

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

Escuela Profesional de educación



Relación entre la Comunicación Corporativa y la Satisfacción Laboral en colaboradores de la Universidad Peruana Unión

Tesis para obtener el Título Profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación

Por:

Rafael Ivan Hernández Ruiz De Castilla

Oscar Jose David Osorio Parco

Asesor:

Jose Cabrera Aquino

Lima, setiembre de 2023

DECLARACIÓN JURADA DE AUTORÍA DE TESIS

Yo José Cabrera Aquino docente de la Facultad de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, de la Escuela Profesional de Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:00

Que la presente investigación titulada: **“Relación entre la Comunicación Corporativa y la Satisfacción Laboral en colaboradores de la Universidad Peruana Unión.”** Constituye la memoria que presentan los bachilleres Oscar Jose David Osorio Parco y Rafael Ivan Hernández Ruiz De Castilla, para obtener el título profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación, tiene un índice de similitud de 4% verificable en el informe del programa Turnitin y ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima a los 21 días del mes de junio del año 2023.



Mg. José Victor Cabrera Aquino

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 20 día(s) del mes de setiembre del año 2023 siendo las 9:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: Lic. Nick Josías Brañez Medrano; el secretario: Mtro. Jose Calsín Molleapaza; demás miembros: Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano y el asesor: Mg. Jose Víctor Cabrera Aquino, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulada: **“Relación de la Comunicación Corporativa y la Satisfacción Laboral en colaboradores de la Universidad Peruana Unión”** presentado para los bachilleres: Oscar Jose David, Osorio Parco y Rafael Iván Hernández Ruiz De Castilla, conducente a la obtención del título profesional de Licenciada (o) en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando a los candidatos a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltos por el candidato. Luego, se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Candidato-(a): **Bach. Oscar José David Osorio Parco**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
	17	B+	Muy bueno	Sobresaliente

Candidato-(a): **Bach. Rafael Iván Hernández Ruiz De Castilla**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
	17	B+	Muy bueno	Sobresaliente

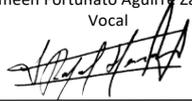
Candidato-(a):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

Finalmente, el presidente del jurado invitó al candidato a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

“SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODALIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA”

 Lic. Nick Josías Brañez Medrano Presidente (a)	 Mtro. José Calsín Molleapaza Secretario (a)
 Mg. Jose Víctor Cabrera Aquino Asesor (a)	 Lic. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano Vocal
 Oscar José David Osorio Parco Candidato/a (a)	 Rafael Iván Hernández Ruiz De Castilla Candidato/a (b)

Índice

RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN	7
MARCO TEÓRICO	10
DISEÑO METODOLÓGICO.....	14
TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	14
Criterios de inclusión:.....	15
Criterios de exclusión:.....	15
INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	15
Cuestionario de Comunicación corporativa	15
Cuestionario satisfacción laboral	16
Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	16
RESULTADOS	17
Datos Sociodemográficos	17
Resultados descriptivos de las variables de estudio	19
Prueba de normalidad.....	21
Resultados Correlacionales	22
DISCUSIÓN	23
CONCLUSIONES	27
REFERENCIAS.....	28

Relación entre la comunicación corporativa y la satisfacción laboral en colaboradores de la Universidad Peruana Unión

Relationship between corporate communication and job satisfaction among employees of the Peruvian Union University

- a. <https://orcid.org/0009-0004-6513-8307> Rafael Ivan Hernandez Ruiz De Castilla
- b. <https://orcid.org/0009-0004-8690-5878> Oscar Jose David Osorio Parco

Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Universidad Peruana Unión

RESUMEN

La presente investigación se hizo para determinar la relación entre comunicación corporativa y la satisfacción laboral en colaboradores de la Universidad Peruana Unión. La población estuvo constituida por 688 colaboradores, todos ellos de sexo masculino y femenino pertenecientes a la institución ya mencionada. El primer instrumento empleado, Cuestionario de Comunicación Corporativa de Espinoza (2017), consta de 20 ítems y 2 dimensiones, construido en una escala tipo Likert; el segundo instrumento, Cuestionario de Satisfacción Laboral de Ruiz y Zavaleta (2013), consta de 30 ítems y 6 dimensiones, de igual forma construido en una escala tipo Likert. La investigación corresponde a un diseño no experimental, de corte transversal, de enfoque cuantitativo y de tipo correlacional.. Los resultados demostraron que estas dos variables, comunicación corporativa y satisfacción laboral, tienen una relación significativa entre sí. La satisfacción laboral aumenta con la comunicación corporativa.

PALABRAS CLAVE: *Comunicación Corporativa, Satisfacción Laboral, Comunicación Organizacional, Reconocimiento personal, compromiso, supervisión, comunicación estratégica.*

ABSTRACT

This research was carried out to determine the relationship between corporate communication and job satisfaction among employees of the Universidad Peruana Unión. The population consisted of 688 collaborators, all of them male and female belonging to the aforementioned institution. The first instrument used, Corporate Communication Questionnaire by Espinoza (2017), consists of 20 items and 2 dimensions, constructed on a Likert-type scale; the second instrument, Job Satisfaction Questionnaire by Ruiz and Zavaleta (2013), consists of 30 items and 6 dimensions, similarly constructed on a Likert-type scale. The research corresponds to a non-experimental, cross-sectional, quantitative and correlational design. The results showed that these two variables, corporate communication and job satisfaction, have a significant relationship with each other. Job satisfaction increases with corporate communication.

KEYWORDS: *Corporate Communication, Job Satisfaction Organizational Communication Personal recognition, commitment, supervision, strategic communication*

INTRODUCCIÓN

El artículo presenta un estudio sobre la correlación de la comunicación corporativa y la satisfacción laboral, centrandose su interés en la comunidad laboral de la institución de educación superior Universidad Peruana Unión 2023. Se analizó si la comunicación corporativa cumple su función para el desarrollo eficaz de los trabajadores en sus funciones y su satisfacción laboral ya que esta es importante para lograr un ambiente laboral participativo y que genere pertenencia (Charry, 2018). Además, como plantea Xifra (2020), la mala gestión de la comunicación dentro de una organización puede acarrear consecuencias negativas, como una crisis y por lo tanto una mala reputación.

En la actualidad, se presenta una problemática respecto a las organizaciones y su falta de énfasis en la comunicación corporativa, relegándolo a trabajos más técnicos y de menos gestión e importancia; Esto puede ser un tema de riesgo, ya que como menciona Aguilar Gálvez et al., (2018), las empresas están en constante comunicación, ya sea de manera consciente o inconsciente; esto quiere decir que la organización se comunica incluso cuando cree que no lo hace (Apolo et al., 2017). Esto podría llegar a ser un arma de doble filo, ya que no se reduce a las funciones específicas del trabajador sino al marco comunicacional general (Chuquipiondo, 2021).

Por lo tanto, al intentar comunicar a nivel corporativo, interviene la disposición del colaborador. En ese sentido, la satisfacción laboral individual juega un rol de mucha importancia ya que influye directamente en el desempeño laboral, y por ende en la productividad, la lealtad con la institución y mejores resultados (Pedraza, 2020). Sin embargo, deben cumplirse una serie de beneficios y compensaciones de las

aspiraciones personales (Romani et al., 2018). Estas aspiraciones de acuerdo a De la Cruz (2020), son muy diversas y cambiantes dependiendo del progreso individual del trabajador. Es así que Boada (2019), profundiza en que esas recompensas son de índole interno y externo, propias del ser y externas a él. Por ejemplo los reconocimientos y logros son intrínsecos, mientras que el sueldo, los beneficios y las relaciones con compañeros son extrínsecos.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) en su informe del 2019 determina que la fluidez de la comunicación, sinceridad, cumplimiento de los acuerdos laborales, respaldo, fomentan un mejor desenvolvimiento de los colaboradores en sus funciones.

En un estudio realizado por Hinojosa, Ayup y Cogco (2019) en México, concluye que la satisfacción o insatisfacción laboral se proyectará y atraerá o repelerá a los stakeholders. Mientras que Deheza (2020), en un estudio realizado a una empresa, descubrió que el desconocimiento de la misión, visión y valores corporativos podrían acarrear no solo la insatisfacción de los colaboradores sino, perjuicios económicos para la empresa. Esto es un claro ejemplo de lo importante que es una buena gestión de la comunicación corporativa para el éxito individual de los trabajadores y la organización. Gómez (2023), en su estudio realizado en Quito, Ecuador, refuerza esta idea indicando que la satisfacción laboral está entre uno de los factores que afectan al colaborador y la organización que disminuye el desarrollo personal y productividad.

No obstante, en el ámbito nacional, Chura y Chura (2021) advierten en su estudio realizado en Lima, que a mayor comunicación dentro de la empresa mayor será la satisfacción laboral. Por lo tanto la satisfacción de las necesidades debería ser uno de

los objetivos máximos de la empresa para el éxito individual y colectivo. Por su puesto que las aspiraciones son individuales y diversas; y son cambiantes cuando una necesidad es cubierta (De la Cruz, 2020).

De la misma forma, Saldarriaga (2019) en su investigación realizada en Ancash, Perú, señala que una persona puede estar satisfecha en un ámbito laboral, e insatisfecha en otro debido a las diferentes características en lo interno y externo de las motivaciones humanas. Por ejemplo, el trabajo en equipo es uno de los indicadores más significativos para la satisfacción laboral, así como la remuneración y pagos son también importantes para el individuo. Así lo señala Cano (2023), en su investigación realizada en los docentes de una universidad de Puno-Perú, cuyo resultado señala que la satisfacción es baja en el aspecto salarial y la oportunidad de ascenso.

Por otro lado, Cruz (2022) en un estudio realizado en Puno-Perú añade que a menores condiciones adecuadas para trabajar, menor será la satisfacción laboral. Esto lo reafirma Coyla y Lerma (2021), cuando aseguran que un ambiente y condiciones de trabajo buenos incrementan la influencia de la organización y disminuyen el riesgo de pérdida de colaboradores.

Estas evidencias muestran que la satisfacción del colaborador es de suma importancia para el sostenimiento de una organización ya que, según Parillo (2021), en su estudio realizado en la ciudad de Juliaca-Puno, existe una relación considerable entre la satisfacción laboral y la calidad de servicio de los trabajadores.

Es por ello que hemos postulado como objetivo general determinar si existe relación entre la comunicación corporativa y la satisfacción laboral en colaboradores de la Universidad Peruana Unión. Teniendo como objetivos específicos:

- Determinar si existe relación entre la comunicación corporativa y la significancia de la tarea en los colaboradores de la Universidad Peruana Unión.
- Determinar si existe relación entre la comunicación corporativa y el reconocimiento personal y/o social en los colaboradores de la Universidad Peruana Unión.
- Determinar si existe relación entre la comunicación corporativa y la supervisión en los colaboradores de la Universidad Peruana Unión.

MARCO TEÓRICO

Desde el inicio del siglo XXI se comenzaron a avizorar cambios en los ámbitos de la comunicación y su relación en la gestión corporativa y empresarial, de esta forma diversos investigadores analizaron las diferentes estrategias de comunicación empleadas en el proceso empresarial y cómo llegó a ser una gran herramienta para generar nuevos negocios y especializada en disminuir el potencial de conflicto en una organización (Trelles, 2002).

Gutiérrez (2008), en su investigación Relaciones entre las Estrategias de Responsabilidad Social y la Imagen Corporativa, ratifica el rol que la comunicación adquiere cuando los empresarios se dan cuenta que no todo son estados y balances financieros y códigos de transparencia para establecer una buena comunicación hacia afuera, sino que debe generar una transformación cultural que incluya a todos los que forman la empresa, generando una serie de actitudes y relaciones que beneficien a toda la comunidad.

A raíz de ello, la comunicación corporativa demostró ser una gran herramienta para la gestión estratégica y el fortalecimiento de las relaciones humanas dentro de las organizaciones, siendo más valorada en la toma de decisiones y jugando un papel clave para el cumplimiento de metas y objetivos por parte de las empresas (Recalde y Gutiérrez, 2015).

De acuerdo con Sam Black (1993) el desarrollo de una comunicación corporativa adecuada se enfoca principalmente en el respaldo del público y su satisfacción con las actividades realizadas por la organización. Según el autor, esto fortalece el apoyo de los empleados y mejora el cumplimiento de los objetivos y metas establecidos por las altas directivas. Además, es importante destacar que la comunicación corporativa responde a la necesidad tan urgente de una comunicación efectiva (Heath y Coombs, 2006).

De esta manera, podemos ver como la comunicación corporativa comprende todo el conjunto de las políticas de comunicación de una organización (Argenti, 2014). Ya que, a través de las relaciones que se establecen con los diferentes stakeholders del público interno, la organización percibe los pedidos y puntos de vista de los colaboradores, decide en base a esa información y consigue comunicar de forma efectiva sus mensajes. Es a través de esta relación constante entre la organización y sus colaboradores, que se crea un diálogo bidireccional, mostrando así el perfil democrático de la comunicación corporativa (Sotelo, 2001; Xifra, 2003).

Otros mencionan, cómo la comunicación corporativa se acentúa como una herramienta eficaz en el planeamiento estratégico y la dirección de las buenas relaciones en las organizaciones (Recalde y Gutiérrez, 2015). Asimismo, otorga

puntos clave a las altas directivas para dirigir sus organizaciones de forma efectiva. Por ello, Sam Black (1993) menciona que, tener al público interno satisfecho y su apoyo constante hace más fácil el alcance de las metas y objetivos planteados.

Según Tironi y Cavallo (2007) la comunicación corporativa presenta una diferencia con respecto a la comunicación estratégica ya que, aparte de la estrategia prioriza la administración de la comunicación interna y externa desarrollando conexiones de armonía y de positividad con el entorno. De la misma forma Apolo, Murillo y García (2014) definen a la comunicación corporativa como un agregado de estrategias direccionadas a la relación entre los colaboradores y la institución, todo ello presentado en base al contexto y escenario en que se mueven los actores de la organización. En ese constante relacionamiento que gestiona la comunicación corporativa entre la organización y los colaboradores, se ha estudiado ampliamente el tema de la satisfacción laboral y su relación con el ámbito organizacional demostrando que tiene un impacto revelador en el trabajo y vida de los colaboradores basados en diferentes teorías y perspectivas que declaran los factores que inciden en la satisfacción laboral (Đorđević, Milanović, Stanković, 2020).

Una de las perspectivas, es la que se desarrolla a partir del ajuste entre las características del trabajo y las necesidades, valores y habilidades del individuo. Por ejemplo, cuando hay un correcto balance de ambas partes, entre lo que el colaborador procura en su espacio laboral y lo que la organización puede ofrecer, se llega a producir la satisfacción laboral. Por otro lado, Reig et al., ((2003) citado por Castillo y Limón 2006), destaca la importancia de la personalidad del individuo y de su capacidad de adaptarse al puesto de trabajo para obtener satisfacción laboral, desde

las funciones específicas del puesto hasta los reconocimientos laborales por parte del empleador.

Otra teoría (T.), es la de los dos factores de Herzberg (1967), la cual es una T. motivacional que identifica los factores que influyen en la satisfacción laboral y la motivación en el lugar de trabajo. Yashak et al., (2020) mencionan que existen dos grupos de factores laborales, los intrínsecos y extrínsecos. Los intrínsecos van desde el reconocimiento, logros, responsabilidad y promoción, relacionándose con la labor en sí misma y el desenvolvimiento personal del colaborador. Por otro lado, los extrínsecos tales como las relaciones interpersonales, las políticas de empresa, el ambiente físico y los factores que están relacionados al entorno laboral.

Es así que, la satisfacción laboral se encuentra estrechamente influenciada por el correcto balance entre el tipo de trabajo, las características, las necesidades del individuo, la personalidad del colaborador, las demandas del trabajo, los factores intrínsecos y extrínsecos, así como las eventualidades y las características situacionales (Đorđević, Milanović, Stanković, 2020). De esta forma, lograr mayor satisfacción laboral en todos los trabajadores influirá de manera positiva en su compromiso con la organización donde se desarrollan y de esta manera ayudarán a que se cumplan con los objetivos de la organización.

De igual forma, Milanovic (2017) menciona que un alto nivel de satisfacción laboral en los colaboradores es bueno tanto para la empresa como en el crecimiento personal del individuo. Es así que, ante una mayor y mejor comunicación organizacional hacia los colaboradores, ellos mejoran sus relaciones interpersonales y muestran mayor disposición ante las decisiones tomadas por la administración.

Es por ello que, la satisfacción laboral ha sido reconocida como un factor clave para el crecimiento de la organización y el poco liderazgo e importancia a la comunicación corporativa afecta de manera considerable y negativa a esta. Un estudio realizado en la Universidad Metropolitana, sede Machala, demostró que un buen ambiente físico de trabajo refleja una actitud de disposición e importancia de parte de la administración hacia los colaboradores para crear un correcto clima laboral; sin embargo, se demostró que la falta de comunicación, generaba una mala gestión interna. Este es un claro antecedente de la comunicación corporativa y su relación con la satisfacción laboral en un ambiente académico ya que la falta de liderazgo, así como la escasa comunicación corporativa (a pesar de tener un adecuado espacio físico laboral) promueve insatisfacción laboral (Yáñez, Yáñez, 2020).

DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño de la investigación es de carácter no experimental – de corte transversal, ya que no se hará ninguna manipulación ni estimulación con respecto a la realidad y se realizará en un periodo específico de tiempo; es de tipo correlacional porque se buscará conocer si existe relación significativa entre comunicación corporativa y la satisfacción laboral en colaboradores de la Universidad Peruana Unión, 2023 (Hernández et al., 2014).

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la recolección de datos se solicitará, a través de una carta, autorización de parte de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación – UPeU Campus Lima, dirigida a la Dirección de investigación de la Universidad Peruana Unión.

Posteriormente, con el consentimiento informado y por medio de un formato de Google Forms, se compartirá con cada colaborador los cuestionarios través del correo o por WhatsApp. El período de aplicación es de Abril a Junio del 2023. La validez de contenido se realizó a llevó a cabo a través de la técnica juicios de expertos.

Criterios de inclusión:

Colaboradores que tengan contrato a tiempo completo, de ambos sexos, que no presenten signos de alteraciones mentales y colaboradores que desean participar en la investigación a través del consentimiento informado.

Criterios de exclusión:

Colaboradores que tengan contrato a tiempo parcial, colaboradores que desarrollan la encuesta de forma incompleta, colaboradores que tengan contrato en otra institución, colaboradores que no deseen colaborar con la investigación, colaboradores que tengan menos de tres años trabajando en la institución.

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Cuestionario de Comunicación corporativa

El instrumento utilizado para la recolección de la información fue el Cuestionario de Comunicación Corporativa e Imagen Corporativa, validado por Espinoza (2017). Este, está conformado por 20 ítems, de los cuales, 7 pertenecen a la dimensión de Comunicación Organizacional, 7 a Comunicación Estratégica, 4 a Reputación Corporativa y 2 a Grupos de Interés.

El instrumento utiliza la escala Likert con 5 opciones de respuesta (1 - Nunca, 2 - Casi nunca, 3 - A veces , 4 - Casi siempre, 5 - Siempre).

Cuestionario satisfacción laboral

El instrumento para medir la satisfacción laboral es la Escala de Satisfacción Laboral (SL-ARG) propuesto por Ruiz y Zavaleta (2013), la cual presenta 30 ítems y 7 dimensiones: Condiciones de trabajo, Remuneración y Beneficios Laborales, Supervisión, Relaciones Humanas, Promoción y Capacitación, Comunicación y Puesto de Trabajo.

Mediante la técnica de Juicio de expertos, se vio por conveniente una reducción de ítems y dimensiones, quedando solo 18 ítems y 3 dimensiones, las cuales son: Significancia de la Tarea, Reconocimiento Personal y/o Social y Supervisión.

La administración de este instrumento puede ser personal o colectiva; El tiempo de aplicación estimado es de 20 minutos. Asimismo, utiliza la escala de Likert con 5 opciones de respuesta (1 - Nunca, 2 - Casi nunca, 3 - A veces , 4 - Casi siempre, 5 - Siempre).

Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

Una vez aplicados los cuestionarios a los participantes, se creó una base de datos en el paquete estadístico SPSS Windows versión 23.0. Asimismo, se realizó el análisis descriptivo e inferencial considerando el análisis de prueba de normalidad. Los resultados fueron ordenados en tablas de frecuencias para la interpretación y posteriormente se verificó la hipótesis planteada.

RESULTADOS

Datos Sociodemográficos

Según la tabla 1, se observa en mayor proporción que el 55.7 % de participantes (146) en el estudio son del género masculino, seguido por el 44.3 % (116) que son del género femenino. Asimismo, en relación al estado civil el 57.2% (138) de los participantes son solteros y el 47.3 % (124) son casados. De la misma forma, en relación al lugar de procedencia se observa que el 68.7 % (180) se encuentra en la región de la Sierra, seguido por la región de la Costa que cuenta con el 23.7 % (62). Asimismo, en la condición laboral se muestra que el 55 % (144) de los encuestados se encuentra en condición de empleado seguido de contratado a tiempo completo que cuenta con el 35.1 % (92). En relación a la Facultad donde trabajan, los resultados dan a conocer que el 32.1% (84) se encuentra en la Facultad de Ingeniería y Arquitectura (FIA), seguido por la Facultad de Ciencias de la Salud (FCS) que representa el 20.6 % (54). Además de ello, en relación a la función laboral, el 49.2% (129) menciona que se trabaja como docente, mientras que el 27.5% (72) dice pertenecer al área administrativa. Por último, en relación al tiempo de servicio, los resultados fueron que el 32.8 % (86) se encuentra trabajando de 1 a 5 años, seguido del 22.9 % (60) que se encuentran trabajando de 6 a 10 años.

Tabla 1

Características demográficas de la población

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Género	Masculino	146	55.7 %
	Femenino	116	44.3 %

	<i>Total</i>	262	100%
Estado Civil	Soltero (a)	138	52.7%
	Casado (a)	124	47.3%
	<i>Total</i>	262	100%
Lugar de procedencia	Costa	62	23.7%
	Sierra	180	68.7%
	Selva	18	6.9%
	Extranjero	2	0.8%
	<i>Total</i>	262	100%
Condición laboral	Tiempo completo	92	35.1%
	Empleado	144	55.0%
	Misionero	26	9.9%
	<i>Total</i>	262	100%
Facultad donde trabaja	Fcs	54	20.6 %
	Fce	44	16.8%
	Facihed	51	19.5%
	Fia	84	32.1%
	Otro	29	11.1%
Función Laboral	Administrativa	72	27.5%
	Docente	129	49.2%
	Asistente técnico	28	10.7%
	Secretaría	11	4.2%
	Otro	22	8.4 %
	<i>Total</i>	262	100%
Tiempo de Servicio	Menos de 1 año	40	15.3 %
	1 a 5 años	86	32.8 %
	6 a 10 años	60	22.9 %

11 a 15 años	46	17.6 %
16 a más	30	11.5 %
Total	262	100%

Resultados descriptivos de las variables de estudio

En la tabla 2 se observa que del total de 262 participantes el 76.3% (200) refiere que en la Institución donde laboran hay adecuada comunicación. Asimismo, en relación a la satisfacción laboral, el 80.2% (210) presentan alta satisfacción laboral. Además, en relación a la dimensión de significación de la tarea, el 75.6 % (198) mencionan que se encuentra en una alta significancia. Del mismo modo, en la segunda dimensión, reconocimiento personal o social, el 83.2% (218) refiere que se encuentran excelentemente reconocidos en la Institución. Por último, en la dimensión de supervisión el 82.4 % (216) indica que hay adecuada supervisión en la Institución.

Tabla 2

Análisis descriptivo de la variable Comunicación Corporativa y Satisfacción Laboral

Variable	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Comunicación Corporativa	Baja Comunicación	4	1.5 %
	Moderada Comunicación	58	22.1 %
	Adecuada Comunicación	200	76.3%
	Total	262	100%
Satisfacción Laboral	Baja Satisfacción Laboral	6	2.3 %

	Moderada Satisfacción Laboral	46	17.6 %
	Alta Satisfacción Laboral	210	80.2 %
	Total	262	100%
Significación de la tarea	Baja Significancia	6	2.3 %
	Moderada Significancia	58	22.1 %
	Alta Significancia	198	75.6 %
	Total	262	100%
Reconocimiento Personal y/o Social	Bajo Reconocimiento	4	1.5 %
	Moderado Reconocimiento	40	15.3 %
	Excelente Reconocimiento	218	83.2 %
	Total	262	100%
Supervisión	Baja Supervisión	4	1.5 %
	Moderada Supervisión	42	16 %
	Adecuada Supervisión	216	82.4 %
	Total	262	100%

Prueba de normalidad

En la tabla 3 se observa la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov (K-S) de las variables comunicación corporativa y satisfacción laboral. En relación a la variable comunicación corporativa se obtuvo un valor de sig.= 0.001 que indica que es una distribución no normal. Por su parte, en la segunda variable, satisfacción laboral, se tuvo un valor de sig.= .001 que indica que también es una distribución no normal. Asimismo, en las dimensiones: significancia de la tarea (.001), reconocimiento personal y social (.001) y supervisión (.001) se halló una distribución no normal. Por tal motivo, se utilizará el coeficiente de correlación de Spearman (Estadístico Rho de Spearman).

Tabla 3

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Comunicación Operativa	0.115	262	0.001
Satisfacción Laboral	0.104	262	0.001
Significancia de la Tarea	0.152	262	0.001
Reconocimiento Personal y/o social	0.179	262	0.001
Supervisión	0.177	262	0.001

^a Corrección de significación de Lilliefors

Resultados Correlacionales

En la tabla 4 se presenta los resultados de las correlaciones de comunicación corporativa y satisfacción laboral con sus dimensiones. Se muestra la existencia de correlaciones significativas; tal es el caso de comunicación corporativa y satisfacción laboral con un nivel de relación positiva alta y significativa ($r = .777^{**}$, $p = .001$), lo cual indica que a mayor comunicación corporativa, mayor satisfacción laboral en los trabajadores. Asimismo, en relación a la dimensión significancia de la tarea, se muestra una relación positiva, alta y significativa ($r = .761^{**}$, $p = .001$), lo que muestra que a mayor comunicación corporativa en la empresa, los trabajos o tareas encomendadas se vuelven más significativas en el trabajador. Del mismo modo, en la dimensión reconocimiento personal y social se observa una relación positiva, moderada y significativa ($r = .662^{**}$, $p = .001$) lo que da a conocer que a mayor comunicación en la empresa mayor es el reconocimiento del personal por los objetivos conseguidos. Por último, en relación a la dimensión supervisión, se encontró una relación alta, positiva y significativa ($r = .717^{**}$, $p = .001$) lo que indica que a mayor comunicación en la empresa la supervisión también se vuelve adecuada.

Tabla 4

Análisis de correlación entre las variables de estudio Comunicación Corporativa y Satisfacción Laboral.

Variables	Comunicación Corporativa	
	r	p
Satisfacción Laboral	.777**	0.001
Significancia de la Tarea	.761**	0.001
Reconocimiento Personal y/o social	.662**	0.001
Supervisión	.717**	0.001

**La correlación es significativa en el nivel .01 (Bilateral).

DISCUSIÓN

En los resultados se encontró que existe relación significativa entre la comunicación corporativa y la satisfacción laboral en los colaboradores de la Universidad Peruana Unión, es decir que a mayores niveles de comunicación corporativa entre los colaboradores, mayor será la satisfacción laboral. Este resultado coincide con el estudio realizado por Muñoz y Pérez (2022) en la Municipalidad Provincial de Hualgayoc-Bambamarca. Ya sea el caso de una institución pública o privada la comunicación constante entre colaboradores trae consigo resultados positivos, favorables para la institución. Henao (2020) refiere que en la actualidad las organizaciones han logrado comprender la importancia de la comunicación

organizacional y su influencia en la satisfacción laboral en los colaboradores. Por otro lado, la comunicación organizacional propicia la actividad organizada en las empresas, generando en los trabajadores una grata satisfacción laboral y el cumplimiento de sus metas trazadas (Castro-Martínez y Díaz-Morilla, 2020). En caso contrario se convertiría en un obstáculo en el cumplimiento de estas, así como la falta de coordinación en las diversas actividades o gestiones.

Además se encontró relación positiva, alta y significativa entre la comunicación corporativa y significancia de la tarea ($r=0.761^{**}$, $p<0.001$). Esto denota, que a mayor nivel de comunicación corporativa en la institución, mayor será la significancia de la tarea. Esto coincide con los resultados del estudio de Hinojosa-López, Ayup y Cogco-Calderón (2020) que halló correlación alta en un grupo de potenciales empleados del sector bancario. Lobillo-Mora y Smolak-Lozano (2019) mencionan que una organización inteligente está desarrollada por una buena gestión de la comunicación organizacional. Esto da paso a la reputación, posicionamiento, imagen e identidad (Vázquez-Sande y García-Abad, 2019). La satisfacción laboral contribuye a una mejor disposición del colaborador para implicarse en los objetivos institucionales (Acha y Castillo, 2018).

Se muestra la existencia de correlaciones significativas entre la variable comunicación corporativa y la segunda dimensión de la variable satisfacción laboral, denominada reconocimiento personal y social. Estos hallazgos indican que a medida que aumenta la comunicación corporativa, también se incrementa el reconocimiento personal y social que reciben los colaboradores por los objetivos logrados. En otras palabras, una comunicación corporativa efectiva en la organización se traduce en un mayor

reconocimiento del colaborador por parte de la institución, lo que a su vez contribuye a la satisfacción laboral.

Este resultado difiere de la investigación Estilos de comunicación organizacional y satisfacción laboral en trabajadores de una empresa de tercerización de servicios en Lima, 2018 de Llanos (2019) que mostró que no existía relación significativa entre las variables: estilos de comunicación y reconocimiento personal y/o social ($p=0.141$). Es decir, las categorías de ambas variables son independientes entre sí.

En investigaciones anteriores como Comunicación Interna y la Satisfacción Laboral de los colaboradores del Restaurante Rústica de la Ciudad de Trujillo, Año - 2018, Alvarado y Villacorta no mencionan explícitamente una relación con la dimensión de reconocimiento personal y social. Sin embargo, destacan la importancia de una comunicación fluida y significativa en las organizaciones, ya que ello contribuye a valorar los esfuerzos de los colaboradores y mejorar su satisfacción laboral. De esta forma se ratifica el hecho de que cuando los empleados se sienten reconocidos por sus esfuerzos y logros, es más probable que experimenten una mayor satisfacción laboral y estén motivados para desempeñarse de manera óptima. Por otro lado, el hecho de que se haya encontrado una correlación moderada y significativa sugiere que otros factores también pueden influir en el reconocimiento personal y social, además de la comunicación corporativa. Es posible que la cultura organizacional, las políticas de recompensas y reconocimientos, y las interacciones sociales desempeñen un papel importante en esta dimensión.

Los resultados correlacionales presentados en la tabla 4 revelaron la existencia de una correlación alta, positiva y significativa ($r=0.717^{**}$, $p=0.001$) entre la variable

comunicación corporativa y la tercera dimensión de la variable, satisfacción laboral, denominada supervisión.

Estos hallazgos indican que a medida que mejora la comunicación corporativa en la empresa, también se percibe una supervisión más adecuada por parte de los empleados. Una comunicación efectiva facilita la retroalimentación y la guía de los supervisores, lo que contribuye a una mejor supervisión en general.

Estos resultados son consistentes con investigaciones anteriores como Alvarado, et al. (2017) que encontraron relación estadísticamente significativa entre la comunicación corporativa del área de supervisión con la satisfacción laboral, lo que muestra una relación directamente proporcional. Esto ha destacado la importancia de una comunicación abierta y transparente en la relación supervisor-empleado. Cuando los canales de comunicación son efectivos, los empleados tienen una mayor percepción de una supervisión adecuada y se sienten respaldados en su desempeño laboral.

Una comunicación efectiva en la empresa se asoció positivamente con una supervisión adecuada, lo que puede contribuir a una mejor experiencia laboral para los empleados. Lo encontrado aquí destaca la pertinencia de crear un espacio para una comunicación abierta y transparente en las organizaciones dentro del plan estratégico de gestión de recursos humanos.

Los resultados de este estudio también tienen implicaciones para los investigadores. Este estudio proporciona evidencia de que la comunicación corporativa es un factor importante en la supervisión. Se necesitan más

investigaciones para explorar los mecanismos exactos por los que la comunicación corporativa conduce a una mejor supervisión.

CONCLUSIONES

Este estudio analizó la relación entre la comunicación corporativa y la satisfacción laboral de los colaboradores de la Universidad Peruana Unión. Los resultados demostraron que estas dos variables tienen una relación significativa entre sí. La satisfacción laboral aumenta con la comunicación corporativa.

Estos hallazgos corroboran los de estudios anteriores que han demostrado que la comunicación corporativa es un componente crucial de la satisfacción laboral. Hay muchas razones por las que la comunicación corporativa puede aumentar la satisfacción laboral. En primer lugar, la comunicación corporativa puede ayudar a los empleados a sentirse más informados y comprometidos con la organización. En segundo lugar, los trabajadores pueden sentirse más valorados y apreciados si participan en la comunicación corporativa. En tercer lugar, los empleados pueden sentirse más conectados con sus compañeros de trabajo y con la organización en general gracias a la comunicación corporativa.

Este estudio indica que las empresas deberían centrarse en mejorar la comunicación corporativa si quieren aumentar la satisfacción laboral de sus empleados. Esto puede lograrse a través de una variedad de acciones, como:

- Crear canales de comunicación claros y fáciles de acceder para los colaboradores.
- Comunicar información importante a los colaboradores con frecuencia.

- Tomar en cuenta los comentarios de los colaboradores.
- Celebrar los logros de los compañeros de trabajo.
- Crear un entorno de trabajo que fomente la cooperación y el optimismo.

Estas acciones pueden mejorar la comunicación corporativa y la satisfacción laboral de los empleados.

Además de los pasos mencionados anteriormente, la comunicación corporativa es un proceso continuo. Debe ser promovido por la alta gerencia y debe ser una parte integral de la cultura de la organización. Los colaboradores deben sentirse escuchados y valorados. Es más probable que los empleados estén satisfechos con su trabajo y con la organización en general si se sienten valorados y escuchados.

Los resultados de este estudio demuestran la importancia de la comunicación corporativa para la satisfacción laboral. Las empresas que quieren aumentar la satisfacción de sus empleados deben concentrarse en mejorar la comunicación corporativa.

REFERENCIAS

Acha, D. M. H., & Castillo, F. F. L. (2018). El clima laboral y la satisfacción laboral en el desempeño docente de instituciones educativas públicas. *INNOVA Research Journal*, 3(8.1), 300-312.

Aguilar, J., González, D., & Aguilar, A. (2016). Un modelo estructural de motivación intrínseca. *Acta de investigación psicológica*, 6(3), 2552-2557.

Alvarado Solis, M. A., Areche Fabián, E. L., Fernández Quispe, F., & Huanuqueño

- Borja, N. Y. (2017). La comunicación del supervisor y su influencia en la satisfacción laboral en una empresa minera.
- Alvarado, et al. (2017). La comunicación del supervisor y su influencia en la satisfacción laboral en una empresa minera Recuperado de <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1300>
- Alvarado, Villacorta (2018). Comunicación Interna y la Satisfacción Laboral de los colaboradores del Restaurante Rústica de la Ciudad de Trujillo, Año - 2018. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26964/alvarado_lm.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L., & Pasquel, G. (2017). Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica. *Revista latina de comunicación social*, (72), 521-539.
- Argenti, P. (2014). Comunicación Estratégica y su contribución a la reputación. Madrid: McGraw-Hill Education.
- Black, S. (1993). *The Essentials of Public Relations*. London: Kogan Page.
- Castillo, O., & Limón, C. (2006). Satisfacción laboral relacionada con los servicios de hospedaje y alimentación y compromiso en el trabajo de los empleados de PEMEX, Plataformas (Tesis de pregrado). Universidad de las Americas. Puebla. México. Recuperado de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/castillo_o_i/
- Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *Profesional de la información*, 29(3).
- Charry Condor, H. O. (2018). La gestión de la comunicación interna y el clima organizacional en el sector público. *Comuni@cción*, 9(1), 25-34.

- Chuquipiondo, R. D. (2021). Teoría de la comunicación corporativa. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(3), 2393-2416.
- Chura, E., & Chura, S. (2021). Comunicación organizacional y satisfacción laboral en los trabajadores de un colegio privado en estado de emergencia sanitaria, Lima 2021 [, Universidad Peruana Unión].
- Coyla Apaza, D. P., & Lerma Humpire, W. (2021). La ergonomía y satisfacción laboral en los colaboradores de la Municipalidad Provincial San Román Juliaca.
- Cruz Cutipa, E. (2022). Trabajo remoto y satisfacción laboral en trabajadores de una municipalidad de Puno 2022.
- D. Apolo, H., Murillo, & G. García (2014). Comunicación 360: herramientas para la gestión de comunicación interna e identidad. Quito: Facultad de Comunicación Universidad Tecnológica Equinoccial.
- De la Cruz Portilla, A. C. (2020). Influencia de la inteligencia emocional sobre la satisfacción laboral: Revisión de Estudios. *Revista Unimar*, 38(2), 63-94.
- Đorđević, Milanović, Stanković (2020). The influence of communication satisfaction on job satisfaction: The case of employees in the Republic of Serbia. Recuperado de <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1450-863X/2021/1450-863X2102173Q.pdf>
- Espinoza Miranda, J. R. (2017). La relación entre la comunicación e imagen corporativa en trabajadores de Ripley, sede Lima Sur 2017.
- Fonceca, D., & del Valle, L. (2021). *La Comunicación Interna y su influencia en la Satisfacción Laboral en AJ & JA Redolfi SRL*(Bachelor's thesis).
- Gómez Gómez, S. G. (2023). *Propuesta de mejora del grado de satisfacción laboral y reducción de riesgos psicosociales en los colaboradores de una clínica de diálisis*

(Master's thesis).

- Gutiérrez, M. (2008). COMUNICACIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Relaciones entre las estrategias de Responsabilidad Social y la imagen corporativa. Universidad de Ciencias y Artes de América Latina. Recuperado de <http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/20.500.12637/159>
- Heath, R. L., & Coombs, T. (2006). Today's Public Relations. London: SAGE Publications, Inc.
- Henao, A. E. P. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. *Revista GEON: Gestión-Organización-Negocios.*, 7(1), 9-25.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hinojosa-López, J. I., Ayup González, J., & Cogco-Calderón, A. R. (2020). Imagen corporativa y satisfacción laboral en potenciales empleados del sector bancario. *Investigación administrativa*, 49(125).
- Llanos Yali, N. Z. (2019). Estilos de comunicación organizacional y satisfacción laboral en trabajadores de una empresa de tercerización de servicios en Lima, 2018. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/32163>
- Llerena, N. A. B. (2019). Satisfacción laboral y su relación con el desempeño laboral en una Pyme de servicios de seguridad en el Perú. *Journal of Economics Finance and International Business*, 3(1), 75-103.
- Lobillo-Mora, G., & Smolak-Lozano, E. (2019). La relación como valor estratégico en comunicación organizacional entre los clubes de fútbol y jugadores estrella en

redes sociales. Estudio del caso de Real Madrid CF/Cristiano Ronaldo y FC Barcelona/Leo Messi. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 9(17).

Lopez Cueva, L. A. (2023). El trabajo remoto y su relación con la satisfacción laboral de los docentes de la Facultad de Ciencias Sociales de una universidad pública en Puno en el periodo 2021-2022.

M, V., & Milanovic. (2017). Some important aspects of the relationship between communication satisfaction and job satisfaction. *Marketing Science*, 49(3), 221-232. doi: 10.5937/MARKT1803221M

Muñoz, R. E. D., & Pérez, K. J. V. (2022). Comunicación organizacional interna y satisfacción laboral en la municipalidad provincial de Hualgayoc-Bambamarca. *Revista Compás Empresarial*, 13(34), 28-41.

Parillo Rivera, M. M. (2022). Satisfacción laboral y su relación con la calidad de servicio de los trabajadores de la Gerencia de Administración Tributaria en la municipalidad Provincial de San Román Juliaca en el año 2019.

Pedraza Melo, N. A. (2020). Organizational climate and job satisfaction of human capital: Differentiated factors in public and private organizations. *Innovar*, 30(76), 9-23.

Recalde, & Gutierrez (2015). COMMUNICATION AND C-SUITE: SOME STRATEGIC CONTRIBUTIONS. Recuperado de <https://www.analisi.cat/index.php/analisi/article/view/n52-recalde-gutierrez>

Romani Larrea, S. A., Ferrer Mejía, M. L., & Zuta Arriola, N. (2018). Trabajo en equipo y satisfacción laboral en profesionales de Enfermería del Hospital de Ventanilla.

Ruíz, A. S., & Zavaleta F., M. (2013). Escala de Satisfacción Laboral SL-AR.

Saldarriaga Díaz, J. M. (2020). Comunicación interna y satisfacción laboral en los

trabajadores de la Municipalidad Distrital de Macate, 2019.

Sotelo, C. (2001). *Introducción a la comunicación institucional*. Barcelona: Ariel.

Tironi, E., & Cavallo, A. (2007). *Comunicación estratégica. Vivir en un mundo de señales*. Santiago: Taurus.

Trelles, R. (2002). Trelles Rodríguez: Bases teórico-metodológicas... - Google Scholar. Recuperado de <https://scholar.google.com/scholar?cluster=17096126111722429676&hl=en&oi=scholarr>

Vázquez-Sande, P., García-Abad, L., & Pineda-Martínez, P. (2019). Comunicación interna y crisis reputacional. El caso de la Universidad Rey Juan Carlos. *Revista latina de comunicación social*, (74), 1748-1760.

Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El profesional de la información*. 2020; 22 (2): e290220.

Yáñez Sarmiento, J. R., & Yáñez Sarmiento, M. (2020). La satisfacción laboral en la Universidad Metropolitana Sede Machala a través de la incidencia de la comunicación organizacional. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(1), 145-152.

Yashak, et al. (2020). Faktor Motivasi Teori Dua Faktor Herzberg dan Tahap Motivasi Guru Pendidikan Islam: Herzberg Two-Factor Theory's Motivation Factor and the Islamic Studies Teachers Motivation Level. *SAINS INSANI*, 5(2), 65-74. doi: 10.33102/SAINSINSANI.VOL5NO2.192

Recuperado de <https://typeset.io/papers/faktor-motivasi-teori-dua-faktor-herzberg-dan-tahap-motivasi-3imf28zwmb>