicos, etc.

Se realizó una revisión sistemática de la literatura científica sobre la manera en que el bienestar laboral influye en el desempeño de los empleados de las empresas de publicidad como consecuencia del compromiso que sienten hacia la organización. Al revisar la literatura usando como línea de investigación el clima laboral como punto de partida, se llevó a la exploración

adicional de temas relacionados a la felicidad organizacional, la felicidad en el trabajo, el bienestar organizacional y la calidad de vida en el trabajo.

Al formular el marco teórico de esta investigación, se basó en la teoría del compromiso de Kahn (1990). Otros investigadores han sugerido que existe una relación entre el compromiso de los empleados y otros factores como el estrés y la satisfacción laboral (Schaufeli y Bakker, 2003) sin embargo, los que han realizado investigaciones aún no han examinado cómo el clima laboral se conecta con el compromiso de los empleados, según la revisión de la literatura.

De acuerdo a Baitul, 2012, la calidad de vida laboral depende de las percepciones que expresan los trabajadores sobre la relación entre felicidad o infelicidad que sienten respecto al sitio de trabajo, lo que tiene como consecuencia en una evaluación sobre el nivel de satisfacción y crecimiento que conlleva este entorno en su conjunto, teniendo como resultado un impacto positivo o negativo en el crecimiento de la empresa (Velazco, 2018; p. 60). Por lo tanto, la satisfacción de los empleados a menudo se produce debido al estigma, malentendidos y sensaciones que perciben de su entorno y estos mismos afectan de forma positiva o negativa la relación que adoptan con la organización y el grado de compromiso y baja o alta productividad que tengan ( Hinojosa, 2010) por consiguiente, si los empleados sienten que sus necesidades son cubiertas, se puede considerar que están satisfechas. (Villaruel Ortiz, 2012).

Según un estudio del 2018 realizado por el laboratorio laboral de la Universidad del Rosario, nos muestra que Colombia es un país con un 56,4% de ocupación, es decir que un poco más de la mitad de los colombianos ejerce algún trabajo para obtener dinero, pero esto no quiere decir que están conformes con su labor. Además, el investigador Juan Carlos Guataquí (Juan Carlos Guataquí) señaló que esta era la primera vez que se media la satisfacción de los

colombianos con el empleo en áreas urbanas, porque la investigación de años anteriores se había centrado en la calidad del trabajo mas no en el nivel de conformismo o satisfacción.

(nivel-de-satisfacción-de-trabajadores-colombianos-son-su-empleo, 2018).

Para maximizar los recursos y operar de manera efectiva y eficiente, las organizaciones deben tener una fuerza laboral comprometida (Seymour y Geldenhuys (2018); por lo tanto, se investigó la relación entre el clima organizacional y el compromiso de los empleados, así como su edad y la actividad laboral que desarrollan.

Al revisar los artículos que más se ajustaban a la línea de investigación, se llegó a la conclusión que no se le da tanta importancia al bienestar organizacional pero sí al comportamiento humano o comportamiento organizacional en el trabajo. Las investigaciones escogidas para este trabajo fueron las más citadas o las que gracias a su peso teórico e importancia dan fe de la relevancia que tiene el bienestar al desarrollar las labores en el trabajo.

A través de la revisión de los artículos, se pudo constatar que las disciplinas más interesadas en este tema son la psicología, la administración, la sociología y los recursos humanos. Para tener la información organizada se elaboró una matriz donde se especifica claramente las referencias bibliográficas, el autor, el año y país de publicación, objeto general de estudio, bases teóricas, tipo de investigación, diseño metodológico, y el tema central de dicha publicación.

La base de este artículo de investigación es abordar la importancia que tiene el clima laboral y el compromiso de los empleados buscando las razones de la desvinculación emocional que tienen los trabajadores y encontrar nuevas formas de volver a involucrar a los empleados y

también de comprender el impacto que el vigor, la dedicación y la absorción tienen en esa relación. Este estudio proporcionará una mejor comprensión del problema.

Las palabras claves utilizadas en la búsqueda incluyeron: Bienestar Organizacional, Clima laboral, Compromiso, Desempeño Laboral, Motivación Laboral, Productividad. Los textos se evaluaron para identificar información relevante para el estudio donde se utilizaron métodos científicos de investigación, brindando información de resultados de estudios anteriores y también la identificación de perspectivas históricas y teóricas. Se empleó la literatura como base para discutir y/o constatar las conclusiones de los investigadores.

El compromiso de los empleados es básicamente aprovechar el conocimiento y las ideas que ellos tienen para así mejorar los productos y servicios y aumentar la innovación en el trabajo. Cuando un trabajador está comprometido con su empleo, disminuyen las ausencias por enfermedad, los conflictos entre trabajadores, y las quejas se reducen considerablemente, por ende la productividad aumenta (Hyeung y Matusik, 2016).

La relación entre la empresa y sus trabajadores para que estos puedan ejercer una buena labor, Sirgy, lo describe como: "Satisfacción de los empleados con diferentes necesidades a través de recursos, actividades y resultados en el sitio de trabajo a causa de la participación en ella". (Velazco, 2018; pág.67). De la misma forma que las organizaciones que se preocupan por incitar entornos saludables y orientan sus procesos al empoderamiento de sus trabajadores mejorará su productividad y favorecerá al crecimiento de la economía del país (Contreras, Espinosa, Hernández, & Acosta, 2013).

Para lograr conseguir una mayor vinculación del recurso humano y un mayor esfuerzo, se requiere implementar un adecuado ambiente en las organizaciones; en otras palabras, mantener a



los colaboradores involucrados e identificados con la cultura organizacional, para que de esta manera puedan desarrollar una actitud positiva en las labores que desempeñan y lograr una conexión emocional positiva como exhorta (Anitha, 2014), que a la vez, propone un modelo, que evidencia cómo los empleados comprometidos, se convierten en ejemplo de motivación para sus compañeros; dicho modelo contiene siete factores:

1. Bienestar en el lugar de trabajo
2. Políticas de la organización
3. Compensación
4. Formación y desarrollo profesional
5. Relaciones interpersonales
6. Liderazgo
7. Clima o ambiente de trabajo.

En el contexto de bienestar organizacional, es importante velar por la salud emocional y mental de los trabajadores, Según el Ministerio de Trabajo, los factores de riesgo en el entorno laboral que generan problemas de salud mental son principalmente las inadecuadas condiciones laborales, no tener claro las funciones que debe desempeñar, presentar acoso sexual y psicológico, excesiva carga laboral, intimidación y críticas malintencionadas, entre otros. Así mismo, se afirma que dos tercios de los trabajadores estuvieron expuestos a factores psicosociales mientras trabajaban y del 20% al 33% dijeron que se sentían muy estresados. Los nuevos diagnósticos de demencia entre el 2009 y 2017 informados por Fasecolda, se especifica como primer punto los trastorno de ansiedad 44%, trastorno depresivo persistente 15,1%,

trastornos de adaptación y estrés crónico 12,7%, trastornos mixtos de las emociones y la conducta 11,1%, y por último los episodios depresivos con el 9,5%. Fasecolda (2019).

Las organizaciones en este momento van encaminadas hacia un cambio constante, en el cual el recurso humano es su mayor fortaleza, en otras palabras, la nueva economía se orienta hacia las competencias, conocimientos, capacidades humanas, pensamientos, carácter, habilidades y valores que poseen, por eso, lo que hace la diferencia entre organizaciones es su gente (Martín, Segredo & Perdomo, 2013), de ahí la importancia de cuidar y velar por su seguridad y satisfacción dentro de la organización.

Por otro lado, Rahimic (2013) demostró que el clima laboral influye significativamente sobre el bienestar organizacional en un 86,6% es decir que los cambios en la satisfacción laboral están influenciados por las condiciones laborales. De manera similar a las lecturas mencionadas, varios estudios han observado relaciones significativas entre el clima y el bienestar o satisfacción laboral (Adenike, 2011; Keuter, Byrne, Voell, & Larson, 2000; Muñoz-Seco, Coll-Benejama, Torrent-Quetglasb, & Linares-Pou, 2006 ; Badoni, 2010).

Aunque la mayoría de las investigaciones siempre se concluye que el clima laboral implica un conjunto de factores, como lo son; las actitudes, aptitudes, el liderazgo entre otros, asimismo hay otros investigadores que basaron sus documentos en la dirección industrial/organizacional a diferencia del anterior, este es el caso de Luc Brunet (2011) pero la conclusión a la que llegaron dichas investigaciones es que el mejoramiento del clima laboral dará como resultado mayor productividad en las empresas de ahí lo relevante que es trabajar en el bienestar organizacional que finalmente contribuirá a que los empleados estén más

comprometidos y tengan un mayor sentido de pertenencia con la organización que contribuirá de forma positiva en cuanto a productividad y crecimiento empresarial.

Brunet (2011) afirma que si un obrero ve el clima de su empresa como amenazante, este adoptará por una conducta de protección para tratar de apartarse. Según esta afirmación, son consecuencias negativas para ambas partes, especialmente para el trabajador ya que tendrá efectos negativos en su salud y en su área psicosocial ya que estará predispuesto con los demás integrantes de la organización. Brunet (2011) pp. 20 menciona tres razones para poder diagnosticar el clima en el que se encuentre la empresa:

- Determinar las fuentes que causan conflicto, estrés o insatisfacción que contribuyen al inicio o incremento de actitudes negativas en la compañía.
- Empezar y mantener un cambio que indique al director los elementos específicos que debe seguir en las intervenciones.
- Continuar con el desarrollo de su empresa y pronosticar los problemas que se puedan presentar.

Con estas pautas, se facilita el diagnóstico del clima en los empleados, encontrando cuál es la causa y si la percepción es unánime o son casos específicos.

Por otro lado, las organizaciones han cambiado su enfoque de ser autoritario a guiar y asesorar (Pandita & Singhal, 2017). Para lograr sobrevivir y tener una ventaja competitiva en el mercado laboral que cambia constantemente, las organizaciones han otorgado más importancia a su fuerza laboral (Karamuri, 2016). Por consiguiente, equipos laborales comprometidos proporcionarán ventajas competitivas sobre los rivales y/o competidores (Karamuri, 2016). Los trabajadores comprometidos son la “columna vertebral de buenos entornos laborales donde las

personas son trabajadoras, éticas y responsables” (Karamuri, 2016). El iniciador del concepto del compromiso de los empleados, Kahn (1990) definió el compromiso como “el aprovechamiento del yo de los miembros de la organización para sus roles laborales; en el compromiso, las personas se emplean y se expresan física, cognitiva y emocionalmente durante la interpretación de roles” (p. 694). Kahn afirma el compromiso como una presencia psicológica en el trabajo (Kahn, 1990, 1992).

Los colaboradores son de vital importancia en la gestión de la eficacia organizacional y representan la imagen real de un entorno y una cultura (Jha & Kumar, 2016). El compromiso de los empleados puede describirse como un proceso bidireccional entre los empleados y una organización (Jha & Kumar, 2016). Centrarse en el clima laboral es una estrategia para mejorar la productividad y el desempeño, también es un proceso que ayuda al compromiso y contribuye a alcanzar las metas y objetivos de la organización.

Las organizaciones, empresas, compañías deben enfocarse en desarrollar el compromiso de los empleados para alentarlos y motivarlos a que tengan comportamientos positivos que a su vez les permitan incrementar su desempeño para cumplir con los objetivos de una organización (Jha & Kumar, 2016). El clima laboral de igual manera se conoce como los "determinantes situacionales" o "determinantes ambientales" que afectan la conducta del ser humano (Piaget, 1980). Por ese motivo, la cultura organizacional ha adquirido relevancia dentro de las organizaciones (Vertel, Paternina, Riaño & Pereira, 2013); ya que este enfoque logra ser un un marco de referencia para entender la conducta de los individuos como generador social al interior de las organizaciones (Alvarado & Monroy, 2013).

Uno de los elementos más importantes en la satisfacción de los empleados es el entorno laboral que se compone de las condiciones que tienen las personas que trabajan en dicho lugar y que a la vez influyen en el comportamiento y actuar que tienen hacia la organización (Ahmed, Khan y Butt, 2012). Estas condiciones se conectan a la vez con la satisfacción y el bienestar de las personas en su lugar de trabajo, el grado de la calidad de vida en sus labores y como consecuencia, afectan su desempeño (Peña, Díaz, & Carrillo, 2013). Por eso es trascendental que las empresas consideren el bienestar de su fuerza laboral como parte de su estrategia (Bizquerra, 2013; Rath & Harter, 2011).

Por otro lado, las empresas de marketing y publicidad son las encargadas de implementar estrategias de información, persuasión y recordación que favorecen al buen nombre de la organización, adicional ayudan al posicionamiento y diferenciación de marca, mejoran de forma significativa la imagen y cómo perciben los stakeholders la compañía, esta área también se encarga de incentivar métodos para fidelizar los clientes y promueven el acceso a nuevos segmentos de mercados, ya que al conocer los problemas y lo que le genera motivación al cliente se pueden crear productos y/o servicios que satisfagan las necesidades y genere ganancias que es lo que finalmente busca una empresa.

Para entender el contexto actual de las empresas dedicadas a la publicidad en la ciudad de Bogotá, se pudo evidenciar a través de una encuesta mensual de servicios (EMS) realizada por el DANE el 12 de junio de 2020 donde se expone la variación anual de los ingresos nominales y contribución por tipo de ingresos, según subsector de servicios (abril 2020 / abril 2019) se reporta que el sector de la publicidad a tenido unos ingresos nominales negativos (-33,4) en dicho periodo, en el mismo documento se especifica que el personal ocupado y la contribución

por contratación en este sector también ha disminuido (-17,1) solo dos de los dieciocho subsectores de servicios donde se realizó la encuesta presentaron variaciones positivas en los ingresos totales, en comparación con abril de 2019 estos sectores fueron: desarrollo de sistemas informáticos y procesamiento de datos y actividades de centros de llamadas (Call center). Dada la fecha en la que se realizó el reporte podemos deducir que el comportamiento negativo del sector de la publicidad se debe a la crisis mundial originada por el la enfermedad del coronavirus, sin embargo es una hipótesis ya que en el mismo documento no se especifica la causa de los números negativos que presentaron la gran mayoría de empresas. (DANE, 2020).

Sin embargo un artículo publicado por la Asociación Nacional de Anunciantes ANDA publicado el 25 Febrero del 2021 donde exponen las ‘Predicciones’ para la industria del marketing en el 2021 en el mundo, pronostica cambios favorables para este sector, adicional afirma que será inminente la transformación del espacio laboral donde las estructuras de trabajo serán menos rígidas y esto evidentemente ayudará a fomentar lugares de trabajo más saludables y amigables. (ANDA, 2021). Con base en lo anterior, se puede establecer que las empresas de publicidad tanto pequeñas como medianas en la ciudad de Bogotá DC deben realizar cambios en su estrategia organizacional para fomentar un sano clima laboral.

Dentro de las diferentes teorías sobre la publicidad y el impacto que esta actividad ejerce en el desarrollo empresarial, encontramos que Amaya (2013) afirma que la publicidad tiene diferentes definiciones, algunas de las percepciones que se tienen respecto a esta actividad es que se percibe como una ciencia, herramientas de ventas o de marketing, otros la definen como un medio de pago que utiliza medios creados por empresas e individuos para informar a los consumidores y persuadirlos a que realicen determinada acción.

Bonifaz y Yánes (2016) proponen que los consumidores pueden ser persuadidos por los anuncios publicitarios para lograr un objetivo específico, pero para que la estrategia de publicidad tenga éxito hay que considerar a quién va dirigido el mensaje, el tipo de lenguaje y el tono de comunicación que se va a emplear ya que esto va a determinar el grado de interés que se obtenga del público objetivo, y Cruz (2014) afirma que la publicidad incluye diversos lenguajes y acciones relacionadas con la comunicación social donde se deben implementar estrategias de comunicación empresarial, investigación de mercados para entender el consumidor, las nuevas tendencias y en general los comportamientos de los consumidores. En una definición más concreta, la publicidad indica que un producto en particular está ganando más valor en el mercado que sus competidores dado su visibilidad. (Caro, 2014).

En pocas palabras, la publicidad enfatiza la comunicación entre las empresas y las partes interesadas y genera ciertos beneficios, como el crecimiento del portafolio y la innovación que tiene como resultado una mejor rentabilidad. Es decir que la publicidad es una herramienta de producción económica y se considera un paso en el proceso de distribución comercial orientado a promover la fabricación y venta de productos y/o servicios (Caballero, 2017).

Teniendo en cuenta estas definiciones y planteamientos que diferentes investigadores le han dado a la publicidad, resulta evidente la necesidad de identificar la causa raíz de la falta de compromiso por parte de los empleados que laboran en este sector y posteriormente implementar soluciones. De lo dicho anteriormente, se destaca la importancia de conocer la apreciación de los colaboradores para así definir la calidad de vida que tienen dentro de la organización y poder determinar si es uno de los causantes de la falta de compromiso.

### **Metodología**

Este estudio se llevó a cabo mediante una investigación no experimental de tipo cualitativo, de tipo transversal, diseño bibliográfico documental, a través de una revisión sistemática de la literatura, este tipo de investigación permite obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre el objeto de estudio que apoye o refute las ideas propuestas. (Velásquez, 2014; pp. 9-10).

### **Población**

Teniendo en cuenta que el tipo y diseño de investigación es documental cualitativa y bibliográfica, no se requiere abordar individuos, objetos o elementos, ya que toda la información proviene de fuentes documentales y bibliográficas.

Se consultó información sobre las empresas de la ciudad de Bogotá que poseen como actividad económica los servicios de publicidad y estudios de mercado (Código CIIU 731 7310) se pudo constatar a través de un informe realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá (2017) que en la actualidad se han registrado 32 empresas en la capital del país, sin embargo es importante resaltar que por la informalidad que manejan algunas empresas no es posible tener el número exacto de la cantidad de compañías que se dedican a esta labor.

### **Muestra**

La muestra seleccionada fue de tipo teórica o conceptual (Kazez, 2009), conformada por 25 artículos de investigación rastreados desde el año 2011 hasta el año 2021 en diferentes fuentes de información científica. La información se analizó según el contenido, determinando así las implicaciones de la cultura organizacional (Sánchez & Valdés, 2008).



### **Técnicas de recolección de datos**

La recopilación de la información se realizó a través una matriz de documentación y datos como herramienta principal, provenientes de fuentes documentales secundarias y primarias, donde se encuentra detalladamente la información consultada especificando: el año de publicación, la metodología utilizada, la categoría y palabras claves, que tipo de documento es (artículos, tesis, libros, trabajos de grado, de investigación, etc) las preguntas de investigación y/o problema, el país de publicación, los autores, título del documento, el lugar donde se encuentra disponible, resumen, y las hipótesis que fueron planteadas por los investigadores. (Morán Cuán, 2008).

### **Procedimiento**

Se toma como referencia a (Morán Cuán, 2008), y se desarrollaron cinco pasos para el desarrollo de esta investigación.

#### 1. La etapa o fase preparatoria:

Cuando se selecciona el tema objeto de estudio, se determinan los objetivos, para este caso, es determinar de qué manera el clima laboral influye en el compromiso que tienen los trabajadores de las empresas de publicidad en la ciudad de Bogotá para lograr los objetivos organizacionales, y esta pregunta problema permite sugerir elementos relevantes en el modelo de investigación en base a los siguientes pasos:

- La selección del tema de investigación
- Identificar el problema que se desea investigar
- Fijación del objetivo general y objetivos específicos
- Búsqueda y selección de fuentes de información

- Diseño de investigación (métodos y procedimientos utilizados para recopilar y analizar el problema planteado)
- Identificación y contextualización del problema de investigación
- Revisión y análisis documental

2. Fase descriptiva y analítica:

Posterior a la revisión documental y bibliográfica se evidencia que existen diferentes factores que influyen en el bienestar organizacional y por ende el compromiso de los trabajadores hacia la organización ya que pierden el sentido de pertenencia. Se identifica que, para los empleados es de gran importancia contar con un buen clima laboral, también que puedan crecer profesionalmente dentro de la organización, que tengan una justa remuneración económica y al mismo tiempo se les reconozca por las labores que ejercen, posteriormente se organizan los documentos que contiene información relevante a la investigación.

3. La fase o etapa de sistematización (orden o clasificación):

En esta etapa se procesa, se analiza, se organiza y se ordena la información, donde se evidencia que el principal factor de inconformidad laboral y falta de compromiso por parte de los empleados es la poca o nula importancia que se le da al bienestar organizacional, la ausencia de herramientas y capacitaciones en sus labores y no poder crecer profesionalmente dentro de la organización.

4. Perspectiva y construcción teórica:

A través de la revisión documental, se evidencia un gran porcentaje de afectación en la calidad de vida laboral en las empresas, identificando una gran tendencia de falta de compromiso

por parte de los empleados que no se sienten valorados y en general experimentan un mal clima laboral.

5. Etapa expositiva o postulatoria:

En este último paso se sustentan las hipótesis y conclusiones a las que se llegaron con la finalidad de que otros investigadores sigan construyendo conocimiento a partir de las posturas planteadas.

### Resultados

A continuación se expondrán gráficamente los resultados obtenidos a partir de la matriz bibliográfica realizada donde se recopiló información pertinente al tema objeto de estudio.

#### Figura 1

*Documentos publicados según el año.*



*Fuente:* Elaboración propia con base en la matriz de investigación (2021)

En la anterior gráfica, se muestran los 25 documentos consultados en relación al tema objeto de estudio según los años de su publicación el cual se recolectó información del año 2011

hasta el año 2021. Se identifica que en el año 2016 fue donde más se encontró información con (6) documentos, en el 2013 y 2014 se encontraron (5) documentos respectivamente, en el 2018 (3) documentos, y en los años 2011, 2012, 2015, 2017, 2019 y 2020 se encontró (1) documento que se relaciona con la temática abordada. Es importante resaltar que en el año 2021 no se encontraron investigaciones referentes a el clima laboral y el compromiso de los trabajadores.

### **Figura 2**

*Documentos publicados según el país.*

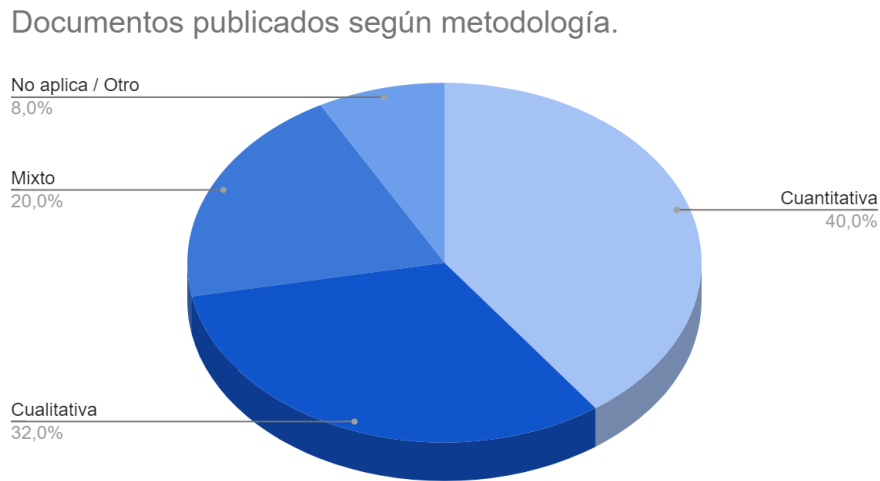


*Fuente:* Elaboración propia con base en la matriz de investigación (2021)

Como se puede evidenciar Colombia es el país con mayores documentos publicados acerca del clima laboral y compromiso de los trabajadores, con un total de (9) publicaciones, seguido de España con 5 publicaciones, le sigue Cuba y Chile con (3) publicaciones cada una, Ecuador y México con (2) publicaciones respectivamente y por último Venezuela con (1) publicación.

**Figura 3**

*Documentos publicados según metodología.*



*Fuente:* Elaboración propia con base en la matriz de investigación (2021)

El 40% de la totalidad de documentos revisados y tenidos en cuenta para esta investigación manejan una metodología cuantitativa, donde los investigadores que abordaron temas relacionados a esta investigación, utilizaron la estadística para el análisis de los datos. A diferencia de la metodología cualitativa con tan solo un 32% en este caso los investigadores que optaron por esta metodología, utilizaron las entrevistas, encuestas, grupos de discusión o técnicas de observación para recopilar datos no numéricos, y el 20% utilizó una metodología mixta es decir que utilizaron en la misma investigación una metodología cualitativa y cuantitativa para el desarrollo de la misma, y el 8% de la totalidad de los artículos consultados utilizaron una metodología diferente.

**Figura 4**

*Documentos publicados según la categoría.*

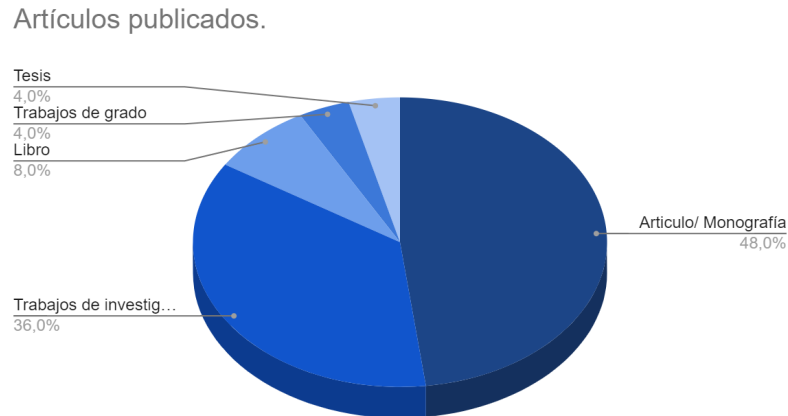


*Fuente:* Elaboración propia con base en la matriz de investigación (2021)

En esta gráfica se puede observar que el clima laboral o también llamado clima organizacional fue el tema que más se encontró dentro de los documentos revisados con un total de (8) publicaciones, de igual manera, el compromiso de los trabajadores con (6) publicaciones, le sigue la publicidad y el comportamiento o cultura organizacional con 4 publicaciones cada una y la satisfacción laboral fue la que presentó menor relación frente al tema investigado con (3) publicaciones.

**Figura 5**

*Artículos publicados.*



*Fuente:* Elaboración propia con base en la matriz de investigación (2021)

El 48% de los documentos que se encontraron acerca del clima laboral y el compromiso de los trabajadores, fueron artículos y/o monografías, el 36% fueron trabajos de investigación, y con menos información relevante al tema propuesto están los libros con el 8%, trabajos de grado con el 4% y tesis con el 4%. Por otra parte, uno de los hallazgos obtenidos por la investigación realizada permite constatar la hipótesis planteada: que el clima laboral tiene incidencia en el compromiso que adquieren los trabajadores hacia la empresa, debido al mal clima laboral y las condiciones del ambiente en el lugar de trabajo, y esto a la vez repercute en la desmotivación, ya sea por las jornadas laborales prolongadas, el agotamiento físico y mental que esto les genera y al mismo tiempo, la falta de capacitación, la percepción de no ser valorados y apreciados y la inconformidad por la remuneración económica que reciben.

### **Discusión y conclusiones**

El objetivo del presente trabajo era analizar si el clima laboral influye en el compromiso que tienen los trabajadores de las empresas de publicidad en Bogotá, con el fin de aumentar la productividad. Partiendo de los resultados obtenidos en la investigación a través de la revisión documental y bibliográfica, se puede concluir que el clima laboral en cualquier empresa u organización es de suma importancia para fortalecer y fomentar la productividad y desempeño en los procesos y proyectos, disminuyendo de esta manera el impacto de costos en tiempo y dinero por el bajo rendimiento, ayuda a mejorar las relaciones laborales e interpersonales, resolución de problemas y/o conflictos dentro de la organización, y de igual manera, favorece a la motivación y eficiencia por parte de los colaboradores.

A partir del análisis de los datos, se establecieron los factores que afectan el nivel de compromiso por parte de los empleados en los que se destaca la poca o nula importancia que se le da al bienestar organizacional, la ausencia de herramientas y capacitaciones en sus labores y no poder crecer profesionalmente dentro de la organización.

Mediante el análisis de la correlación entre el clima laboral y el compromiso por parte de los empleados, se pudo constatar que los empleados que se sienten conformes y motivados obtienen mejores resultados y esto influye directamente en el éxito de la empresa. Un empleado comprometido entiende a cabalidad el papel que desempeña dentro de la organización y el impacto que genera en el logro de los objetivos empresariales, adicional tiene una fuerte conexión emocional, se siente identificado con la cultura y valores que rigen la organización para la cual labora y siente un compromiso genuino, se implica más y se esfuerza por alcanzar las metas y está dispuesto a aprender cosas nuevas e innovar.



De esta manera, se puede deducir que la productividad está relacionada indudablemente con el nivel de satisfacción de los trabajadores en la organización. Por este motivo se hace pertinente implementar y desarrollar estrategias que incentiven y promuevan un buen clima laboral para mejorar la percepción que tienen los trabajadores hacia la empresa, utilizando la satisfacción laboral como ventaja competitiva para la gestión de la organización, promoviendo el sentido de pertenencia y aumentando por consiguiente la productividad y eficiencia de los procesos en cada área de trabajo.

Otra conclusión a destacar es que el talento humano es el eje fundamental dentro del marco organizacional, esto se evidencio en los diferentes documentos consultados que se reconoce de manera casi generalizada que el individuo es generador y perceptor del bienestar, de esa manera, retribuye ese sentimiento de bienestar a la organización reflejándose en altos niveles de desempeño, también se pudo evidenciar que la satisfacción laboral, está estrechamente relacionada con la estructura organizativa, la identidad de la empresa y las relaciones humanas.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá (2017), existen 32 empresas registradas con la actividad de publicidad y estudios de mercado, lo que hace que sea pequeño el tamaño de la población investigada, sin embargo para las empresas dedicadas al sector de la publicidad que desean mejorar su clima laboral es importante contar con herramientas que mejoren significativamente los procesos dentro de la organización. Para ello, se exponen algunas recomendaciones que se obtuvieron a partir de la matriz realizada y pueden ser tomadas en cuenta para instaurar y gestionar un clima laboral saludable:

1. La implementación de variables de control, seguimiento y liderazgo, para la generación de un clima organizacional adecuado, que como se ha afirmado en

diferentes ocasiones favorecen el desempeño y la consecución de los objetivos de las organizaciones, de igual manera se recomienda realizar una encuesta regularmente que permitirá a las organizaciones obtener información relevante de cómo está su clima organizacional y realizar una intervención oportuna y hacer los cambios pertinentes para una sana convivencia.

2. Propiciar espacios de participación en la toma de decisiones, ya que se evidencio que es un factor que influye en la motivación y en el desempeño de los colaboradores. Es crucial cultivar en los empleados la confianza para que de esta manera se pueda aumentar el empoderamiento y compromiso de los mismos para afrontar los retos, y lograr alcanzar los objetivos organizacionales.
3. Trabajar en mejorar el engagement de los empleados, es importante que el trabajador tengan claro las responsabilidades y tareas que debe ejercer dentro de la organización, que tenga la certeza de cuál es su papel disminuye la incertidumbre y sensación de desorientación, al mismo tiempo que tengan una comunicación, feedback y reconocimiento constante, y conozca el objetivo, visión y misión de la empresa para la cual trabaja.
4. La dirección debe empoderar a sus colaboradores dándoles la libertad para decidir cómo obtener los resultados requeridos mediante la innovación, la decisión y la acción, esto aumenta el sentido de pertenencia y hace que se involucren positivamente para cumplir los objetivos organizacionales. De igual forma, es fundamental contar con el compromiso, la participación y el liderazgo de los empresarios y gerentes quienes desempeñan un papel primordial en la formación

de la cultura organizacional para lograr los resultados deseados, de igual manera, es necesario que la gerencia garantice los recursos necesarios para construir y mantener el clima laboral adecuado, que facilite el óptimo desempeño de los colaboradores.

5. Otro factor importante para promover un clima laboral satisfactorio es que los colaboradores tengan la posibilidad de desarrollarse profesionalmente dentro de la empresa, que tengan acceso a formarse y especializarse para mejorar los conocimientos y las habilidades, y esto impacta directamente en el compromiso individual de los empleados.

Todas estas estrategias ayudarán a las empresas a fomentar la productividad y el rendimiento laboral de sus trabajadores por medio del clima organizacional influyendo de forma positiva en la satisfacción no solo de los colaboradores sino de la organización en general.

## Referencias

- Dailey, R. (2012). Comportamiento organizacional (7 ed.). Reino Unido: Edinburgh Business School HeriotWatt University  
<https://ebs.online.hw.ac.uk/documents/course-tasters/spanish/pdf/ob-bk-taster.pdf>
- Vertel, A., Paternina, C., Riaño, H. & Pereira, J. (2013). Cultura organizacional: evolución en la medición. Estudios gerenciales, 29(128), 350-355.  
<https://www.redalyc.org/pdf/212/21229786009.pdf>
- Alvarado, Ó., & Monroy, R. (2013). Cultura organizacional en una empresa propiedad de sus trabajadores. Cuadernos de administración, 26(47).  
<http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v26n47/v26n47a11.pdf>
- Martín, X., Segredo, A. & Perdomo, I. (2013). Capital humano, gestión académica y desarrollo organizacional. Educación Médica Superior, 27(3), 288-295.  
<http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v27n3/ems14313.pdf>
- Serrate, A., Portuondo, A., Sánchez, N., & Suarez, R. (2014). Evaluación de la cultura organizacional y su incidencia en la efectividad grupal. Ingeniería Industrial, 35(1), 2-12.  
<https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433596002.pdf>
- Grueso, M., González, J. & Rey, C. (2014). Valores de la cultura organizacional y su relación con el engagement de los empleados: Estudio exploratorio en una organización de salud. Invest. Pens. Criti, 2(3), 77-91.

<https://pdfs.semanticscholar.org/92db/84f8889a46b7c6af7913831df44027e5f95d.pdf>

Bhaves, J., & Aman, K. (2016). Compromiso de los empleados: una herramienta estratégica para mejorar el rendimiento. *Revista de investigación contemporánea en gestión*, 3(2), 21-29.

[https://www.academia.edu/40448766/Employee\\_Engagement\\_A\\_Strategic\\_Tool\\_to\\_Enhance\\_Performance](https://www.academia.edu/40448766/Employee_Engagement_A_Strategic_Tool_to_Enhance_Performance)

Smith, M. y Wallace, C. (2016). Clima de participación de los empleados, tareas y ciudadanía desempeño e inestabilidad como moderador.

[https://www.researchgate.net/publication/303506253\\_Employee\\_involvement\\_climate\\_task\\_and\\_citizenship\\_performance\\_and\\_instability\\_as\\_a\\_moderator](https://www.researchgate.net/publication/303506253_Employee_involvement_climate_task_and_citizenship_performance_and_instability_as_a_moderator)

Oppenauer, V., & Van De Voordeb, K. (2016). Explorando las relaciones entre las prácticas del sistema de trabajo de alta implicación, las demandas laborales y el agotamiento emocional: un estudio multinivel.

<https://research.tilburguniversity.edu/en/publications/exploring-the-relationships-between-high-involvement-work-system->

Schneider, B. (1972). Clima organizacional: preferencias individuales y realidades organizacionales. *Revista de psicología aplicada*, 56 (3), 211-217.

<https://psycnet.apa.org/record/1973-01451-001>

Marulanda, C., L. López., y G. Cruz, (2018) *La Cultura Organizacional, Factor Clave para la Transferencia de Conocimiento en los Centros de Investigación del Triángulo del Café de Colombia.*

[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0718-07642018000600245&lng=es&nrm=iso](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0718-07642018000600245&lng=es&nrm=iso)

Anitha, J., (2014) "Determinantes del compromiso de los empleados y su impacto en el desempeño de los empleados", Revista Internacional de Productividad y Gestión del Desempeño , vol. 63, núm. 3, págs. 308-323.

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJPPM-01-2013-0008/full/html>

Lapo-Maza, M. D. C., M. A. (2018) Bustamante-Ubilla, Incidencia del Clima Organizacional y de las Actitudes Laborales en el Comportamiento Prosocial de los Profesionales de la Salud del Guayas Ecuador.

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v29n5/0718-0764-infotec-29-05-00245.pdf>

Pacheco, S. L., D. A. C. Rodríguez, (2019) Propuesta pedagógica para el mejoramiento del clima organizacional.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6860603>

Ahmed, N., Khan, M., & Butt, F. (2012). Estudio comparativo de clima organizacional y satisfacción laboral en bancos públicos, privados y extranjeros. 8(4), 259-267.

<http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ass/article/view/15985>

Peña, M., Díaz, M., & Carrillo, A. (2013). Relación de Factores en la Satisfacción Laboral de los Trabajadores de una Pequeña Empresa de la Industria

Metal – Mecánica. Revista Internacional de Administración & Finanzas, 6(3), 115-128.

<https://www.theibfr.com/download/riaf/2013-riaf/riaf-v6n3-2013/RIAF-V6N3-2013-9.pdf>

Hinojosa, C. (2010). Clima Organizacional y Satisfacción Laboral de Profesores del Colegio Sagrados Corazones Padres Franceses (Tesis doctoral). Universidad de Playa Ancha, Programa de Doctorado en Gestión y Políticas Educativas. Valparaíso, Chile.

<http://genesismex.org/actidoce/cursos/chile-co-ot%2710/trabafin/claudio%20hinojosa.pdf>

Contreras, F., Espinosa, J., Hernández, F., & Acosta, N. (2013). Calidad de vida laboral y liderazgo en trabajadores asistenciales y administrativos en un centro oncológico de Bogotá (Colombia). 30(3), 569-590.

<http://www.scielo.org.co/pdf/psdc/v30n3/v30n3a07.pdf>

Findley-Musgrove, C., E. Ellinger, y D. Ellinger, (2014) Examinar la influencia del énfasis en las ganancias estratégicas en el compromiso de los empleados y el clima de servicio, 26(3/4), 152-171.

[https://www.researchgate.net/publication/280181134\\_Examining\\_the\\_influence\\_of\\_strategic\\_profit\\_emphases\\_on\\_employee\\_engagement\\_and\\_service\\_climate](https://www.researchgate.net/publication/280181134_Examining_the_influence_of_strategic_profit_emphases_on_employee_engagement_and_service_climate)

Shadur, M. A., Kienzie, R., & Rodwell, J. J. (1999). La relación entre el clima organizacional y las percepciones de participación de los empleados: la importancia del apoyo.

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1059601199244005>

Diego, R. & Meneghini, A. (2016) Motivación del voluntariado y clima organizacional: factores que promueven la satisfacción y el voluntariado sostenido en las OSFL.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11266-015-9593-z>

Huang, L., & Cheng, C., (2016). Sistemas de trabajo de alto rendimiento, bienestar de los empleados y participación laboral: un estudio empírico. 45 (2), 296-314.

[https://www.researchgate.net/publication/295254582\\_High\\_performance\\_work\\_systems\\_employee\\_well-being\\_and\\_job\\_involvement\\_an\\_empirical\\_study](https://www.researchgate.net/publication/295254582_High_performance_work_systems_employee_well-being_and_job_involvement_an_empirical_study)

Yadav, K. (2015) Compromiso de los empleados entre académicos: efecto de interacción de apoyo organizacional percibido e individualismo. El diario XIMB de Gestión

<https://scholar.google.com/citations?user=7DrmM-IAAAAJ&hl=en>

Kahn, W. A. (1990). Condiciones psicológicas del compromiso personal en el trabajo. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.

<https://journals.aom.org/doi/10.5465/256287>



Schaufeli, W. & Bakker, A. B. (2003). Exigencias laborales, recursos laborales y su relación con el agotamiento y el compromiso: un estudio de muestras múltiples.

<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/job.248>

Baitul, M. (2012). Factores que afectan la calidad de vida laboral: An. Revista Global de Investigación en Gestión y Negocios, 12 (18).

[https://globaljournals.org/GJMBR\\_Volume12/4-Factors-Affecting-Quality-of-Work-Life-An.pdf](https://globaljournals.org/GJMBR_Volume12/4-Factors-Affecting-Quality-of-Work-Life-An.pdf)

Velazco, J. E. (29 de Mayo de 2018). La calidad de vida laboral y el estudio del recurso humano: una reflexión sobre su relación con las variables organizacionales. Scientific Electronic Library Online Colombia, 60.

<http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n45/2145-941X-pege-45-58.pdf>

Villarroel Ortiz, Y. J. (2012). Análisis del clima organizacional en el departamento de compras del rectorado de la universidad de oriente 2011.

[https://www.academia.edu/29039470/universidad\\_de\\_oriente\\_n%c3%a9cleo\\_de\\_sucra\\_escuela\\_de\\_ciencias\\_sociales\\_programa\\_de\\_gerencia\\_de\\_recursos\\_humanos](https://www.academia.edu/29039470/universidad_de_oriente_n%c3%a9cleo_de_sucra_escuela_de_ciencias_sociales_programa_de_gerencia_de_recursos_humanos)

Castrillón, M. A. (2005). El desarrollo organizacional y el cambio planeado. Bogotá D.C: Universidad del Rosario. Obtenido del desarrollo organizacional y el cambio planeado.

<https://books.google.de/books?id=RDFJi-fNWNMC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Nivel de satisfacción de los trabajadores colombianos con su empleo. (01 de Mayo de 2018). El tiempo.

Seymour, M.A.W., & Geldenhuys, D.J. (2018). El impacto de las sesiones de diálogo en equipo en el compromiso de los empleados en una empresa de tecnologías de la información y la comunicación. 16(0), a987.

<https://doi.org/10.4102/sajhrm.v16i0.987>

Hyeung, K., Matusik, J., (2016). Efectos interactivos de múltiples climas organizacionales sobre el comportamiento innovador de los empleados en empresas emprendedoras: una investigación de varios niveles. 628–642.

[https://www.researchgate.net/publication/307581802\\_Interactive\\_effects\\_of\\_multiple\\_organizational\\_climates\\_on\\_employee\\_innovative\\_behavior\\_in\\_entrepreneurial\\_firms\\_A\\_cross-level\\_investigation](https://www.researchgate.net/publication/307581802_Interactive_effects_of_multiple_organizational_climates_on_employee_innovative_behavior_in_entrepreneurial_firms_A_cross-level_investigation)

Ministerio de trabajo . (24 de Julio de 2019). Mintrabajo. Bienestar y salud mental: un compromiso de MinTrabajo y el Sector Público.

<https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/comunicados/2019/julio/bienestar-y-salud-mental-un-compromiso-de-mintrabajo-y-el-sector-publico>

Martín, X., Segredo, A. & Perdomo, I. (2013). Capital humano, gestión académica y desarrollo organizacional. Educación Médica Superior, 27(3), 288-295.

<http://scielo.sld.cu/pdf/ems/v27n3/ems14313.pdf>

Rahimic, Z., (2013). Influencia del clima organizacional en la satisfacción laboral en las empresas de Bosnia y Herzegovina. 6(3), 129-139.

<http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/24224>

Adenike, A. (2011). El clima organizacional como predictor de la satisfacción laboral de los empleados: evidencia de Covenant University. 4 (1), 151-165.

<https://covenantuniversity.edu.ng/Profiles/Adeniji-Anthonia-Adenike/Organizational-Climate-as-a-Predictor-of-Employee-Job-Satisfaction-Evidence-from-Covenant-University>

Keuter, K., Byrne, E., Voell, J., & Larson, E. (2000). Satisfacción laboral y clima organizacional de las enfermeras en un entorno laboral dinámico. 13(1), 46-49.

[https://www.researchgate.net/publication/12614979\\_Nurses'\\_Job\\_Satisfaction\\_and\\_Organizational\\_Climate\\_in\\_a\\_Dynamic\\_Work\\_Environment](https://www.researchgate.net/publication/12614979_Nurses'_Job_Satisfaction_and_Organizational_Climate_in_a_Dynamic_Work_Environment)

Brunet Luc (2011) El clima de trabajo en las organizaciones: Definición, diagnóstico y consecuencias.

<https://corganizacional1.files.wordpress.com/2017/02/el-clima-de-trabajo-en-las-organizaciones.pdf>

Pandita, S. & Singhal, R. (2017) La influencia del compromiso de los empleados en el equilibrio entre la vida laboral y personal de los empleados del sector de TI.

<https://www.semanticscholar.org/paper/The-Influence-of-Employee-Engagement-on-the-Balance-Pandita-Singhal/67be710de39dafc0a70f567fe3db8b8fead71e63>

- Karamuri, V., (2016) Compromiso de los empleados: industria hotelera. SCMS Journal of Indian Management. 13, 120-128.  
<https://search.proquest.com/openview/e00ba45d4dc6ac7bde4c34c1d2e88fab/1?pq-origsite=gscholar&cbl=546310>
- Jha, B. & Kumar, A. (2016). Compromiso de los empleados: una herramienta estratégica para mejorar el rendimiento. Revista de investigación contemporánea en gestión. ISSN 2348- 0092.  
[https://www.academia.edu/40448766/Employee\\_Engagement\\_A\\_Strategic\\_Tool\\_to\\_Enhance\\_Performance](https://www.academia.edu/40448766/Employee_Engagement_A_Strategic_Tool_to_Enhance_Performance)
- Piaget, J., (1980). Adaptación e inteligencia: selección orgánica y fenocopia. Jean Piaget, Stewart Eames.  
<https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/412600>
- Bizquera, R. (2013). Cuestiones sobre bienestar. Madrid: Síntesis S.A.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=338232571012>
- Rath, T., & Harter, J. (2011). La ciencia del bienestar: Los 5 elementos esenciales. Barcelona: Alienta.  
<https://books.google.es/books?id=EPMZ7cpS4aYC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Velásquez, J. D. (Octubre de 2014). Una guía corta para escribir revisiones sistemáticas de la literatura - Parte 1. Universidad Nacional de Colombia - Sede Medellín Facultad Minas, 9-10.  
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/dyna/article/view/46758>

Kazez, R. (2009). Los estudios de casos y el problema de la selección de la muestra: aportes del sistema de matrices de datos. *Subjetividad y procesos cognitivos*, 13(1), 71-89.

<https://www.redalyc.org/pdf/3396/339630252005.pdf>

Sánchez Vignau, B., & Valdés López, Y. (2008). Diseño de sistemas de información documental. Consideraciones teóricas. *Ciencias de la Información*, 39(3).

<https://www.redalyc.org/pdf/1814/181421564002.pdf>

Morán Cuán, M. (2008). Estado del arte del método fenomenológico hermenéutico en el ámbito de la investigación psicológica.

<https://www.uninorte.edu.co/web/amdecast/blogs/-/blogs/metodo-fenomenologico-hermeneutico:-una-propuesta-desde-la-psicologia>

Asociación Nacional de Anunciantes ANDA (2020). ¿Qué es la ANDA?.

<https://www.andacol.com/index.php/anda/nosotros>

AIDA (1898). atención (attention), interés (interest), deseo (desire) y acción (action).

<https://es.wikipedia.org/wiki/AIDA>

Caballero, F. (2017). Publicidad, Tiempo y Vida. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (134), 09-20.

<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/3137>

DANE – EMS. (2020). Encuesta Mensual de Servicios (EMS) y el DANE: Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol\\_ems\\_abril\\_20.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ems/bol_ems_abril_20.pdf)

Amaya, D. (2013). Conceptualización publicitaria: el camino hacia la publicidad como disciplina. *Magazín Empresarial*, 9(20), 51-56.

<https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/2424>

Bonifaz, J. y Yánes, P. (2016). Publicidad y propaganda: aspectos gráfico-comunicacionales y legales. *Revista AUC*, (37), 25-32.

<https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-auc/index.php/auc-ucsg/article/view/4>

Cruz, C. (2014). Desde la publicidad como objeto poco digno de interés académico, a la publicidad como elemento constitutivo de la cultura.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6845074>

Caro, A. (2014). Comprender la publicidad para transformar la sociedad. *Cuadernos. Info*, (34), 39-46.

<https://scielo.conicyt.cl/pdf/cinfo/n34/art04.pdf>

Cámara de Comercio Bogotá (2017). Internacionalización. Recuperado de <http://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Mejore-su-empresa/Internacionalizacion>

Asociación Nacional de Anunciantes ANDA (2021) ‘Predicciones’ para la industria del marketing en el 2021, según análisis de la WFA

<https://www.andacol.com/index.php/noticias-anda-col/noticias-anda-col-3/4493-predicciones-para-la-industria-del-marketing-en-el-2021-segun-analisis-de-la-wfa>

