



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS
Y EL LIDERAZGO ORGANIZACIONAL EN LOS
COLABORADORES DEL CENTRO DEL ADULTO MAYOR, LIMA
2020 - (SEDE JESÚS MARÍA- COMAS)

PRESENTADO POR
MARIEL PAOLA PATIÑO FARIAS

ASESOR
CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y
EL LIDERAZGO ORGANIZACIONAL EN LOS COLABORADORES
DEL CENTRO DEL ADULTO MAYOR, LIMA 2020 - (SEDE JESÚS
MARÍA- COMAS)**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTADO POR
MARIEL PAOLA PATIÑO FARIAS**

**ASESOR
CÉSAR AUGUSTO SMITH CORRALES**

**LIMA, PERÚ
2020**

**LA COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LAS RRPP Y EL LIDERAZGO
ORGANIZACIONAL EN LOS COLABORADORES DEL CENTRO DEL
ADULTO MAYOR, LIMA 2020- SEDE JESÚS MARÍA- COMAS.**

DEDICATORIA

Por brindarme consejos que he podido aplicar para el desarrollo de esta investigación y para mi formación profesional. Con amor para:

Mis padres.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por guiarme en cada etapa de la vida.

A mis queridos padres por darme su apoyo incondicional.

A mis padrinos y tíos por confiar en mí.

A mis abuelos por brindarme protección desde el cielo y a mi abuelita Ulda, ejemplo de perseverancia.

A mi Universidad por brindarme los conocimientos para formarme en este largo camino, a mis queridos profesores que han sido un buen ejemplo.

INDICE

PORTADA	i
AGRADECIMIENTOS	iv
INDICE	v
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
INTRODUCCIÓN	10
Descripción de la realidad problemática	11
Problema de investigación	12
Formulación del problema	15
Problema principal	15
Problemas específicos	16
Objetivos de la investigación	16
Objetivo principal	16
Objetivos específicos	16
Justificación de la investigación	17
Viabilidad del estudio	18
CAPÍTULO I	19
MARCO TEÓRICO	19
1.1 Antecedentes de la investigación	19
1.1.1 Antecedente Internacional	19
1.1.2 Antecedente Nacional	20
1.2 Bases teóricas	22
1.2.1 Las teorías de las Relaciones Públicas	22
1.2.2 Comunicación efectiva de las relaciones publicas	25

1.2.2.1	Comunicación ascendente	32
1.2.2.2	Comunicación descendente	36
1.2.2.3	Comunicación horizontal	40
1.2.3	Liderazgo organizacional	43
1.2.3.1	Liderazgo transformacional	46
1.2.3.2	Liderazgo transaccional	49
1.2.3.3	Liderazgo participativo	53
1.3	Definiciones de términos básicos	56
	CAPÍTULO II	60
	HIPOTESIS Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	60
2.1.	Formulación de hipótesis principal y derivada.	60
	CAPITULO III	62
	METODOLOGIA	62
3.1	Diseño metodológico	62
3.1.1	Enfoque y tipo de investigación	62
3.1.2.	Nivel de investigación	63
3.1.3	Diseño de investigación	64
3.1.4.	Métodos	65
3.2.	Diseño muestral	66
3.2.1.	Población	66
3.2.2.	Muestra de estudio	67
3.3.	Fuentes, técnicas e instrumentos	69
3.4.	Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos	72
3.4.1.	Procedimiento	73
3.5	Validación del instrumento	73

3.5.1 Validez por juicio de expertos	73
3.5.2. Confiabilidad de instrumento de medición	74
3.6 Aspectos éticos	75
CAPÍTULO IV	77
ANÁLISIS DE RESULTADOS	77
4.1 Análisis Inferencial	95
4.1.1 Contrastación de hipótesis	95
CAPITULO V	102
DISCUSIÓN	102
CONCLUSIONES	107
RECOMENDACIONES	109
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
ANEXOS	

RESUMEN

En esta presente investigación titulada Comunicación efectiva de las RRPP y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020- Sede Jesús María- Comas; se plantea como objetivo principal identificar el nexo entre la comunicación efectiva de las RRPP y el liderazgo organizacional.

Respecto al diseño de investigación fue no experimental, de corte transversal, el tipo de investigación fue descriptivo. Cabe destacar que, se usó el muestreo no probabilístico para el desarrollo del estudio. La muestra estuvo conformada por 50 colaboradores teniendo en cuenta que desempeñan funciones en la organización desde hace más de seis meses, la mitad pertenecen al área administrativa y la otra mitad son los docentes que dictan clases en los talleres de (taichi, gimnasia, educación emocional, memoria y computación).

En cuanto a la técnica utilizada para la investigación fue la encuesta y el cuestionario como instrumento de estudio compuesto por 18 reactivos, con el propósito de obtener la información más importante. Se confirmó la hipótesis general de acuerdo con la comunicación efectiva de las RRPP se relaciona medianamente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 -Sede Jesús María- Comas.

Palabras claves: Relaciones públicas, liderazgo organizacional, comunicación efectiva, colaboradores.

ABSTRACT

The main objective of this research entitled Effective communication of PR and organizational leadership in the collaborators of the Centro del Adulto Mayor Lima, 2020- Sede Jesús María- Comas, is to identify the link between effective communication of PR and organizational leadership.

The research design was non-experimental, cross-sectional, and the type of research was descriptive. It should be noted that non-probabilistic sampling was used for the development of the study. The sample consisted of 50 collaborators, taking into account that they have been working in the organization for more than six months, half of them belong to the administrative area and the other half are teachers who teach classes in the workshops (tai chi, gymnastics, emotional education, memory and computer).

As for the technique used for the research, the survey and the questionnaire were used as the study instrument composed of 18 items, with the purpose of obtaining the most important information. The general hypothesis was confirmed according to which the effective communication of the PRR is moderately related to organizational leadership in the collaborators of the Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 - Sede Jesús María- Comas.

Key words: Public relations, organizational leadership, effective communication, collaborators.

INTRODUCCIÓN

Las organizaciones están adaptándose a los cambios y a las necesidades del público con el propósito de transmitir mensajes claros, precisos y breves, de esta manera se establece un ambiente idóneo de comprensión. La Comunicación Efectiva de las RRPP refleja lo que la empresa transmite a través de acciones y mensajes. La buena formación de ésta depende de los responsables de relaciones públicas. Respecto al Liderazgo Organizacional, si no existe una buena comunicación y no aplican el liderazgo en la organización puede ocasionar confusión entre los colaboradores del Centro del Adulto Mayor (sede Jesús María- Comas); a su vez, esto se reflejará en la poca aceptación del público.

Los adultos mayores tienen diversas oportunidades para invertir su tiempo de forma productiva. Sin embargo, muchos no conocen de las alternativas que brinda el Centro del Adulto Mayor (Sede Jesús María-Comas). Por ello, la difusión de sus talleres es fundamental, de esta manera podrán integrarse más personas. En la actualidad las clases virtuales continúan mediante la plataforma Zoom y esto permite el desarrollo de sus capacidades motrices.

Este trabajo de investigación utilizó la metodología cuantitativa, además se empleó el carácter básico y el diseño no experimental como tipo de investigación para su desarrollo. Respecto al enfoque se clasifica en transversal, descriptivo. Así mismo, se consideró la recopilación de las fuentes primarias y como instrumento de estudio al cuestionario con 18 reactivos, teniendo en cuenta sus respectivos indicadores.

La investigación está dividida en los siguientes capítulos:

Capítulo I: Incluye los antecedentes de investigación que abarcan distintos estudios relacionados a la comunicación interna el clima organizacional, siendo consideradas para la realización de las bases teóricas y definición de términos aplicados a la investigación.

Capítulo II: Comprende la formulación de la hipótesis principal y las hipótesis específicas del trabajo de investigación, definiendo también la operacionalización de variables, entre otros puntos relacionados al estudio.

Capítulo III: Abarca el marco metodológico de la investigación, la cual describe el método y el tipo de investigación, el diseño de investigación, la población y muestra de estudio, las técnicas e instrumento de recolección de datos, los procedimientos de recolección de datos, los procesamientos y los aspectos éticos considerados en el desarrollo del estudio.

Capítulo IV: Este capítulo contiene el análisis de los resultados, luego de haber sido aplicado el cuestionario en la muestra de estudio establecida. Incluye cuadros y gráficos para una mejor comprensión de la información.

Capítulo V: Se centra en la discusión de los resultados, planteando conclusiones después del análisis de estos, teniendo en cuenta las preguntas de investigación e hipótesis planteadas. Considera también distintas observaciones del trabajo de investigación. Asimismo, se encuentran las recomendaciones, la bibliografía o fuentes de información y los anexos propios del estudio.

Descripción de la realidad problemática

Problema de investigación

La comunicación efectiva de las relaciones públicas cumple un rol muy importante porque al brindar la información relacionada de la organización a sus colaboradores, permite que exista un ambiente idóneo. Además, genera mayor compromiso en el desempeño de sus funciones y se obtienen mejores resultados. Toma un papel importante dentro de toda organización debido a que esto implica al capital humano, es decir los colaboradores, quienes en múltiples ocasiones son quienes representan a la organización frente a los públicos externos.

La comunicación efectiva como una herramienta estratégica, por eso, en muchas organizaciones existe el diálogo, aunque no necesariamente se logra el consenso. Un aspecto fundamental es mantener relaciones sólidas que permitan entablar decisiones beneficiosas para la organización y el público. La comunicación efectiva de las RRPP ocupa un rol esencial en la empresa porque se encuentra presente en cada una de las acciones estratégicas y se involucra con los intereses como en las necesidades del público.

Por ello, los jefes brindan reconocimiento a sus colaboradores por alcanzar las metas organizacionales, porque ellos son una pieza fundamental para lograr el éxito. Bajo esta premisa, se puede afirmar que la comunicación efectiva de las RRPP guarda relación con el liderazgo organizacional debido a que se necesita que todo el equipo de trabajo exprese sus opiniones y que puedan escuchar sus sugerencias con el propósito de alcanzar los objetivos planteados. De esta manera, todos van trabajar en un ambiente adecuado que permitirá una mejor productividad.

Considerando la definición planteada que menciona Cutlip, Center y Broom (2001), cumple un rol muy importante las relaciones públicas porque establece vínculos entre la organización y sus públicos, de este nexo depende mucho su éxito o fracaso (p.37). De esta manera, puede afirmarse que los colaboradores son un factor importante en la organización ya que son el nexo con el público. Al mantener una comunicación efectiva se pueden desarrollar diversas estrategias ajustadas al contexto actual con el propósito que se trabajen en un largo plazo en la organización. Para involucrar a los colaboradores en las actividades de la organización, hay que transmitir una comunicación permanente y empática para comprender sus opiniones. De esta manera, es posible tomar decisiones considerando las necesidades y/o tendencias del público.

Es por ello, que las organizaciones, necesitan empezar a pensar en la comunicación interna como un propulsor que ayudará a la organización a mejorar y mantener una relación positiva con los colaboradores para que de esta forma estos puedan ser buenos embajadores de la organización y puedan lograr de manera conjunta el éxito.

Y es así como la comunicación efectiva de las RRPP ha ido evolucionando en cuanto a su forma de ser tratada y al darle la importancia que merece en la organización tal y como señala Villafañe (1993) “la comunicación y la información en el seno de la empresa no son una moda actual, sino una respuesta, a la creciente complejidad de la propia empresa” (p.237). Entonces, se puede referir que, desde el punto de vista del público interno de toda organización, la comunicación es capaz de generar un óptimo liderazgo organizacional.

Uno de los requisitos para formar parte del programa de EsSalud “CAM” (sede Jesús María- Comas) es que las personas estén aseguradas y sean

mayores de 60 años. Pueden ser pensionistas o que se encuentre en edad laboral y que vivan en zonas aledañas a los distritos de las sedes correspondientes.

Una de las misiones de los centros de adulto mayor es promover el desarrollo de una vida activa y saludable, procurando evitar que acudan a los hospitales, fortalecerla autoestima y la calidad de vida. Este CAM es un espacio de encuentro social, con ello se permite que la persona desarrolle una vida saludable. Tiene diversos talleres como el de literatura, lo cual ayuda mucho al desarrollo mental de las personas de la tercera edad que están ligadas al mundo de las letras. Es importante hacer hincapié en el taller de marinera que forma parte de uno de los cursos de habilidades artísticas de este centro. En éstas se olvidan de las dolencias musculares y la coreografía ayuda a combatir el Alzheimer. Asimismo, se debe tener en consideración la forma idónea de comunicación con el adulto mayor ya que pueden tener dificultades al hablar, entender, escuchar, retener información y hacer contacto visual, todo para generar confianza en ellos.

La problemática de este Centro del Adulto Mayor es que muchos no saben de este espacio dirigido a personas de la tercera edad, lo que se busca es que los adultos mayores participen activamente de estos talleres y puedan mejorar su capacidad cognitiva, tener una mejor calidad de vida, conocer nuevas amistades formando un grupo en el cual ya se convierte en su círculo familiar.

Se ha disminuido la participación de muchos adultos mayores en los talleres porque esta organización ha tenido que adecuarse al uso constante de las plataformas digitales para la transmisión en vivo de las clases que se enseñan. Cabe destacar que, mediante estos medios, continúan llevando una

vida activa y saludable. Primero, realizaron una capacitación para que los participantes comprendan con facilidad diversas habilidades, de este modo, el público está recomendando que se integren a estos talleres y cuiden su salud de la mejor manera posible.

La investigación tuvo como objetivo principal identificar la relación entre la comunicación efectiva de las RRPP con el liderazgo organizacional del Centro del Adulto Mayor. Por otro lado, en cuanto al diseño de la investigación fue no experimental, de corte transversal, de nivel descriptivo simple. Para el desarrollo del instrumento se consideró la encuesta que estuvo conformada por 50 colaboradores que trabajan en los talleres del Centro del Adulto Mayor por más de seis meses, específicamente en la sede de Jesús María y Comas.

Se considera importante la investigación ya que brindará un aporte desde el ámbito de las Relaciones Públicas, respecto a la comunicación efectiva y sus beneficios al administrarla de manera correcta en una organización. Además, será un aporte para aquellos que estén interesados en el tema, puedan tomarlo como referencia y les sirva de base para futuras investigaciones.

Para guiar a los colaboradores teniendo en cuenta la misión y visión de la organización, es necesario utilizar la comunicación efectiva de las RRPP porque influye de manera favorable. Sin embargo, eso no lo es todo, es vital generar una buena experiencia a los usuarios del Centro del Adulto Mayor. De esta manera, se fomenta una buena coordinación en las actividades.

Formulación del problema

Problema principal

¿Cómo se relaciona la comunicación efectiva de las Relaciones Públicas con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020? (Sede Jesús María- Comas).

Problemas específicos

¿Cómo se relaciona la comunicación ascendente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020? (Sede Jesús María- Comas)

¿Cómo se relaciona la comunicación descendente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020? (Sede Jesús María- Comas)

¿Cómo se relaciona la comunicación horizontal con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020? (Sede Jesús María- Comas)

Objetivos de la investigación

Objetivo principal

Identificar cómo se relaciona la comunicación efectiva de las RRPP con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María y Comas).

Objetivos específicos

Identificar cómo se relaciona la comunicación ascendente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María y Comas).

Determinar cómo se relaciona la comunicación descendente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María y Comas).

Evidenciar cómo se relaciona la comunicación horizontal con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María y Comas).

Justificación de la investigación

La importancia de la investigación permite describir la forma en la que se relaciona la comunicación efectiva de las RRPP con el liderazgo organizacional. Este trabajo cumple un doble rol, porque se considera importante para futuras investigaciones, como un aporte para conocer la realidad cada vez más creciente entre la comunicación efectiva y el liderazgo organizacional; cabe destacar que actualmente existen diversas formas de comunicación potenciadas por la tecnología.

Desde un nivel metodológico, la presente investigación tiene por finalidad mejorar la comunicación efectiva de las RRPP con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020- (Sede Jesús María) y (Sede Comas)

Su aplicación es de suma importancia porque se podrá generar cambios de manera positiva en el comportamiento de los usuarios. Además, puede servir de apoyo para las futuras investigaciones de los comunicadores que eligen realizar un trabajo relacionado al área de las relaciones públicas, con el propósito de brindar un aporte a la sociedad

En el campo de las ciencias de la comunicación, en donde las relaciones públicas se desenvuelven, se prevé que esta investigación también proporciona

una comprensión más profunda de cómo la práctica la comunicación efectiva, se ha desplazado hacia la relación de las partes interesadas teniendo en cuenta el entorno cambiante en las organizaciones se encuentran.

Asimismo, es importante la investigación porque será beneficioso para los estudiantes de comunicación social y relaciones públicas, quienes, como analistas y gestores de la comunicación, requieren alcances sobre las diversas formas en las cuales se desarrollan las relaciones públicas y comunicación organizacional. Los resultados del presente estudio permitirán aportar elementos de juicio tanto conceptual como técnico de la realidad comunicacional.

Limitaciones del estudio

Para el desarrollo del trabajo de investigación no hay limitaciones.

Viabilidad del estudio

Para el desarrollo de esta investigación se cuenta con el acceso libre y directo a la organización de la cual se investiga, en este caso específico a los colaboradores de los talleres del Centro del Adulto mayor (administrativos, profesores) con quienes se genera la comunicación para la obtención de los datos necesarios, así como los materiales, que sirven de complemento para el trabajo, los cuales se encontraron en la biblioteca y plataformas digitales. Cabe destacar que, la información trabajada en esta investigación es sólida y rigurosa, pues presenta antecedentes y bibliografía actualizada de fuentes académicas confiables, lo que hace que, a partir de ella, se conozca la medición de variables y los instrumentos más utilizados en este tema de investigación, por lo que contribuirá también con futuras investigaciones.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Antecedente Internacional

Según Vásquez, A. (2018) en su tesis titulada “Correlación entre comunicación organizacional y satisfacción laboral percibida por un grupo de colaboradores que trabajan en el área de informática de una empresa de tecnología”, año 2018, para lograr el grado de licenciada en psicología organizacional. El objetivo principal del estudio fue conocer la percepción de un grupo de colaboradores del área informática respecto a la comunicación organizacional y satisfacción laboral. La metodología de investigación cuenta con un enfoque cuantitativo no experimental.

Respecto a los instrumentos utilizados para la investigación consta de dos cuestionarios conformados por 15 preguntas cerradas, cabe destacar que dichos instrumentos fueron aplicados a 20 colaboradores de sexo masculino entre los 18 y 41 años, considerando los niveles de la escala de Likert. Además, para el análisis estadístico de los resultados se utilizó la correlación de Pearson. De esta manera se concluye que, existe una correlación negativa moderada entre ambas variables.

Según Loza, A. (2014) en su tesis titulada “Liderazgo y compromiso organizacional en los docentes de la Institución Educativa Particular “Simón Bolívar” de la ciudad de Tarapoto, año 2014, para obtener el grado de maestro en psicología. El objetivo de esta investigación fue establecer la relación que existe entre los estilos de liderazgo y compromiso organizacional en docentes de la institución educativa privada “Simón Bolívar” de la ciudad de Tarapoto. El diseño de la investigación fue no experimental, asimismo se utilizó como instrumento el uso de dos cuestionarios para obtener los datos necesarios. Respecto al análisis estadístico, se consideró utilizar la correlación de Pearson. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se comprobó mediante el nexos entre los estilos de liderazgo y compromiso organizacional en docentes de una institución educativa en la ciudad de Tarapoto. Sin embargo, se encontraron limitaciones según lo que los docentes respondieron en las encuestas, se requiere más herramientas para un mejor desempeño de los colaboradores, asimismo capacitaciones constantes que permitan un buen crecimiento profesional. Se concluye que, el grado de identificación con la institución es acorde con el estilo que se tiene para liderar.

1.1.2 Antecedente Nacional

Según Trujillo, M (2017), en su tesis titulada “Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas”, año 2017, para obtener el grado de licenciada en administración en Lima, Perú, expresa que la investigación ha sido desarrollada teniendo en cuenta el objetivo de describir la forma en la que la comunicación interna influye en el

clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas. Es un estudio de tipo descriptivo, explicativo con enfoque cuantitativo, porque se ha centrado en explicar por qué ocurre el fenómeno y cómo se expresa. El diseño de investigación fue no experimental, asimismo es transversal, ya que al realizar la recolección de datos fue en un momento establecido. La población estuvo conformada por los colaboradores de las instituciones públicas descentralizadas del sector de energía y minas que están conformadas por dos organismos adscritos al Ministerio de Energía y Minas, conformados por el Instituto de Energía y Minas y el Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico. Respecto a la muestra de estudio estuvo conformado por 238 colaboradores. Se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario de 36 preguntas, tomando en cuenta los niveles de la escala de Likert. Esta investigación logró resultados utilizando la correlación de Pearson en la cual se obtuvo como resultado 0.872 lo que indica una muy buena correlación entre ambas variables. De esta manera se concluye que, la comunicación interna influye de manera significativa en el clima organizacional.

Según Alvarado, L & Cafferatta, B. (2018) en su tesis titulada "Relación del estilo de liderazgo de los jefes con el clima organizacional del personal administrativo en la empresa Andahuasi 2018", para obtener el grado de licenciada en administración en Lima, Perú, expresa que la presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación del estilo de liderazgo. La metodología de la presente investigación fue descriptivo correlacional y el cuestionario fue el instrumento de estudio. Asimismo se

aplicó como instrumento el cuestionario. Respecto a la población se consideró a 275 colaboradores. Por otro lado, no existe relación entre el estilo de liderazgo de los jefes con el clima organizacional del personal Administrativo en la empresa Andahuasi 2018. Por ello, se concluye que, al incorporar talleres de liderazgo dirigido a los colaboradores de la institución se puede fomentar mayor compromiso en ellos, asimismo alcanzar con mejores resultados los objetivos de la institución.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Las teorías de las Relaciones Públicas

Las teorías de las relaciones públicas representan un gran aporte en las ciencias sociales que se encargan de evaluar la conducta de las personas y determinar los diversos procesos de una organización con el propósito de implementar estrategias que se ajusten a los intereses y necesidades de la institución, asimismo generar aprobación del público. Actualmente, las organizaciones comprenden que el uso de las relaciones públicas es un elemento vital para interrelacionarse entre sí y alcanzar buenos vínculos. Para que esto sea posible es importante trabajar con estrategias que permitan fortalecer la imagen de la organización con la finalidad de que, conforme pase el tiempo, sea reconocida y valorada.

Las organizaciones, actualmente, deben estar más atentas a las tendencias para estar preparadas a las nuevas necesidades del mercado competitivo. Las organizaciones buscan mantener lazos que permitan la interacción con los públicos. Por ello, es importante aplicar las relaciones públicas porque su efectividad permite adaptarse a los diversos cambios del entorno (Cutlip, Center y Broom, 2001). Es decir, toda relación que se

establece entre los colaboradores de la empresa depende mucho de la efectividad de la comunicación con la que se maneje, ya que es un proceso en el que se logra el diálogo, intercambiando opiniones y criterios.

Al generar persuasión por parte de los públicos se conoce la conducta de estos, sus necesidades e incluso se les puede enviar información constantemente para que el nexo con ellos sea cada vez más constante. Es preciso presentar la conceptualización de diversos autores con respecto a las relaciones públicas. Las relaciones públicas cumplen un rol fundamental en las organizaciones según Castillo (2010) porque establece planes estratégicos que permiten un buen vínculo entre el público y la organización. El propósito principal es transmitir mensajes coherentes para generar credibilidad en la realización de cada una de las actividades. Es necesario que exista un vínculo entre las relaciones públicas con los públicos para poder desarrollar las metas propuestas por las empresas.

Esto permite una planificación adecuada en el que se puedan elaborar las acciones de comunicación. Las organizaciones necesitan aplicar las relaciones públicas porque su efectividad en el desarrollo de las diversas actividades se consolida mediante un conjunto de ideas que se presenten en el transcurso de cada uno de los proyectos (Según Cutlip et al., 2001). Tomando en cuenta la importancia de un buen plan estratégico, es posible tomar acción a las diversas actividades que la organización proyecte desarrollar. Es de vital importancia fortalecer la empatía para que la opinión de todos sea respetada, escuchada y exista un intercambio de ideas.

En la práctica, las relaciones públicas buscan contribuir a la eficacia de las actividades. Por lo tanto, busca crear una integración por parte de

todos los colaboradores con el propósito de generar satisfacción. Asimismo, Cutlip, Center y Broom (2006) afirman que “las relaciones públicas son la función directiva que establece y mantiene relaciones de mutuamente beneficiosas entre una organización y los públicos de los que depende su éxito o fracaso” (p.39). La importancia de las relaciones públicas se centra en la comunicación de mutuo acuerdo para influenciar positivamente en la opinión pública. Uno de los principales elementos en el campo de acción de las relaciones públicas es resolver las diversas dificultades que puedan presentarse. Por ello, es fundamental que exista una gestión de manera adecuada para lograr los objetivos organizacionales. Actualmente las organizaciones buscan fortalecer su compromiso mediante las relaciones públicas porque requieren ser bien vistas ante la sociedad con el propósito de obtener los mejores resultados.

Es de vital importancia las relaciones públicas según Grunig (2002) porque permite el desarrollo de un intercambio amistoso. Al mismo tiempo, busca la correcta planificación de los proyectos organizacionales, teniendo en cuenta la misión, visión y los valores estratégicos. El rol de las relaciones públicas es mantener un vínculo entre las empresas y sus públicos, por esta razón, una de las funciones más importantes es la planificación y ejecución de cada uno de los objetivos. Si la comunicación es potente va a permitir que se aprovechen al máximo los talentos e incluso los recursos materiales para alcanzar las metas de la organización. Por eso, la comunicación es la esencia de la actividad organizada. Cabe destacar que, las acciones van a tener un impacto, ya sea positivo o negativo. Entonces, los colaboradores cumplen la función principal de construir una buena percepción para

comunicar credibilidad en el público. Es decir, mediante las estrategias se gestiona una comunicación efectiva. Esta teoría busca analizar la relación de los colaboradores y de la empresa en el que la comunicación genere una retroalimentación con la finalidad de beneficiar al desarrollo de las funciones de los relacionistas públicos.

1.2.2 Comunicación efectiva de las relaciones publicas

La comunicación efectiva se caracteriza por promover la comprensión y el compromiso relacionado a la claridad, concisión, feedback y empatía mientras que las relaciones públicas cumplen un rol estratégico. Entre una de sus principales características se encarga de que todos los colaboradores conozcan los objetivos planteados en la institución. Para lograr una comunicación efectiva se necesita compartir pensamientos, ideas e incluso objetivos en común, todo esto permite que existan relaciones armoniosas con las organizaciones.

Es importante que las organizaciones pongan en práctica la comunicación efectiva y utilicen las relaciones públicas para obtener un entorno participativo en el que se facilite la toma de decisiones para consolidar un buen liderazgo organizacional. La comunicación efectiva de las relaciones públicas requiere de la participación de los colaboradores para la toma de decisiones. Fernández (2010) afirma que: “los flujos de comunicación son importantes para aplicarlas dentro de las organizaciones” (p.93). Menciona que la comunicación ascendente se encarga de hacer que los colaboradores trabajen de forma proactiva sobre todo para la toma de decisiones, de esta manera se garantiza que participen frecuentemente en las estrategias de la organización. Respecto a la comunicación descendente,

su función principal es brindar una comunicación en la cual se establezca un orden mediante capacitaciones para el eficaz desarrollo de tareas asignadas.

Cabe destacar que la comunicación horizontal se puede obtener mediante juntas, informes, asambleas, etc. Se da entre los empleados de un mismo nivel jerárquico. Esta comunicación se utiliza para la coordinación de actividades de los colaboradores o departamentos de la organización. Es decir, para la resolución de problemas de un departamento, sirve también para la toma de decisiones en las que tengan que intervenir los colaboradores de la empresa.

Con el paso del tiempo se va entablando diferentes relaciones con las personas y organizaciones. Respecto a temas organizacionales, la comunicación efectiva de las relaciones públicas representa un elemento esencial porque permite construir y mantener relaciones con sus públicos. Además, representa un valor agregado para las organizaciones ya que se encarga de gestionar estratégicamente. También se define a la comunicación como el proceso en el que se intercambia ideas con el propósito de que se transmita emociones a las personas mediante la difusión de mensajes en los que se brinde toda la información necesaria de cada una de las actividades de la organización (De la Cruz, 2014). Para gestionar un buen desarrollo de las funciones de los colaboradores, se requiere identificar las necesidades requeridas por el equipo humano en la empresa. El lenguaje tiene que ser comprendido por todos para generar una retroalimentación en el que pueden compartir sus ideas y promover el logro de los objetivos trazados en la organización.

Todas las organizaciones que consideren incluir un área para las funciones específicas de las comunicaciones van a construir una identidad fuerte y percibida de manera positiva por el público. La comunicación eficiente sirve como una herramienta de apoyo para generar un mejor ambiente entre colaboradores y público de interés. Por lo tanto, si se permite la participación de todos, va a generarse una motivación en los colaboradores, todo ello busca que se proyecte una buena imagen en el que satisfactoriamente se logre un ambiente idóneo para el éxito de la empresa.

Es importante que, en una organización, todos los colaboradores se sientan involucrados con cada una de las actividades. De esta manera, se fomenta una comunicación directa y empática para lograr tener comprensión ante las ideas de los demás, es decir llegar a un consenso de opiniones que permitan tomar decisiones ajustándose a las necesidades y tendencias del público. Por ello, el mensaje tiene que construirse de la manera idónea para que mediante los canales de comunicación se difunda. Según Peñafiel & Serrano (2010) tiene que ver con “la transmisión y recepción de la información” (p.49). A través de ella el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información. La conexión que existe entre la comunicación efectiva y las relaciones públicas tiene el propósito de generar confianza para que los colaboradores sientan que pueden expresarse y son escuchados, de este modo transmitirán al público un buen mensaje.

Para que la comunicación efectiva se consolide con el tiempo dentro de una organización se necesita contar con ciertos pilares fundamentales, como la planificación, dirección y control. El nexo que existe entre las

relaciones públicas y la comunicación efectiva proporciona coherencia entre los objetivos y acciones. Asimismo, es vital conocer al público al que va dirigido los mensajes, conocer sus intereses, descubrir sus preocupaciones para brindar soluciones.

La comunicación busca generar retroalimentación entre las personas según Fernández (1991) para coordinar las funciones específicas de los colaboradores, necesita ser clara y concisa. Además, hay que tener en cuenta que, el buen comportamiento es un elemento clave para saber afrontar las diversas situaciones que pueden presentarse en la organización. Una de las principales características de las relaciones públicas es mantener relaciones sólidas con el paso del tiempo. Ante eso, hay que tener en cuenta que todas las personas tienen diferentes maneras de aprendizaje y para captar los mensajes se necesita comunicarlos mediante una variedad de canales de comunicación.

Asimismo, se puede afirmar que la comunicación tiene un gran impacto en la productividad de las organizaciones para obtener el éxito. Además, hay que considerar que el mensaje tiene que ser relevante con el propósito principal de satisfacer los intereses del público. Los mensajes que se transmiten deben tener congruencia con las acciones, porque eso va a reflejar confianza en el público.

El mensaje tiene que estar ajustado para cada área de la organización, pues esta información brinda confianza a los colaboradores. Para realizar diagnósticos y establecer un plan a seguir se tiene que llevar a cabo reuniones en el que se construya contenidos concretos y relevantes para persuadir al público.

Utilizar un vocabulario sencillo va a permitir la comprensión de todos los lectores. Esto implica que el contenido que se difunda va a ser muy específico en el contexto en el que se conozca el impacto que tuvo en el público, comprender sus opiniones y favorecer la expresión de las personas para que puedan sentirse en confianza de mencionar sus dudas y defender sus posturas. Es fundamental mantener un diálogo abierto con el público. Esto permite el desarrollo y el cambio social. La comunicación efectiva tiene que elaborarse de la mejor manera posible para que se pueda transmitir al público sin generar confusión (Guevara, 2011). La comunicación favorece una buena gestión en la organización, por consiguiente, debe establecerse los objetivos en base a los valores que se buscan difundirse en el público.

Cabe destacar que se considera comunicación eficiente cuando es concisa y entendible, de no ser el caso, se convierte en información confusa que genera una falta de orientación en los colaboradores. Es decir, mediante el diálogo existe una interacción entre todos logrando que los mensajes se comprendan y al participar de las actividades se comparte la visión de la organización. Con el transcurso del tiempo, se construyen relaciones sólidas, teniendo en cuenta que existen valores importantes para generar credibilidad en el público (Cruz, 1999). Lo expuesto, tiende a explicar que el buen uso de la comunicación efectiva y las relaciones públicas fortalece las actividades de la organización, es decir, existen factores que influyen en la percepción del público. Asimismo, los valores tienen que permanecer presentes en todo momento teniendo en cuenta que estos son los vínculos fuertes que se construyen con el tiempo. Por ello, la lealtad y confianza tienen que demostrarse con el propósito de favorecer al crecimiento de la empresa, por

consiguiente, la retroalimentación permite la participación del público en el que se integra la información y se logra un entendimiento compartido.

La comunicación efectiva de las RRPP cumple un rol importante debido a que se encuentra presente para todo e incluso implica a todos los colaboradores. Para desarrollar una comunicación efectiva dentro y fuera de la organización, es fundamental transmitir mensajes correctamente. De esta manera, se fortalece la confianza en los colaboradores, porque se sentirán más cómodos en la exposición de sus ideas. Además, aumenta la productividad y la sociedad asocia a la organización de forma positiva. Es fundamental para alcanzar el éxito que existan cambios en el comportamiento de los colaboradores para que ellos tengan orientación en la visión que tiene determinada organización. Asimismo, se necesita que exista diálogo constante en el equipo de trabajo para que puedan conocer las diversas opiniones y llegar a acuerdos para alcanzar los objetivos en común.

El propósito principal de los relacionistas públicos es la implementación de estrategias mediante el uso de las herramientas adecuadas. Existe un nexo importante entre la comunicación y las relaciones públicas, para ello se necesita determinar las debilidades para convertirlas en fortalezas que permitan mejorar la imagen de la organización. Es decir, es el arte de generar una interacción entre la empresa y su público, en el que se pueda alcanzar los objetivos planteados. Desde el momento en el que se busca la integración de los colaboradores, ellos empiezan a comprender mejor su rol dentro de la organización. Según Pérez & Solórzano (1999) es importante fomentar el sentido de pertenencia para lograr los objetivos

organizacionales. Para lograrlo, es importante mantener un lenguaje cercano con los colaboradores porque esto genera confianza y puedan tener la libertad de comunicar sus emociones e ideas.

En la actualidad muchas organizaciones que prestan atención a los intereses y necesidades buscan implementar el departamento de relaciones públicas con el propósito de que puedan llevarse a cabo las diversas acciones de comunicación teniendo en cuenta un monitoreo y evaluación constante por parte de los relacionistas públicos para que puedan difundirse. Es decir, la comunicación contribuye a la mejora de los procesos en la organización porque representa ser la fuente de información para transmitir los mensajes con la finalidad de persuadir en las emociones del público.

La base de una buena comunicación según Pasquali (1978), es transmitir correctamente los mensajes desde el emisor al receptor. De este modo, se emite y recibe la información verídica. Al mismo tiempo, se puede tomar decisiones de mutuo acuerdo entre los colaboradores y la organización. Es muy importante definir el público al que va dirigida la comunicación y el tipo de mensaje que va a difundirse para lograr el efecto esperado.

La comunicación logra ser efectiva al consolidarse las relaciones en la organización. Por consiguiente, va a existir un buen funcionamiento al desarrollarse las actividades adecuadamente. La organización tiene que fomentar en los colaboradores un sentido de pertenencia y sobre todo identificación con la misión y visión para generar un compromiso en el equipo humano, lo cual favorece beneficiosamente porque va a existir un mayor logro de los resultados.

1.2.2.1 Comunicación ascendente

La comunicación ascendente se transmite cuando los colaboradores brindan mensajes o determinada información a sus jefes. Es decir, esta información fluye de niveles inferiores a niveles de jerarquía superior. Sin embargo, la forma de comunicación no siempre es la adecuada porque algunas veces se presentan ciertos factores que generan un ambiente tenso entre los colaboradores. Por ello, el objetivo de este tipo de comunicación es que todo el personal que trabaja en la organización exprese sus ideas para llegar a un consenso de opiniones sin sentir que existen límites para dirigirse a los responsables del área.

Para la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación, (2003), “este tipo de comunicación se hace necesaria por motivos operativos dentro de la empresa, es decir, los subordinados deben transmitir a sus superiores información relevante a la que, de otro modo, quizá, estos no tendrían acceso” (p.73). Es importante acotar que en un organigrama este tipo de comunicación se desarrolla desde abajo hacia arriba. En relación con este tema, muchas veces se comete el desacierto de transformar la comunicación en algo unidireccional. Los colaboradores son solo individuos inactivos, de este modo, ellos solo adoptan la orientación que deben poner en práctica.

Los colaboradores de la organización pueden ser partícipes de las decisiones que se tomen en conjunto porque, al brindar mensajes constructivos, van a lograr alcanzar las metas de la organización. Una de las características de la comunicación ascendente es brindar la retroalimentación necesaria desde los colaboradores a los jefes de área.

Para King (2012) es importante fomentar la participación de todos, esto requiere un alto nivel de transparencias por ambas partes. Este tipo de comunicación permite a la organización adaptar sus políticas para la satisfacción de sus colaboradores, esto permite que se involucren en el desarrollo de los proyectos y tener resultados con efectos positivos en la productividad.

El autor hace hincapié que los colaboradores buscan generar un ambiente idóneo en el que se mantenga las políticas democráticas con la finalidad de que todo el equipo de trabajo pueda expresar sus propuestas.

La comunicación ascendente se establece mediante mensajes que circulan de los colaboradores a los individuos que tienen los cargos más altos en la organización. Uno de los temas más importantes que se incluye en este tipo de comunicación es el asesoramiento. Para Goldhaber (1984), los mensajes fluyen de empleados a superiores con el objetivo de realizar la formulación de preguntas para generar retroalimentación y obtener sugerencias que se pueden considerar dentro de los planes de trabajo en un corto, mediano y largo plazo. La comunicación ascendente ayuda a mantener una retroalimentación con la alta dirección de la organización porque permite que los jefes estén enterados y sean conscientes acerca de las opiniones, intereses y necesidades de los colaboradores. Mientras esto sucede, los lazos entre ambas partes se van fortaleciendo.

Este tipo de comunicación posibilita que los colaboradores entiendan más acerca de la importancia de la cultura organizacional siempre y cuando tengan los instrumentos de trabajo necesarios. Los medios más utilizados para la transmisión de la información de forma ascendente son: Reunión

periódica - Entrevista personalizada - Vía telefónica - A través de encuestas

- Sistema de quejas

a) Autoconocimiento

Para reconocer y comprender las emociones, sentimientos de las personas y la causa-efecto que pueden producir ante cualquier situación es de vital importancia aplicar el Autoconocimiento. (Goleman, 2004). Se refiere a la capacidad de comprender el mundo interno de las personas, va relacionado con la empatía. Es de vital importancia aplicarlo en la organización para construir un ambiente armonioso en el que todos estén comprometidos con un objetivo en común.

Bajo esta premisa, Brandolini y González, afirma que la comunicación cumple un rol importante en el autoconocimiento porque no todas las personas reciben los mensajes de la misma forma, ya que mayormente se asocian a las experiencias vividas (2009). Es decir, para difundir mensajes al público, primero se requiere comprender los diversos puntos de vista de las personas. Por ello, el autoconocimiento es clave ya que nos permite identificar las fortalezas personales e implica determinar cómo circula la información y cómo se toman las decisiones para la ejecución de las diversas actividades de la organización.

b) Confianza

El individuo dotado de confianza en sí mismo permanece firme, y es consecuente con sus decisiones (Goleman, 1998, p. 105). La confianza es un valor que se desarrolla con el paso del tiempo, se

fortalece al demostrar coherencia entre las palabras y acciones. Por ello, es fundamental que exista un buen liderazgo para generar motivación en cada una de las áreas de trabajo. De esta manera se fortalecen los lazos de confianza entre todos.

Cabe destacar que, la comunicación efectiva construye relaciones fuertes. En el ámbito de las organizaciones, la confianza y lealtad son valores indispensables para generar una retroalimentación con el público. (Cruz, 1999). Al existir una adecuada comunicación y confianza va a impactar de manera positiva en la imagen de la organización. Cabe resaltar que la confianza se divide en dos partes: la cognitiva y afectiva.

En cuanto a lo cognitivo, implica las relaciones interpersonales con los compañeros de trabajo, es decir el nivel de confianza entre compañeros dependerá de su responsabilidad y el desempeño en sus actividades asignadas. Por otro lado, la parte afectiva, es la frecuencia de interacción que se demuestren los colaboradores en el trabajo en equipo. De esto depende generar un feedback idóneo en todo lo que transmita la organización.

c) Seguridad

Es la capacidad de brindar puntos de vista con la convicción que van a ser respetados y que considerados para los diferentes proyectos que se realicen en la organización (Brandolini y González, 2009). En referencia a este tema en específico dentro de la organización es un factor fundamental que los colaboradores sientan

seguridad en todas las actividades que se van desarrollando, ya que es indispensable para el logro de los objetivos en común.

1.2.2.2 Comunicación descendente

La comunicación descendente se transmite mediante las jerarquías altas. Es el tipo de comunicación en el que los responsables de área se dirigen a los colaboradores. Muchas veces, en las organizaciones aplican la comunicación descendente de manera autoritaria. Uno de los componentes más importantes de la comunicación descendente son todos los colaboradores de la organización porque de ellos depende el éxito de esta. Los directivos tienen la obligación de aclarar las decisiones que se tomen en el transcurso del tiempo. La comunicación descendente usualmente es utilizada por los gerentes y altos mandos de las organizaciones con el propósito de brindar todas las instrucciones del trabajo a los colaboradores (Simpson, 1959).

Los directivos tienen que comunicarse con sus trabajadores para tomar en cuenta sus opiniones, a fin y efecto de que los individuos sientan que son escuchados y que los consideran. Una característica fundamental en la comunicación descendente es la buena relación entre los subalternos y sus subordinados. La comunicación descendente según Díaz (2004) está relacionada con la información de la cultura organizacional que se transmite de los jefes a los colaboradores. Para asegurar una mayor eficiencia en el desarrollo de las funciones, se realizan evaluaciones constantes al trabajo desempeñado y muchas veces los resultados son óptimos. Este tipo de comunicación es una forma habitual de mantener informados a todos los

colaboradores en la organización e instruirlos en el desarrollo de sus actividades.

Para los directivos, en las organizaciones es muy beneficiosa la comunicación descendente porque sirve para mantener informados a sus públicos. Se transmite el diálogo de forma personal mediante conferencias, discursos, entre otras herramientas. La comunicación descendente busca que los colaboradores se mantengan informados para que puedan realizar las coordinaciones de manera eficiente teniendo en cuenta que los jefes de área se encargan de dar órdenes que se deben cumplir en el tiempo estimado.

Este tipo de comunicación tiene como objetivo transmitir la filosofía de la organización. La supervisión del desempeño de las funciones específicas de los colaboradores es primordial para alcanzar el éxito. Para Robbins (2004), los líderes brindan instrucciones para que puedan conocer las políticas y procedimientos de la organización. Cabe destacar que, no es una tarea sencilla, porque se requiere asegurar la comprensión de una correcta comunicación, por ello se tiene que tener en cuenta utilizar un lenguaje entendible y mantener el respeto en todo momento. La comunicación descendente permite que los colaboradores estén correctamente informados de aquellos recursos disponibles para la ejecución de sus actividades. Por otro lado, es importante establecer plazos de tiempo para la ejecución de las tareas asignadas a los colaboradores. Además, este tipo de comunicación se encarga de evaluar las diversas situaciones que puedan presentarse en la organización para que se mejore el desempeño del equipo de trabajo y brindar las soluciones idóneas.

Es así como Stoner, Freeman y Gilbert (1996) nos dicen que la comunicación descendente, “empieza con los altos mandos y fluye hacia abajo, pasando por los niveles administrativos, hasta llegar a los trabajadores de la línea o al personal que no tiene actividades de supervisión” (p.586).

Mediante la comunicación descendente se transmite información relacionada con el trabajo, con el propósito de facilitar la coordinación entre los niveles altos y bajos de la jerarquía. La comunicación descendente se mide mediante diversas evaluaciones según los resultados del trabajo desempeñado. Para aplicar la comunicación descendente se debe utilizar muchos instrumentos, los más utilizados son: Memorándum - Cartas - Informes- Manual de operaciones - Folletos – Reportes - Periódico mural.

a) Impresión determinada

Los colaboradores con el paso del tiempo comienzan a comprender la situación de la organización y para obtener resultados óptimos buscan las estrategias idóneas para generar una buena percepción en el público (Bonache y Cabrera, 2005). Es decir si los colaboradores conocen a fondo la cultura organizacional de la organización van a poder transmitir al público mediante diversas estrategias una buena impresión que permita consolidarla en el mercado y así marcar la diferencia de la competencia. Esto es posible si todos trabajan en equipo con el propósito de alcanzar la efectividad en sus resultados.

b) Credibilidad

Para generar credibilidad, es necesario que los jefes sean los principales en transmitir transparencia en cada una de las acciones de la organización. De esta manera, los colaboradores podrán reflejar en el público la veracidad de los mensajes y sus objetivos de la organización tomarán mucho valor (Zamitz, 1998). Las organizaciones que apuntan al éxito se preocupan por mantener una comunicación clara y transparente, sin generar falsas expectativas. Para lograr credibilidad en todo sentido no solo depende del colaborador sino también de los jefes de cada área. Esto permite obtener sólidas relaciones dentro de la organización con los colaboradores y fomentar confianza en el público.

c) Expectativas

Davis y Newtron (1991) sostienen que “es el conjunto de sentimientos favorables o desfavorables con los que el empleado percibe su trabajo, que se manifiestan en determinadas actitudes laborales”. (p. 203). Se refiere a la actitud que demuestran los colaboradores en su centro de labores. Es decir, la forma en la que expresan sus deseos por alcanzar sus metas y obtener reconocimiento. Muchas veces las expectativas de cada persona dependen de las creencias enfocadas en el futuro y las posibilidades de que algún acontecimiento se pueda concretar en el tiempo planificado.

1.2.2.3 Comunicación horizontal

Desde la perspectiva más general, este tipo de comunicación es posible mediante individuos del mismo nivel. La comunicación horizontal promueve constantes coordinaciones en el trabajo con el propósito principal de planificar todas las actividades para satisfacer las necesidades, por ello es indispensable que exista una buena interacción entre las personas que trabajan en diversas áreas para el éxito de los objetivos.

La comunicación horizontal es posible dentro del ámbito del trabajo con individuos que conformen parte del mismo entorno. El propósito principal de la comunicación es incrementar la velocidad en la transmisión de la información, mejorar la comprensión de la información que se transmite y la coordinación de los esfuerzos para cumplir con los objetivos de la empresa. La comunicación horizontal implica la coordinación de la información. Según Robbins (2004), independientemente del área al que pertenezcan los colaboradores, este tipo de comunicación se dirige para aquellos que tienen el mismo nivel jerárquico. Cabe destacar que, se fomenta el compañerismo y el trabajo en equipo para generar una buena experiencia de trabajo. En cuanto a este tipo de comunicación, se conforma mediante los lineamientos de la organización y se consolida por el sistema interior de las comunicaciones. De esta manera, se mantiene la existencia de la organización. Para generar la comunicación horizontal es idónea para llegar a un consenso de opiniones. Según Robbins (2004) con el propósito de crear un ambiente de cooperación para el desarrollo de los objetivos

organizacionales. Este tipo de comunicación es más flexible, porque existe más apoyo entre los colaboradores.

Cabe destacar que pueden participar de diversas reuniones para tener acceso a la información más importante que permitirá tomar las decisiones más acertadas. Además, se evitarán los malentendidos porque se promueve la comprensión mutua y una buena coordinación de actividades. Esto permitirá conseguir los mejores resultados e incrementará el dinamismo entre los colaboradores.

A pesar de que se cuenta con un sistema sólido, se necesita que la comunicación horizontal tenga la intervención de los colaboradores, es decir, que en todas las áreas sea equivalente la comunicación horizontal.

En la organización, la comunicación horizontal permite que mediante diversos instrumentos se pueda mejorar la eficiencia de la comunicación. Las personas que forman parte de un mismo nivel jerárquico en la organización se relacionan mediante la comunicación horizontal, en un plano de igualdad (Urcola & Urcola, 2015). Mediante las reuniones por departamentos se pueden comunicar de forma más eficaz compartiendo opiniones y tomando decisiones de acuerdo con la cultura corporativa.

La comunicación horizontal involucra coordinar la información entre los colaboradores del mismo nivel jerárquico. Esto genera un ambiente de cooperación en el desarrollo de las actividades, teniendo en cuenta que se disminuye el riesgo de errores porque se consideran los diferentes puntos de vista al momento de tomar decisiones para lograr el objetivo final.

a) **Logo**

Para las organizaciones es de vital importancia la Identidad Visual porque permite representar todo lo que la organización desea transmitir. El logotipo es lo que representa a la organización, la tipografía mientras más legible sea mejor, porque va a generar recordación en el público. Respecto a los colores son los que van a identificar la organización y generar emociones. (Capriotti, 2009)

El logo es un elemento indispensable porque con un buen logotipo la organización va a ser identificada por el público.

La coherencia es de vital importancia para crear la identidad visual, esto permitirá generar mayor valor a la organización y distinguirse de la competencia. Es decir, el logotipo tiene que ser entendible a simple vista para evitar confundir al público y considerar que los colores van a reflejar emociones, respecto a la tipografía no solo se trata de comunicar un mensaje sino transmitir la personalidad de la organización.

b) Tipografía Corporativa

El principal objetivo de la tipografía consiste en que el público pueda a primera vista pueda leerlo y que sea legible, tanto la forma de las letras como el contenido que la organización desea transmitir. Por ello, es importante que el diseñador evalúe muchos aspectos importantes como el rubro de la organización y el contexto. (Henestrosa, 1979). La tipografía es la manera de escribir con diferentes tipos de letras, es esencial elegir una buena tipografía para atraer la atención del público y ser reconocida. Es importante tomar

en cuenta cada detalle, porque lo que se va a transmitir tiene que proyectar el rubro de la organización.

c) Colores corporativos

Uno de los elementos más importantes en la representación visual de la organización son los colores, porque con ellos se pueden generar emociones en el público. (Zelanzski y Pat, 2001). Los valores que transmiten los colores es algo subjetivo, va a depender de muchos factores. Para estimular emociones en las personas es necesario definir los colores que van a representar la personalidad de la organización. Primero es importante asociar la cultura organizacional en los colores, luego realizar un análisis del contexto y competencia. Es una de las principales estrategias para generar reacciones en el público y establecer conexión visual.

1.2.3 Liderazgo organizacional

El liderazgo organizacional se encarga de dirigir la parte interna de la empresa. En determinadas ocasiones, los jefes representan la imagen autoritaria y algunos utilizan su poder para transmitir miedo a los colaboradores. Con esto solo logran el descontento del equipo de trabajo, por ello, es fundamental que los jefes reflejen sus habilidades para capacitar a todos los colaboradores y puedan superar cualquier situación que se presente siguiendo la visión organizacional.

Un líder organizacional fuerte reconoce a sus empleados, los incluye, los estimula, los entrena, les pide su opinión, los elogia y los empodera para tomar decisiones. Los jefes comparten sus experiencias con los colaboradores para motivarlos en cada una de las actividades a realizar, de esta manera demuestran sus habilidades. Además, los jefes también buscan comprender a su equipo de trabajo para hacerlos sentir valorados y en confianza (Carnegie, 2016).

La influencia de los líderes genera confianza en sus colaboradores lo cual es un valor necesario para expresar con libertad sus opiniones, dudas e incluso promover nuevos proyectos. Ellos tienen la capacidad de establecer autoridad y a su vez mantener flexibilidad orientada a los cambios para poder comprender a los trabajadores ante cualquier situación que se presente.

El liderazgo transformacional se caracteriza por promover la estimulación intelectual para comunicar las expectativas del crecimiento profesional de los colaboradores. Por otra parte, es fundamental mantener al equipo de trabajo motivado para obtener los mejores resultados (Mendoza & Ortiz, 2006). Para lograr el liderazgo transformacional en la organización se necesita que los colaboradores se adapten a los cambios. Por otra parte, el jefe representa un ejemplo para su equipo de trabajo y por ello, es fundamental que los conozca a profundidad para identificar sus puntos débiles y fuertes. Esto le permitirá motivarlos con el propósito de lograr el éxito.

El liderazgo transaccional también tiene un rol importante en el campo de acción de la organización porque permite el beneficio mutuo entre el jefe

y el colaborador. La principal característica de este tipo de liderazgo es obtener la remuneración respectiva basada en su nivel de productividad. Los jefes manifiestan confianza en los colaboradores para generar un ambiente adecuado en el que puedan desempeñarse de la mejor forma posible. Ante esto, Blanchard (2007) menciona que los jefes tienen como función principal orientar y supervisar las actividades realizadas por los colaboradores para alcanzar los objetivos planteados.

El liderazgo participativo tiene un mayor compromiso de trabajo por parte de los colaboradores. Una de las principales características de este tipo de liderazgo es obtener un ambiente de confianza entre todos para fomentar la posibilidad de crecer y superarse. Chiavenato (2015) sostiene que el liderazgo es importante para guiar el comportamiento de los colaboradores en la organización debido a que al encaminarlos podrán alcanzar los objetivos en un tiempo determinado.

Se trata de la actividad que se encarga de conducir la conducta de los colaboradores dentro de la organización, de esta manera pueden lograr eficientemente los objetivos planteados. Además, los que ejercen liderazgo demuestran un comportamiento ejemplar con el propósito de persuadir a los que forman parte del equipo de trabajo para que se sientan identificados con la organización y todos se comprometan a reflejar la misión y visión en cada una de las actividades.

Una de las principales características del liderazgo organizacional es orientar a los colaboradores para que todos sean coherentes con las acciones estratégicas que la empresa propone. El liderazgo consiste en generar un ambiente estable en los colaboradores, para lograrlo se necesita

saber dirigir para fortalecer las habilidades de todos los que forman parte de la organización. Para Serrano (2003), es muy importante que los colaboradores compartan la misión en común orientada a las metas para alcanzar la efectividad.

Por ello, debemos considerar el nivel de importancia de las soluciones de manera inmediata. Esto se puede dar mediante la escucha activa y tomando en cuenta las opiniones de todos. Se considera al liderazgo organizacional como la forma de guiar y dirigir al equipo humano de una empresa.

El liderazgo organizacional permite integrar a cada colaborador para cumplir eficientemente las metas establecidas. Mientras exista motivación en todo el equipo humano se podrá reflejar el compromiso por alcanzar los mejores resultados. Al dirigir y guiar una organización es muy importante tener en cuenta el liderazgo porque influye directamente en el comportamiento de las personas. Mediante la comunicación se pueden crear lazos de cooperación con la finalidad de lograr los resultados deseados.

1.2.3.1 Liderazgo transformacional

Para desarrollar el liderazgo transformacional los jefes comunican la misión y visión organizacional con el propósito de alcanzar las metas en común. Los líderes transformacionales utilizan sus fortalezas para compartir las experiencias con sus trabajadores y ayudarlos a enfrentar desafíos, lo que les permite crecer profesionalmente. Uno de los propósitos de este liderazgo es persuadir a los equipos de trabajo para lograr los objetivos en común.

El proceso del liderazgo transformacional busca promover el compromiso de los colaboradores y así puedan sobreponerse ante cualquier circunstancia que se presente. Una de las principales características del liderazgo transformacional es imponer autoridad y sobre todo, fomentar las normas para el buen desempeño de las funciones. De este modo generan alto rendimiento y por consiguiente resultados satisfactorios.

El liderazgo transformacional se caracteriza por motivar a las personas a realizar las actividades para generar cambios en la organización. Con el propósito de buscar el interés colectivo dejando de lado los intereses particulares, esto permitirá trabajar en un ambiente armonioso en el que se considera que el éxito de una organización depende del esfuerzo en común de todos los colaboradores. Por su parte, Zerpa & Ramírez (2012) sostienen que el liderazgo transformacional influye en las habilidades de los colaboradores porque busca, mediante acciones estratégicas, ajustar cambios de la organización. De este modo se fomenta un mayor compromiso para alcanzar los objetivos.

Este tema en específico tiene mucha importancia en las organizaciones porque incentiva a que los colaboradores realicen sus funciones con la capacidad de comprender al público objetivo, por ello, actualmente el liderazgo transformacional se aplica constantemente para generar un ambiente idóneo de trabajo.

El liderazgo transformacional tiene como propósito motivar a los colaboradores para alcanzar los objetivos en común (Willman & Velasco, 2011). A lo que se refieren ambos autores es que en todo momento, es fundamental que el factor humano tenga visión y orientación al éxito con la

realización de actividades que permitan la integración de todos los colaboradores. Los líderes fomentan la motivación para prevenir la pérdida del capital humano.

a) Estimulación intelectual

La estimulación intelectual tiene como propósito buscar la motivación en las personas, en este caso generar un buen ambiente de trabajo y orientar a los colaboradores para la solución y/o prevención de problemas. De esta manera, podrán brindar innovadores puntos de vistas (Ramos, 2005). Los jefes de cada área de trabajo cumplen un rol fundamental porque de ellos depende estimular a los colaboradores, brindarles confianza para que puedan expresar sus opiniones y demostrar una actitud abierta al diálogo.

De esta manera podrán participar todos y evitar tener miedo para dar a conocer sus propuestas orientadas a los objetivos de la organización

b) Consideración individualizada

Los jefes forman a los colaboradores con el propósito de brindarles todas las herramientas y oportunidades para un idóneo desarrollo de sus habilidades y competencias. Por ello, es necesario considerar un lenguaje entendible para que todos puedan comprenderlo (Ramos, 2005). En referencia a la consideración individual, hay que prestar atención a las necesidades de los colaboradores y a las dificultades que puedan presentarse en el camino para brindar una orientación personalizada. Además, aplicar

la escucha activa para que exista una comunicación transparente y se fortalezca la confianza.

c) Inspiración

Para transmitir inspiración en los colaboradores, es importante que los jefes compartan sus experiencias vividas porque pueden servir como referencia para generar altas expectativas y promover el buen desarrollo profesional. (Ramos, 2005). De esta manera, los colaboradores se sientan inspirados para lograr la excelencia en los resultados. Este aspecto importante se vincula con la capacidad de trabajar de la mejor manera con todos los colaboradores.

1.2.3.2 Liderazgo transaccional

Este tipo de liderazgo promueve el cambio en la organización con el propósito de mantener el equilibrio en todos los ámbitos, tanto en lo económico, social, entre otros. El liderazgo transaccional también tiene un rol importante en el campo de acción de la organización porque permite el beneficio mutuo del jefe y el colaborador. Cabe destacar que una de las principales características del líder transaccional es el buen desempeño que demuestran los colaboradores porque buscan brindar la mejor atención mediante sus acciones estratégicas. Este tipo de liderazgo centra su atención en cambios positivos que beneficien a la organización.

El proceso de intercambio entre los jefes y sus colaboradores se basa en el reconocimiento a cambio de su esfuerzo y disciplina. Teniendo en cuenta que el líder se encarga de identificar las necesidades y expectativas

de los trabajadores con el fin de mejorar el ambiente en la organización. Los jefes demuestran mediante acciones estratégicas los valores de la organización para que estos se reflejen en cada uno de los proyectos de la empresa. Así lo entiende Ramos (2005), el liderazgo transaccional es importante para las organizaciones, pero hay ciertos detalles que no les prestan mucha atención. Por ejemplo, a la innovación y a los diversos cambios que suceden en el entorno.

Los colaboradores adoptan conductas o actitudes enfocadas a alcanzar las metas organizacionales, pese a ello, pocas veces se realizan esfuerzos para que existan mejores resultados.

Esta forma de liderazgo es efectiva mientras exista una supervisión constante que verifique el cumplimiento de las tareas asignadas. Los líderes prestan atención minuciosamente ante cualquier falla que pueda existir en el desempeño de las funciones de los colaboradores. Asimismo, se encargan de la solución de problemas usando premios y castigos para reconocer el buen o mal desenvolvimiento de los que forman parte del equipo de trabajo.

El liderazgo transaccional se centra en la estabilidad de la organización. Por ello, los jefes delegan responsabilidades y confían en las habilidades de sus trabajadores. Una de las principales características del líder transaccional es buscar mediante sus acciones estratégicas brindar la mejor atención y con esto lograr cambios positivos que favorecen a la organización. En definitiva, las organizaciones aplican el liderazgo para guiar de manera adecuada las metas. Según Mendoza (2007), la relación entre el jefe y los colaboradores se basa en recompensas por el buen desempeño de sus funciones en la organización.

Este tipo de liderazgo requiere de un alto compromiso de los colaboradores. Su principal objetivo de los líderes consiste en comunicar las tareas específicas para cada uno de los trabajadores y luego premiarlos por sus esfuerzos. Sin embargo, cuando no realizan las actividades correctamente son castigados.

a) **Buen desempeño**

Mayormente, la actitud del colaborador se demuestra en el desempeño laboral, porque para lograr los objetivos en común se requiere constante proactividad. (Chiavenato, 2000) Para demostrar un buen desempeño en la organización depende de muchos factores, uno de los principales es recibir capacitaciones constantemente con el objetivo de que todos los colaboradores estén en el mismo nivel y puedan desempeñarse de forma óptima en el desarrollo de sus actividades. Por otro lado, también es importante que cada uno tenga una disposición abierta a brindar apoyo en el momento que la organización lo necesite.

b) **Compromiso**

El interés por formar parte de una organización se demuestra mediante el compromiso, porque cuando los colaboradores se sienten identificados con la cultura organizacional van desarrollando las funciones asignadas con responsabilidad. (Amorós, 2007). El compromiso de los colaboradores muchas veces no es valorado en las organizaciones. Sin embargo, es una de las características que permite diferenciar el interés que demuestran algunas personas más que otras en el desarrollo de sus actividades.

Al contrastar lo que dos autores hacen énfasis en referencia al Compromiso organizacional sostienen que: “es el grado en que un empleado se identifica con la empresa y desea continuar participando activamente en ella” (Davis y Newstrom, 1991, p. 250). Es de vital importancia porque genera actitudes positivas y es una fortaleza que permite desarrollar la integridad y prudencia para decidir la postura ante cualquier escenario que se presente. Cuando los colaboradores se comprometen con la organización, los esfuerzos van sintonizados con los objetivos en común.

c) **Motivación**

Robbins (2004) como se citó en Peña (2015) indica que “la motivación laboral es entendida como la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo hacia metas organizacionales, condicionadas por la satisfacción de alguna necesidad individual” (p.13). La motivación depende de la actitud que tenga cada colaborador ante los retos que puedan presentarse en la organización. Ante esto, no solo se necesita un buen ambiente laboral, sino que exista una comunicación efectiva que permita el logro de los objetivos en común.

Para tener motivación depende de muchos factores como los intereses personales. Sin embargo, la organización también cumple un rol fundamental, porque para transmitir motivación a los colaboradores es necesario que reciban constantes capacitaciones, cursos y/o seminarios que fortalezcan sus habilidades con el propósito de obtener buenos resultados y un agradable ambiente de trabajo.

(Martínez, 2003). Cuando se visualiza a los colaboradores en una organización, muchas veces hay personas con baja proactividad y no aportan nada positivo al equipo. Por ello, es necesario tener una buena comunicación para que la motivación sea constante, esto es algo que la organización debe asegurarse de aplicarlo, ya que es clave para alcanzar óptimos resultados. Además, es importante plantear retos nuevos con la finalidad de que no exista rutina y todos estén enfocados en superar sus propias expectativas.

1.2.3.3 Liderazgo participativo

Se basa en un liderazgo que tiene como propósito principal la escucha activa, es decir, conocer las opiniones del equipo de trabajo y considerar sus ideas. De esta manera, se genera un buen rendimiento y productividad de la organización. Cabe destacar que, al tener las mismas oportunidades, todos pueden ser partícipes del éxito en los resultados. Ejerce influencia en los equipos de trabajo para superar cualquier tipo de dificultad, de modo que disminuye la competitividad y los colaboradores se desempeñan de la mejor manera posible incluso cuando los jefes de área están ausentes. Es decir, existe un mayor compromiso de trabajo por parte de los colaboradores.

El liderazgo participativo es el encargado de promover la integración de los colaboradores en la empresa, esto es posible mediante diversas habilidades que los caracterizan. Primero es importante que se arriesguen y

opten por nuevas oportunidades que permitan un crecimiento en la empresa y en su profesión.

Para Wheatley (2006), los jefes en la organización buscan comprender de la mejor forma a los colaboradores con el propósito de promover sus habilidades, de este modo se obtiene el bienestar grupal y, por consiguiente, la toma de decisiones más sólidas para cada uno de los proyectos de la organización. Los jefes buscan compartir la visión al equipo de trabajo para alcanzar los objetivos en común. Todos los colaboradores pueden tener sus respectivas responsabilidades para cumplirlas de un corto a mediano plazo. Este tipo de liderazgo busca ser lo más práctico posible y analiza las ideas de los colaboradores para evaluar su efectividad en la práctica. De esta manera, la toma de decisiones se convierte en un plan más efectivo y de utilidad.

Una de las principales características de este liderazgo es que los jefes promueven la capacidad de autocontrol con el propósito de asumir las responsabilidades. Según Montero (2006), la capacidad de influencia es una de las características más importantes en el liderazgo participativo. El liderazgo participativo cumple un rol fundamental porque influye en las diversas responsabilidades de los colaboradores considerando las constantes capacitaciones al equipo de trabajo para la efectividad en los resultados.

El liderazgo participativo se basa en la confianza para construir relaciones sólidas con los colaboradores de la organización y transmitir credibilidad en el público. Es de vital importancia que los colaboradores y el

jefe tengan un nexo cercano para tener una buena comunicación que permita proponer soluciones que se ajusten a las necesidades de la organización.

a) **Orientación en el trabajo**

El propósito principal es lograr que los colaboradores tengan un buen crecimiento profesional. Es decir, consiste en guiar su desarrollo vocacional para el logro de los objetivos en un corto, mediano o largo plazo. (Ceinos, 2008). Es fundamental establecer criterios sobre las actividades asignadas para cada uno de los colaboradores. De esta manera, se tendrá claro una orientación personalizada con el objetivo de que todos los que forman parte de la organización se encuentren capacitados constantemente.

Consenso de opiniones

El diálogo es importante en las organizaciones porque implica conocer mejor a los colaboradores y generar un ambiente de confianza en el que todos pueden participar dando sus opiniones para considerarlas y tomar decisiones favorables. Además, significa demostrar una buena disposición para la realización de actividades. (Senger, 1998). Para fomentar una comunicación efectiva y generar liderazgo en la organización es fundamental mantener una actitud flexible para comprender las opiniones de todos los compañeros del equipo. Al buscar una convivencia armoniosa, es necesario que la mayoría de los colaboradores manifiesten su consentimiento para tomar buenas decisiones con un beneficio en común.

b) **Proceso comunicativo**

Escudero (1990) define al proceso comunicativo como cualquier fenómeno con modificaciones constantes; es decir, que estos procesos no son estáticos, sino están en continua transformación. En referencia a este tema en específico, lo principal es asegurarse que exista una buena comunicación en la organización para que puedan difundirse los mensajes adecuados y que sea entendible por todos.

1.3 Definiciones de términos básicos

Ascenso: “Cada uno de los grados señalados para el adelanto en una carrera o jerarquía” (RAE 2017, p.2).

Credibilidad: La credibilidad también es un proceso, igual que la reputación, las tradiciones y las costumbres. Requiere de un trabajo constante que se ejerce fundamentalmente mediante el líder. La credibilidad es algo que se construye día a día y ladrillo por ladrillo (Zamitiz, 1998, p.24).

Consideración individualizada: La consideración individual se apoya en el conocimiento de temas multiculturales, en la adaptabilidad del lenguaje para comunicarse con su personal diverso y con el respeto a las diferencias culturales. Los líderes transformacionales actúan como mentores, entrenan y forman a los subordinados y les proporcionan oportunidades para aprovechar sus competencias individuales (Ramos, 2005, p.96).

Cultura: La cultura organizacional es un conjunto de elementos interactivos fundamentales generados y compartidos por los miembros

de una organización al tratar de conseguir la misión que da sentido a su existencia (Aguirre, 2004. p.159).

Desarrollo profesional: “acumulación de conocimientos, modelos y experiencias propias y exclusivamente relacionadas con un área específica” (Besosa, 2006, p.1).

Empatía: “es una amplitud fundamental para aclarar de aspecto adecuado en la sociedad, permite comprender mejor a los demás y apoya a obtener tanto el éxito personal en las vinculaciones con familiares y los amigos, como el profesional, para beneficiar que sea más sensible a los menesteres y deseos con quienes se trabaja (Moya, 2014, p.143).

Equidad: La clave para desarrollar una organización eficaz es crear un ambiente que valore tanto las relaciones como los resultados (Robbins, 1998, p.133).

Identidad de la empresa: “Se refiere al ser de la organización, vale decir, las características que la distinguen de su entorno” (Rodríguez & Opazo, 2009, p.472).

Influencia idealizada: el líder de influencia idealizada o carisma es quien “desarrolla una visión, promueve orgullo, respeto y confianza. Es un modelo de comportamiento para sus seguidores” (Alcover, Moriano, Osca & Topa, 2012, p.35).

Imagen: Es la conceptualización más cotidiana que poseemos y, quizá por ello, se reduce este fenómeno a unas cuantas manifestaciones. Sin embargo, comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual, implica también otros procesos como el

pensamiento, la percepción, la memoria; en suma, la conducta (Villafañe, 2016, p.23).

Mensaje: Es el contenido de la comunicación, el núcleo de la información que se transmite (Sánchez, 2012, p.72).

Misión: “Hablar de misión empresarial es conocer su naturaleza, su propósito, que debe ser exterior a la empresa misma, en el mercado y la sociedad” (Manso, 2003, p.326).

Organización: “Una organización es el sentido más amplio, es un acuerdo entre personas, para cooperar en el desarrollo de alguna actividad” (León, 1985, p.58).

Orientación en el trabajo: Proceso de asistir al individuo para elegir una ocupación, prepararse para esta ocupación, incorporarse al ejercicio de la profesión y progresar en el desarrollo de la vida profesional (Sears, 1982, p.139).

Proceso comunicativo: La comunicación es una fuerza activa de energía débil, pero capaz de desencadenar efectos de gran potencia, incluso física y material (Costa, 2015, p.10)

Profesionalismo: Un discurso y una práctica de la administración de las organizaciones que se enfoca en la estandarización de prácticas, objetivos, evaluaciones y certificaciones laborales (Bruhn, 2015, p.8).

Reconocimiento: Se desarrollan nuestros sentidos de autoconfianza, autoestima y autorespeto. La falta de esto produce daños en los sentidos como el odio de sí colectivo (Martínez, 2011, p.1827).

Reputación: La realidad de una empresa fruto del cumplimiento a lo largo de su historia, de sus compromisos con sus actores implicados

(empleados, clientes, accionistas y proveedores). Una empresa puede tener buena imagen y mala reputación. Aquella no le servirá para nada en su cuenta de explotación final (Lozano, 2005, p.319).

Valores: “Los valores es el conjunto de convicciones y normas éticas que rigen el comportamiento organizacional” (Orellana, Bossio& Jaime, 2014, p.29).

Visión: “Se refiere al sentido que tiene la organización para existir, sus valores, y sus más profundas aspiraciones” (Rodríguez &Opazo, 2009, p.471).

CAPÍTULO II

HIPOTESIS Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

2.1. Formulación de hipótesis principal y derivada.

2.1.1. Hipótesis general

La comunicación efectiva de las relaciones públicas se relaciona significativamente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María y Comas).

2.1.2. Hipótesis específicas

La comunicación efectiva de las RRPP con la comunicación ascendente se relaciona significativamente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María y Comas).

La comunicación efectiva de las RRPP con la comunicación descendente se relaciona significativamente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María y Comas).

La comunicación efectiva de las RRPP con la comunicación horizontal se relaciona significativamente con el liderazgo en los

colaboradores del Centro Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María y Comas).

2.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

Variable nominal	Definición de la variable	Dimensiones	Indicadores
Comunicación efectiva de las Relaciones Públicas	Fernández (1991) “la comunicación no se limita únicamente al envío de información, sino que tiene también como objetivos coordinar las tareas, motivar a las personas y mejorar los comportamientos” (p.742).	Comunicación Ascendente	Autoconocimiento Confianza Seguridad
		Comunicación Descendente	Impresión determinada Credibilidad Expectativas
		Comunicación Horizontal	Logo Tipografía Corporativa Colores corporativos
Liderazgo organizacional	El hecho de influir en otras personas y de que éstas te sigan, es ya una acción de liderazgo y viene a ser como el ejercicio de la autoridad, para que la gente, ya sea en grupo grande o pequeño, se oriente para conseguir una meta en común (Serrano,2003, p.72)	Liderazgo Transformacional	Estimulación intelectual Consideración individualizada Inspiración
		Liderazgo Transaccional	Buen desempeño Compromiso Motivación
		Liderazgo Participativo	Orientación en el trabajo Consenso de opiniones Proceso comunicativo

CAPITULO III

METODOLOGIA

3.1 Diseño metodológico

Con el marco metodológico se puede dar a conocer la Comunicación efectiva de las Relaciones Públicas y el Liderazgo Organizacional, así como también a través de él, se consideró utilizar las técnicas y herramientas con el propósito principal de obtener la muestra de estudio. Además, el aporte de diversos autores sirvió para el avance de la investigación. El nivel de estudio fue descriptivo-correlacional y el diseño no experimental, de corte transversal. La metodología representa una fuente de conocimientos, respecto a las características de las variables examinadas fueron de utilidad para optimizar el proceso de investigación.

3.1.1 Enfoque y tipo de investigación

Es una investigación de enfoque cuantitativo. Al respecto, Arístides (2010) señala que “se abocan más a la amplitud y precisión que la profundidad. Se realizan con poblaciones numerosas y abarcan un gran número de variables y correlaciones. (...) utilizan para medir cuantitativamente las variables de una población” (p. 177).

Este estudio determina los aspectos, tamaños o elementos del fenómeno a investigar. Busca determinar las propiedades fundamentales de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno.

En cuanto al **tipo de investigación**, se puede afirmar que es de tipo aplica, procurando dar respuesta a la pregunta de investigación observando la realidad tal y como se presenta sin manipular las variables como es propio de los estudios cuantitativos.

3.1.2. Nivel de investigación

Descriptivo: Porque se busca describir una realidad en base a las situaciones analizadas. El nivel de la investigación fue descriptivo, teniendo en cuenta que, el propósito principal fue determinar la relación de la comunicación efectiva de las RRPP y el liderazgo organizacional, de modo que se pueda conocer el fenómeno de estudio.

La investigación descriptiva para Tamayo (1998) “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de los hechos y sus características fundamentales es de presentarnos una interpretación correcta” (p.54). Es decir, se encarga de estudiar las características más importantes de cada variable, con el propósito de mostrar la realidad tal cual es, de esta manera se conoce las situaciones para realizar un buen diagnóstico, sin modificar o alterar los datos.

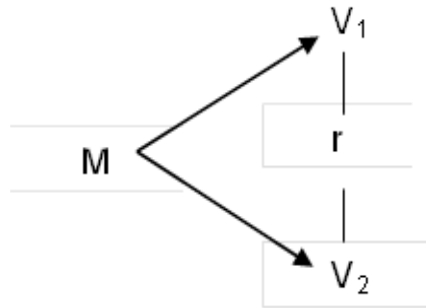
Correlacional: Con el objetivo de analizar si existe relación entre la variable independiente: comunicación efectiva de las relaciones públicas y la variable dependiente: liderazgo organizacional.

3.1.3Diseño de investigación

El presente estudio está conformado por un diseño no experimental y de corte transversal. Es importante mencionar que, fue de corte transversal. Respecto al instrumento de investigación, se recopiló la información necesaria para registrar los resultados, teniendo en cuenta que, no se manipularon las variables, porque el instrumento fue realizado en único momento.

Altuve y Rivas (1998) asegura que el diseño de una investigación, "... es una estrategia general que adopta el investigador como forma de abordar un problema determinado, que permite identificar los pasos que deben seguir para efectuar su estudio" (p. 231). En esta investigación se trabajó con el relacionamiento de las variables comunicación efectiva de las Relaciones Públicas y el Liderazgo Organizacional. Es decir, la recolección de datos permite identificar el nivel de relación que existe entre dos o más variables. De modo que, se puede examinar las diferencias en base a la comparación de resultados encontrados. Basan su investigación en la realidad tal como está, (...) no hay control de las variables" (Hurtado y Toro, 2007, p.137). En esta investigación se utilizó el corte transversal para medir una o más características en un tiempo determinado, con el propósito de analizar su incidencia.

El diseño de la investigación se representa gráficamente de la siguiente manera.



Donde:

V_1 : Comunicación Efectiva de las RRPP

V_2 : Liderazgo Organizacional

M: 50 colaboradores de los talleres Centro del Adulto Mayor

r: relación

Esta investigación se centra en determinar cuál fue el nivel de la variable en un tiempo exacto y de esta manera poder para englobar varios grupos o subgrupos de personas, objetos o indicadores. La muestra estuvo conformada por 50 colaboradores con más de 6 meses de permanencia en el Centro del Adulto Mayor, cabe destacar que, para la muestra de estudio se utilizó la técnica de muestreo no probabilístico, de carácter direccional.

Corte transversal: en tanto se recogen los datos en una sola oportunidad.

3.1.4. Métodos

Deductivo: Este método radica en el estudio de lo general a lo particular. De esta manera se pueden obtener conclusiones precisas. (Zarzar, 2015). Es decir consiste en la consecuencia de una o varias afirmaciones que se obtiene después de un razonamiento.

Estadísticos: Permite comprobar la hipótesis en el desarrollo de la investigación. Bajo esta premisa, es importante enfatizar que el método estadístico sirve para analizar e interpretar los datos del estudio. Además, se utiliza para obtener las conclusiones y recomendaciones.

Analíticos: Rodríguez y Pérez (2017) afirman que este método consiste en analizar el proceso de la descomposición mental de un todo, sus partes y características. Este método tiene como objetivo principal la segmentar el problema y luego tener una conclusión general y permite comprender el nexo entre las variables de estudio.

3.2. Diseño muestral

3.2.1. Población

La población de estudio está conformada por la totalidad de los colaboradores, es decir **50 personas**. Dichos colaboradores trabajan en los diversos talleres como: psicología, taichi, marinera y gimnasia del Centro del Adulto Mayor Jesús María (Av. Pablo Bermúdez N°386) Comas (Av. Túpac Amaru Km. 901-Urb. Huaquillay). Los colaboradores trabajan en esta organización con un tiempo de permanencia de más de 6 meses, los docentes actualmente se encargan de transmitir virtualmente sus clases de los diversos talleres que ofrece este Centro del Adulto Mayor, en cuanto al personal administrativo, actualmente se encargan de brindar atención vía correo electrónico y/o teléfono para contestar a cualquier duda de los usuarios.

En cuanto a la población, Según Arias (1999), indica que “es el conjunto de elementos con características comunes que son objetos de análisis y para los cuales serán válidas las conclusiones de la investigación” (p.98). Es decir, se refiere a la totalidad de personas que se busca estudiar mediante este trabajo de investigación.

Tabla 2

Distribución de preguntas de variable Comunicación efectiva de las RRPP

Dimensiones	N° Preguntas
Comunicación ascendente	6
Comunicación descendente	6
Comunicación horizontal	6
Total	18

Tabla 3

Distribución de preguntas de variable Liderazgo organizacional

Dimensiones	N° Preguntas
Liderazgo transformacional	6
Liderazgo transaccional	6
Liderazgo transaccional	6
Total	18

3.2.2. Muestra de estudio

En este trabajo de investigación, la muestra de estudio estuvo compuesta por **25 colaboradores** de los talleres de Essalud - Centro del Adulto Mayor- (sede Jesús María- Comas) que activamente forman parte de la organización cumpliendo diversas funciones. En este caso específico se consideró a los docentes de los cursos de marinera, taichí, psicología, con

permanencia por más de 6 meses, asimismo al personal administrativo de ambas sedes, Jesús María (Av. Pablo Bermúdez N° 386) y Comas (Av. Túpac Amaru Km. 901-Urb. Huaquillay)

“La muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico.” (Tamayo& Tamayo, 1997, p.38). Es una herramienta de investigación que busca examinar una parte de la población. El muestreo es una técnica que se basa en la selección de una muestra representativa de la población o del universo que ha de investigarse.

Los datos recolectados como producto de la aplicación del instrumento de investigación y análisis de éstos se ejecutaron con el propósito de resumir las observaciones que se realizarán y responder a las interrogantes de la investigación. De modo que, permita tener una idea más precisa y contundente acerca de la muestra de estudio.

Tabla 4

Criterios de inclusión:

DOCENTES DE TALLERES	PERSONAL ADMINISTRATIVO
4 Docentes de marinera	15 Colaboradores de sede Jesús maría
2 Docentes de Taichi	15 Colaboradores de sede Comas
2 Docentes de memoria	
4 Docentes de gimnasia	
2 Docentes de ajedrez	
1 Docentes de computación 2 Docentes de artístico	

Tabla 5

Criterios de exclusión:

Jefes generales y de área
Personal con menos de seis meses

3.3. Fuentes, técnicas e instrumentos

Para el desarrollo del presente estudio, se utilizó como instrumento (el cuestionario) y la técnica de recolección de datos con el propósito de lograr los objetivos deseados. Las técnicas de recolección de datos son definidas por Tamayo (1997), como la expresión operativa del diseño de investigación y que especifica concretamente cómo se hizo la investigación (p. 126). En el trabajo se consideró el principio del anonimato y privacidad según en materia de Investigación que se refiere al Consentimiento Informado de los sujetos implicados en una investigación, por lo que no se solicitó el nombre de los colaboradores y se respetó la decisión de participar.

Asimismo, se empleó la revisión bibliográfica de diversas fuentes de información primaria y secundaria, a fin de conceptualizar y entender las variables estudiadas junto a sus propios componentes que fueron parte base de la investigación. Las técnicas son de hecho, recursos o procedimientos de los que se vale el investigador para acercarse a los hechos y acceder a su conocimiento y se apoyan en instrumentos para guardar la información. Cabe destacar que, la recolección de datos se obtuvo mediante encuestas aplicadas a los colaboradores de los talleres del Centro del Adulto Mayor (Sede Jesús María y Comas), lo cual conllevó a la aplicación de dos cuestionarios en los que se midió la comunicación efectiva y el liderazgo organizacional.

a) **Fuentes primarias**

Es de vital importancia utilizar este tipo de fuente porque abarca la información que se necesita para el desarrollo de la investigación. Por ello, se consideró la siguiente técnica:

Técnica de encuesta:

Esta encuesta fue aplicada a los colaboradores de los talleres del Centro del Adulto Mayor, los participantes fueron: el personal administrativo y los docentes de los diversos talleres (taichi, memoria gimnasia, marinera, educación emocional, artístico, ajedrez, computación), con el propósito de conocer el nivel de comunicación efectiva y el liderazgo de la organización. Se consideró las dimensiones e indicadores, de esta manera, se aplicó la muestra de estudio, con el objetivo principal de lograr la información precisa para el desarrollo de la investigación.

La encuesta es una técnica que proporciona exploración en cuestiones de subjetividad y a su vez permite lograr la información de un número cuantioso de personas. “Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas.” (Grasso, 2006, p.13). Esta técnica se utiliza en el proceso de la investigación, con el propósito de conseguir y elaborar datos de manera eficiente. Además, se consideró para la bibliografía diversas fuentes de información tanto primarias como secundarias, en las que se fundamenta las variables elegidas para el

presente estudio, con la finalidad de tener como base para la investigación.

Se consideró la técnica de medición de Tipo Likert, para obtener los datos producidos por el cuestionario. Es considerada la medida de una variable que pide al encuestado que exprese su agrado de acuerdo o desacuerdo con una serie de afirmaciones relativas a las actitudes que se evalúan. (Santesmases, 2009, p.514)

En la escala de Likert a cada respuesta se le asigna un valor numérico, así el sujeto obtiene una puntuación respecto a la afirmación o negación y al final su puntuación total, se obtiene sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones o negaciones.

Además, la recolección de datos se obtuvo a través de las encuestas aplicadas a los colaboradores del Centro del Adulto Mayor (Sede Jesús María) y (Sede Comas), de esta manera se elaboró el cuestionario para conocer las percepciones que tenían los colaboradores acerca de la Comunicación efectiva de las RRPP y del Liderazgo Organizacional. Para la medición, se utilizó la escala de Likert, con una estructura de 5 niveles de respuesta, desde actitudes favorables a desfavorables.

Las cinco categorías de respuesta para la Comunicación efectiva de las RRPP y del Liderazgo Organizacional, fueron:

- (1) Muy buena
- (2) Buena
- (3) Regular
- (4) Mala
- (5) Muy mala

b). Herramientas:

Cuestionario:

Esta técnica fue aplicada para 50 colaboradores de la institución. Los colaboradores, tienen que marcar en cada ítem la valoración según a lo que considere estar de acuerdo. Además, se utilizó la escala de Likert para conocer la opinión de los colaboradores.

La encuesta, al respecto, Quintero, (2009), indicó: “Consiste en formular una serie de preguntas recogidas en un cuestionario para conocer la opinión del público sobre un asunto determinado y reflejado mediante estadísticas” (p.44). El cuestionario está conformado por preguntas cerradas, a través de interrogantes con diversas opciones de respuesta que han sido seleccionadas anticipadamente, por ello, el propósito de este cuestionario es obtener las respuestas de los encuestados. Es decir, un conjunto de preguntas cuyo objetivo es obtener información concreta en función a la investigación.

3.4. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos

En el desarrollo de esta investigación se consideró el procesamiento de la información con el propósito principal de analizar, investigar todos los datos necesarios para la tabulación representada en cuadros y gráficos. De esta manera, el análisis de la información se puede computarizar utilizando el Excel 2013 y Word 2013. Asimismo, para obtener las hipótesis del presente estudio, se consideró utilizar cuadros de distribución de frecuencias, gráficos de barras y porcentajes para obtener los resultados más precisos.

3.4.1. Procedimiento

Para el desarrollo de la presente investigación se realizaron los siguientes pasos:

Se preparó el instrumento de medición

- Validez en el instrumento de medición
- Para la recolección de datos se consideró aplicarlos en el turno de la mañana únicamente de lunes a viernes.
- El autor de esta investigación fue la persona responsable de recolectar todos los datos necesarios para la investigación.

3.5 Validación del instrumento

3.5.1 Validez por juicio de expertos

Para medir la validez del estudio, se requiere recopilar toda la información empírica, analizada, interpretada, con el propósito de obtener una investigación con datos fidedignos. Para darle validez al instrumento se aplicó el juicio de expertos. Y se aplicó la fórmula de Coeficiente de validez Aiken.

$$V = \frac{S}{n(c - 1)}$$

Donde:

V = valor de la v de Aiken

S = Sumatoria de s1

N = Número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración.

$$V = \frac{S}{n(c-1)} = 0.94$$

Por tanto, podemos afirmar que el instrumento es válido.

3.5.2. Confiabilidad de instrumento de medición

La confiabilidad exige preguntarse hasta qué grado los datos y los resultados que se obtuvieron son creíbles (Sierra Bravo, 1994, p.705). De esta manera se puede demostrar la veracidad de los resultados obtenidos.

Se utilizó el Coeficiente Alfa de Cronbach con el fin de medir la fiabilidad del instrumento aplicado en la investigación.

Cuya fórmula es la siguiente:

Fórmula del coeficiente Alfa de Cronbach

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_t^2} \right],$$

Dónde:

S_i^2 es la varianza del ítem i

es la S_t^2 varianza de los valores totales observados.

es el k número de las preguntas o ítems.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	5	100,0
	Excluded	0	,0
	Total	5	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.93	18

Cronbach'sAlpha	N ofItems
0.91	18

Comunicación efectiva de las RRPP

Alfa de cronbach	N de elementos
0.93	18

Alfa de cronbach	N de elementos
0.91	18

Interpretación: El coeficiente de confiabilidad de Alfa de Cronbach o la consistencia interna del instrumento de medición de las variables en estudio, el mismo que está conformado por 18 ítems es alto (0.93), por lo tanto, se determina que el instrumento tiene una excelente confiabilidad.

3.6 Aspectos éticos

El presente proyecto de investigación ha sido desarrollado respetando los diversos principios jurídicos y éticos, como los derechos de autor y la confidencialidad de la información. Se brindaron a los que ayudaron en la participación, el nombre del estudio y la calidad de la investigación sobre el tema asegurándoles que la información que proporcionaron no será revelados o usados sin una previa autorización de ellos, pero que sus palabras textuales podrían ser utilizadas si fuera relevante para la investigación.

Para el desarrollo de este trabajo se consideraron las fuentes utilizadas en el marco teórico, así como también los diversos libros, autores,

además de las fuentes electrónicas, así mismo se hicieron uso de las Normas APA. Los aspectos éticos que se tomaron en cuenta para el desarrollo de la investigación del principio hasta el final fueron los criterios de veracidad y transparencia en la información presentada. Al finalizar, se les proporcionó a los participantes los datos del investigador. El aspecto ético, se descubrió en el desarrollo de cada una de las fases del procedimiento de investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

El objetivo de esta investigación era identificar cómo se relaciona la comunicación efectiva de las Relaciones Públicas y el Liderazgo Organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (sede Jesús María), (sede Comas), por ello, se consideró una muestra de 50 colaboradores que trabajan en la organización, específicamente en las sedes mencionadas. Es decir, se consideró al personal administrativo y los docentes de los talleres con permanencia en la organización por más de 6 meses.

Una vez recolectada la información, se realizó el análisis e interpretación de los resultados, para que se comprenda mejor se elaboraron tablas y gráficos en los que se demuestra las cifras más relevantes como el promedio ponderado y el porcentaje acumulado.

Tabla 6
Comunicación Ascendente

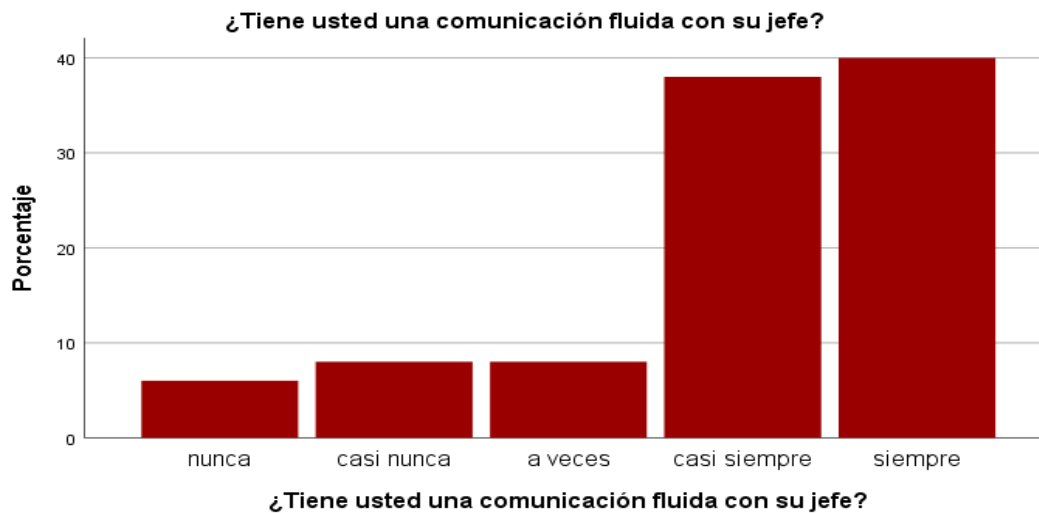
Análisis descriptivo

Tabla 01.

¿Tiene usted una comunicación fluida con su jefe?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentajev álido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	3	6,0	6,0	6,0
	Casinunca	4	8,0	8,0	14,0
	a veces	4	8,0	8,0	22,0
	Casisiempre	19	38,0	38,0	60,0
	siempre	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 1



Descripción

Se puede apreciar que el 40 % de los colaboradores considera que siempre tiene una comunicación fluida con su jefe, mientras que el 38% de los colaboradores opina que casi siempre y el 8% considera que casi nunca.

Tabla 7

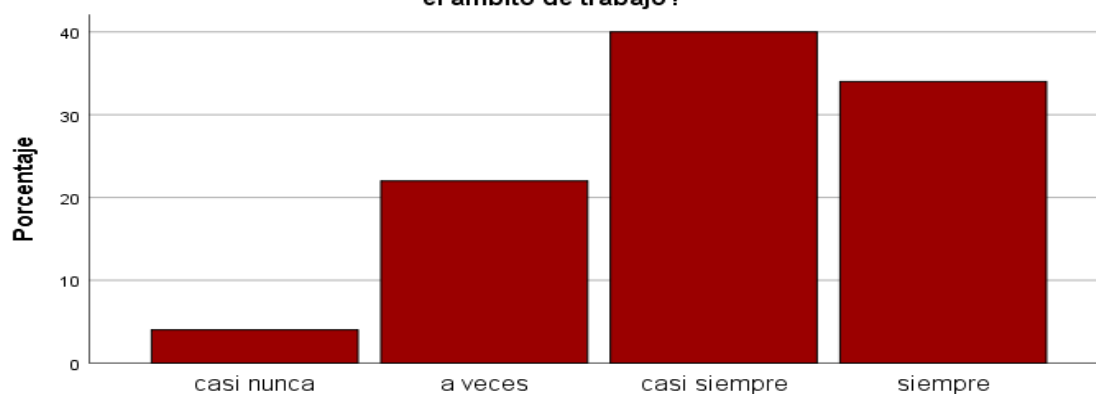
Cuadro descriptivo

¿Considera que las reuniones periódicas permitirán desempeñar mejor sus funciones en el ámbito de trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casinunca	2	4,0	4,0	4,0
	a veces	11	22,0	22,0	26,0
	Casisiempre	20	40,0	40,0	66,0
	siempre	17	34,0	34,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 2

¿Considera que las reuniones periódicas permitirán desempeñar mejor sus funciones en el ámbito de trabajo?



¿Considera que las reuniones periódicas permitirán desempeñar mejor sus funciones en el ámbito de trabajo?

Descripción

Se puede apreciar que el 40% de los colaboradores considera que casi siempre las reuniones periódicas permiten desempeñar mejor sus funciones en el ámbito de trabajo, mientras que el 34% opina que siempre y el 22% de los colaboradores opina que a veces.

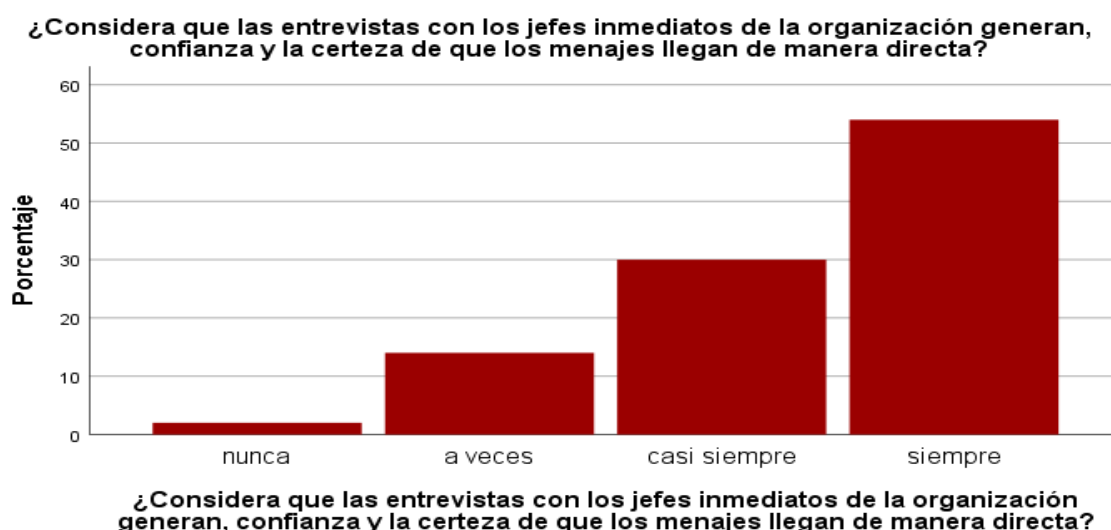
Tabla 8

Cuadro descriptivo

¿Considera que las entrevistas con los jefes inmediatos de la organización generan, confianza y la certeza de que los mensajes llegan de manera directa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0
	a veces	7	14,0	14,0	16,0
	Casi siempre	15	30,0	30,0	46,0
	siempre	27	54,0	54,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 3



Descripción

Se puede apreciar que el 54% de los colaboradores considera que siempre las entrevistas con los jefes inmediatos de la organización generan confianza y certeza de que los mensajes llegan de manera directa, mientras que el 30% opina que casi siempre y el 14% considera que a veces.

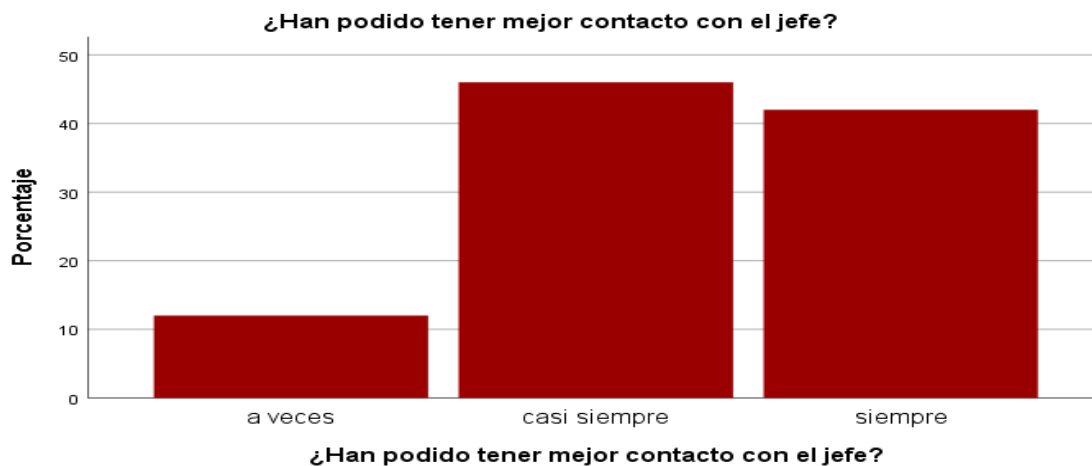
Tabla 9

Cuadro descriptivo

¿Han podido tener mejor contacto con el jefe?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vál lido	Porcentaje ac umulado
Válido a veces	6	12,0	12,0	12,0
Casi siempre	23	46,0	46,0	58,0
siempre	21	42,0	42,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 4



Descripción

Se puede apreciar que el 46% de los colaboradores considera que casi siempre han podido tener un mejor contacto con el jefe, mientras que el 42% opina que siempre y el 12% considera que a veces.

Tabla 10

Cuadro descriptivo

¿Utiliza el buzón de sugerencias para expresar sus opiniones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vál álido	Porcentaje ac umulado
--	------------	------------	-------------------------	--------------------------

Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0
	a veces	4	8,0	8,0	10,0
	Casisiempre	22	44,0	44,0	54,0
	siempre	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 5



Descripción

Se puede apreciar que el 46% de los colaboradores considera que siempre utiliza el buzón de sugerencias para expresar sus opiniones, mientras que el 44% opina que casi siempre y el 8% considera que a veces.

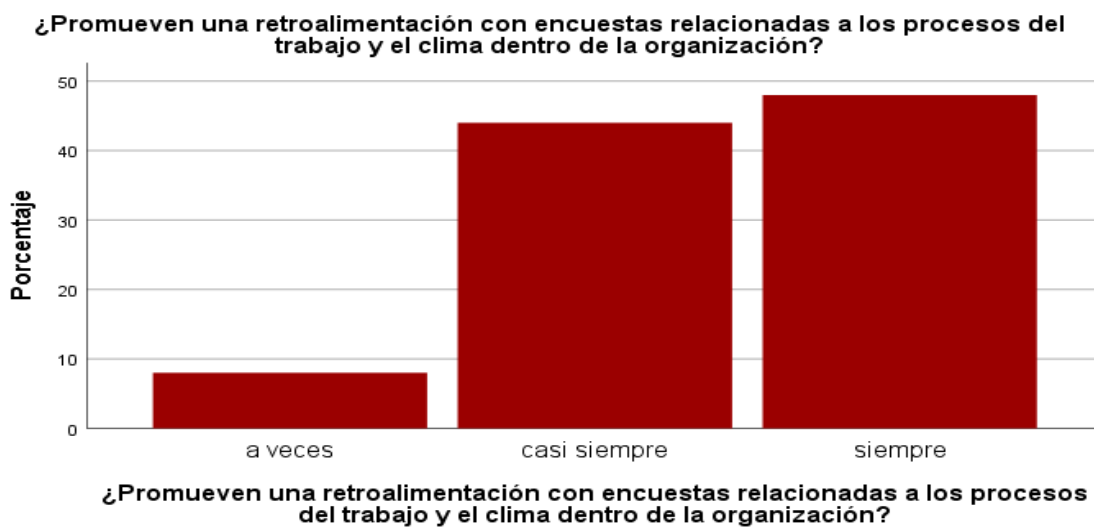
Tabla 11

Cuadro descriptivo

¿Promueven una retroalimentación con encuestas relacionadas a los procesos del trabajo y el clima dentro de la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	4	8,0	8,0	8,0
	Casi siempre	22	44,0	44,0	52,0
	siempre	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 6



Descripción

Se puede apreciar que el 48% de los colaboradores considera que siempre promueven una retroalimentación con encuestas relacionadas a los procesos del trabajo y el clima dentro de la organización, mientras que el 44% opina que casi siempre y el 8% considera que a veces.

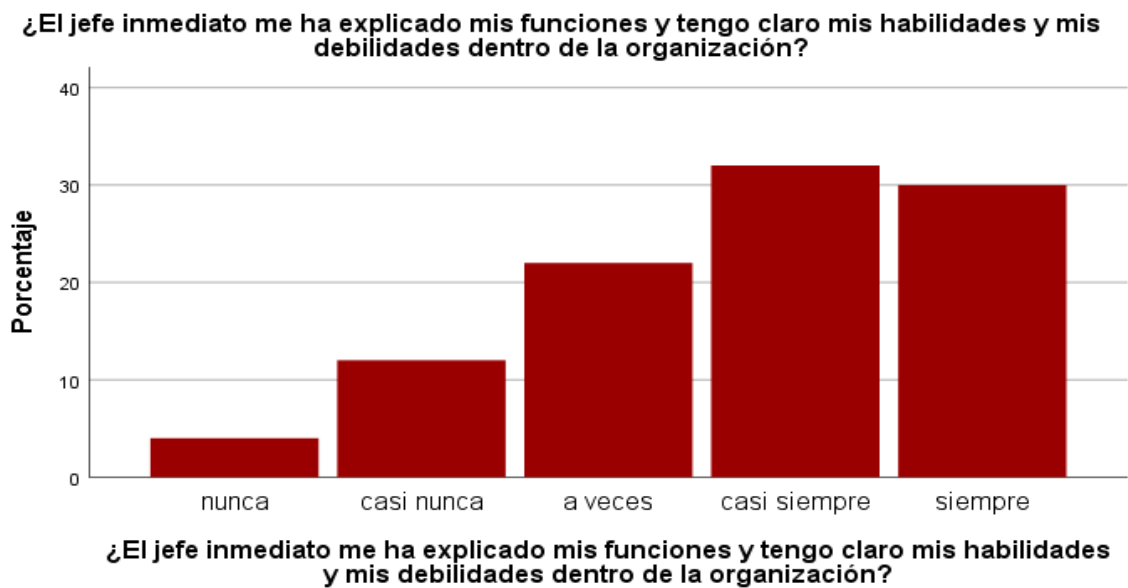
Tabla 12

Cuadro descriptivo

¿El jefe inmediato me ha explicado mis funciones y tengo claro mis habilidades y mis debilidades dentro de la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casinunca	6	12,0	12,0	16,0
	a veces	11	22,0	22,0	38,0
	Casisiempre	16	32,0	32,0	70,0
	siempre	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 7



Descripción

Se puede apreciar que el 32% de los colaboradores considera que casi siempre el jefe inmediato les ha explicado sus funciones dentro de la organización, mientras que el 30% opina que siempre y el 22% considera que a veces.

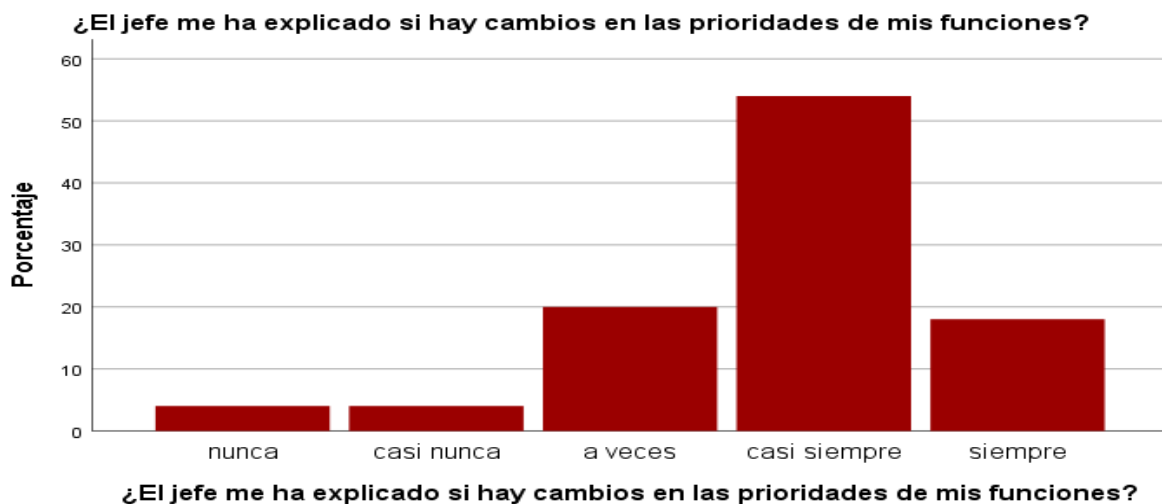
Tabla 13

Cuadro descriptivo

¿El jefe me ha explicado si hay cambios en las prioridades de mis funciones?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje v ^{ál} ido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	2	4,0	4,0	4,0
	Casi nunca	2	4,0	4,0	8,0
	a veces	10	20,0	20,0	28,0
	Casi siempre	27	54,0	54,0	82,0
	siempre	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 8



Descripción

Se puede apreciar que el 54% de los colaboradores considera que casi siempre el jefe les ha explicado si hay cambios en las prioridades de sus funciones, mientras que el 20% opina que a veces y el 18% considera que siempre.

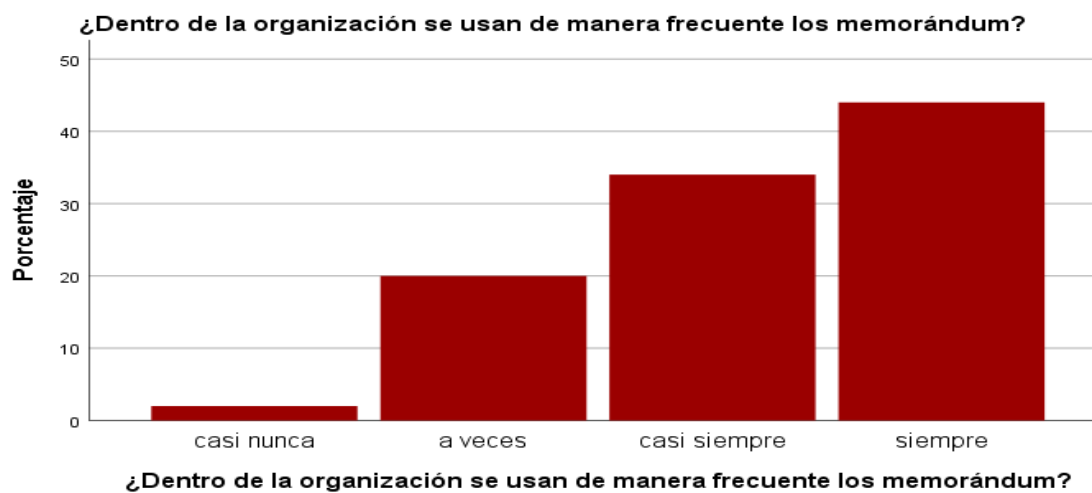
Tabla 14

Cuadro descriptivo

¿Dentro de la organización se usan de manera frecuente los memorándums?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	1	2,0	2,0	2,0
	a veces	10	20,0	20,0	22,0
	Casi siempre	17	34,0	34,0	56,0
	siempre	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 9



Descripción

Se puede apreciar que el 44% de los colaboradores considera que siempre dentro de la organización se usa de manera frecuente los memorándum, mientras que el 34% opina que casi siempre y el 20% considera que a veces.

Tabla 15

Cuadro descriptivo

¿Los mensajes que se difunden a los colaboradores tienen una retroalimentación?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	5	10,0	10,0	12,0
	a veces	11	22,0	22,0	34,0
	Casi siempre	20	40,0	40,0	74,0
	siempre	13	26,0	26,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 10



Descripción

Se puede apreciar que el 40% de los colaboradores considera que casi siempre los mensajes que se difunden a los colaboradores tienen una retroalimentación, mientras que el 26% opina que siempre y el 22% opina que a veces.

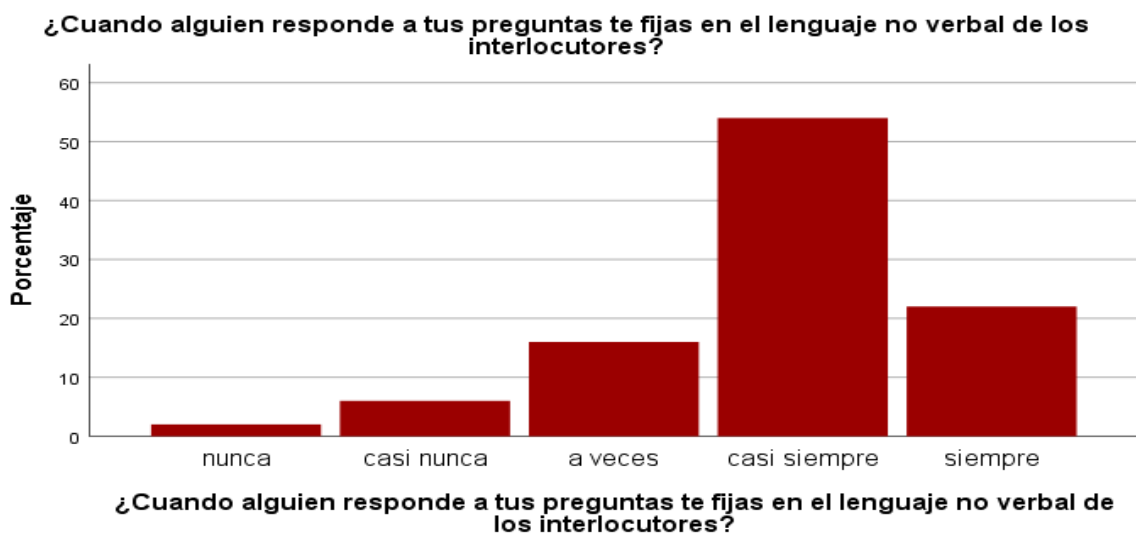
Tabla 16

Cuadro descriptivo

¿Cuando alguien responde a tus preguntas te fijas en el lenguaje no verbal de los interlocutores?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá lido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casinunca	3	6,0	6,0	8,0
	a veces	8	16,0	16,0	24,0
	Casisiempre	27	54,0	54,0	78,0
	siempre	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 11



Descripción

Se puede apreciar que el 54% de los colaboradores considera que casi siempre al responder las preguntas se mira fijamente y se transmite el lenguaje no verbal de interlocutores, mientras que el 22% opina que siempre y el 16% de los colaboradores opina que a veces.

Tabla 17

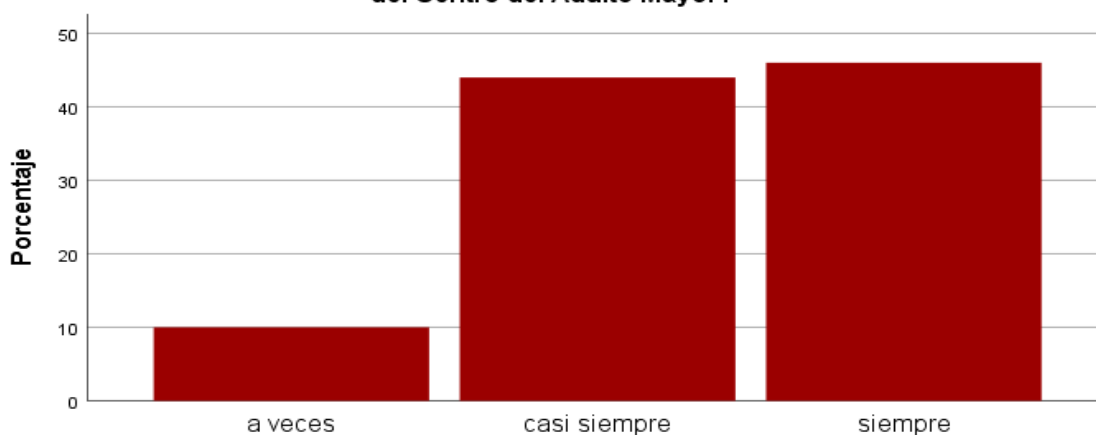
Cuadro descriptivo

¿Considera que se realizan reuniones constantemente para lograr acuerdos en beneficio del Centro del Adulto Mayor?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	5	10,0	10,0	10,0
	Casi siempre	22	44,0	44,0	54,0
	siempre	23	46,0	46,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 12

¿Considera que se realizan reuniones constantemente para lograr acuerdos en beneficio del Centro del Adulto Mayor?



¿Considera que se realizan reuniones constantemente para lograr acuerdos en beneficio del Centro del Adulto Mayor?

Descripción

Se puede apreciar que el 46% de los colaboradores considera que siempre se realizan reuniones constantemente para lograr acuerdos en beneficio del Centro del Adulto Mayor, mientras que el 44% opina que casi siempre y el 10% opina que a veces.

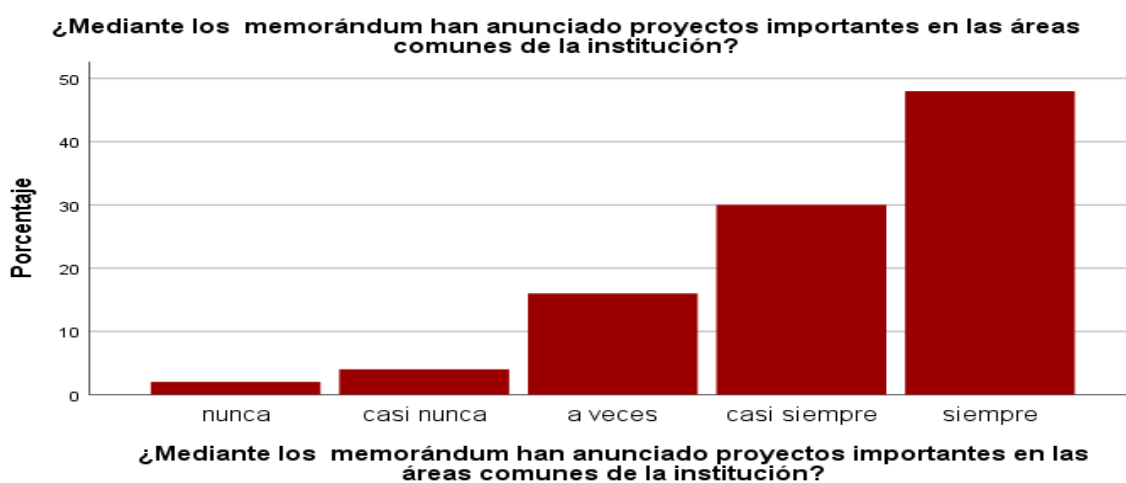
Tabla 18

Cuadro descriptivo

¿Mediante los memorándums han anunciado proyectos importantes en las áreas comunes de la institución?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá lido	Porcentaje ac umulado
Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casnunca	2	4,0	4,0	6,0
	a veces	8	16,0	16,0	22,0
	Casisiempre	15	30,0	30,0	52,0
	siempre	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 13



Descripción

Se puede apreciar que el 48% de los colaboradores considera que siempre mediante los memorándum han anunciado proyectos importantes en las áreas comunes de la institución, mientras que el 30% opina que casi siempre y el 16% considera que a veces.

Tabla 19

Cuadro descriptivo

¿Los anuncios de la organización son difundidos con anticipación para que puedan ser recibidos en el tiempo adecuado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá lido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0
	a veces	4	8,0	8,0	10,0
	Casi siempre	25	50,0	50,0	60,0
	siempre	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 14



Descripción

Se puede apreciar que el 50% de los colaboradores considera que casi siempre los anuncios de la organización son difundidos con anticipación para que puedan ser recibidos en el tiempo adecuado, mientras que el 40% opina que siempre y el 8% considera que a veces

Tabla 20

Cuadro descriptivo

¿Considera que el lenguaje utilizado en los comunicados internos es entendible para todos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	1	2,0	2,0	4,0
	a veces	5	10,0	10,0	14,0
	Casi siempre	24	48,0	48,0	62,0
	siempre	19	38,0	38,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 15



Descripción

Se puede apreciar que el 48% de los colaboradores considera que casi siempre el lenguaje utilizado en los comunicados internos es entendible para todos, mientras que el 38% opina que siempre y el 10% considera que a veces.

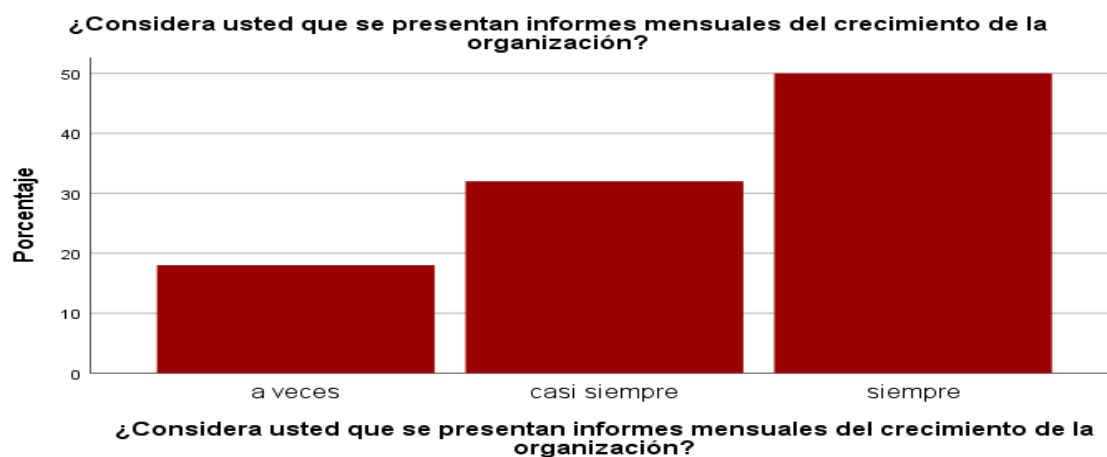
Tabla 21

Cuadro descriptivo

¿Considera usted que se presentan informes mensuales del crecimiento de la organización?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá lido	Porcentaje acumulado
Válido	a veces	9	18,0	18,0	18,0
	Casi siempre	16	32,0	32,0	50,0
	siempre	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 16



Descripción

Se puede apreciar que el 50% de los colaboradores considera que siempre se presentan informes mensuales del crecimiento de la organización, mientras que el 32% opina que casi siempre y el 18% opina que a veces.

Tabla 22

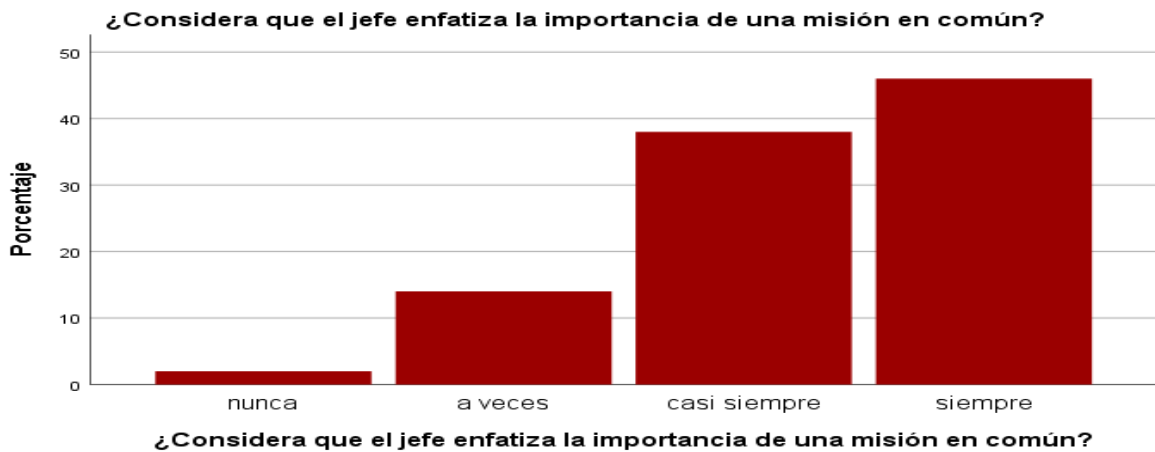
Cuadro descriptivo

¿Considera que el jefe enfatiza la importancia de una misión en común?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje vá lido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0

a veces	7	14,0	14,0	16,0
Casi siempre	19	38,0	38,0	54,0
siempre	23	46,0	46,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 17



Descripción

Se puede apreciar que el 46% de los colaboradores considera que siempre el jefe enfatiza la importancia de una misión en común, mientras que el 38% opina que casi siempre y el 14% opina que a veces.

Tabla 23

Cuadro descriptivo

¿El líder del equipo expresa confianza en que las metas en equipo se cumplirán?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	nunca	1	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	4	8,0	8,0	10,0
	a veces	8	16,0	16,0	26,0
	Casi siempre	21	42,0	42,0	68,0
	siempre	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Gráfico 18



Descripción

Se puede apreciar que el 42% de los colaboradores considera que casi siempre el líder del equipo expresa confianza en que las metas en equipo se cumplirán, mientras que el 32% opina que siempre y el 16% opina que a veces.

4.1 Análisis Inferencial

4.1.1 Contrastación de hipótesis

El presente estudio fue desarrollado, con la información expuesta y la información estadística presentada en capítulo IV y de las encuestas o cuestionarios aplicados (Centro del Adulto Mayor), se ha podido demostrar

las hipótesis planteadas al inicio de la investigación como respuesta tentativa al presente estudio.

El análisis y contrastación de la variable independiente (comunicación efectiva de las RRPP) y dependiente (liderazgo organizacional) correspondientes a las hipótesis objeto de la presente tesis, nos permitió determinar lo siguiente:

Hipótesis Principal

Ho.No existe relación significativa entre la comunicación efectiva de las relaciones públicas y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020 (Sede Jesús María-Comas)

Hi.Existe relación significativa entre la comunicación efectiva de las relaciones públicas y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020 (Sede Jesús María- Comas).

Tabla 24

Significancia y correlación entre la comunicación efectiva de las RRPP y el liderazgo organizacional del Centro del Adulto Mayor (Sede Jesús María-Comas).

Correlaciones

		V1	VD
Comunicación e de las rrpp	Correlación de Pearson	1	,498*
	Sig. (bilateral)		,035
	N	18	18
Liderazgo organizacional	Correlación de Pearson	,498	1
	Sig. (bilateral)	,035	
	N	18	18

Correlaciones

Interpretación

De la tabla: se observa que el valor de $p = 0,000$ es menor que $0,05$ por tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), es decir, eexiste relación positiva y significativa entre la comunicación efectiva de las RRPP y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María-Sede Comas) y dado el valor del coeficiente de correlación Pearson = **,498****de acuerdo a la escala de decisión presenta una moderada correlación.

Hipótesis específica 1

Ho. No existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María-Sede Comas).

Hi. Existe relación significativa entre la comunicación ascendente y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Sede Comas).

Tabla 25

Significancia y correlación entre la comunicación ascendente y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Sede Comas).

		Correlaciones	
		Comunicación Ascendente	Liderazgo Organizacional
Comunicación Ascendente	Correlación de Pearson	1	-,131
	Sig. (bilateral)		,604
	N	18	18
Liderazgo Organizacional	Correlación de Pearson	-,131	1
	Sig. (bilateral)	,604	
	N	18	18

Con respecto a la correlación de Pearson se obtuvo como resultado -,131, es decir existe una ínfima correlación. Por tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador), es decir, existe relación positiva y significativa entre la comunicación efectiva de las RRPP y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Sede Comas)

Hipótesis Específica (2)

Ho. No existe relación significativa entre la comunicación descendente y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Comas).

Hi. Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Comas).

Tabla 26

Significancia y correlación entre la comunicación descendente y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor (Sede Jesús María- Comas).

Correlaciones

		Comunicación Descendente	Liderazgo Organizacional
Comunicación Descendente	Correlación de Pearson	1	,345
	Sig. (bilateral)		,161
	N	18	18
Liderazgo Organizacional	Correlación de Pearson	,345	1
	Sig. (bilateral)	,161	
	N	18	18

En ese sentido, la dimensión comunicación descendente, se categorizó en bueno y malo. Asimismo, la dimensión liderazgo organizacional se categorizó en buena y mala. Con respecto a la correlación de Pearson se obtuvo como resultado, 345, es decir existe una escala correlación. Por lo

tanto, se acepta la hipótesis planteada, existe una relación significativa entre la comunicación descendente y el liderazgo organizacional.

Hipótesis Específica 3

Ho. No existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Sede Comas).

Hi. Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Sede Comas).

Tabla 27

Significancia y correlación entre la comunicación horizontal y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020(Sede Jesús María- Sede Comas).

		Correlaciones	
		Comunicación Horizontal	Liderazgo Organizacional
Comunicación Horizontal	Correlación de Pearson	1	,631
	Sig. (bilateral)		,005
	N	18	18

Liderazgo Organizacional	Correlación de Pearson	,631"	1
	Sig. (bilateral)	,005	
	N	18	18

Con relación al Centro del Adulto Mayor estos instrumentos marcaron la pauta de la relación que se tiene con sus públicos de interés. En la presente investigación, se utilizó la correlación de Pearson, se obtuvo como resultado, 631, es decir existe una moderada correlación. En ese sentido, la dimensión comunicación horizontal, se categorizó en bueno y malo. Luego, ya determinadas las categorías, se procedió a realizar el baremo para cada de las dimensiones. Por lo tanto, se acepta la hipótesis planteada, existe una relación significativa entre la comunicación horizontal y el liderazgo organizacional.

CAPITULO V

DISCUSIÓN

En la presente investigación se utilizó el proceso estadístico correlación de Pearson para comprobar la relación que existe entre la comunicación efectiva de las Relaciones Públicas y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Comas). La institución muestra que existen muchos aspectos favorables, sin embargo, existen aspectos por mejorar y son los que se pondrán atención en este caso para poder aportar a la institución.

Cada vez son más reconocidos por el gran desempeño que vienen realizando en cada uno de sus talleres que ofrecen al público de la tercera edad, pero aún así han descuidado algunos aspectos que se pueden fortalecer. Se utilizó la prueba de Pearson, por ello se comprobó un coeficiente de 0,498, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada, sin embargo, la influencia no es significativa; esto debido a que se está trabajando profesionalmente la comunicación.

De los resultados obtenidos de esta investigación, se puede deducir que existe una correlación moderada. Puesto que el valor p es mayor que el nivel de significancia de 0.05, existe evidencia significativa de la asociación entre las

variables. Según los resultados obtenidos que concuerdan con Trujillo, M. (2017), cuyo objetivo fue determinar de qué manera la comunicación interna influye en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas. Es un estudio de tipo descriptivo, explicativo con enfoque cuantitativo, porque se ha centrado en explicar porque ocurre los fenómenos y como se expresan.

Por ello, podemos decir que cumple con la misma metodología de investigación que se ha utilizado en este trabajo. Como población se ha considerado a los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector de energía y minas que están conformadas por dos organismos adscritos al Ministerio de Energía y Minas, conformados por el Instituto de Energía y Minas (IPEN) y el Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico. Se determinó, que la comunicación interna influye de manera significativa en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas.

En este trabajo de investigación al igual que en mi trabajo de investigación se utilizó la correlación de Pearson y se obtuvo como resultado 0.872 lo que indica una muy buena correlación entre ambas variables. Con lo que se puede concluir que si una organización tiene una buena comunicación interna esta influirá de manera positiva en el clima organizacional de los empleados de estas instituciones. Al realizar una comparación de resultados, podemos deducir que existe una muy buena correlación, sin embargo, en nuestro trabajo de investigación tiene una correlación moderada entre las variables.

Según los resultados obtenidos concuerdan con Vásquez, A. (2018), cuyo objetivo fue conocer la percepción de un grupo de colaboradores del área de

informática respecto a la comunicación organizacional y la satisfacción laboral. Los resultados del estudio reflejan una correlación de -0.44 lo que representa una correlación negativa moderada entre las dos variables. Por ello, podemos comparar los resultados de esta investigación con la nuestra y concluir que la relación entre las variables de nuestro trabajo de investigación tiene una correlación moderada.

Cabe destacar que, según la percepción de los colaboradores la comunicación organizacional no influye en la satisfacción laboral, lo cual indica que la relación entre una variable y la otra es opuesta o inversa, por lo tanto, cuando una variable sube la otra baja moderadamente.

Según los resultados obtenidos concuerdan con Loza, A. (2014), cuyo objetivo fue establecer la relación que existe entre los estilos de liderazgo y compromiso organizacional en docentes de la institución educativa privada “Simón Bolívar” de la ciudad de Tarapoto. La población del presente estudio se constituye por docentes de una institución educativa particular de Tarapoto, haciendo un total de 100 docentes; de los cuales 65% son varones y 35% mujeres. Sin embargo, en nuestro trabajo de investigación se consideró como población de estudio a 50 colaboradores del Centro del Adulto Mayor (sedes Jesús María- Comas). De acuerdo con los resultados encontramos que se acepta la hipótesis de investigación, dado que se encontró que las tres subescalas de liderazgo, las subescalas transformacional y transaccional presenta una correlación significativa, con la escala total de Compromiso Organizacional ($p < 0.05$ respectivamente).

Los resultados obtenidos en la presente investigación comprueban que existe una ínfima correlación entre las variables. Las diferencias resultaron

estadísticamente significativas entre este antecedente de tesis con mi trabajo de investigación. Según los resultados obtenidos concuerdan con Aguilera. (2011), cuyo objetivo fue establecer relaciones entre el clima de trabajo que se percibe en las instituciones educativas de la fundación creando futuro y conocer el liderazgo que se ejerce en las mismas.

La presente tesis plantea un estudio de tipo mixto en el que se combinan técnicas de tipo cuantitativo (cuestionarios) con técnicas de corte cualitativo como los grupos de discusión. Se utilizó el alfa de Cronbach al igual que en mi trabajo de investigación y se obtuvo un valor igual o superior 0,80 indica un buen nivel de fiabilidad. Las puntuaciones obtenidas son relacionadas entre sí mediante el coeficiente de correlación de Pearson para averiguar el nivel de relación que tienen entre sí. Al comparar los resultados con nuestro trabajo de investigación podemos deducir que existe una buena correlación, sin embargo en nuestro trabajo de investigación existe una correlación moderada entre las variables.

BAREMO SPSS

		Estadísticos	
		SUMAVAR1	SUMAVAR2
N	Válido	18	18
	Perdidos	0	0
Mínimo		68	39,00
Máximo		90	79,00

Frecuencias

SUMAVAR1					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	68	1	5,6	5,6	5,6
	69	1	5,6	5,6	11,1
	74	5	27,8	27,8	38,9
	76	1	5,6	5,6	44,4
	78	1	5,6	5,6	50,0
	79	1	5,6	5,6	55,6
	80	2	11,1	11,1	66,7
	85	1	5,6	5,6	72,2
	86	2	11,1	11,1	83,3
	87	2	11,1	11,1	94,4
	90	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

SUMAVAR2					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	39,00	1	5,6	5,6	5,6
	53,00	1	5,6	5,6	11,1
	61,00	1	5,6	5,6	16,7
	65,00	1	5,6	5,6	22,2
	68,00	1	5,6	5,6	27,8
	69,00	2	11,1	11,1	38,9
	70,00	1	5,6	5,6	44,4
	71,00	1	5,6	5,6	50,0
	72,00	1	5,6	5,6	55,6
	75,00	3	16,7	16,7	72,2
	76,00	1	5,6	5,6	77,8
	77,00	2	11,1	11,1	88,9
	78,00	1	5,6	5,6	94,4
	79,00	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

CONCLUSIONES

Para finalizar este trabajo de investigación, se obtuvo como conclusión que existe una relación entre la comunicación efectiva de las relaciones públicas en el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas). Debido a que en la prueba de Pearson se comprobó un coeficiente de 0,498, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis planteada, sin embargo, la influencia no es significativa; esto debido a que se está trabajando profesionalmente la comunicación. La Comunicación Efectiva de las RRPP tiene que estar alineada a los objetivos de la organización. Por eso, es importante transmitir a los colaboradores la información verídica para la correcta toma de decisiones. Cabe destacar que, el liderazgo organizacional permite integrar a los colaboradores en las metas en común para alcanzar los mejores resultados.

Se ha identificado que no se encontró la relación mediana con la comunicación ascendente y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas). Para comprobar la hipótesis específica 1 se desarrolló con la aplicación de la prueba de correlación de Pearson teniendo como valor de -,131 y como este valor es menor al 0.00 se acepta la hipótesis nula. Por lo tanto, la hipótesis planteada se rechaza.

Se ha determinado que se encontró relación mediana con la comunicación descendente y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Comas). Para comprobar la hipótesis específica 2 se desarrolló con la aplicación de la prueba de correlación

de Pearson teniendo como valor de ,345y como este valor es menor al 0.00 se acepta la hipótesis nula. Por lo tanto, la hipótesis planteada se acepta.

Se ha evidenciado que, si existe relación mediana entre la comunicación horizontal y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor Lima, 2020 (Sede Jesús María- Comas). Para comprobar la hipótesis específica 3 se desarrolló con la aplicación de la prueba de correlación de Pearson teniendo como valor, 631 y como este valor es menor al 0.00 se acepta la hipótesis nula. Por lo tanto, la hipótesis planteada se acepta.

La Comunicación Efectiva de las Relaciones Públicas cumple un rol importante, porque se busca la interacción y conocimiento de los miembros de la organización. Además, hay que considerar que el liderazgo organizacional complementa a la comunicación porque permite fortalecer el vínculo de los colaboradores, asimismo, mantener un ambiente idóneo en el que se pueda compartir ideas que permitan alcanzar los objetivos para el buen desarrollo de la organización.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar acciones estratégicas que fomenten la cultura de la organización. Por ello, es importante desarrollar mensajes claros para que el público pueda recibirlo de forma asertiva. Hay que tener en cuenta que la capacidad de comprensión al público es la base del éxito. Asimismo, se recomienda anotar la fecha inicial de las acciones y la fecha estimada en la que se cumplirán.

Para conocer los gustos o intereses del público, se recomienda realizar sondeos de opinión. Sin embargo, eso no lo es todo, hay que persuadir a los públicos para generar sus opiniones. Mediante una comunicación efectiva, es posible construir relaciones entre la organización y el público. Es decir, implica la búsqueda de la confianza de las personas. Por ello, se requiere la supervisión constante del comportamiento de los colaboradores para asegurar la ejecución correcta de las acciones.

Es recomendable realizar el análisis de la opinión pública con el propósito de brindar soluciones ante las críticas que puedan obtener. De este modo, se fortalece la buena percepción de la organización. Cabe destacar que, si existen cosas que no se hicieron de la forma correcta hay que asumir las responsabilidades. Pero, si no es el caso, es necesario desmentir y brindar la información verídica para generar credibilidad en el público.

En cuanto al liderazgo organizacional, debe considerarse un monitoreo para evaluar las diversas habilidades de los colaboradores, de esta manera se puede brindar cursos de capacitación que ayuden a un mejor desempeño de sus funciones. Para generar mayor participación en las actividades, se precisa la

importancia de fortalecer las reuniones de equipo mediante vía online con el propósito de fomentar compromiso en los colaboradores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amorós, E. (2007)**, Comportamiento organizacional. Lima, Editorial Universidad Católica Santo Toribio Mogrovejo.
- Brandolini, A., Gonzáles, M., Hopkins, N. (2009)**. Comunicación interna claves para una gestión exitosa. (Primera edición). Argentina: Editorial DIRCOM.
- Capriotti, P. (2009)**. Branding corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa. (Primera edición). Chile
- Carnegie, D. (2016)**. *Maestría en liderazgo*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana
- Castillo, A. (2010)**. *Introducción a las relaciones públicas*. Instituto de investigación en Relaciones Públicas, Madrid.
- Chiavenato, I. (2015)**. *Comportamiento Organizacional (3° ed.)*. México: Mxgrawhill/Interamericana Editores S.A
- Cutlip, S. M., Center, A. H. y Broom, G. M. (2001)**: *Relaciones Públicas eficaces, Gestión 2000*, Barcelona.
- Cutlip, S.; Center, A. & Broom, G. (2006)**. *Manual de relaciones públicas eficaces. Ediciones Gestión 2000*, Barcelona.
- Davis K. y Newstrom J. (1991)**, *Comportamiento humano en el trabajo*, México D.F.: Mc Graw Hill
- De la Cruz, I. (2014)**. *Comunicación efectiva y trabajo en equipo*. España: Ministerio de Educación de España.
- Díaz, F., Fuertes, F., Martín, M., Montalbán, M., Sánchez, E. y Zarco, V. (2004)**
La psicología de las organizaciones. Barcelona: Eureka Media.

- Escudero.** (1990). *Tendencias Actuales en la Investigación Educativa: los desafíos de la investigación crítica*. España
- Fernández, E.** (1991) *Introducción a la gestión (management) (Vol 1)*, Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Fernández, D.** (2010). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*. Madrid, España: Paraninfo.
- Goldhaber, G.** (1984) *Comunicación Organizacional. 3ra edición*. México: Editorial Diana.
- Martínez, J.** (2006). *Teorías de Comunicación*. Ciudad Guayana, Venezuela: Núcleo Guayana.
- Mendoza. (2007).***Relación entre liderazgo transformacional y transaccional con la conducta de compartir conocimiento en dos empresas de servicios*. Universidad Católica de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Pasquali, A.** (1978). *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Avila.
- Pérez, E y Solórzano, E.** (1999) *Relaciones Públicas Superiores una nueva pedagogía*. Perú – Ediciones Escuela profesional de Ciencias de la comunicación. Universidad de San Martín de Porres.
- Ramos, M. A.** (2005). *Mujeres y liderazgo: Una nueva forma de dirigir*. Valencia, España: Universitat de Valencia.
- Robbins, S.** (2004). *Comportamiento organizacional*. México, D.F.: Pearson Educación.
- Robbins(2004),** *Fundamentos del Comportamiento Organizacional*, Ciudad de México: Prentice Hall
- Rodríguez, M.** (2010). *Métodos de investigación*. Ed. Universidad Autónoma de Sinaloa, México D.F.

- Serrano, A.** (2003). *Mauro: El camino del líder*. Barcelona: Robinbook
- Stoner, J., Freeman R. y Gilbert, D.** (1996). *Administración. 6a ed.* México: Pearson PrenticeHall
- Simpson R.L.** (1959) *Comunicación vertical y horizontal en las organizaciones formales. Ciencia Administrativa trimestral.*México: Editorial Pearson
- Urcola, J. y Urcola, N.** (2015). *Manual práctico de comunicación empresarial.* España: Esic
- Villafañe, J.** (1993)*Imagen Positiva, gestión estratégica de la Imagen de las Empresas.* Madrid: Pirámide.
- Werther y Keith** (2000),*Administración de Personal y Recursos Humanos,* Ciudad de México: Mc Graw-Hill.
- Zarzar, C.** (2015). *Métodos y Pensamiento Crítico I.* México, D.F.: Grupo Editorial Patria
- Zelanski, P. y Pat, M.** (2001). *El color.* Madrid: H.Blume

Referencias de Tesis

- Alvarado, L. &Cafferatta, B.** (2018)*Relación del estilo de liderazgo de los jefes con el clima organizacional del personal administrativo en la Empresa Andahuasi 2018.* Recuperado de:
http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4679/alvarado_cafferatta.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Castro, J.** (2015). Dimensiones del Liderazgo Transformacional Predominantes en la Directora de la Institución Educativa Privada Federico Villarreal de la Provincia de Talara. Recuperado de:
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2294/MAE_EDUC_154.pdf;sequence=3

Cauti, C. (2018). Relación entre la Comunicación Interna y la Identidad Corporativa en la Unidad Minera Parcoy de Consorcio Minero Horizonte, Periodo Agosto- Setiembre 2018. Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4350/cauti_cln.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Quintos, G. (2020). La relación entre la comunicación interna y la Identidad Corporativa en el Circuito Mágico del Agua del Parque de la Reserva. Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5997/QUINTOS_GL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quiñones, E. (2017) Relación de la comunicación interna en el Clima organizacional en la Gerencia de Producción Griferías de la Empresa VSI Industrial. Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3244/quinones_eev.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Loza, A. (2014) *Liderazgo y compromiso organizacional en los docentes de la Institución Educativa Particular "Simón Bolívar" de la ciudad de Tarapoto.* Recuperado de :

http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2138/loza_ae.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Morey, P. (2020) *Influencia del Rebranding en el caso BBVA 2019*. Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7349/MOREY_UP.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Navarro, C. (2018) *La inteligencia emocional de los estudiantes de Quinto Grado de Educación Secundaria del Colegio Emblemático Mateo Pumacahua de Sicuani-2017*. Recuperado de:

http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/10781/Navarro_Nina_C%C3%A9sar.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Trujillo, M. (2017) *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las Instituciones Públicas descentralizadas del sector Energía y Minas, 2017*. Recuperado de:

<http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf?sequence=2>

Valcárcel, M. (2019) *Comunicación interna de Telefonía Claro Perú y la Imagen Organizacional*. Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5845/VALCAREL_MF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vásquez, A. (2018) *Correlación entre comunicación organizacional y satisfacción laboral percibida por un grupo de colaboradores que trabajan*

en el área de informática de una empresa de tecnología. Recuperado de

:

<http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2018/05/43/Vasquez-Cristina.pdf>

Villanueva, R. (2020). *Barreras de Comunicación Culturales presente en las Organizaciones Públicas*. Recuperado de:

https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7612/VILLANUEVA_VR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Referencias Electrónicas

Asociación Peruana de Comunicación Interna. (2013). *Empresas con la mejor Comunicación Interna*. Recuperado de:

<http://www.topcomunicacion.com/noticia/4303/empresas-con-una-excelentecomunicacion-interna>

Blanchard, K. (2007). *Liderazgo al más alto nivel. Cómo crear y dirigir organizaciones de alto desempeño*. Recuperado de:

<https://bit.ly/2TnTBzr>

Cutlip, S. M., Center, A.H & Broom, G.M. (2001): *Relaciones Públicas eficaces, Gestión 2000, Barcelona*. Recuperado de:

https://www.uma.es/media/files/libropr_1.pdf.

-Cruz, J. (1999) *Comunicación efectiva en las organizaciones*. Recuperado de:

<https://www.emprendices.co/comunicacion-efectiva-las-organizaciones/>

Guevara, M (2011). *Plan estratégico de comunicación interna para organización eclesial: Iglesia Evangélica de Iñaquito (IEVI). (Trabajo de grado)*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito.

Recuperado de: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8174/T-PUCE3327.pdf;sequence=1>

Henestrosa, C., Meseguer, L., Scaglione, J. (2012). *Cómo crear tipografías. Del boceto a la pantalla. 1ra edición. Editorial tipo E. Madrid: España.*

Recuperado de: <http://www.tipo-e.com/publicaciones/como-creartipografias.html>

King, K. (2012). *Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría.*

Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tiposflujos-barreras-y-auditoria/>

Mendoza, M. R. & Ortiz, C. (2006). *El liderazgo transformacional, dimensiones e impacto en la cultura organizacional y eficacia de las empresas. Revista*

facultad de ciencias económicas. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/909/90900107.pdf>

Neill, D. & Suárez, L. (2017) *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica.* Recuperado de:

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiagcionCientifica.pdf>

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional.* Recuperado de [:https://bit.ly/2FcS6kF](https://bit.ly/2FcS6kF)

Scott M. Cutlip, Allen H. Center & Glen M. Broom (2006): *Relaciones públicas y comunicación organizacional.* Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Recuperado de:

https://www.utadeo.edu.co/files/node/publication/field_attached_file/pdf-relaciones_publicas_-_web-16_0.pdf

Ureña S. y Barboza, A. (2015): Aportes de la orientación vocacional en el contexto laboral. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/447/44733027040.pdf>

Willman, S. & Velasco, M.I. (2011). *Relación en las percepciones del estilo de liderazgo del jefe inmediato con el desempeño laboral de los estudiantes en práctica de la Universidad ICESI. Estudios Gerenciales.* Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v27n118/v27n118a04.pdf>

Zerpa, C. y Ramírez, J. (2012). *Moralidad, empatía, inteligencia emocional y liderazgo transformacional: un modelo de rutas en estudiantes de posgrados gerenciales en una universidad venezolana. Perspectivas psicológicas.* Recuperado de:

<http://www.scielo.org.co/pdf/dpp/v9n1/v9n1a09.pdf>

ANEXOS

CUESTIONARIO VALORATIVO

Yo, Mariel Paola Patiño Farías, identificada con el DNI 70543887, estudiante de la USMP FCCTP, vengo desarrollando una investigación relacionada a la Comunicación Efectiva y el Liderazgo Organizacional del Centro del Adulto Mayor- Sede Jesús María- Sede Comas, la encuesta es anónima por lo tanto le solicito tenga bien responder las siguientes preguntas :

ESCALA VALORATIVA

Categoría	
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Indiferente	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

REACTIVOS		
N°		
1	COMUNICACIÓN EFECTIVA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	Comunicación Ascendente
		<p>¿Tiene usted una comunicación fluida con su jefe inmediato?</p> <p>¿Considera que las reuniones periódicas permitirán desempeñar mejor sus funciones en el ámbito de trabajo?</p> <p>(REUNIÓN PERIÓDICA)</p>
		<p>¿Considera que las entrevistas con los jefes inmediatos de la organización generan, confianza y la certeza de que los mensajes llegan de manera directa?</p> <p>¿Han podido tener mejor contacto con el jefe?</p> <p>(ENTREVISTA PERSONALIZADA)</p>
3		<p>¿Utiliza el buzón de sugerencias para expresar sus opiniones?</p> <p>¿Promueven una retroalimentación con encuestas relacionadas a los procesos del trabajo y el clima dentro de la organización?</p> <p>(ENCUESTAS)</p>
Comunicación Descendente		
5		<p>¿El jefe inmediato me ha explicado mis funciones y tengo claro mis habilidades y mis debilidades dentro de la organización?</p> <p>¿El jefe me ha explicado si hay cambios en las prioridades de mis funciones?</p> <p>(Manual de operaciones)</p>
6		<p>¿Considera usted que se le informa oportunamente acerca de algún problema relacionado a sus funciones?</p> <p>¿Considera usted que se presentan informes mensuales del crecimiento de la organización?</p> <p>(Reportes)</p>

	<p>¿Dentro de la organización se usan de manera frecuente los memorándum?</p> <p>¿Mediante los memorándum han anunciado proyectos importantes en las áreas comunes de la institución? (Memorándum)</p>
	Comunicación Horizontal
7	<p>¿Considera que el lenguaje utilizado en los comunicados internos son entendibles para todos?</p> <p>¿Los anuncios de la organización son difundidos con anticipación para que puedan ser recibidos en el tiempo adecuado? (Escrita)</p>
8	<p>Conserva que se realizan reuniones constantemente para lograr acuerdos en beneficio del Centro del Adulto Mayor?</p> <p>¿Los mensajes que se difunden a los colaboradores tienen una retroalimentación? (Oral)</p>
9	<p>¿Cuando alguien responde a tus preguntas te fijas en el lenguaje no verbal de los interlocutores?</p> <p>¿Considera usted que la comunicación no verbal influye en las entrevistas o en las ponencias que se realizan dentro de la organización? (No verbal)</p>

Fuente propia

REACTIVOS			VALORACIÓN				
N°			1	2	3	4	5
	LIDERAZGO ORGANIZACIONAL	Liderazgo Transformacional					
1		¿Considera usted que el jefe fomenta el aprendizaje colaborativo? ¿Considera usted que dentro de la organización aumenta el autoestima de los colaboradores? (Estimulación intelectual)					
2		¿Consideran que la guía de los responsables de área genera crecimiento en la productividad? ¿Considera usted que existen capacitaciones para el mejor desempeño de sus funciones en el trabajo? (Consideración individualizada					
3		¿El líder del equipo expresa confianza en que las metas en equipo se cumplirán? ¿El líder del equipo habla entusiastamente acerca de qué necesidades deben ser satisfechas? (Inspiración)					
		Liderazgo Transaccional	1	2	3	4	5
5		¿El jefe de equipo brinda apoyo cuando observa mis esfuerzos? ¿El líder del equipo establece los incentivos relacionados con la consecución de objetivos? (Buen desempeño)					
6		¿El jefe enfatiza la importancia de tener un fuerte sentido del deber en el trabajo? ¿Considera usted que el jefe demuestra un sentido de autoridad y confianza? (Compromiso)					

		<p>¿Considera usted que el jefe se comunica de manera entusiasta para dar a conocer los proyectos a futuro de la organización?</p> <p>¿Considera usted que se siente con ánimo y energía para realizar adecuadamente su trabajo?</p> <p>(Motivación)</p>					
		Liderazgo Participativo					
7		<p>¿Considera que el jefe enfatiza la importancia de una misión en común?</p> <p>¿Su jefe inmediato le asigna de sus funciones que aportan en el crecimiento de la institución?</p> <p>(Orientación en el trabajo)</p>					
8		<p>¿El jefe brinda sugerencias para que entre todos los colaboradores en conjunto expresen sus ideas para los proyectos de la organización?</p> <p>¿En el equipo de trabajo consideran los aspectos morales y éticos en las decisiones?</p> <p>(Consenso de opiniones)</p>					
9		<p>¿Considera que tiene la iniciativa de liderar ante sus compañeros de trabajo para el desarrollo de algún proyecto?</p> <p>¿Los jefes de cada área, se comunican de la forma idónea para dar a conocer las decisiones que se tomarán en la organización?</p> <p>(Proceso comunicativo)</p>					

Fuente propia



Lima, 08 de Febrero de 2021

Lic. / Mg. / Dr.
.....

De mi mayor consideración:

Yo, Mariel Paola Patiño Farías, postulante al título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres, me dirijo a usted, respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "La comunicación efectiva de las relaciones públicas y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima 2020 (Sede Jesús María- Comas)"

Le solicito, tenga a bien validar el mencionado instrumento como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Matriz de consistencia.
2. Matriz de validación del instrumento.
3. Valoración general del instrumento.
4. Plantilla de validación.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente

.....
Firma

DNI:

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: “La comunicación efectiva de las relaciones públicas y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima 2020 (Sede Jesús María- Comas)”					
Pregunta Principal	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones e Indicadores	Metodología
¿Cómo se relaciona la comunicación efectiva de las relaciones públicas y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima 2020 (Sede Jesús María- Comas)	Identificar cómo se relaciona la comunicación efectiva de las RRPP con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)	Existe relación significativa entre la comunicación efectiva de las RRPP y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)	Variable independiente: VARIABLE X La comunicación efectiva de las relaciones públicas	X1.-Comunicación Ascendente a. Reunión periódica b. Entrevista personalizada c. Encuestas X2.-Comunicación Descendente a. Manual de operaciones b. Reportes c. Memorándum X3.-Comunicación Horizontal a. Comunicación Escrita b. Comunicación oral c. Comunicación no verbal	Enfoque: Cuantitativo Diseño: No experimental Nivel: Descriptivo Correlacional Tipo: Aplicada Métodos: Deductivo, Analítico y Estadístico.
Preguntas específicas	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			
1.- ¿Cómo se relaciona la comunicación ascendente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima,2020 (Sede Jesús María- Comas)	1.- Identificar cómo se relaciona la comunicación ascendente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)	1.- Existe relación significativa entre la comunicación ascendente de las RRPP y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)			
2.- ¿Cómo se relaciona la comunicación descendente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)	2.-Determina cómo se relaciona la comunicación descendente con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)	2.- Existe relación significativa entre la comunicación descendente y el liderazgo organizacional del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)			
3.- ¿Cómo se relaciona la comunicación horizontal con el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)	3.-Evidenciar cómo se relaciona la comunicación horizontal con los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)	3.-Existe relación significativa entre la comunicación horizontal y el liderazgo organizacional del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020. (Sede Jesús María- Comas)	Variable dependiente VARIABLE Y Liderazgo organizacional.	Y1.-Liderazgo Transformacional d. Estimulación intelectual e. Consideración individualizada f. Inspiración Y2.-Liderazgo Transaccional d. Buen desempeño e. Compromiso f. Motivación Y3.-Liderazgo Participativo d. Orientación en el trabajo e. Consenso de opiniones f. Proceso comunicativo	Población y Muestra La población de estudio, está conformada por la totalidad de los colaboradores, es decir 50 personas. Dichos colaboradores trabajan en los diversos talleres como: psicología, taichi, marinera y gimnasia del Centro del Adulto Mayor Jesús María y Comas. La muestra de estudio está conformada por dichos colaboradores que tienen más de 6 meses de permanencia en la organización para obtener una información completa para el desarrollo de la investigación.

.....
Firma del evaluador

Lima, 08 de Febrero de 2021

		33. ¿El jefe brinda sugerencias para que entre todos los colaboradores en conjunto expresen sus ideas para los proyectos de la organización?													
		34. ¿En el equipo de trabajo consideran los aspectos morales y éticos en las decisiones?													
		35. ¿Considera que tiene la iniciativa de liderar ante sus compañeros de trabajo para el desarrollo de algún proyecto?													
		36. ¿Los jefes de cada área se comunican de la forma idónea para dar a conocer las decisiones que se tomarán en la organización?													

.....
Firma del evaluador

Lima,..... de de

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Nombre del instrumento: Escala tipo Likert- Encuesta

Título de la investigación: La comunicación efectiva de las relaciones públicas y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020- (Sede Jesús María- Comas)

Dirigido a: Los colaboradores del Centro del Adulto Mayor (personal administrativo y profesores)

Apellidos y nombres del evaluador

Grado académico del evaluador:

Especialidad del evaluador:

Autor del instrumento: Mariel Paola Patiño Farías

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Deficiente 00%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado (___)
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado (___)

.....
Firma del evaluador
DNI:
Lima, de de

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

PREGUNTAS		Claridad en redacción					Representación del factor					Sugerencias			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5				
VARIABLE INDEPENDIENTE	DIM. X1	1. ¿Tiene usted una comunicación fluida con su jefe inmediato?					X						X		
		2. ¿Considera las reuniones periódicas permitirán desempeñar mejor sus funciones en el ámbito de trabajo?					X							X	
		3. ¿Considera que las entrevistas con los jefes inmediatos de la organización generan confianza y la certeza de que los mensajes llegan de manera directa?					X							X	
		4. ¿Han podido tener contacto con el jefe?					X							X	
			5. ¿Utiliza el buzón de sugerencias para expresar sus opiniones?				X						X		
	DIM. X2	6. ¿Promueven una retroalimentación con encuestas relacionadas a los procesos de trabajo y el clima dentro de la organización?					X						X		
		7. ¿El jefe inmediato me ha explicado mis funciones y tengo claro mis habilidades y debilidades dentro de la organización?				X							X		
		8. ¿El jefe me ha explicado si hay cambios en las prioridades de mis funciones?				X							X		
		9. ¿Considera usted que se le informa oportunamente acerca de algún problema relacionado a sus funciones?				X							X		
		10. ¿Considera usted que se presentan informes mensuales del crecimiento de la organización?				X							X		
			11. ¿Dentro de la organización se usan de manera frecuente los memorándum?				X						X		
			12. ¿Mediante los memorándum han anunciado proyectos importantes en las áreas comunes de la institución?				X						X		
	DI M.		13. ¿Considera que el lenguaje utilizado en los comunicados internos son entendibles para todos?				X						X		

VARIABLE DEPENDIENTE		14. ¿Los anuncios de la organización son difundidos con anticipación para que puedan ser recibidos en el tiempo adecuado?					X					X		
		15. ¿Considera que se realizan reuniones constantemente para lograr acuerdos en beneficio del Centro del Adulto Mayor?					X					X		
		16. ¿Los mensajes que se difunden a los colaboradores tienen una retroalimentación?					X					X		
			17. ¿Cuándo alguien responde a tus preguntas te fijas en el lenguaje no verbal de los interlocutores?					X				X		
			18. ¿Considera que usted que la comunicación no verbal influye en las entrevistas o en las ponencias que se realizan dentro de la organización?					X				X		
	DIM. Y1		19. ¿Considera usted que el jefe fomenta el aprendizaje colaborativo?					X					X	
			20. ¿Considera usted que dentro de la organización aumenta el autoestima en los colaboradores?					X					X	
			21. ¿Consideran que la guía de los responsables de área genera crecimiento en la productividad?					X					X	
			22. ¿Considera usted que existen capacitaciones para el mejor desempeño de sus funciones en el trabajo?					X					X	
	DIM. Y2		23. ¿El líder del equipo expresa confianza en que las metas del equipo se cumplirán?					X					X	
			24. ¿El líder del equipo habla entusiastamente acerca de qué necesidades deben ser satisfechas?					X					X	
			25. ¿El jefe de equipo brinda apoyo cuando observa mis esfuerzos?					X					X	
			26. ¿El líder del equipo establece los incentivos relacionados con la consecución de objetivos?					X					X	
	DIM. Y3		27. ¿El jefe enfatiza la importancia de tener un fuerte sentido del deber en el trabajo?					X					X	
			28. ¿Considera usted que el jefe demuestra un sentido de autoridad y confianza?					X					X	
			29. ¿Considera usted que el jefe se comunica de manera entusiasta para dar a conocer los proyectos a futuro de la organización?					X					X	
			30. ¿Considera usted que se siente con ánimo y energía para realizar adecuadamente su trabajo?					X					X	

		31. ¿Considera que el jefe enfatiza la importancia de una misión en común?					X					X
		32. ¿Su jefe inmediato le asigna de sus funciones que aportan en el crecimiento de la institución?					X					X
		33. ¿El jefe brinda sugerencias para que entre todos los colaboradores en conjunto expresen sus ideas para los proyectos de la organización?					X					X
		34. ¿En el equipo de trabajo consideran los aspectos morales y éticos en las decisiones?					X					X
		35. ¿Considera que tiene la iniciativa de liderar ante sus compañeros de trabajo para el desarrollo de algún proyecto?					X				X	
		36. ¿Los jefes de cada área se comunican de la forma idónea para dar a conocer las decisiones que se tomarán en la organización?					X				X	



.....
Firma del evaluador

Lima, 18 de noviembre de 2020

PLANTILLA DE VALIDACIÓN

Nombre del instrumento: Escala tipo Likert- Encuesta

Título de la investigación: La comunicación efectiva de las relaciones públicas y el liderazgo organizacional en los colaboradores del Centro del Adulto Mayor, Lima, 2020- (Sede Jesús María- Comas)

Dirigido a: Los colaboradores del Centro del Adulto Mayor (personal administrativo y profesores) **Apellidos y nombres del evaluador:** Elías Villanueva, Luis Enrique Eduardo

Grado académico del evaluador: Maestro

Especialidad del evaluador: Relaciones Públicas

Autor del instrumento: Mariel Paola Patiño Farías

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Deficiente 00%-20%	Bajo 21%-40%	Regular 41%-60%	Bueno 61%-80%	Excelente 81%-100%
				X

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado (X)
- El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado (___)



.....
Firma del evaluador
DNI: 07617927

Lima, 18 de noviembre de 2020.



Miembros de los talleres del Centro del Adulto Mayor



Celebración del día del Adulto Mayor