



# **UNIVERSIDAD RICARDO PALMA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA**

**Influencia del Liderazgo Empresarial en la Comunicación de una  
Empresa de Servicios de Venta e Instalación de Equipos de Seguridad en  
Lima - 2021**

**TESIS**

**Para optar el Título Profesional de  
Licenciado en Administración y Gerencia**

**AUTOR**

**Roncal Ore, Ronald Jackson  
ORCID: 0000-0003-1485-6582**

**ASESOR**

**Villa Esteves, José Antonio  
ORCID: 0000-0003-0005-4482**

**Lima, Perú  
2023**

## **METADATOS COMPLEMENTARIOS**

### **Datos de autor**

Roncal Ore, Ronald Jackson

Tipo de documento de identidad del autor: DNI

Numero de documento de identidad del autor: 42390778

### **Datos del asesor**

Villa Esteves, José Antonio

Tipo de documento de identidad del asesor: DNI

Numero de documento de identidad del asesor: 07778554

### **Datos del jurado**

**JURADO 1:** Yto Yto, Juan Luis, DNI: 07815722, ORCID: 0000-0003-2454-4179

**JURADO 2:** Valle Huertes, Alexander Aurelio, DNI: 10745465, ORCID: 0000-0002-2508-5667

**JURADO 3:** Lucero Vega, Jorge Luis, DNI: 07923634, ORCID: 0000-0002-6600-1730

**JURADO 4:** Bouroncle Velasquez, Mauricio Renato, DNI: 47582777, ORCID: 0000-0001-8621-3717

### **Datos de la investigación**

Campo del conocimiento OCDE: 5.02.04

Código del programa: 413256

**A**

Mi esposa Luz, mis hijos Jazmín y Brian, quienes son mis motores que me impulsan a ser mejor cada día. Mis padres por sus constantes alientos a seguir siempre adelante.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios, mi familia, mis padres y mis amigos. Por el gran apoyo, por su constante motivación y sus buenos consejos para desarrollar mi proyecto de investigación y culminar mis estudios académicos satisfactoriamente.

## INTRODUCCIÓN

El ejercicio y la práctica del liderazgo involucra, una serie de capacidades, que debe tener el desempeño del líder, se sabe que ahora las organizaciones no buscan jefes sino por el contrario están en la indagación de nuevos talentos. El liderazgo empresarial, surge como la habilidad o el proceso de la persona, que es la que dirige, la que reconoce e impulsa las habilidades de sus colaboradores para laborar con entusiasmo, que por medio de una coordinación se van retando a trabajar, en la consecución de objetivos comunes. Por otro parte, la función básica del liderazgo, radica en la toma de decisiones, será trascendental, el impacto que pueda tener en el rendimiento empresarial y en la cultura de la organización, por lo que se necesita el conocimiento, identificación y evaluación del problema, que tenga una opción de solución.

El trabajo de investigación comprende seis capítulos. El primero corresponde al planteamiento del problema, en que se hace una descripción del motivo, a qué se propone desarrollar la investigación, formulando los cuestionamientos, así como los objetivos de la investigación. El segundo capítulo corresponde, a la elaboración del marco teórico en la que destaca los antecedentes de la investigación y las bases teóricas, definidas por las variables de estudio. El tercer capítulo comprende el planteamiento de las hipótesis, sus variables y dimensiones, así como la matriz de operacionalización de las variables en la que se señala las dimensiones y sus indicadores. En el capítulo cuatro se realiza la metodología de la investigación, partiendo por el tipo, nivel, diseño, población y muestra de la investigación.

El quinto capítulo corresponde al estudio de los resultados, el cruce de información de la data analizada y la discusión de los resultados en el contraste con las investigaciones

realizadas con anterioridad. El capítulo seis corresponde a las conclusiones y las respectivas recomendaciones, además de los apéndices.

## ÍNDICE

Introducción.....	v
Índice .....	viii
Lista de tablas .....	xx
Lista de gráficos.....	xi
Resumen .....	xiii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
1 Planteamiento del Estudio .....	1
1. Descripción de la realidad problemática.....	1
1.1 Formulación del problema .....	3
1.1.1 Problema general .....	3
1.1.2 Problema específico.....	4
1.2 Objetivos Generales y Específicos .....	4
1.2.1 Objetivo Generales .....	4
1.2.2 Objetivos Específicos .....	4
1.3 Justificación o importancia del estudio.....	5
1.3.1 Justificación práctica: .....	6
1.3.2 Justificación social:.....	6
1.3.3 Justificación teórica: .....	7
1.3.4 Justificación metodológica: .....	7
1.4 Alcance y limitaciones.....	7
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>9</b>
<b>2 MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL .....</b>	<b>9</b>
2.1 Antecedentes de la Investigación.....	9
2.1.1 Tesis Nacionales: .....	9
2.1.2 Tesis Internacionales: .....	12
2.2 Bases teórico - científicas .....	14
2.2.1 Liderazgo empresarial .....	14
2.2.1.1 Conceptualización.....	15
2.2.1.2 Componentes del liderazgo empresarial .....	16
2.2.1.3 Habilidades personales .....	16

2.2.1.4	Habilidades sociales.....	17
2.2.1.5	Habilidades técnicas: .....	18
2.2.1.6	Ventajas del liderazgo empresarial .....	18
2.2.1.7	Tipología del liderazgo empresarial .....	22
2.2.2	Liderazgo situacional.....	24
2.2.2.1	Ventajas del liderazgo situacional .....	25
2.2.3	La Comunicación.....	27
2.2.4	La toma de decisiones.....	30
2.2.5	Entender el cambio .....	31
2.2.6	Construcción de equipos.....	32
2.3	Definición de términos básicos.....	34
CAPÍTULO III .....		37
3	HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	37
3.1	Hipótesis y/o Supuestos básicos .....	37
3.1.1	Hipótesis general .....	37
3.1.2	Hipótesis Específicas .....	37
3.2	Identificación de Variables o Unidades de Análisis .....	38
3.3	Matriz lógica de consistencia.....	39
3.4	Matriz de operacionalización de las variables .....	40
CAPÍTULO IV .....		42
4	MÉTODO.....	42
4.1	Tipo y Método de Investigación .....	42
4.1.1	Tipo de investigación.....	42
4.1.2	Método de investigación.....	43
4.1.3	Diseño específico de investigación.....	43
4.1.4	Población, Muestra o participante .....	44
4.1.4.1	Muestra .....	44
4.1.5	Instrumentos de recogida de datos.....	45
4.1.6	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	46
4.1.7	Procedimiento para la ejecución del estudio .....	47
CAPÍTULO V.....		48
5	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	48
5.1	Datos cuantitativos.....	48

5.2	Análisis de Resultados .....	76
	Hipótesis General .....	76
	Hipótesis Específica 1 .....	79
	Hipótesis Específica 2 .....	81
	Hipótesis Específica 3 .....	83
5.3	Discusión de resultados .....	85
CAPÍTULO VI .....		87
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
6.1	CONCLUSIONES .....	87
6.2	RECOMENDACIONES.....	906
REFERENCIAS .....		92
APÉNDICE .....		95
Apéndice A Matiz de consistencia .....		96
Apéndice B .....		98

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Filosofía empresarial .....	49
Tabla 2: Uso de medios adecuados.....	50
Tabla 3: Participación .....	51
Tabla 4: Conocimientos de objetivos de la empresa .....	52
Tabla 5: Plan de comunicación.....	53
Tabla 6: Ejecución del plan .....	54
Tabla 7: Entendimiento del mensaje.....	55
Tabla 8: Permanencia del mensaje .....	56
Tabla 9: Entorno agradable y atractivo.....	57
Tabla 10: Personal con nivel de capacidades.....	58
Tabla 11: Coordinación y trabajo en equipo.....	59
Tabla 12: Trato del jefe con sus empleados.....	61
Tabla 13: Buena comunicación .....	62
Tabla 14: Capacidad de motivar .....	63
Tabla 15: Capacidad para tomar decisiones .....	64
Tabla 16: Eficiencia para gestionar recursos .....	65
Tabla 17: Empatía.....	66
Tabla 18: Capacidad de escucha.....	67
Tabla 19: Asertividad .....	68
Tabla 20: Negociación.....	69
Tabla 21: Capacidad de disculparse .....	70
Tabla 22: Formación continua .....	71
Tabla 23: Adaptación al cambio .....	72
Tabla 24: Aprendizaje activo.....	74
Tabla 25: Compromiso digital .....	75
Tabla 26: Tabla cruzada Liderazgo Empresarial*Comunicación.....	76
Tabla 27: Pruebas de chi-cuadrado para el objetivo general .....	77
Tabla 28: Medidas simétricas .....	77
Tabla 29: Tabla cruzada Liderazgo Empresarial*Toma de Decisiones .....	79
Tabla 30: Pruebas de chi-cuadrado para la hipótesis específica 1 .....	79

Tabla 31: Tabla cruzada Liderazgo Empresarial*Entender el Cambio .....	81
Tabla 32: Pruebas de chi-cuadrado para la hipótesis específica 2 .....	82
Tabla 33: Tabla cruzada Liderazgo Empresarial*Construcción de Equipo .....	84
Tabla 34: Pruebas de chi-cuadrado para la hipótesis específica 3 .....	84

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Filosofía empresarial .....	49
Figura 2: Uso de los medios adecuados.....	50
Figura 3: Participación.....	51
Figura 4: Conocimientos de objetivos de la empresa .....	53
Figura 5: Plan de comunicación .....	54
Figura 6: Ejecución del plan .....	55
Figura 7: Entendimiento del mensaje .....	56
Figura 8: Permanencia del mensaje .....	57
Figura 9: Entorno agradable y atractivo .....	58
Figura 10: Personal con nivel de capacidades .....	59
Figura 11: Coordinación y trabajo en equipo .....	60
Figura 12: Trato del jefe con sus empleados .....	61
Figura 13: Buena comunicación .....	62
Figura 14: Capacidad de motivar.....	63
Figura 15: Capacidad para tomar decisiones .....	64
Figura 16: Eficiencia para gestionar recursos.....	65
Figura 17: Empatía .....	66
Figura 18: Capacidad de escucha .....	68
Figura 19: Asertividad .....	69
Figura 20: Negociación.....	70
Figura 21: Capacidad de disculparse .....	71
Figura 22: Formación continua.....	72
Figura 23: Adaptación al cambio.....	73
Figura 24: Aprendizaje activo .....	74
Figura 25: Compromiso digital.....	75

## Resumen

Las empresas en este mundo cambiante e incierto, desafían circunstancias no siempre agradables para los cargos habituales, que a veces no están a la altura de generar tareas nuevas, organizarlas, plantear motivaciones con una comunicación asertiva de acuerdo a las circunstancias, que permitan junto con la plana mayor reorientar esas nuevas actividades con motivación y comunicación continua para mejorar la toma las decisiones en el logro de los objetivos. El objetivo de este trabajo fue analizar cómo influye el liderazgo empresarial en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima Metropolitana - 2021. Este estudio es de tipo aplicado, enfoque cuantitativo, descriptivo correlacional con diseño no experimental con corte transversal, utilizando el método científico que permite conocer y medir la percepción y el comportamiento de las variables escogidas. Así se demostró que el liderazgo empresarial influye en la comunicación dentro de dicha empresa. Se utilizó la prueba del Chi Cuadrado, a una muestra de 93 colaboradores, con 25 preguntas cerradas de cinco alternativas, empleando el formulario Google drive. El estudio concluyó que el liderazgo empresarial influye en la comunicación de dicha empresa.

**Palabras claves:** Liderazgo, Comunicación y Empresa.

## **Abstract**

Companies in this changing and uncertain world defy circumstances that are not always pleasant for the usual positions, that are sometimes not up to the task of generating new tasks, organizing them, proposing motivations with assertive communication according to the circumstances, which together with the staff redirect these new activities with motivation and continuous to improve decision-making in the achievement of objectives. The objective of this work was to analyze how business leadership influences the communication of a service company for the sale and installation of security equipment in Metropolitan Lima - 2021. This study is of an applied type, quantitative, descriptive, correlational approach with a non-experimental design with cross section, using the scientific method that allows knowing and measuring the perception and behavior of the chosen variables. Thus, it was demonstrated that business leadership influences communication within said company. The Chi Square test was used on a sample of 93 collaborators with 25 closed questions of five alternatives using the Google drive form. The study concluded that business leadership influences the communication of said company.

**Keywords:** Leadership, Communication and Company.

## CAPÍTULO I

### 1 Planteamiento del Estudio

#### 1. Descripción de la realidad problemática

Las organizaciones buscan una mejora constante, se retroalimentan de acuerdo a sus necesidades y objetivos a lograr, la gestión empresarial como proceso, involucra una serie de acciones y velan por el progreso de las organizaciones en este mundo cambiante en el desarrollo de ventajas eficaces.

En la actualidad, la complejidad en la que se desenvuelven los negocios, implica de un liderazgo capaz de poder comunicar de modo adecuado a toda la empresa, capaz de crear visión y persuadir al equipo para que haga suya esa visión, capaz de conectar e inspirar a la gente para el trabajo en equipo, construir confianza por medio de la comunicación verbal y las actividades realizadas, que implican compromiso propias de un líder, que transmita una comunicación efectiva, consistente, con mensaje claro y el deseo de apegarse a una disciplina día a día, capaz de conectar a sus líderes entre cualquier nivel de la empresa.

Por otro lado, se puede observar que el inconveniente más importante en la gestión de empresas, es la falta de implicancia de los mandos. Que generalmente radica en la comunicación, produciéndose una falta de comprensión a consecuencia de una información distorsionada en los diversos niveles de los colaboradores de una empresa, que generalmente suelen tener aspectos diferentes de lo que tiene que hacer, de esta manera, podemos darnos cuenta que para seguir avanzando, se debe implementar un

liderazgo empresarial que se adecue a principios elementales de cada organización, de lo contrario se genera problemas

por la ausencia de un liderazgo, que haga que los empleados se sientan satisfechos con la toma de decisiones y de observar cómo se encamina la empresa.

Asimismo, se debe tener en cuenta, lo indispensable de implementar un adecuado liderazgo, aisladamente de que empresa hablemos, se podría decir que un gerente busca la conducción de su equipo a alcanzar las metas, siguiendo las normas de la empresa, por tanto, es probable que los gerentes se resistan a la innovación y al cambio apoyando a las viejas estructuras de la organización, la gestión tradicional de mantener el estado actual, se ha quedado obsoleto. En el mundo empresarial cambiante se necesita de líderes estratégicos que desarrollen procesos duraderos capaces de impulsar el cambio y de mejorar las prácticas y procesos actuales.

El estudio de la presente investigación, se centra en la curiosidad de los diferentes inconvenientes en una empresa de servicios dedicado a la venta e instalación de equipos de seguridad en Lima -2021, situación que resalta el interés de las técnicas, métodos y habilidades que utilizan los líderes, para el manejo de ciertas situaciones y su desempeño en las que se encuentran los conflictos que existen entre las áreas, por lentitud o falta de entendimiento entre compañeros, relacionados con alguna función específica que acarrea demoras en la ejecución del trabajo, creando incomodidad con los empleados y hace que la comunicación sea menor, llevando a trabajar individualmente las áreas, que ocasionan desunión e incomodidad, por consiguiente, un trabajo tedioso, que al solicitar información al área respectiva origina trabas o demoras sobre la información solicitada, que origina un círculo vicioso por la desmotivación de los empleados, debido a un liderazgo inadecuado.

La ausencia de liderazgo, libera una sucesión de graves problemas en las organizaciones, podemos encontrar la falta de preparación para gestionar equipos, que origina mal clima laboral provocando bajo rendimiento, falta de compromiso, mala relación

con los compañeros y superiores, malos entendidos, conflictos internos y errores imposibles de solucionar, alta rotación de personal, la fuga de talentos por la falta de pertenencia, carencia de imaginación, carencia de organización personal, confusión de liderazgo con privilegios o dinero, no reconocer sus equivocaciones, ignorar la situación de los colaboradores, falta de contribución a la calidad de vida laboral, falta de reivindicar al beneficio de los equipos, ignorar la gestión por procesos, basta que uno fracase para que el trabajo no se realice, poca accesibilidad a la comunicación para atender las peticiones de los colaboradores.

Razones suficientes para llevar a cabo la investigación sobre el liderazgo empresarial y la comunicación en las organizaciones.

## **1.1 Formulación del problema**

### **1.1.1 Problema general**

¿De qué manera el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?

### **1.1.2 Problema específico**

P1.- ¿De qué manera el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?

P2.- ¿De qué manera el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?

P3.- ¿De qué manera el liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?

## **1.2 Objetivos Generales y Específicos**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar como el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

O1.- Identificar como el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

O2.- Explicar cómo el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

O3.- Determinar cómo el liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

### **1.3 Justificación o importancia del estudio**

#### **Justificación**

El siguiente trabajo se justifica, por la necesidad de mejorar, puesto que si seguimos haciendo como si no ocurriera nada, lo único que ocasionará es que la empresa se suma en un círculo vicioso, sin mira a un futuro prometedor y para que esto no ocurra, debemos plantearnos una manera de implementar cambios a cómo se está dando el liderazgo en estos momentos, porque es la raíz de todos los males que aqueja a la organización y para esto debemos implementar un liderazgo que se adecue a las necesidades de la empresa, la cual sería un liderazgo transformacional, ya que ayudará a direccionar adecuadamente a toda la organización, con sus principios de enfoque hacia los valores y la manera que pueda influir positivamente para mejorar el rendimiento de los empleados en sus diferentes funciones, por lo cual podemos deducir, que esta investigación llegará a ser modelo de solución de otras empresas que tengan estos mismos inconvenientes en cuando al liderazgo se vincule, de manera que es de vital importancia detectar desde que punto se comienza a ver el malestar por parte de capital humano y ahondar en ello, para que cuando se plantee la mejora del liderazgo, no se vuelva a cometer los mismos errores, y de esta manera contribuir con la organización.

### **1.3.1 Justificación práctica:**

El siguiente trabajo de investigación es beneficioso a grandes rasgos, ya que implementa la opción de cambiar de visión, a miras de mejorar el liderazgo que han tenido por años, de la misma manera sin modificarlo ni arriesgarse a una mejora, de esta manera muchas empresas se pueden sentir identificadas, ya que muchas de ellas muestran en sus estructuras mucha rigidez e inflexibilidad, lo cual ocasiona que poco a poco se vaya deteriorando la comunicación dentro de las mismas organizaciones, lo cual es una variable ligada al liderazgo, y para poder contrarrestar este deterioro inminente, es indispensable un plan de mejora, lo cual conllevará a realizar cambios, aunque no siempre sea tomado de la mejor manera por los empleados, se debe realizar, para que se pueda cambiar la situación actual. De esta manera también es importante resaltar, lo beneficioso que vendría hacer que las empresas se den cuenta, que hay que dar más importancia al liderazgo y cómo se debe adecuar a los diferentes rubros de las empresas y dependiendo de sus necesidades.

### **1.3.2 Justificación social:**

Es indispensable contar con un adecuado liderazgo, ya que repercute en toda la organización y por consecuencia a los beneficiados, en cuanto a la mejora es el capital humano que labora aún en la empresa y también en la misma sociedad, ya que al ser una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en lima, la cual está relacionado con los clientes, que al finalizar la compra, éstos los venden a otros usuarios finales y por este motivo se debe dar un adecuado manejo a nivel operativo; pero para que esto se realice se debe implementar una mejora con el liderazgo actual de manera concisa.

### **1.3.3 Justificación teórica:**

La investigación propuesta, busca mediante la aplicación de la teoría y conceptos básicos de liderazgo y comunicación, encontrar explicaciones a los problemas internos que padece la compañía, para así poder implementar una mejora y los resultados que se obtengan después de haber analizado y estudiado, enriquecerán la investigación de manera que será más sencillo poder implementar un mejor liderazgo del que se tiene ahora.

### **1.3.4 Justificación metodológica:**

De acuerdo a la justificación metodológica, para poder lograr los objetivos del estudio, se pretende implementar instrumentos como es la encuesta, para poder analizar los malestares que tienen los empleados, aunque ya se sabe que todo tiene su raíz, en la falta de liderazgo, para lo cual se debe implementar una mejora.

## **1.4 Alcance y limitaciones**

Esta investigación, implantará un plan de mejora, en base a la ineficiencia que viene a ser, el liderazgo que tiene una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021, lo cual generará un alcance para otras empresas de otros rubros, con la misma situación para que puedan implementar estas mejoras y sea de ayuda, lo cual es muy similar, ya que la mayoría de las empresas les preocupa que el liderazgo que están ejerciendo sea el adecuado para poder sacarle el mayor provecho.

De esta manera, la limitación más notable que presenta esta investigación, es el tiempo que abarcará, que será este año, lo cual hace que sea más complicado, porque ya han transcurrido varios meses desde que comenzó el año, sin embargo, se debe seguir avanzando, para que así se pueda implementar el plan de mejora.



## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

#### 2.1 Antecedentes de la Investigación

##### 2.1.1 Tesis Nacionales:

Talledo (2019) en su interpretación **“Estrategias de liderazgo y su influencia en la comunicación organizacional interna de una empresa privada de servicios de Lima – 2019”**. En la universidad Ricardo Palma, tuvo como objetivo principal determinar, cómo las estrategias de liderazgo, inducen a una comunicación interna de las organizaciones con relación a los colaboradores de una empresa. El diseño fue de carácter explicativo comparativo, ya que las pruebas estuvieron aplicadas a dos grupos de trabajadores con líderes de diferentes características y estilos, utilizando como instrumentos los cuestionarios de estilos de liderazgo y el cuestionario de comunicación. El estudio, que concluye manifestando que la ocupación de estrategias de liderazgo, como de planes de difusión, implementación de indicadores y diseño de estrategias de mejoras de clima laboral, ayudarán a fortalecer la comunicación interna de una empresa de servicios de la ciudad de Lima.

Calisaya y Mendoza (2019) en su interpretación **“Liderazgo y su influencia en el ejercicio de la participación social de las beneficiarias del programa de complementación alimentaria de la provincia de Yunguyo - 2019”**. En la universidad del Altiplano – Puno, tuvo como objetivo principal determinar, cómo la persuasión del

liderazgo en el trabajo de la cooperación social en busca de beneficios de un programa complementario de alimentación. Estudios de carácter cuantitativo, de tipo descriptivo explicativo, de método hipotético deductivo, con diseño no experimental transaccional, el estudio tuvo como muestra 116 contribuyentes del programa.

La conclusión que se llegó a determinar, es que el liderazgo tiene una influencia significativa en el trabajo participativo social de los contribuyentes del programa de complementación alimentaria. Sabiendo que el 30.2% de los que se han beneficiado, practican un liderazgo de aislamiento y ruptura, resaltando el interés personal y una participación indiferente, en el que el aporte de ideas, de opinión y de iniciativa, es nula en la empresa, de esta manera las mujeres líderes, necesitan de dos representantes clave: las socias y líderes para alcanzar los propósitos como organización.

Tito (2017) en su interpretación **“Propuesta del liderazgo transformacional y su contribución en el buen gobierno corporativo de FONAFE - 2017”**. En la universidad Ricardo Palma, tuvo como objetivo principal, determinar cómo se propone implementar un estilo de liderazgo transformacional, como un molde que articule los elementos de un mejor gobierno corporativo como asiento, que determine una ejecución eficiente en FONAFE, para optimizar los recursos de la empresa.

En el resultado de la tesis, se pudo observar que se presenta dificultades para implementar en la empresa, debido a que prevalece una orientación maliciosa en el liderazgo de la organización, además del descontento de los colaboradores, en el que se evidencia la evaluación del clima laboral, comprometiendo a que no se logren los objetivos, puesto que los colaboradores no se sienten comprometidos con el objetivo

principal de la organización; por lo expuesto, se propone la implementación del estilo de liderazgo transformacional en el buen gobierno corporativo de la organización.

Soto (2017) en su interpretación **“El liderazgo y la gestión administrativa de la municipalidad distrital San Pedro de Chaná - Huari, en el año 2017”**. En la universidad nacional José Faustino Sánchez Carrión, tuvo como objetivo principal, determinar cómo se propone identificar la incidencia, entre el liderazgo y la gestión administrativa de la Municipalidad distrital de San Pedro de Chana - Huari, en el año 2017 y de ese mismo modo se indaga el conocimiento de la realidad de los funcionarios superiores de la municipalidad del distrito de San Pedro de Chana – Huari, con relación al liderazgo, con el análisis de cunetas, del modo en que incide, en la gestión administrativa dentro de la organización.

La población estuvo constituida por 39 trabajadores, se empleó el instrumento de medición de la escala de Likert, el método utilizado en el estudio, fue no experimental transaccional correlacional causal (explicativo), concluyendo que el liderazgo trasgrede de modo significativo en la gestión administrativa, que se sustenta en el valor que se obtuvo de la prueba de Chi cuadrado a un grado de significancia del valor de:  $0.000$  ( $p=0.000 < 0.05$ ).

Trujillo (2017) en su interpretación **“Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas - 2017”**. En la universidad Inca Garcilaso de la Vega, tuvo como objetivo principal determinar, cómo la comunicación interna incide en el clima

organizacional de los colaboradores de las instituciones públicas, de carácter descentralizadas del sector energía y minas en la provincia de Lima. Investigación descriptiva, explicativa, de carácter cuantitativo. Diseño no experimental transaccional correlacional. Se trabajo con una muestra de 238 empleados. El trabajo concluye, en que la comunicación interna influye de manera positiva en el clima organizacional, recomendándose tener una comunicación interna, integrada donde se considere a todos los integrantes de la organización como emisores de comunicación.

### **2.1.2 Tesis Internacionales:**

Espinosa (2018) en su interpretación **“Incidencia de los estilos de toma de decisiones en la relación entre liderazgo y desempeño organizacional en un grupo de directivos de Colombia, Ecuador y Perú - 2018”**. En la universidad del Rosario - Colombia, tuvo como objetivo principal, determinar los tipos de liderazgo ejercen influencia y en qué sentido. Estudio de enfoque cuantitativo de nivel explicativo, método hipotético deductivo se empleó una muestra de 363 participantes naturales de Ecuador, Perú y Colombia.

La investigación concluye teniendo en cuenta que, el modelo rango total de liderazgo tiene una demostración beneficiosa, que rebasa la conformación de tres tipos de liderazgo como: El transaccional, el transformacional y el no liderazgo; los que demostraron relaciones reveladoras con las variables que son temas de estudio, la efectividad, resultado de esfuerzo extra y satisfacción. Además, se comprobó la intervención parcial del “estilo racional de toma de decisiones en las relaciones entre liderazgo transformacional y variables de resultado; también señalo la mediación total del

estilo evitativo de toma de decisiones que vincula en sentido opuesto al no liderazgo con la efectividad.

Ancín y Espinoza (2017) en su interpretación **“La relación entre la comunicación interna y el clima laboral”**. De la universidad Espíritu Santo De Guayaquil – Ecuador, tuvo como objetivo principal determinar, la relación que existe entre las variables de estudio clima laboral y la comunicación interna de las Pymes de la localidad de Guayaquil. Para la investigación se revisó la bibliografía de la comunicación interna, los conceptos, orígenes, la tipología, su grado de incidencia en la cultura y el comportamiento organizacional, la identidad, así como el clima laboral. Con el propósito de realizar un diagnóstico de la comunicación interna y los factores que inciden en el clima. Se utilizó el cuestionario como instrumento para recoger los datos y para medir la escala de Likert de cinco opciones.

Los resultados que se obtuvieron de la correlación de Pearson, dieron como resultado un grado de asociación bastante alto. Por tal motivo se concluyó que existe una relación considerable entre la comunicación interna y el clima laboral.

Suarez (2016) en su interpretación **“Determinación de la relación entre la comunicación y el liderazgo en la aceptación del cambio organizacional en un ambiente universitario de la ciudad de Bogotá”**. De la universidad católica de Colombia - Bogotá, tuvo como objetivo principal, determinar la relación de liderazgo y comunicación, empleando un diseño cuantitativo correlacional por medio de la transformación organizacional en un centro superior de estudios de Bogotá. Se efectuó una investigación no experimental en la que participaron 62 colaboradores del centro de

estudios. La investigación concluyó en que no halló una relación de significancia entre las habilidades del liderazgo de los colaboradores y el cambio organizacional. En la relación del cambio organizacional con la comunicación se observa una correlación positiva con las variables de comunicación, especialmente en el trabajo en equipo, el intercambio de información y la comunicación entre pares” (Suárez, 2016).

## **2.2 Bases teórico - científicas**

### **2.2.1 Liderazgo empresarial**

Los buenos líderes analizan las habilidades de los empleados y los utilizan para impulsar el crecimiento del negocio. En otras palabras, reconoce que la satisfacción del empleado tiene un impacto directo en la superación de la empresa. Por ciertas adversidades, no son todos los gobernantes que apuntan por este prototipo de liderazgo. Pudiéndose observar la continuidad que se da en las empresas tradicionales organizadas jerárquicamente, con una distinción clara entre la posición vertical de posiciones, responsabilidades, competencias o estilos de gestión empresarial. Por lo comentado esta gestión autoritaria del jefe tradicional, comienza a quedarse arcaica, sobre todo en las empresas de mayor éxito.

**Liderazgo:** Es el impacto de las relaciones interpersonales actuando en situaciones específicas para lograr una o más metas a través del proceso de comunicación humana. El fenómeno social involucra dos aspectos, siendo esta la capacidad de motivar a las personas y la otra es las tendencias a seguir lo que sus subordinados ven como medio para seguir sus metas. (Chiavenato 2001).

### 2.2.1.1 Conceptualización

El liderazgo empresarial es una habilidad que cualquier persona puede desarrollar, Por lo tanto, para que el liderazgo de una empresa o un departamento pueda influir en los trabajadores y alcanzar sus metas (Romero, 2019). El termino jefe, se usa a menudo como un equivalente a líder, sin embargo no significa lo mismo. Existe gran diferencia básica. El jefe tiende a dictar o determinar una condición autoritaria y unilateral utilizando su rango y autoridad, mientras que el líder es la persona que motiva y dirige a los trabajadores, pero no impone su pensamiento. Por tanto, los buenos lideres empresariales desempeñan sus funciones sobre la base de tres puntos importantes siendo los siguientes: La motivación, el trabajo en equipo y la estructura organizativa. Lamentablemente, todavía quedan organizaciones que practican una conducción empresarial que se basan en una perspectiva tradicional, de manera similar, concentran su capacidad de encargarse de conducir las áreas departamentales de modo dominante.

Diversas empresas apuestan por un moderno concepto de liderazgo empresarial porque se ha demostrado que la productividad de los trabajadores ha mejorado y el clima laboral también mejora. Además, este estilo de liderazgo corporativo es fundamental porque permite la delegación de funciones, promueve el crecimiento y el potencial de colaboradores y hace que la organización forma parte de la estrategia de cooperación gracias a una buena comunicación interna, que se da como trabajo en equipo.

Para lograr esto, los lideres que impulsan todos estos valores deben confiar en la tecnología de la información, siendo una estrategia de liderazgo empresarial tan innovadora para ello se deben involucrar a la transformación digital, la organización y las herramientas del futuro, para marcar la diferencia en el mercado empresarial.

### **2.2.1.2 Componentes del liderazgo empresarial**

La gestión empresarial necesita de diversos elementos tradicionales como los del proceso administrativo, el planear, organizar, dirigir y controlar, es fundamental, la necesidad del talento humano de los que se encuentran a cargo de los colaboradores de una organización además de los variados procesos que tienen los negocios. Por tanto, el liderazgo empresarial surge como una colección de habilidades que pueden desarrollarse de manera combinada de modo continuo que comprende las habilidades personales, sociales y técnicas (Orellana, 2019)

### **2.2.1.3 Habilidades personales**

Está relacionado al control y equilibrio de las emociones, presentada como inteligencia emocional, se debe tener en cuenta la presión y exigencia de un mercado competitivo, así como de los interesados del negocio, por lo que mantener el equilibrio no es una tarea fácil, por lo que es una de las razones, olvidan la importancia de las buenas relaciones, porque solo buscan la manera de llegar a la meta, es lamentable que muchas veces se deja de lado el costo de los valores y la ética. El ejercicio de la ética empresarial por medio del equilibrio emocional al dirigir una empresa resulta importante como el conocer un negocio de cerca. La costumbre de “actuar de buena fe debiese ser una práctica empresarial compartida” (Orellana, 2019), de tal manera que las actuaciones pueden ser sustentadas con la información en el instante de la toma de decisiones además de los valores.

#### **2.2.1.4 Habilidades sociales**

Es concerniente con el resto, la producción de redes de contacto y la vinculación permanente con los individuos o los grupos de interés para con los negocios llamados stakeholder; entendida como la capacidad de disfrutar relaciones de excelencia con otros individuos que se encuentran en otros rangos de la empresa. Que se traduce en actividades que van desde el saludo para todos, haciendo el esfuerzo por saber sus nombres de los colaboradores, el preguntar cómo se encuentran y en que se les puede ayudar, representan acciones sencillas, que por corolario aportan buenas concordancias y obviamente, buenos alcances en la empresa.

Por otro lado, esa misma calidad humana con relación a los negocios concibe que un directivo sobresalga y busque la diferencia de los que buscan el cerrar negocios. Además de manifestar talento para la venta o genera ganancias monetarias tienen un interés en conservar una relación incondicional.

Las habilidades sociales pertenecen a la acumulación de conductas que facultan hacer relaciones con las personas de modo agradable, por ende, es indispensable en cualquier contexto que se pueda localizar que puede ser en el trabajo, la familia, en la calle, y otros. La puesta en práctica de manera adecuada, las habilidades resultan beneficiosa para cultivar la expresión y entender a las personas, apreciar las necesidades de los colaboradores, pretender hallar la solución satisfactoria de una situación, como sucesos básicos para vivir en sociedad.

### **2.2.1.5 Habilidades técnicas:**

Se determinan a todos los conocimientos y destrezas que permiten lograr un buen desempeño en las tareas específicas que tengan una relación con un puesto de labores. La inversión en la adquisición de habilidades técnicas ayuda en la eficiencia del trabajo, convirtiendo al candidato valioso para una vacante, sustento técnico adecuado para un negocio prospero.

Un directivo incumbe asumir pilares consistentes y conocer la industria en la que pertenece, por otra parte, es necesario una formación en: procesos, finanzas, ventas, marketing y conocimientos en las normas legales relacionadas al negocio. Las habilidades técnicas se logran, desarrollan y dominan a través de la capacitación o entrenamiento, por tanto, estas se alcanzan por medio de la enseñanza en un centro de clase de la que pueda ser definida, medida y evaluada, las que generalmente son requisitos de obligación para contratar empleados, entonces serán los diplomas, los cursos, los posgrados, las maestrías que dotan a los ejecutivos de los conocimientos actuales y de vanguardia de acuerdo a la demanda que exige el mercado.

### **2.2.1.6 Ventajas del liderazgo empresarial**

La imagen del gerente es fundamental para la gestión diaria de la empresa y en particular, puede regular el trabajo de los empleados. En general, cada dirigente tiene su propio estilo, se puede decir que el liderazgo situacional aumenta la probabilidad que presente una posición diferente según el contexto. Se puede decir que el liderazgo tiene una cualidad que es difícil definir, sin embargo, su carencia se hace muy evidente de acuerdo con las metas de la cultura en la organización. También responde a mantener la

motivación y fortalecer el compromiso de los empleados, teniendo cada uno su propio estilo, nos vamos a enfocar en los beneficios del liderazgo contextual.

Está claro que la productividad es la variable más relevante para una implementación exitosa de liderazgo. Sin embargo. Las empresas pueden obtener otros beneficios importantes mediante esta implementación de la situación, teniendo las siguientes ventajas por el desafío que presenta el liderazgo situacional:

**Primero. - Equipos más resolutivos y eficientes:** Un equipo altamente agresivo y eficaz puede actuar de forma contraproducente si mantienen el mismo estilo a pesar de las circunstancias en las que se encuentra el equipo de gestión de uno de ellos en particular. Si el líder del equipo no muestra una cualidad de mayor participación, por lo cual resulta difícil superar todos los aprietos asignados a las horas previstas.

**Segundo. –Los grandes rangos de Satisfacción y motivación:** En cierto sentido el liderazgo situacional es un liderazgo creciente. Esto significa que de acuerdo a la magnitud que compruebe el líder que sus trabajadores, consiguen un crecimiento de confianza y se asignan tareas de mayor responsabilidad. Este es un poderoso motivador que impulsa a los trabajadores que sepan que sus esfuerzos darán frutos, produciendo también una fuerza laboral muy satisfecha.

**Tercero. – Trato personalizado con los empleados:** Todos los profesionales experimentan diversos estados de ánimo, en consecuencia, sus respuestas a un mismo estímulo no siempre son las mismas. La respuesta a un contexto de cambio puede ser determinada por el liderazgo situacional, que ayuda a resolver con una transformación, en el estilo de liderazgo, que responda de manera adecuada al ambiente de cada empleado. Igualmente, adelante del espíritu, está claro que el progreso personal y profesional de los empleados puede favorecer a otro prototipo de líder más participativo.

**Cuarto. – Gran capacidad de adaptarse a los cambios:** Es necesario acrecentar la flexibilidad, para adaptarse a los cambios en las operaciones comerciales o los procesos de gestión empresarial. Si la empresa decide dar más peso al grupo de trabajo en su plan estratégico, podrá adoptar una forma de liderazgo con mayor despliegue a la delegación, o al menos asegurar las responsabilidades específicas, por un determinado grupo de expertos. Facilitando que el liderazgo situacional facilite la transición a otros prototipos de supervisión.

**Quinto. – impulso del aprendizaje vertical:** Exponer diversas expresiones de liderazgo dentro de la organización, puede que sea una usanza de aprender positiva, para los líderes y empleados; para otras ocasiones, los empleados utilizan líderes con experiencia y conocimiento. En otros lugares es el gerente quien aprende habilidades de los trabajadores. (bizneo blog, 2020).

Además, **entre otras ventajas** de los múltiples beneficios del liderazgo empresarial

- ✓ Por medio de las decisiones concretas, se puede llegar al éxito de la empresa. Teniendo en cuenta el apoyo del equipo de individuos que lo conforman.
- ✓ La transmisión de confianza de los integrantes del equipo, por sus aptitudes que alcanzan una mayor actuación de sus integrantes en la organización.
- ✓ Los beneficios del espíritu de equipo, la motivación y el buen ambiente laboral.
- ✓ Un magnífico líder empresarial aprueba el crecimiento de la productividad y de la eficiencia de los integrantes del equipo.
- ✓ Alcanza a conocer de primera fuente el contexto en que se encuentra cada individuo que lo integra.
- ✓ Permite alcanzar en gran medida las metas y objetivos de la organización, sean éstas a corto, mediano o largo plazo.

- ✓ Incrementa el rendimiento laboral.
- ✓ Desarrolla los beneficios económicos además de la competitividad de la empresa.
- ✓ Consigue que los colaboradores se encuentren motivados, por lo tanto, incrementen sus labores de modo eficiente.

Dentro de **las desventajas** se pueden apreciar los siguientes:

- ✓ Que pueden generarse conflictos por la confrontación de las ideas o pareceres entre seguidores y líderes.
- ✓ La obtención de resultados dañinos por el líder equivocado después de la labor de las tareas encomendadas.
- ✓ Puede desestabilizar a los equipos de trabajo causados por una ausencia de aceptación por parte de los miembros integrantes.
- ✓ La pérdida de oportunidades por una ausencia de ejecución.
- ✓ Pérdida o descenso de la productividad, en organizaciones donde la delegación de tareas es complicada, por asignar a personas sin el conocimiento de sus destrezas.

Debemos hacer presente que es considerado a don Henry Ford, Fred Smith y Steve Jobs como paradigmas del liderazgo empresarial donde cada uno llegó con éxitos y fracasos de sus organizaciones, dejándose como representantes trascendentes en la historia. Sabemos que un líder es diferente a un jefe, es la persona que comprende a sus empleados fomentando a ser los mejores, estimulando a cumplir con sus labores y tareas que

contribuyan con el beneficio empresarial, es la persona que sabe motivar, comunicarse y contribuir con el esfuerzo como premisa fundamental del liderazgo empresarial.

### **2.2.1.7 Tipología del liderazgo empresarial**

Podemos encontrar que existen cinco prototipos de liderazgo empresarial, teniendo como consecuencias psicológicas como laborales en el colaborador, por lo que es fundamental conocerlos y diferenciarlos.

**Liderazgo transaccional:** A menudo se basa en el intercambio de incentivos económicos del jefe a empleado, a cambio de una trabajo bien hecho y metas logradas. Ambas partes se benefician de ello. Por un lado, los empleados ven al recompensado por su entrega y esfuerzo, por la otra parte el líder infunde a sus empleados el aumento en las ganancias y las ventas de la organización. Es un liderazgo de carácter positivo en el sentido de pertenencia, el clima laboral, la productividad, así como el bienestar financiero.

**Liderazgo transformacional:** Se enfoca en las personas de la empresa. Reconoce que el cambio solo es posible si afecta la participación de los colaboradores, trasmite confianza en ellos y proporciona una comunicación de manera fluida con los superiores. Este tipo de liderazgo, se identifica por impulsar la participación y creatividad de todos los que integran la empresa sin temor para poder asumir un control de riesgo, estimulando la confianza bidireccional.

**Liderazgo Laissez faire:** Es una clase de líder que siempre va trabajar de manera positiva, creyendo en sus capacidades del saber hacer o de sus habilidades de los colaboradores. Es un gerente consiente de que sus colaboradores se encuentran listos para realizar la tarea encargada, por tal razón solo debe dejar que lo realice. Este líder se caracteriza por la libertad de realizar las tareas cuando los empleados lo consideren oportuno. Finalmente, se evalúan los resultados, pero no el proceso. Eso no significa que estén siempre al margen. Aconseja o guía según sea necesario, pero nunca establece sus propios estándares, lo que origina el aumento de la motivación de los empleados, siendo estos más provechosos.

**Liderazgo democrático:** La elección de esta tipología cree de manera firme en la importancia del compromiso de los empleados. Sienten que tienen en cuenta sus opiniones, por lo que fomentan su participación y les generan entusiasmo. De tal manera que este tipo de liderazgo evita además comportamientos autoritarios e incentiva la correspondencia interna. El trabajo en equipo se vuelve muy importante y genera opciones para cada uno de ellos. Es indiscutible que la toma de decisiones está a cargo del gerente, pero ejerciendo un liderazgo de carácter democrático, se puede tener una visión más amplia y ampliar la perspectiva de la organización.

**Liderazgo autocrático:** Este es el polo opuesto del tipo de liderazgo democrático, el primer tipo de liderazgo. En líderes dictatoriales, es el líder quien muestra y demuestra su poder, nadie puede disentir ni opinar sobre su decisión.

Es una forma negativa de liderazgo porque pueden generar estrés disminuir la autoestima y reducir la productividad de los trabajadores. Su máxima expresión es que el jefe de órdenes y los empleados obedezcan. Por lo tanto, la comunicación esta referida a una comunicación unidireccional.

### **2.2.2 Liderazgo situacional**

Se presenta como una teoría que aboga por el beneficio de los líderes y la evolución de los estilos de liderazgo según diferentes condiciones. La definición de este modelo la dieron Paul Hersey y Ken Blanchard, pero el concepto actual se ve reforzado por las contribuciones de otros economistas y expertos en la gestión laboral. Según esta teoría, los líderes deben ser capaces de ajustar sus palabras, comportamiento e intensidad a las tendencias y madurez de sus empleados. En otras palabras los líderes pueden optar por una actitud de acreencia meditativa o cautelosa, es decir que si la fuerza laboral puede completar tareas con diligencias y confianza. Por otro lado, si un trabajador carece de iniciativa o motivación particular, la dirección debe ser más directa e inspiradora.

Para comprender el modelo y los tipos de liderazgo situacional lo primero es entender los diversos tipos de liderazgo, así como sus fortalezas y los inconvenientes que se presentan en cada uno de ellos.

**Liderazgo con delegación:** Es la máxima autonomía de los empleados que son responsables de las personas. Se menciona el liderazgo, esto distribuye las tareas a empleados dejando amplia libertad para realizarlas. Es un modelo muy aconsejado en el momento que se examina la responsabilidad y la eficacia de los colaboradores, pero si los empleados no son proactivos, pueden causar problemas.

**Liderazgo participativo:** Los líderes apoyan la toma de decisiones compartida y tiene en cuenta las opiniones de sus seguidores. Da mucha autonomía a empleados, pero los directivos pueden preocuparse por sus motivaciones y es necesario, marcar líneas a seguir en ausencia de consenso.

**Liderazgo persuasivo:** Se centralizan la gran mayoría en las responsabilidades para recopilar información de los trabajadores, y en otros asuntos, solicitan las opiniones y las evaluaciones. A menudo también fomenta los buenos resultados, las buenas intenciones y las ideas más útiles. Considerando como uno de los perfiles más populares de las organizaciones.

**Liderazgo directivo:** Proporciona a los trabajadores un apoyo en el proceso, constante en su misión y los conjuntos de todos los principios a seguir y asegura que el equipo no se desvíe del plan. El líder brinda las pautas para seguir los resultados, procurando que no se aparten de las indicaciones. (bizneo blog, 2020)

### **2.2.2.1 Ventajas del liderazgo situacional**

La imagen del gerente es fundamental para la gestión diaria de la empresa y en particular, puede regular el trabajo de los empleados. En general, cada dirigente tiene su propio estilo, se puede decir que el liderazgo situacional aumenta la probabilidad que presente una posición diferente según el contexto.

El liderazgo se presenta como una cualidad que no presenta una definición fácil, sin embargo, su carencia es muy evidente de acuerdo con las metas de la cultura en la organización. También responde a mantener la motivación y fortalecer el compromiso de los empleados, teniendo cada uno su propio estilo, nos vamos a enfocar en los beneficios del liderazgo contextual.

Está claro que la productividad es la variable más relevante para una implementación exitosa de liderazgo. Sin embargo. Las empresas pueden obtener otros beneficios importantes mediante esta implementación de la situación, teniendo las siguientes ventajas por el desafío que presenta el liderazgo situacional:

**Primero. - Equipos más resolutivos y eficientes:** Un equipo altamente agresivo y eficaz puede actuar de forma contraproducente si mantienen el mismo estilo a pesar de las circunstancias en las que se encuentra el equipo de gestión de uno de ellos en particular. Si el líder del equipo no muestra una cualidad de mayor participación, por lo cual resulta difícil superar todos los aprietos asignados a las horas previstas.

**Segundo. – Considerables rangos de satisfacción y motivación:** Se puede considerar que el liderazgo situacional es de alguna manera un liderazgo progresivo: Esto significa que, en la medida que el líder confirma que sus trabajadores consiguen mayor confianza, se le puede asignar tareas de mayor responsabilidad. Este es un poderoso motivador para que los trabajadores sepan que sus esfuerzos darán frutos, produciendo también una fuerza laboral muy placentera.

**Tercero. – Identificación del trato con el personal:** Se puede observar que no todos los profesionales experimentan diversos estados mentales y en consecuencia, sus respuestas a un mismo estímulo, no siempre son las mismas. El liderazgo situacional apoya en la resolución de muchas situaciones al modificar el estilo de liderazgo para dar una respuesta adecuada a la situación de cada colaborador. Se tiene en claro que el avance personal y profesional de los empleados consigue llevar a favorecer a una distinta tipología de liderazgo, lo más frecuente, con mayor participación.

**Cuarto. - Gran capacidad de adaptarse a los cambios:** Es necesario acrecentar la flexibilidad para adaptarse a los cambios en las operaciones comerciales o los procesos

de gestión empresarial. Si la empresa decide dar más peso al grupo de trabajo en su plan estratégico, podrá adoptar una expresión de liderazgo de mayor apertura a la delegación, o al menos a asegurar las responsabilidades específicas de determinados facultativos. El liderazgo situacional proporciona la transición a otros patrones de vigilancia y control.

#### **Quinto. – Estimulo de un aprendizaje vertical:**

Expresar diversos estilos de liderazgo en una misma organización se puede transformar en experiencias de aprendizajes tremendamente positivas para líderes y los empleados. Que en ciertos casos los empleados utilizan líderes con experiencia y conocimiento. En otros lugares es el gerente quien aprende habilidades de los trabajadores. (bizneo blog, 2020).

### **2.2.3 La Comunicación**

Según Chiavenato (2001) determina que la comunicación viene a ser el proceso de cambio y entendimiento de un individuo a otro. Por consiguiente, en todo acto de comunicación intervienen por lo menos dos personas: la persona que envía el mensaje y la personas que recibe.

Puede parecer tácito, pero el problema menor se debe a la falta de comunicación eficaz para satisfacer las necesidades básicas y cambiantes de los empleados. Consiste con estas políticas, Martínez y Reboido (2011) citan a Fasano (2005), explicando que las empresas u organizaciones consideran miembros, interacciones, preferencias y expectativas para lograr las operaciones efectivas. En otras palabras, nos indica, que las empresas deben considerar el canal de comunicación como sistema transparente basado en la comunicación y las necesidades de comunicación de los integrantes. La función de comunicación incluye la comunicación formal e informal de las funciones de los miembros

de la organización para controlar el comportamiento de los miembros. Así mismo, la motivación de ver afectada positivamente al decirles a los empleados lo que hacen bien o lo que hacen mejor. Las sinergias de equipo también aumentan a medida que más personas trabajan como una única fuente de interacción social.

El enunciado de comunicación empresarial, así como su ejecución debe ser asumida por técnicos con experticia, que pueda realizar de modo propio, por medio de un asesoramiento externo o de manera propia donde la “Comunicación no se debe abordar de manera independiente desde cada área de negocio. La Comunicación debe estar alineada con la estrategia de negocio y emanar de la dirección. Debe estar convenientemente estructurada y dimensionada” (Estudio de Comunicación, 2016, pág. 16).

La comunicación también facilita el intercambio de emociones para una mejor comprensión y colaboración en equipo. Cuando una empresa toma una decisión y la tarea de la comunicación se deja en manos de mentes especulativas, la gente tiende a creer que hay una conspiración de gestión en su contra. Por ende, es mejor no especular y decir como resultara esto en la implementación y propósito de esa decisión. Se ganará el respeto de sus empleados y la cooperación para realizar los cambios que desea.

La comunicación es fundamental para seguir la lógica de la acción. En otras palabras, cuando se hace mucho trabajo casi no se dice nada, los trabajadores se sienten confundidos y no saben qué hacer con los que les dicen si hablan mucho, pero hacen muy poco, se sentirán decepcionados. Para evitar resistencia, diga lo que hizo y mejor se debe hacer. La comunicación es un eje tecnológico transversal destinado a reducir la resistencia al cambio. Para lograr una comunicación efectiva, Martínez y Reboido (2011) nos dicen,

que es un conjunto de condiciones adaptadas por diferentes autores para que los líderes logren una comunicación afectiva basada en una visión cambiante, siendo las siguientes.

- ✓ Hay lógica en lo que se está comunicando y es muy fácil de poder entender desde diferentes ángulos.
- ✓ Al reunirse con los colaboradores, pueden refutar la teoría de que las personas conspiran contra sí mismas.
- ✓ Expresar la curiosidad, permite que las personas sientan que su opinión es importante. Cuando se preguntan opiniones o sugerencias o quizás cuando se cuestiona una idea. En cualquier caso, la interacción reduce la distancia entre los trabajadores sus jefes y aumenta la fiabilidad de la información transmitida.
- ✓ Honestamente, se trata de llamar a las cosas por su nombre.
- ✓ Realizar el marketing para poder transmitir lo que se desea, siendo esta la venta de los mensajes para los trabajadores. Para poder incrementar los beneficios del cambio.
- ✓ Actuar bajo los ejemplos, está relacionado con la lógica de decir y hacer.
- ✓ Mostrar el lado de las personas, los empleados pueden entender que la gerencia tiene en cuenta sus necesidades y los cambios que experimentan para el beneficio de todos.
- ✓ Una persona puede mejorar su desempeño cuando confía en alguien. Más allá de confiar en las personas fortalece la relación con la organización por parte de los empleados.
- ✓ Abrir las puertas al diálogo con la ciudadanía. Significa aceptar las ideas, sugerencias o quejas de los demás.

#### **2.2.4 La toma de decisiones**

Un error común que cometen las empresas es ejecutar una decisión y luego comunicarla a los miembros de la empresa, asumiendo que esta debe ser aceptada sin objeciones. Este comportamiento, conocido por los autores como comunicación reactiva, tiende a confundir a las personas que se sienten excluidas del proceso de toma de decisiones. Después de todo, es un juego peligroso. Confunde, enfurece y es escéptico para los empleados y sienten que no son respetados. (Martínez y Reboido, 2011, pág. 56)

Las decisiones son determinaciones, que nos permite tomar y ejecutar las situaciones para poder mejorarlas. Estas se clasifican según la importancia y las consecuencias, de acuerdo al nivel jerárquico y el método que utilizan para poder tomar las decisiones. (Menguzzato y Renau, 1995).

##### **Nivel Jerárquico**

Las decisiones estratégicas o de planificación generalmente tomadas por gerentes o altos ejecutivos, son tan fundamentales y de largo plazo como la cantidad de recursos con lo que se ejecuta la empresa.

Las decisiones tácticas son tomadas por mandos intermedios y son decisiones sobre las acciones necesarias para implementar los planes o estrategias de la empresa, haciendo un uso eficiente de los recursos disponibles, como la elaboración del presupuesto a implementar útiles para concretar.

Las decisiones ejecutivas o de gestión las toman los gerentes de nivel inferior y se centran en las actividades funcionales diarias, como la asignación de puestos a miembros individuales.

Esta clasificación debe tenerse en cuenta, ya que se basa principalmente en la jerarquía, abordando las transformaciones comerciales donde el trabajo es realizado principalmente por equipos y siguiendo la filosofía de colaboración en esas decisiones. Todos los miembros de la organización deberían poder participar. En cuanto a las decisiones clasificadas según el método utilizado para implementarlas, existen:

Decisiones planificadas, dan respuestas a los problemas, siendo rutinas bien definidas, estableciendo protocolos, que luego se convierten en hábitos y procesos estables.

Las decisiones no estructurales están claramente no definidas y son procesadas por la intuición, la creatividad o el criterio personal de quien toma las decisiones.

Según estas clasificaciones, existen decisiones simples y complejas que tiene en cuenta las consecuencias que se derivan de ellas. Para las decisiones estratégicas y de planificación, los empleados participan indirectamente, ya que necesitan recopilar los datos necesarios para considerar la mejora de la salud de la empresa. Pero la última palabra es para su gestión y su determinación. La resistencia al cambio cae cuando los empleados sienten que se están considerando decisiones de ellos, cuando la organización toma decisiones con la finalidad de alcanzar los objetivos en las organizaciones existe una resistencia al cambio y se va disminuir con libertad de elección.

### **2.2.5 Entender el cambio**

Entender los cambios significa comprender porque deben cambiarse, las fortalezas y debilidades del cambio y las características necesarias para que tenga éxito.

La comprensión del cambio por parte de un empleado tiene mucho que ver con la forma en que se comunica a los demás. La gerencia tiene la capacidad de escuchar a los

demás, expresar sus creencias e intereses y estar abierta a ellos, brindando presentaciones efectivas en las que el mensaje se deba interpretar correctamente. Comprender la reacción de los demás, expresar sus convicciones y derechos, tener buenas habilidades comunicativas para mantener un ambiente armonioso y libre de turbulencias comerciales. Es difícil adquirir todas estas habilidades solo como un equipo, pero resulta como listado para tomar en cuenta y dar verificación que siempre debe tomarse como guía, apuntando a hacia lo excelente. (Martínez & Reboido, 2011, p. 63).

Para comprender los procesos y cambios de los trabajadores, debemos dedicar tiempo a cada uno de ellos. Los autores explican que, es importante darse cuenta de la importancia de hacer esta actividad directamente. Para ello debe comunicarse y reconocer lo importante que resulta hacer ello, requiriendo de un liderazgo hábil.

La gerencia necesita usar un lenguaje sencillo para transmitir el mensaje. El crea metáforas, comparaciones, analogías y ejemplos. Colocando el mensaje aún contexto donde los empleados pueden comprender, tomar fotografías con frecuencia, transmitir el mensaje personalmente. Concentrándose en la comunicación visual, celebrando el éxito y sobre todo lidiar con las malas noticias. Se desea que la comunicación debe ser directa y honesta, para que puedan comprender la publicación. De modo que los empleados harán y pondrán de su parte en lo que sé que se deba hacer.

### **2.2.6 Construcción de equipos**

Un equipo es un grupo de personas que quieren alcanzar sus objetivos. Él fue diseñado con la convicción de que el conocimiento, las habilidades, la información y las destrezas de las personas diferentes que lo conforman en general puedan ser utilizados para alcanzar metas definidas. (SEDUCA FUNLAM, 2006, pág. 2).

El equipo tiene la capacidad de aplicar reglas para resolver los problemas y por lo tanto trabaja bien en la organización para poder motivarlos. (Méndez y Morales, 2009)

Esto da como resultado a un mayor compromiso y sobre todo de responsabilidad. Todos los equipos tratan de lograr un alto rendimiento porque este un equipo puede responder a las condiciones de diversas situaciones y superar las expectativas. (Franco y Coldbs, 2003). Estos autores especifican la necesidad de analizar equipos por productividad para medir el desempeño del equipo. La satisfacción asociada al orgullo de formar parte de un equipo y el crecimiento personal que significa el aprendizaje para los miembros.

Este tipo de dispositivo acelera la transición de la empresa a la industria, ya que la capacidad de poder adaptarse y resolver los problemas es másrápidas y menos disruptiva.

La construcción de quipos es uno de los desafíos que enfrentan los líderes de hoy y proporcionarles condiciones para construir equipos exitosos. Alentar a los miembros en un ambiente de confianza, liderazgo, comunicación clara, metas comprensibles y mensurables para el uso pleno del poder.

Asimos, Parents 2007, considera que los miembros del equipo son productivos, son interdependientes, comparten responsabilidades, cambian líderes, influyen en otros, se motivan unos a otros, confían y se apoyan entre los miembros.

Para formar este tipo de quipo, el autor sigue los siguientes pasos:

Paso de formación: Se construye la confianza y se logra un entendimiento compartido de las metas y limitaciones.

Etapas de estandarización: La coherencia aumenta a medida que se definen las expectativas de los miembros y se integra como una unidad.

Fase tormentosa: Cuando hay un desacuerdo, el desacuerdo debe ayudar al equipo a entenderse entre sí.

Fase de implementación: Satisfacer la necesidad de mejora, innovación y rapidez.

Siguiendo los pasos detallados, la primera necesidad para el desarrollo del equipo es la unificación de los miembros cuyas actividades se proponen para que él se conozca fuera del trabajo en el ámbito social. En los clubs, almuerzos grupales, actividades al aire libre, etc. El equipo ayuda a reducir la resistencia al cambio, ya que ellos mismo están a la vanguardia del cambio. Además, el equipo reduce el riesgo de enfrentarse a un nuevo equipo.

### 2.3 Definición de términos básicos

**Adaptación al cambio:** Habilidad para asumir cambios, para transformarse, sin alterar los objetivos propuestos.

**Aprendizaje activo:** Estrategia en el aprendizaje por medio de experiencias colaborativas y de preocupación individual, basado en atención, motivación y participación del aprendiz.

**Asertividad:** Habilidad que faculta a las personas a exteriorizar la manera adecuada de comportarse, defendiendo sus derechos, expresando opiniones y realizando sugerencias de manera justa.

**Buena comunicación:** Habilidad valorada en el contexto laboral, permite el entendimiento con todos los integrantes para mejorar la productividad.

**Capacidad de disculparse:** Capacidad y fortaleza de emociones para pedir disculpas, reconocer la equivocación, uso, control y comprensión de emociones.

**Capacidad de escucha:** Habilidad de poder comprender, saber percibir perspectivas y emociones de otras personas. Representa saber lo que se ha dicho o han querido decir además sentir que se ha escuchado.

**Capacidad de motivar:** Habilidad para conducir a los colaboradores al logro de metas usuales y que se sienta satisfecha y comprometido con lo que hace.

**Capacidad para tomar decisiones:** Habilidad definida como el proceso metódico de elegir de una miscelánea de opciones apoyado en información disponible la ponderación de aspectos negativos y positivos.

**Compromiso digital:** Modo de trabajo como medidas de aprendizaje educativo y alfabetización digital orientada al fomento de la mejora del uso y las prácticas de plataforma digital.

**Eficiencia para gestionar recursos:** Herramienta para hacer ágil y sencilla las tareas diarias y del equipo de trabajo que incluye el proceso de identificación, adquisición y gestión de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos.

**Empatía:** Capacidad de percibir emociones y sentimientos de los individuos poniéndose en el lugar de la otra persona, intención de reconocer, comprender y compartir.

**Entendimiento del mensaje:** Herramienta de la comunicación que garantiza que el mensaje facilite el entendimiento y crear un clima de confianza de una comunicación efectiva.

**Entorno agradable y atractivo:** La construcción de equipos de trabajo determina un clima laboral preocupado por el crecimiento y bienestar de las personas para realizar un trabajo amigable, confortable, efectiva y ágil.

**Formación continua:** Modo de formación integrada por labores y programas de aprendizaje de modo práctico y teórico en personas que buscan el aumento y actualización de sus conocimientos.

**Negociación:** Proceso en la que dos personas o más con intereses comunes tratan de llegar a acuerdos, proceso de comunicación con el fin de satisfacer necesidades propias.

**Participación:** Acción de intervenir en alguna actividad de modo inmediato desempeñando un rol determinado.

**Permanencia del mensaje:** Tiempo de duración sobre la exposición del mensaje por medio de un modelo de comunicación que intenta despertar el interés del cambio.

**Uso de medios adecuados:** Modelo que, a través del uso de medios de información para tomar decisiones basadas en datos analizados de hechos, utilizando guías o procesos, reglas, políticas como directrices que garanticen una correcta dirección.

## CAPÍTULO III

### 3 HIPÓTESIS Y VARIABLES

#### 3.1 Hipótesis y/o Supuestos básicos

Para la presente investigación se considera que la formulación de las hipótesis como un sistema organizado de conocimientos y que establece una relación de las variables de estudio que para este caso son el liderazgo empresarial y la comunicación que se presentan en la empresa materia de estudio.

##### 3.1.1 Hipótesis general

El liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

##### 3.1.2 Hipótesis Especificas

H1.- El liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

H2.- El liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

H3.- El liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

### 3.2 Identificación de Variables o Unidades de Análisis

Variable independiente

Liderazgo situacional

Variable dependiente

La comunicación

Dimensión

- Toma de decisiones
- Entender el cambio
- Construcción de equipos

#### **Unidad de análisis**

El estudio se realizó en una empresa que ofrece los servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en la ciudad de Lima - 2021.

### 3.3 Matriz lógica de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones
¿De qué manera el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?	Analizar como el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.	El liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.	Variable: Liderazgo Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades personales</li> <li>• Habilidades sociales</li> <li>• Habilidades técnicas</li> </ul>
<b>Específicas</b>				
¿De qué manera el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?	Identificar cómo el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.	El liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.		
¿De qué manera el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?	Explicar cómo el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.	El liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.	Variable: la comunicación	Dimensión <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Entender el cambio</li> <li>• Construcción de equipos</li> </ul>
¿De qué manera el liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?	Identificar cómo el liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.	El liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.		

### 3.4 Matriz de operacionalización de las variables

#### Variable X: Liderazgo Empresarial

Definición teórica	Definición práctica	Dimensiones	Indicadores
El liderazgo empresarial es una habilidad que cualquier persona puede desarrollar, Por lo tanto, para que el liderazgo de una empresa o un departamento pueda influir en los trabajadores y alcanzar sus metas (Romero, 2019)	La práctica del liderazgo empresarial se determina por la persona que se encuentra en la cabeza de una organización y que se reconoce por sus habilidades sean estas personales, sociales o técnicas y los impulsa a alcanzar sus metas y objetivos propuestos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades personales</li> </ul>	Buena comunicación Capacidad de motivar Capacidad para tomar decisiones Eficiencia para gestionar recursos
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades sociales</li> </ul>	Empatía Capacidad de escucha asertividad negociación capacidad de disculparse
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidades técnicas</li> </ul>	Formación continua Aprendizaje activo Adaptación al cambio Compromiso digital

**Variable: Y**  
**La comunicación**

Definición teórica	Definición práctica	Dimensiones	Indicadores
<p>La Comunicación no debe ser una materia a abordar de forma independiente desde cada área de negocio. La Comunicación debe estar alineada con la estrategia de negocio y emanar de la dirección. Debe estar convenientemente estructurada y dimensionada (Estudio de Comunicación, 2016).</p>	<p>El uso de mecanismos que nos indique la evaluación de desempeño en el manejo del cambio como elemento crítico para una buena comunicación en la construcción de los equipos además en la toma de decisiones de un negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma de decisiones</li> </ul>	<p>Conocimiento de la filosofía empresarial. Uso de medios adecuados Participación. Conocimiento de los objetivos de la empresa.</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entender el cambio</li> </ul>	<p>Plan de comunicación. Ejecución del plan. Entendimiento del mensaje. Permanencia del mensaje.</p>
		<p>Construcción de equipos</p>	<p>Entorno agradable y atractivo. Personal con nivel de capacidades. Coordinación y trabajo en equipo. Trato del jefe con sus empleados.</p>

## CAPÍTULO IV

### 4 MÉTODO

#### 4.1 Tipo y Método de Investigación

##### 4.1.1 Tipo de investigación

El estudio presenta una investigación aplicada, porque busca generar conocimientos, al perseguir resolver un problema específico por medio de una práctica concreta que se presenta en la realidad por lo que hace imprescindible el conocimiento previamente obtenido de la investigación básica, la que dará el soporte para encontrar la solución a situaciones reales e identificables.

Baena (2014) señala que: “La investigación aplicada concentra su atención en las posibilidades concretas de llevar a la práctica las teorías generales, y destinar sus esfuerzos al resolver las necesidades que se plantea la sociedad y los hombres”. (p.11)

Investigación de enfoque cuantitativo de tipo descriptiva cuya finalidad es recopilar, cuantificar y analizar los datos a través de la estadística de la información recogida de la muestra de estudio, en la que describe los eventos del contexto, es decir los manifestos del fenómeno tema de estudio sobre el liderazgo empresarial y la comunicación por medio de sus dimensiones, las que se relacionan con las opiniones y sus puntos de vista de los colaboradores. Además, es explicativa porque constituye un

conjunto organizado de teorías, definiciones, inferencias y afirmaciones por las que se interpreta la realidad.

#### **4.1.2 Método de investigación**

El método se basa en el progreso de los diversos pasos que trasladan a la organización de una derivación válida que se sustenta en la confirmación de las hipótesis o los supuestos de la investigación. Los cimientos del método científico que radica en la observación, el bosquejar preguntas, la creación de hipótesis, que conduce a una investigación, en la que busca conclusiones y dar a conocer los resultados, para esta investigación se empleó el método hipotético deductivo, que deja constancia en la comprobación de la teoría relacionada al liderazgo empresarial y la comunicación.

#### **4.1.3 Diseño específico de investigación**

La investigación presenta un diseño no experimental de corte trasversal en la que el estudio no manipula ninguna variable de manera deliberada. Que para a Hernández, Fernández y Baptista (2010) revela que “en una investigación no experimental se visualizan situaciones ya predeterminadas, sin ser provocados por quien realiza la investigación (...) donde las variables independientes existen y no es posible manipularlas ni influir sobre ellas” (p.152). Asimismo, con relación a la investigación trasversal “en este tipo de diseño se recaudan datos en un tiempo único, siendo su finalidad la descripción de las variables y estudiar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.154).

#### 4.1.4 Población, Muestra o participante

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2010) “conceptualizaron a la población como un conjunto de elementos que se pretende investigar, teniendo en cuenta sus características o alguna de ellas, las cuales permitirán ser validadas en las conclusiones que se tengan de la investigación realizada”. Del mismo modo Bernal (2010) señala que la población como “la agrupación de todos los elementos con los cuales se realizará la investigación, estos elementos o individuos tienen algunas características similares y sobre las que se desea hacer inferencia” (p.60).

Para la investigación se conforma a los colaboradores de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021, que ofrece servicios en telecomunicación, seguridad electrónica, además de venta de equipos de comunicación a nivel nacional, que tiene 93 personas.

##### 4.1.4.1 Muestra

Para el estudio se empleó una muestra probabilística que, para Hernández, Fernández, y Baptista, (2014, p. 175) “Subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos”. De la que se obtiene por las características de la muestra por medio de una selección mecánica de las unidades de muestreo.

Obtenemos el tamaño de la muestra de una población finita de modo probabilístico, para lo cual empleamos la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N \times p \times (1 - p) \times Z^2}{(N - 1) \times e^2 + Z^2 \times p \times (1 - p)}$$

En el que:

N= La magnitud de la población es igual a 123 colaboradores

p = Se considera la probabilidad de éxito que ocurra, se asume el valor de 0.50

q = La probabilidad que no ocurra (1-p)

Z = La medida de la distribución normal con el nivel de confianza de 95% =  
1.96

e = El error de estimación de muestreo igual a 0.075

n = El tamaño de la muestra que se busca

Sustituyendo la fórmula

$$n = \frac{123 \times 0.50 \times (1 - 0.50) \times 1.96^2}{(123 - 1) \times 0.075^2 + 1.96^2 \times 0.50 \times (1 - 0.50)} = 93$$

Teniendo en cuenta el resultado n es igual a 93 participantes de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021, por tanto, la muestra queda conformada de esta manera para el año 2022.

#### 4.1.5 Instrumentos de recogida de datos

Teniendo en cuenta a Hernández, Fernández, y Baptista, (2010) en la que marcan que un instrumento viene a ser “recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (p.200). registro que permite obtener datos precisos del contexto del problema de estudio para el análisis que presentan sus resultados. Del mismo modo Bernal (2010) señala que la encuesta “instrumento que permite diseñar un conjunto de preguntas para obtener los datos necesarios con el fin de lograr objetivos del trabajo de investigación. En otras palabras, consiste en un plan formal para recolectar información necesaria del elemento de

estudio”. Los materiales empleados fueron la encuesta, las fichas bibliográficos y guías de análisis documental.

#### **4.1.6 Técnicas de procesamiento y análisis de datos**

La recolección de los datos necesita de herramientas para su recolección y que estén relacionadas con el objeto de estudio, por la cual se construyó la encuesta, tomando como referencia a Tamayo (2002) en la que nos señala "la técnica de recolección de datos son las expresiones operativas del diseño de la investigación" (p.182), incluye la encuesta, el análisis de los documentos, las observaciones de los hechos de modo directo.

Del mismo modo Bernal (2010) la encuesta “es una de las técnicas de recolección de datos más utilizadas [...] la encuesta se fundamenta en un cuestionario o grupo de preguntas que se elaboran con la intención de obtener información de las personas (p. 194)”.

El proceso de los datos trata el procesamiento de la información de modo que el observador averigua la acumulación o manipulación de los elementos que genera una información significativa. El análisis de datos es un proceso que radica en verificar, limpiar y transformar los datos con la finalidad de recabar información útil, para alcanzar conclusiones que apoyen a una mejor toma de decisiones.

El cuestionario fue confeccionado con 25 preguntas en total que corresponden a cada una de las dimensiones con sus indicadores siendo 13 preguntas para la variable Independiente: liderazgo empresarial, con sus tres dimensiones, habilidades personales, habilidades sociales y habilidades técnicas y 12 preguntas para la variable Dependiente la comunicación, utilizando la escala de Likert (5 alternativas) con un valor del 1 al 5 respectivamente: Nunca, muy pocas veces, algunas veces, casi siempre y siempre.

#### **4.1.7 Procedimiento para la ejecución del estudio**

Para iniciar la investigación cuantitativa se elabora un plan de cinco etapas

- 1°. - La definición del problema y los objetivos de la investigación. Se identifica el problema, además del análisis de costo beneficio para estar al tanto si es conveniente realizar el estudio.
- 2°. -Diseñar el plan de investigación. La investigación descriptiva, describe lo que ocurre en el contexto, no establece correlación temporal ni causal.
- 3°. - Extraer datos. Determina la selección de los elementos de la muestra para depurarlos.
- 4°. – Analizar los datos. El proceso de análisis se califica como complejo, ya que la evaluación suele ser difícil cuando se emplea una estructura abierta, por ende, se debe proceder de manera metódica sin perder el planteamiento inicial.
- 5°. -Presentación del informe. La documentación de los resultados de modo completo en fundamental, en el que se debe describir los resultados en detalle, relacionados con el problema de estudio de modo comprensible, y que sirva para otras investigaciones.

## **CAPÍTULO V**

### **5 RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **5.1 Datos cuantitativos**

Para el análisis de los resultados de la encuesta en el proceso de la investigación sobre el liderazgo empresarial y la comunicación la que nos ayuda a conocer las preferencias de los trabajadores en relación al objetivo establecido de analizar como el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021. La recopilación de los resultados de las preguntas de las participantes señaladas en el cuestionario de preguntas hechos con los indicadores de las dimensiones correspondientes a las variables como temas de estudio, una vez separada y ordenada los datos de la información y siguiendo un orden se recurrió a la estadística, calculando los resultados en las tablas de frecuencia y luego realizando los gráficos de los resultados de cada pregunta. Para en una segunda parte hacer la contrastación de las hipótesis para cada uno de los objetivos específicos y ultimando con la discusión de los resultados comparando con otras investigaciones realizadas con anterioridad.

1.- Considera que se debe dar a conocer la misión, visión y valores de la empresa para determinar la toma de decisiones.

Tabla 1: *Filosofía empresarial*

Tabla 1	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	4	4,3	4,3	4,3
Buena	34	36,6	36,6	40,9
Muy Buena	55	59,1	59,1	100,0
Total	93	100,0	100,0	

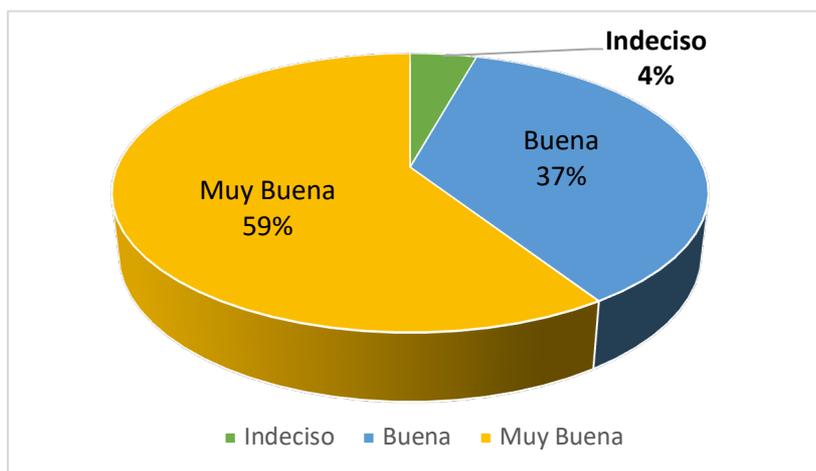


Figura 1: Filosofía empresarial

De acuerdo a los resultados se puede observar que el 96 % respondieron de manera favorable dónde el 59 % de los encuestados ha manifestado muy buena, un 37 % expresó buena y sólo un 4 % se encuentra indeciso. En las respuestas de la pregunta sobre el conocimiento de la filosofía empresarial, con relación a la variable comunicación, significa que el personal tiene el

conocimiento de lo que ofrece la organización, que permite asegurar la toma de decisiones en la empresa.

2.- ¿Cree usted que se debe dar a saber sobre el uso de los medios apropiados de comunicación para la toma de decisiones?

Tabla 2: *Uso de medios adecuados*

Tabla 2	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	2	2,2	2,2	2,2
Buena	52	55,9	55,9	58,1
Muy Buena	39	41,9	41,9	100,0
Total	93	100,0	100,0	

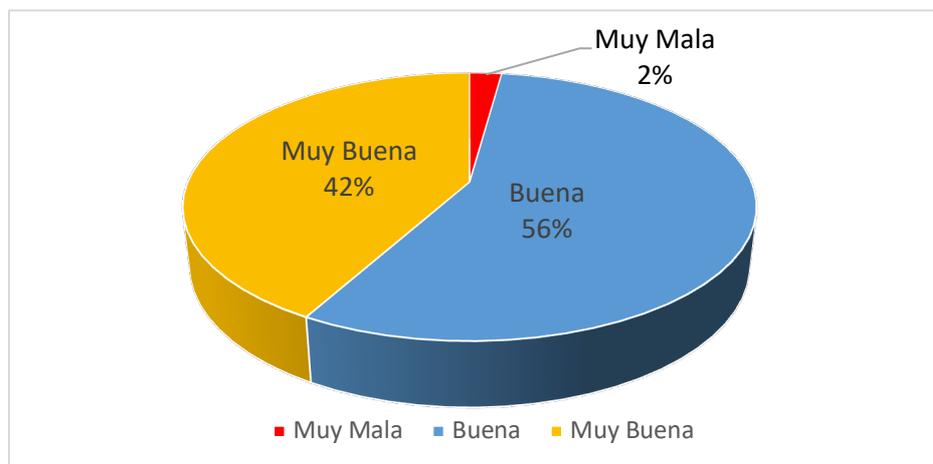


Figura 2: Uso de los medios adecuados

Se aprecia en los resultados que el 98 % respondió favorablemente y sólo un 2 % respondió muy mala, lo que nos expresa que el personal utiliza los medios de comunicación apropiados para la

interacción de sus mensajes valiéndose de instrumentos o maneras de transmitir información para tomar decisiones basadas en datos analizados por lo que emplea guías o procesos, reglas, políticas como directrices que garanticen una correcta dirección.

3.- ¿Considera que se debe dar a conocer la participación del personal para la toma de decisiones?

Tabla 3: *Participación*

Tabla 3	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	1	1,1	1,1	1,1
Indeciso	5	5,4	5,4	6,5
Buena	49	52,7	52,7	59,1
Muy Buena	38	40,9	40,9	100,0
Total	93	100,0	100,0	

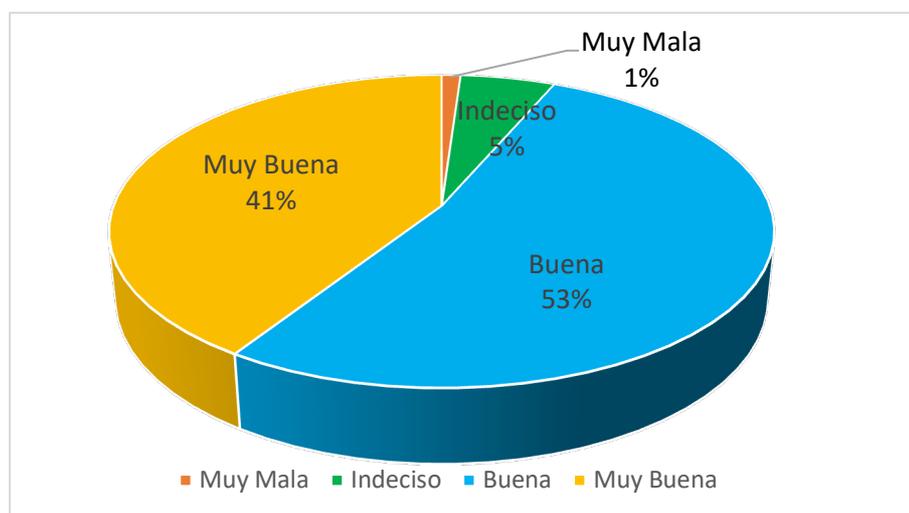


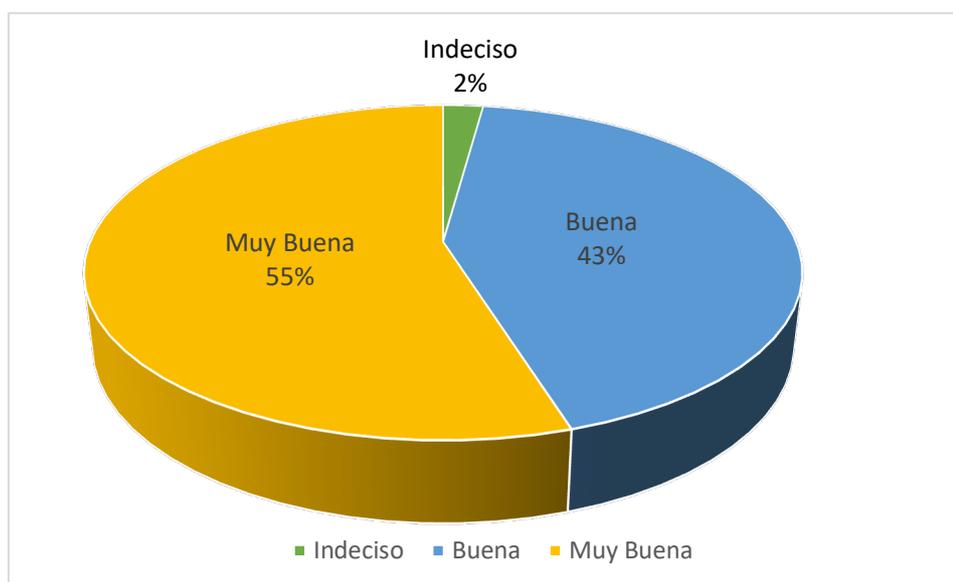
Figura 3: Participación

Se percibe en los resultados que el 94 % respondió favorablemente, un 5 % se encuentra indeciso y sólo el 1% respondió muy mala, lo que nos expresa que el personal debe tener el conocimiento de la participación del personal para la toma de decisiones en alguna actividad de manera inmediata desempeñando su intervención sobre un rol determinado.

#### 4.- ¿Cree usted que se debe dar a saber los objetivos de la empresa para la toma de decisiones?

Tabla 4: *Conocimientos de objetivos de la empresa*

Tabla 4	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	2	2,2	2,2	2,2
Buena	40	43,0	43,0	45,2
Muy Buena	51	54,8	54,8	100,0
Total	93	100,0	100,0	



En los resultados se distingue que el 98 % respondió favorablemente y un 2 % se encuentra indeciso. Se puede deducir que los colaboradores deben tener una comunicación clara para dar a conocer los objetivos de la empresa como elemento fundamental para la toma de decisiones.

**5.- ¿Cree usted que un plan de comunicación es una especie de guía que una empresa utilice con su audiencia para entender el cambio?**

Tabla 5: *Plan de comunicación*

*Figura 4: Conocimientos de objetivos de la empresa*

Tabla 5	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	6	6.5	6.5	6.5
Indeciso	27	29.0	29.0	35.5
Buena	39	41.9	41.9	77.4
Muy Buena	21	22.6	22.6	100.0
Total	93	100,0	100,0	

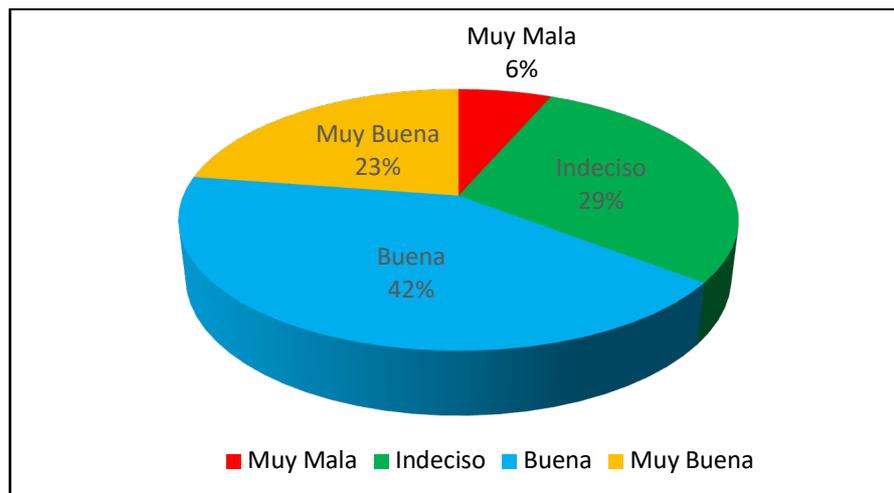


Figura 5: Plan de comunicación

En las respuestas para esta pregunta se puede constatar que un 65% contesta favorable, el 23% asegura de muy buena, un 42% de buena, un 29% está indeciso y un 6% manifiesta muy malo. Podemos decir que un plan de comunicación es una especie de guía que una empresa deba utilizar con su audiencia para entender el cambio que hay en el entorno, sin embargo, se debe reforzar por el alto porcentaje de indecisos.

**6.- ¿Considera usted que contar con estrategias de ejecución y poner en marcha el plan se pueda entender los cambios del entorno?**

Tabla 6: *Ejecución del plan*

Tabla 6	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	1	1,1	1,1	1,1
Indeciso	9	9,7	9,7	10,8
Buena	51	54,8	54,8	65,6
Muy Buena	32	34,4	34,4	100,0
Total	93	100,0	100,0	

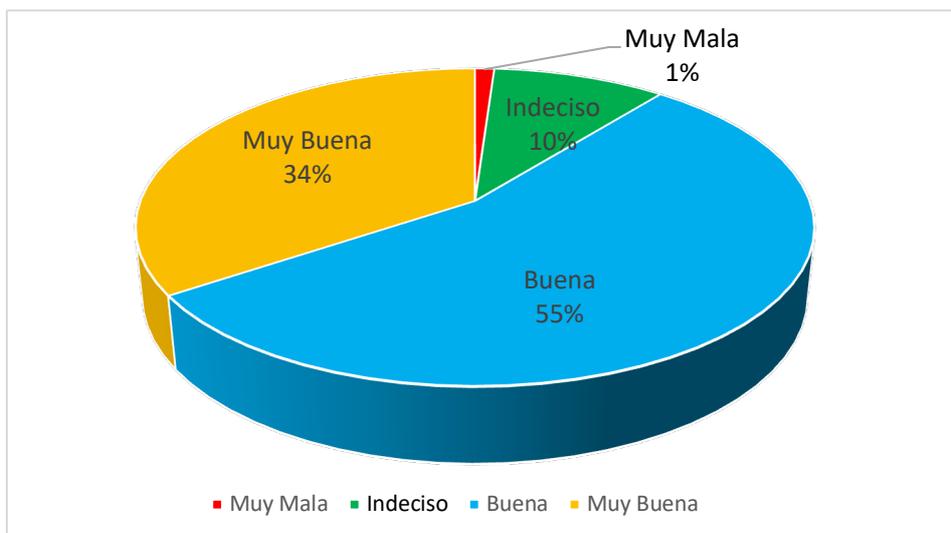


Figura 6: Ejecución del plan

En las contestaciones para esta pregunta se puede verificar que un 89% contesta de manera favorable, el 34% señala de muy buena, un 55% de buena, un 10% se encuentra indeciso y solo un 1% manifiesta muy malo. Por lo que se puede decir que contar con estrategias de ejecución y poner en marcha el plan se pueda entender los cambios del entorno.

**7.- ¿Cree usted que la comunicación permite que haya mayor entendimiento y participación entre sus integrantes para entender el cambio del entorno?**

Tabla 7: *Entendimiento del mensaje*

Tabla 7	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	3	3,2	3,2	3,2
Buena	31	33,3	33,3	36,6
Muy Buena	59	63,4	63,4	100,0
Total	93	100,0	100,0	

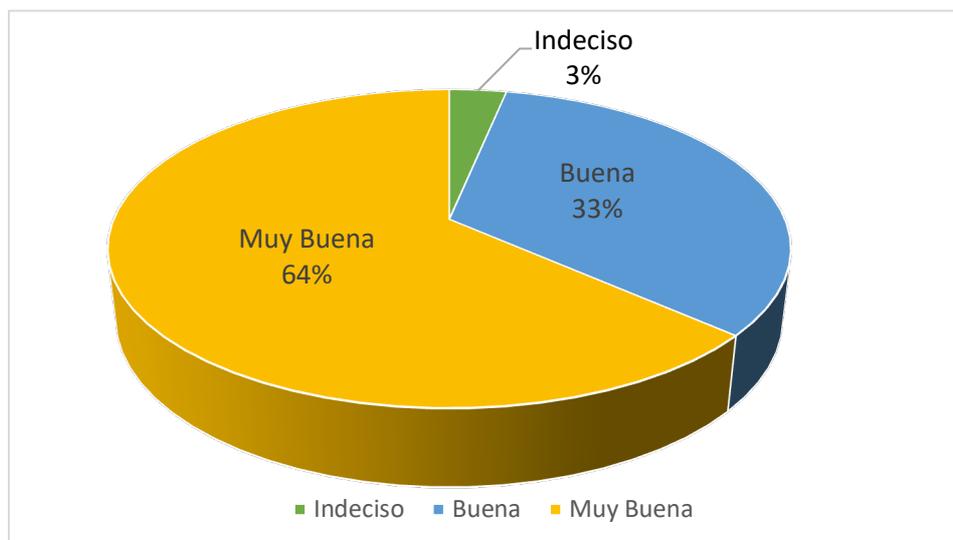


Figura 7: Entendimiento del mensaje

En los resultados para esta pregunta se puede constatar que un 97% contesta de manera favorable y solo un 3% está indeciso. Por lo que se puede decir que la comunicación permite que exista mayor entendimiento como herramienta de la comunicación que garantiza que el mensaje facilite el entendimiento y crear un clima de confianza de una comunicación efectiva y de participación entre sus integrantes para entender los cambios del entorno.

#### 8.- ¿Cree que contar con mensajes permanentes se logre entender el cambio de la empresa?

Tabla 8: Permanencia del mensaje

Tabla 8	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	5	5.4	5.4	5.4
Indeciso	31	33.3	33.3	38.7
Buena	36	38.7	38.7	77.4
Muy Buena	21	22.6	22.6	100.0

Total	93	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

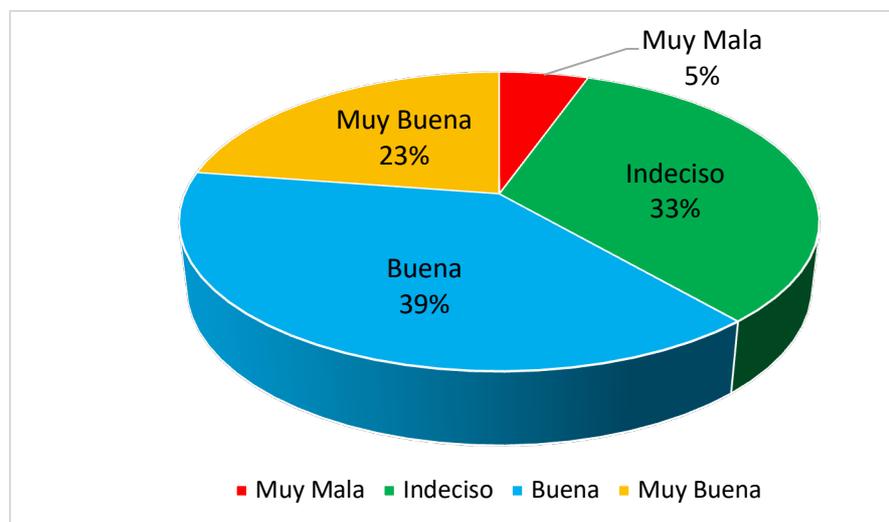


Figura 8: Permanencia del mensaje

En las respuestas para esta pregunta se puede constatar que un 62% contesta de manera favorable el 23% resuelve de muy buena, un 39% de buena, un 33% se encuentra indeciso y un 5% declara muy mal. Podemos decir que se debe reforzar o sensibilizar a que la permanencia del mensaje o también el tiempo de duración sobre la exposición del mensaje, por el alto porcentaje de indecisión a través de un modelo de comunicación que intente despertar el interés del cambio.

### 9.- ¿Usted cree que un entorno agradable y atractivo permita construir equipos de trabajo?

Tabla 9: Entorno agradable y atractivo

Tabla 9	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	33	32	32	32
Muy Buena	66	68	68	100,0
Total	93	100,0	100,0	

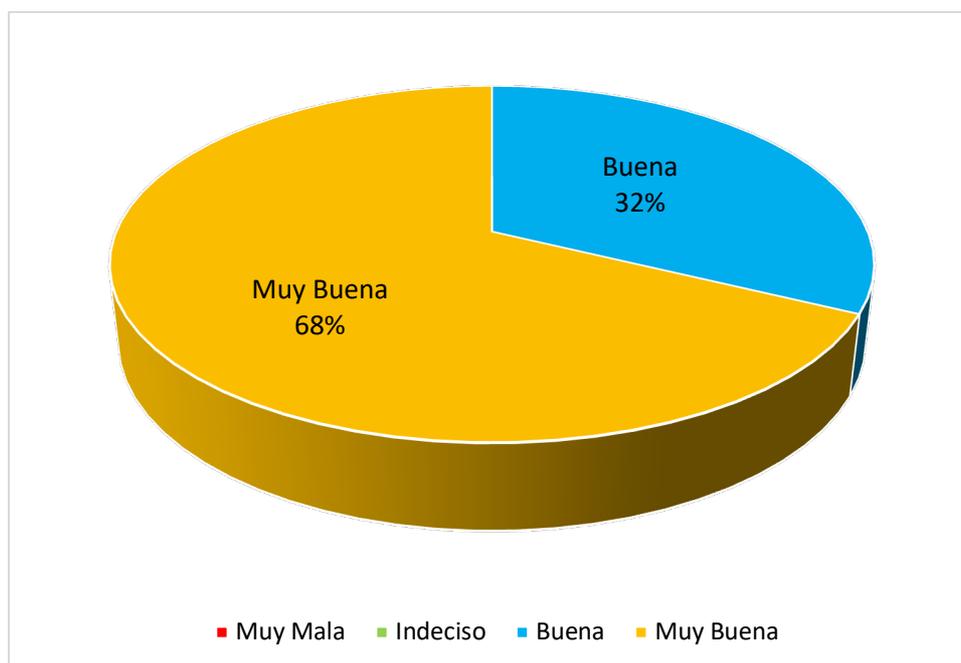


Figura 9: Entorno agradable y atractivo

En las respuestas para esta pregunta se puede constatar que un 100% contesta de manera favorable el 68% informa de muy buena y un 32% de buena. Podemos decir que un entorno agradable y atractivo permite la construcción de equipos de trabajo, además determina un clima laboral preocupado por el crecimiento y bienestar de las personas para realizar un trabajo amigable, confortable, efectiva y ágil.

**10.- ¿Usted considera que un personal con nivel de conocimientos y habilidades permite la construcción de equipos de trabajo?**

Tabla 10: *Personal con nivel de capacidades*

Tabla 10	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	3	3,2	3,2	3,2

Buena	39	41,9	41,9	45,2
Muy Buena	51	54,8	54,8	100,0
Total	93	100,0	100,0	

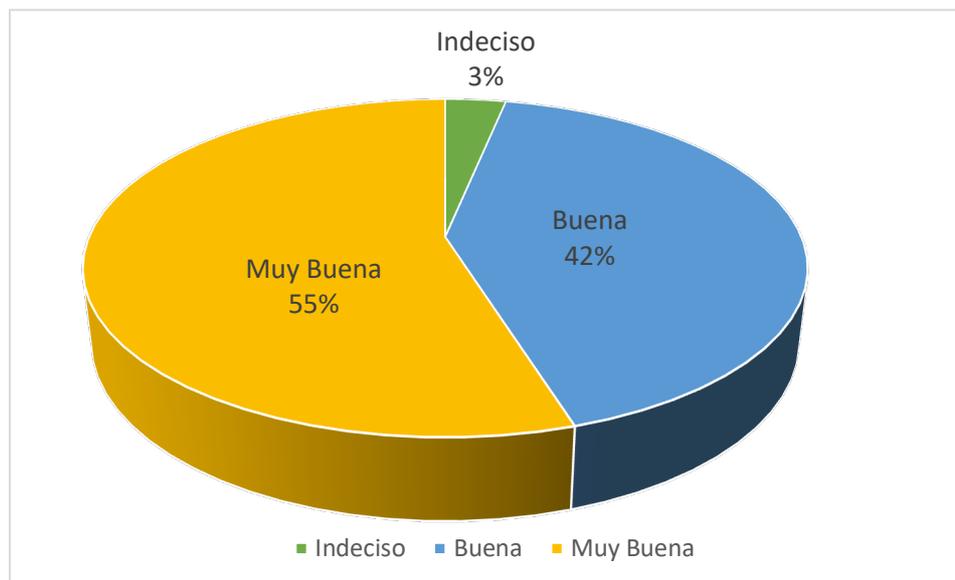


Figura 10: Personal con nivel de capacidades

En las afirmaciones se precisa que el 97 % indicó favorablemente y solo un 3 % se encuentra indeciso. Lo que se podría deducir que sobre el personal capacitado o con niveles de conocimientos y habilidades se debe hacer la construcción de equipos de trabajo.

### 11.- ¿Considera que en la construcción de los equipos de trabajo se debe dar a entender la coordinación y el trabajo en equipo?

Tabla 11: Coordinación y trabajo en equipo

Tabla 11	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	1	1,1	1,1	1,1

Indeciso	3	3,2	3,2	4,3
Buena	32	34,4	34,4	38,7
Muy Buena	57	61,3	61,3	100,0
Total	93	100,0	100,0	

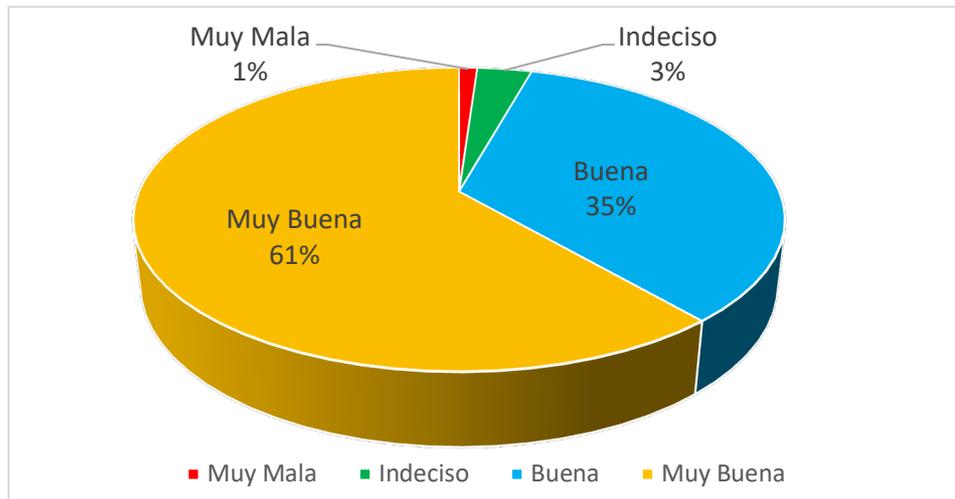


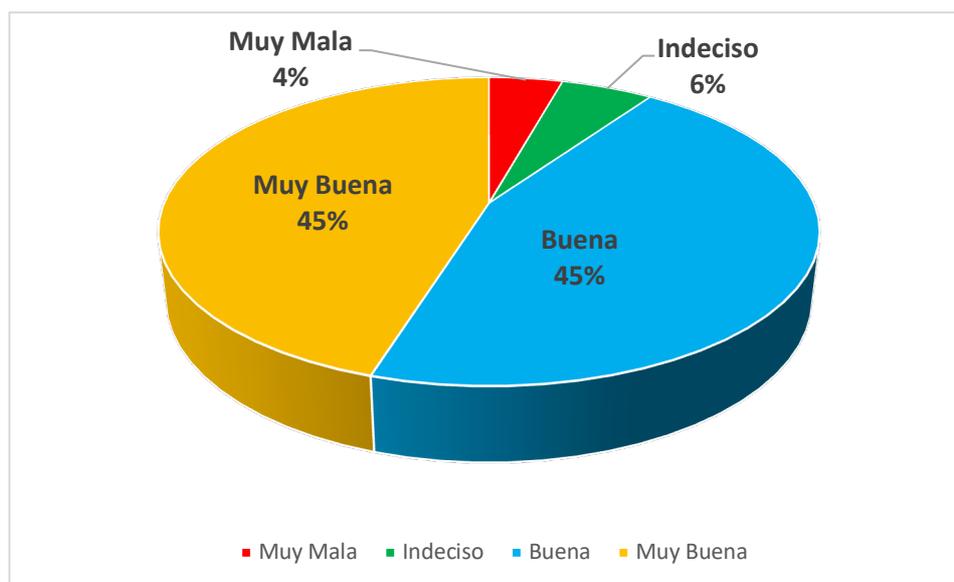
Figura 11: Coordinación y trabajo en equipo

En las respuestas para esta pregunta se puede constatar que un 96% reconoce de manera favorable, el 61% manifiesta de muy buena, un 35% de buena, un 3% se encuentra indeciso y solo un 1% manifiesta no estar de acuerdo. Por lo que en la construcción de los equipos de trabajo se debe tener en cuenta que el proceso de coordinar con los equipos de trabajo implica usar modelos de comportamiento encaminados a integrar conocimientos, acciones y objetivos para obtener propósitos comunes.

**12.- ¿Usted reconoce que el trato del superior con sus empleados permite construir equipos de trabajo?**

Tabla 12: *Trato del jefe con sus empleados*

Tabla 12	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	4	4,3	4,3	4,3
Indeciso	5	5,4	5,4	9,7
Buena	42	45,2	45,2	54,8
Muy Buena	42	45,2	45,2	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Figura 12: *Trato del jefe con sus empleados*

En las afirmaciones para esta pregunta se puede constatar que un 90% contesta de manera favorable, el 45% expresa de muy buena, un 45% de buena, un 6% se encuentra indeciso y un 4% muy mala. Por lo que podemos reconocer que el trato del superior con sus empleados nos pueda permitir construir equipos de trabajo que genere compromiso y metas comunes.

**13.- ¿Considera como habilidades del líder, a la capacidad de una buena comunicación que repercuta en la productividad?**

Tabla 13: Buena comunicación

Tabla 13	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	1	1,1	1,1	1,1
Indeciso	2	2,2	2,2	3,2
Buena	37	39,8	39,8	43,0
Muy Buena	53	57,0	57,0	100,0
Total	93	100,0	100,0	

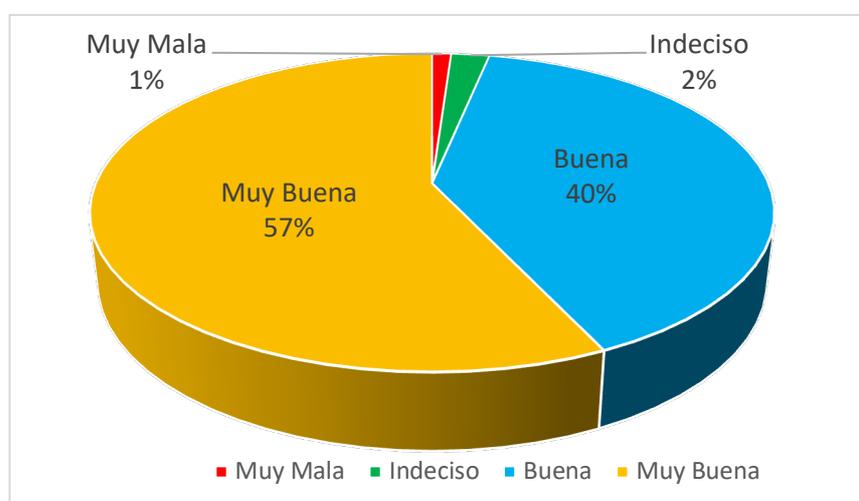


Figura 13: Buena comunicación

Los resultados para esta pregunta constatan que un 97% contesta de manera favorable, el 57% declara de muy buena, el 40% de buena, un 2% se encuentra indeciso y solo un 1% manifiesta muy mal. Podemos derivar que, como habilidades del líder, está la capacidad de una buena comunicación, habilidad apreciada en el contexto laboral, para entenderse con todos los integrantes en la mejora de la productividad.

**14.- ¿Considera como habilidades del líder, a la capacidad de motivar a sus colaboradores para sentirse cómodos y elevar su potencial?**

Tabla 14: *Capacidad de motivar*

Tabla 14	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	4	4,3	4,3	4,3
Buena	23	24,7	24,7	29,0
Muy Buena	66	71,0	71,0	100,0
Total	93	100,0	100,0	

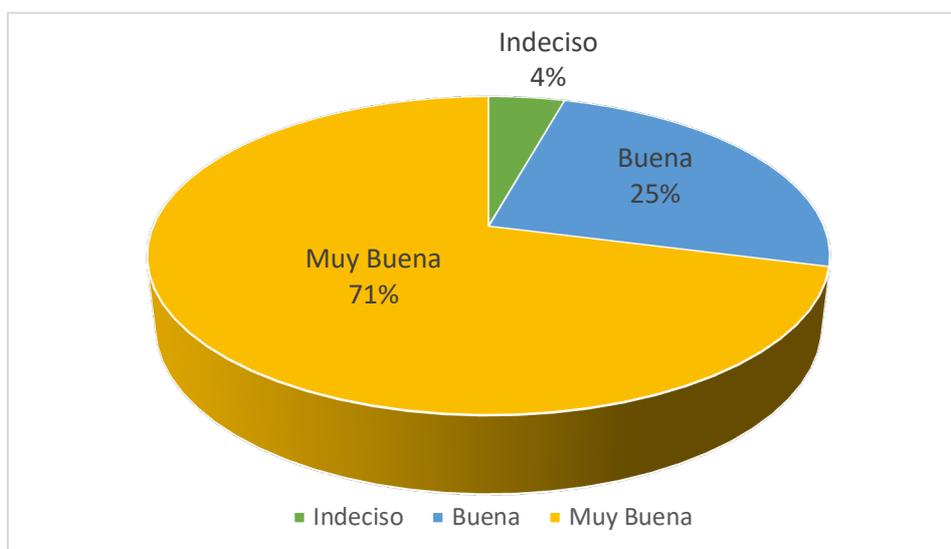


Figura 14: Capacidad de motivar

En las afirmaciones se precisa que el 96 % indicó favorablemente y un 4 % se encuentra indeciso. De acuerdo a esta pregunta se puede desprender que, como habilidades del líder, la capacidad de motivar a sus colaboradores al logro de metas usuales y que se sienta satisfecha y comprometido con lo que hace además de sentirse cómodos y elevar su potencial.

**15.- ¿Considera como habilidades del líder, a la capacidad de ser expeditivo en tomar decisiones para proteger la empresa?**

Tabla 15: *Capacidad para tomar decisiones*

Tabla 15	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	1	1,1	1,1	1,1
Indeciso	8	8,6	8,6	9,7
Buena	44	47,3	47,3	57,0
Muy Buena	40	43,0	43,0	100,0
Total	93	100,0	100,0	

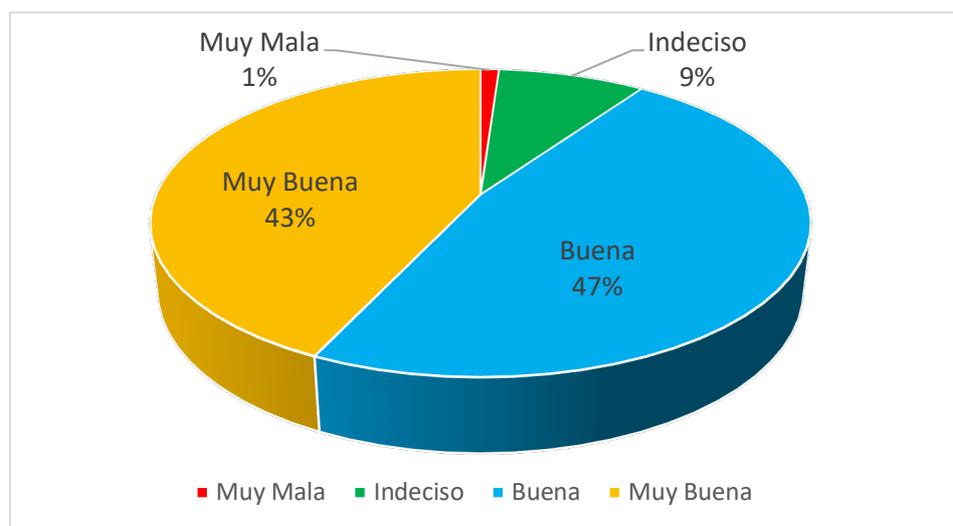


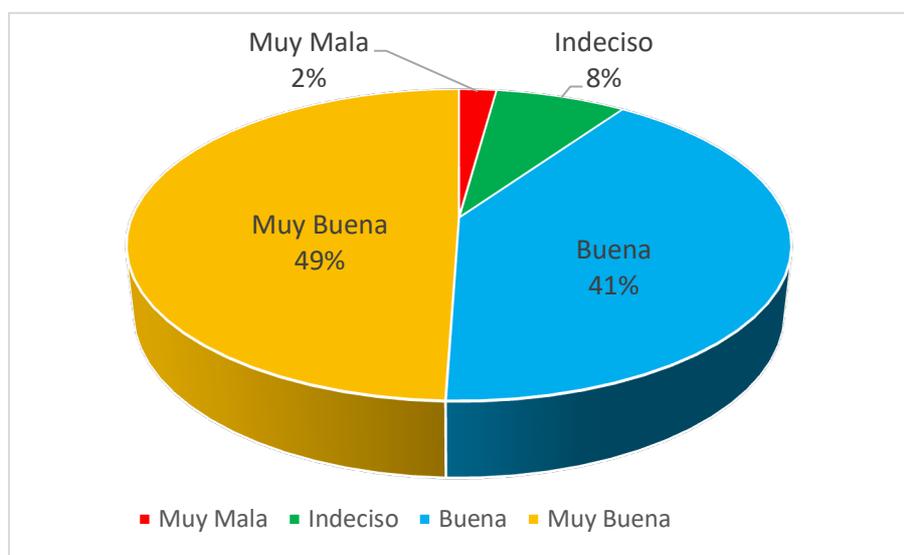
Figura 15: Capacidad para tomar decisiones

En las expresiones se da a conocer que el 90 % declaró favorablemente, un 9 % se encuentra indeciso y sólo el 1% respondió muy mala. Se desprende que, como habilidades del líder, la capacidad para tomar decisiones es una habilidad definida como proceso metódico de elegir de una miscelánea de opciones apoyado en información disponible el ponderar aspectos negativos y positivos en tomar decisiones para proteger la empresa.

**16.- ¿Considera como habilidades del líder, a capacidad de eficiencia para gestionar recursos sea material o de personas?**

Tabla 16: *Eficiencia para gestionar recursos*

Tabla 16	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	2	2,2	2,2	2,2
Indeciso	7	7,5	7,5	9,7
Buena	38	40,9	40,9	50,5
Muy Buena	46	49,5	49,5	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Figura 16: *Eficiencia para gestionar recursos*

En las revelaciones se reconoce que el 90 % expresó favorablemente, un 8 % se encuentra indeciso y sólo el 2% respondió muy mala. Se encamina que, como habilidades del líder la eficiencia para gestionar recursos como una herramienta que determina hacer ágil y sencilla las tareas diarias y del equipo de trabajo que incluye el proceso de identificación, adquisición y gestión de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos.

**17.- ¿Considera como habilidades del líder la capacidad de ponerse en el lugar de la otra persona?**

Tabla 17: *Empatía*

Tabla 17	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	5	5,4	5,4	5,4
Indeciso	8	8,6	8,6	14,0
Buena	28	30,1	30,1	44,1
Muy Buena	52	55,9	55,9	100,0
Total	93	100,0	100,0	

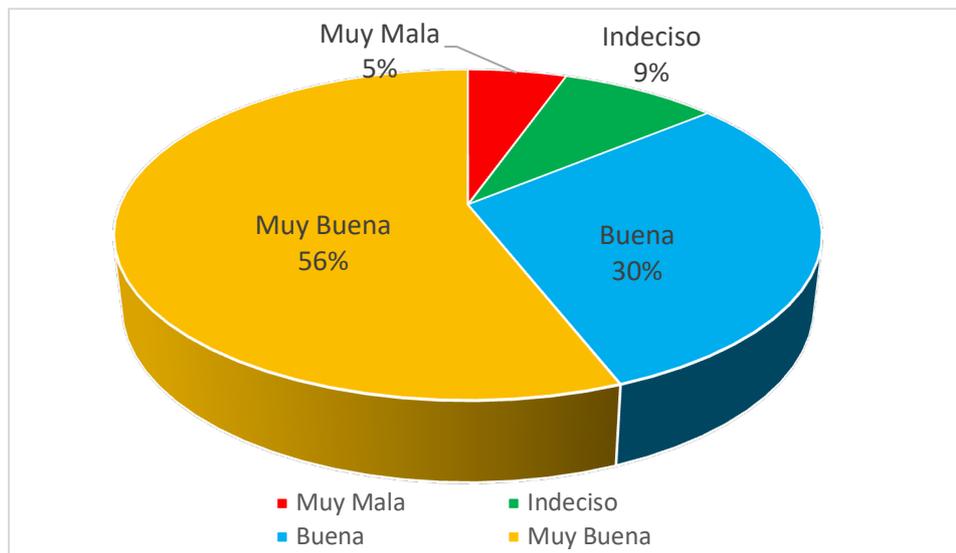


Figura 17: *Empatía*

En las afirmaciones para esta pregunta se precisa que un 86% contesta de manera favorable, el 56% indica de muy buena, 30% buena, un 9% se encuentra indeciso y solo un 5% declara muy mala. Se induce que, como habilidades del líder, la empatía es la capacidad de percibir emociones y sentimientos de los individuos, poniéndose en el lugar de la otra persona, con la intención de reconocer, comprender y poder compartir.

**18.- ¿Considera como habilidades del líder, a la capacidad de escuchar con entendimiento y comprensión de lo que la otra persona quiere decir o transmitir?**

Tabla 18: *Capacidad de escucha*

Tabla 18	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	13	14.0	14.0	14.0
Buena	37	39.8	39.8	53.8
Muy Buena	43	46.2	46.2	100.0
Total	93	100,0	100,0	

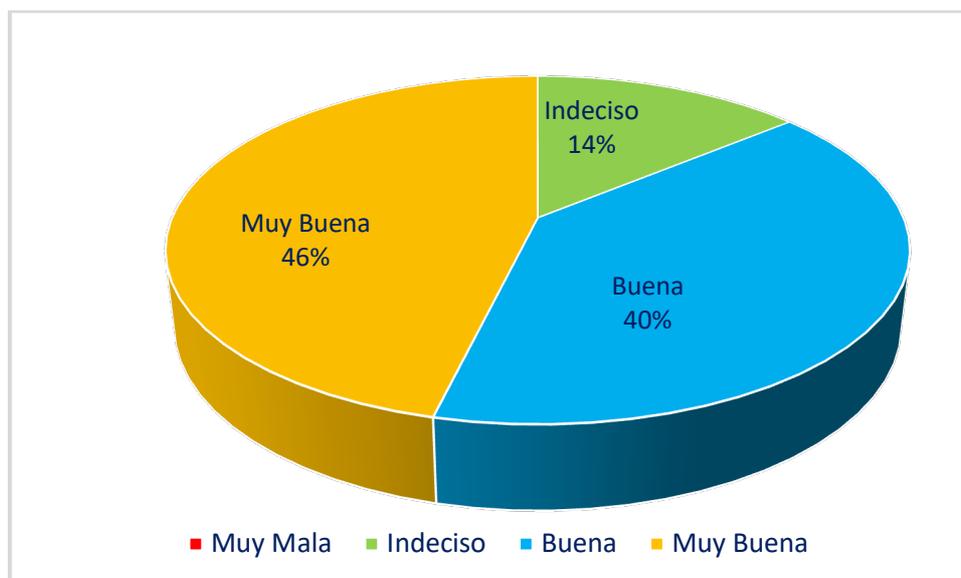


Figura 18: Capacidad de escucha

En las declaraciones se precisa que el 86 % indicó favorablemente y un 14 % se encuentra indeciso. Se induce que, la capacidad de escucha como habilidades del líder es poder comprender, saber percibir perspectivas y emociones de otras personas. Representa saber lo que se ha dicho o han querido decir además sentir que se ha escuchado.

**19.- ¿Considera como habilidades del líder, a la capacidad de ser claro, franco y directo para decir lo que se quiere decir sin herir sentimientos a los demás?**

Tabla 19: *Asertividad*

Tabla 19	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	2	2,2	2,2	2,2
Indeciso	3	3,2	3,2	5,4
Buena	35	37,6	37,6	43,0
Muy Buena	53	57,0	57,0	100,0
Total	93	100,0	100,0	

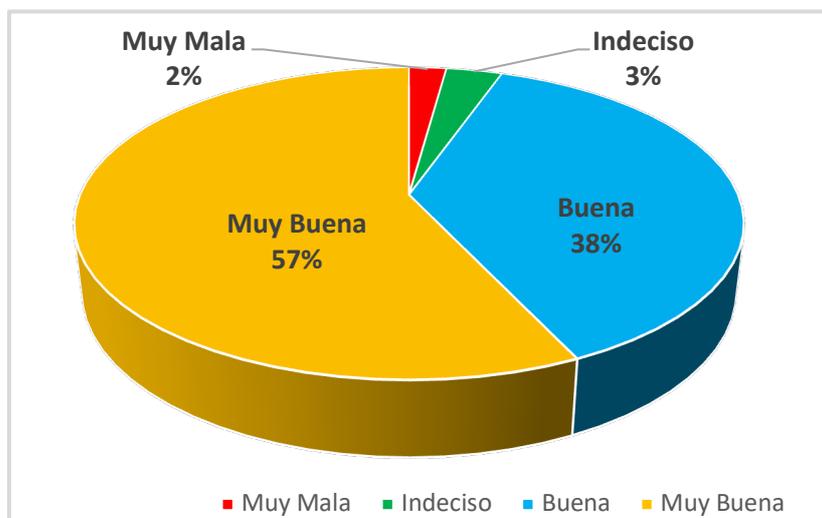


Figura 19: Asertividad

En las revelaciones se reconoce que el 95 % expresó favorablemente, un 3 % se encuentra indeciso y sólo el 2% respondió muy mala. Se deduce que, asertividad como habilidad del líder es el que faculta a las personas exteriorizar la manera adecuada de comportarse, defendiendo sus derechos, expresando opiniones y realizando sugerencias de manera justa ser claro, franco y directo para decir lo que se quiere decir sin herir sentimientos a los demás.

**20.- ¿Considera como habilidades del líder, a la capacidad de negociación dirigida a buscar solución propicia para las partes?**

Tabla 20: *Negociación*

Tabla 20	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	5	5,4	5,4	5,4
Indeciso	3	3,2	3,2	8,6
Buena	40	43,0	43,0	51,6
Muy Buena	45	48,4	48,4	100,0
Total	93	100,0	100,0	

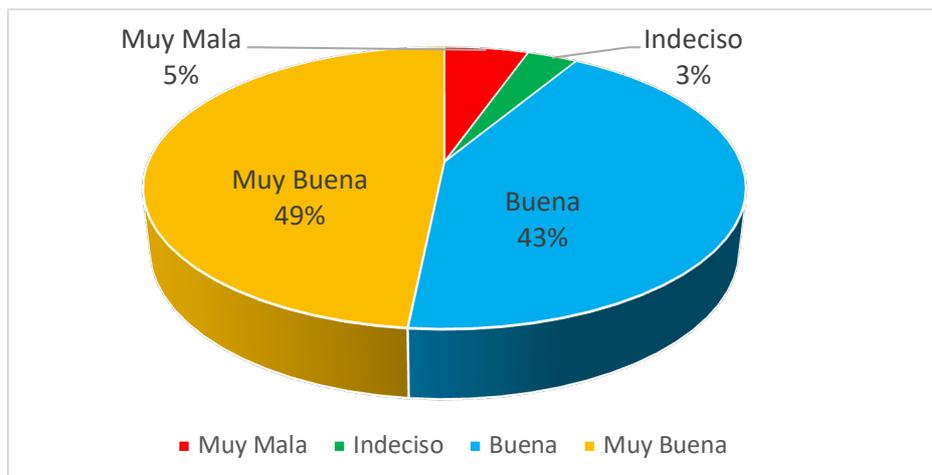


Figura 20: Negociación

En las respuestas para esta pregunta se puede constatar que un 82% contesta de manera favorable, el 49% declara muy buena, un 43% de buena, un 3% se encuentra indeciso y un 5% declara muy mala. Se deriva que, la negociación como habilidad del líder como el procedimiento en la que dos personas o más con intereses comunes tratan de llegar a acuerdos para las partes, propios de la comunicación con el fin de satisfacer necesidades propias.

**21.- ¿Considera como habilidades del líder, a la capacidad de ser consciente y pedir disculpas por sus errores cometidos?**

Tabla 21: *Capacidad de disculparse*

Tabla 21	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	4	4,3	4,3	4,3
Buena	40	43,0	43,0	47,3
Muy Buena	49	52,7	52,7	100,0
Total	93	100,0	100,0	

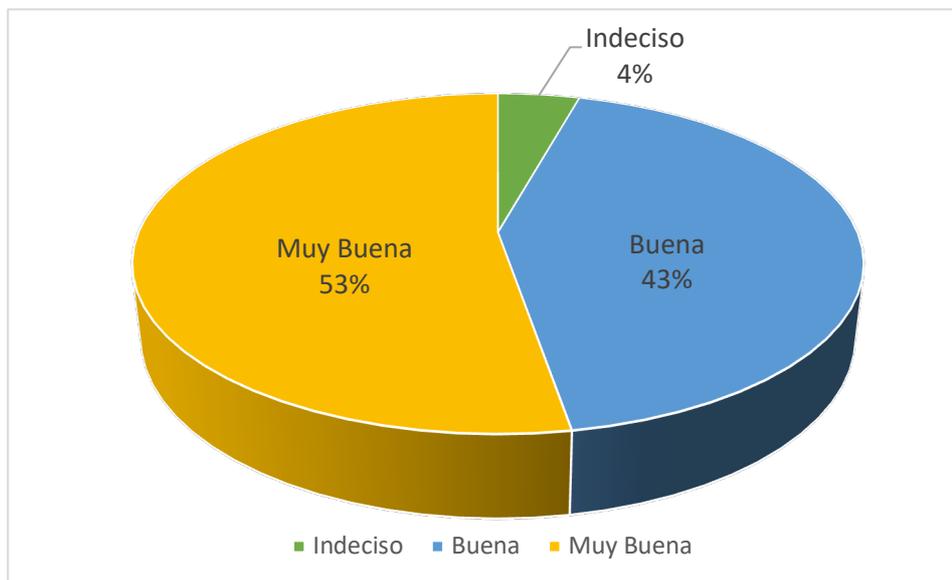


Figura 21: Capacidad de disculparse

En las afirmaciones se precisa que el 96 % indicó favorablemente y un 4 % se encuentra indeciso. Se supone que, la capacidad de disculparse es una habilidad social del líder como capacidad y fortaleza de emociones para pedir disculpas, reconocer la equivocación, uso, control y comprensión de emociones.

**22.- ¿Considera como habilidades del líder preocuparse por una formación continua como exigencia de la velocidad de los cambios?**

Tabla 22: *Formación continua*

Tabla 22	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	6	6,5	6,5	6,5
Buena	46	49,5	49,5	55,9
Muy Buena	41	44,1	44,1	100,0

Total	93	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

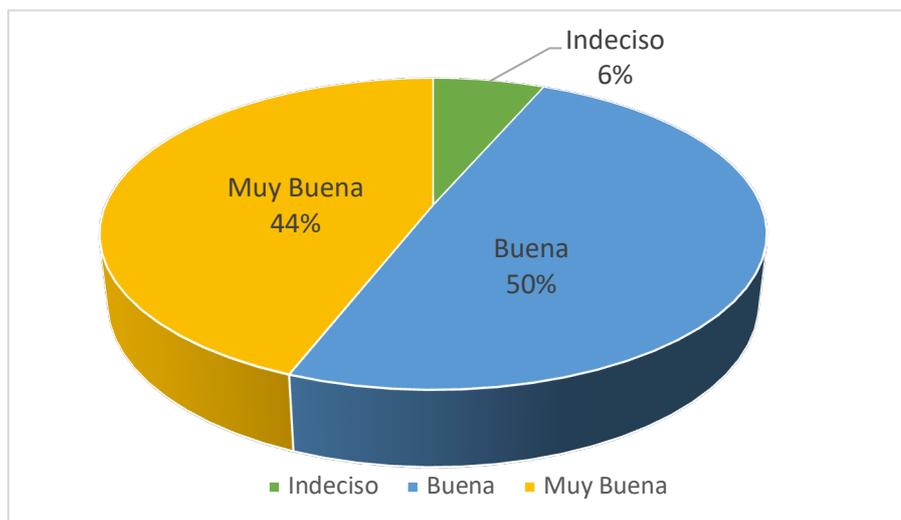


Figura 22: Formación continua

En las revelaciones se reconoce que el 94 % expresó favorablemente y un 6 % se encuentra indeciso. Se desprende que, la formación continua como habilidad técnica del líder preocuparse por una formación integrada por labores y programas de aprendizaje de modo práctico y teórico en personas que buscan el aumento y actualización de sus conocimientos como exigencia de celeridad de cambios.

**23.- ¿Considera como habilidades del líder, a convivir, colaborar y conectarse para adaptarse a los cambios?**

Tabla 23: *Adaptación al cambio*

Tabla 23	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Buena	45	47.3	47.3	47.3
Muy Buena	46	52.7	52.7	100.0
Total	93	100,0	100,0	

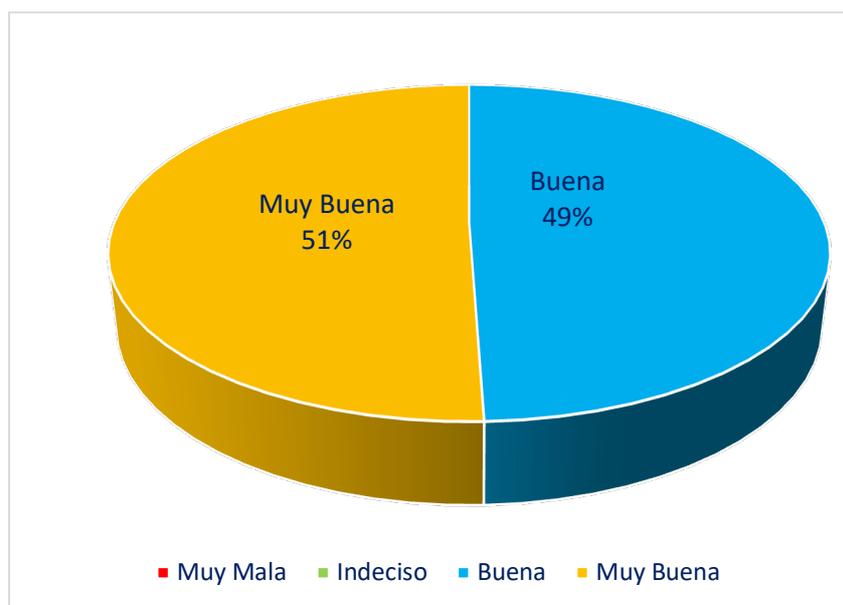


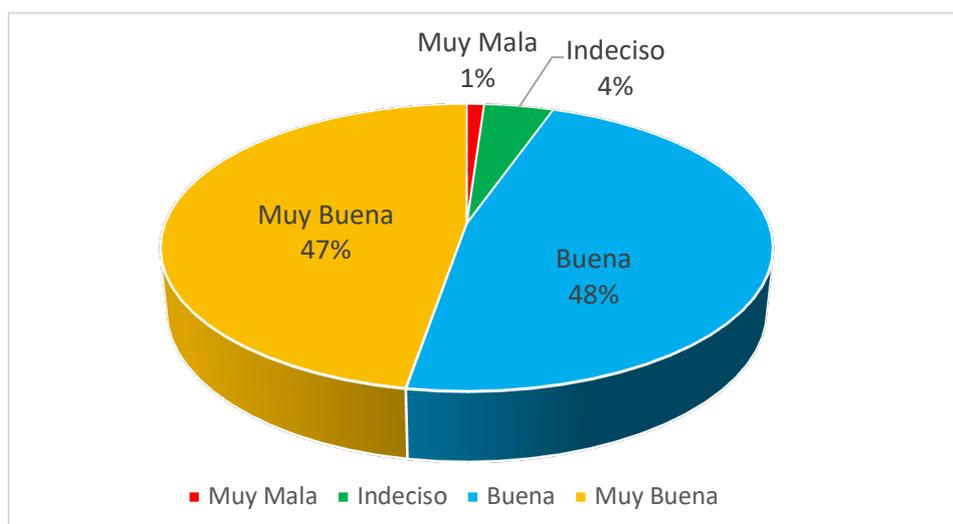
Figura 23: Adaptación al cambio

En las afirmaciones se precisa que el 100 % indicó favorablemente. Se puede entender que, la adaptación al cambio como habilidad técnica del líder a convivir, colaborar y conectarse con el propósito de asumir y adaptarse a los cambios, para transformarse, sin alterar los objetivos propuestos.

**24.- ¿Considera como habilidades del líder, a la capacidad de estar capacitado con nuevos conocimientos para afrontar los retos?**

Tabla 24: *Aprendizaje activo*

Tabla 24	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	1	1,1	1,1	1,1
Indeciso	4	4,3	4,3	5,4
Buena	44	47,3	47,3	52,7
Muy Buena	44	47,3	47,3	100,0
Total	93	100,0	100,0	

Figura 24: *Aprendizaje activo*

Los resultados para esta pregunta se pueden constatar que un 95% contesta de manera favorable, el 47% se expresa de muy buena, un 48% de buena, un 4% se encuentra indeciso y solo un 1% manifiesta muy malo. Se puede concebir que, el aprendizaje activo como habilidad técnica del líder radica en la estrategia del aprendizaje de estar capacitado con nuevos conocimientos para afrontar los retos que se presentan por medio de experiencias colaborativas y de preocupación individual, basado en atención, motivación y participación del aprendiz.

**25.- ¿Considera como habilidades del líder la capacidad de compromiso con la transformación digital?**

Tabla 25: *Compromiso digital*

Tabla 25	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Muy Mala	1	1,1	1,1	1,1
Indeciso	3	3,2	3,2	4,3
Buena	30	32,3	32,3	36,6
Muy Buena	59	63,4	63,4	100,0
Total	93	100,0	100,0	

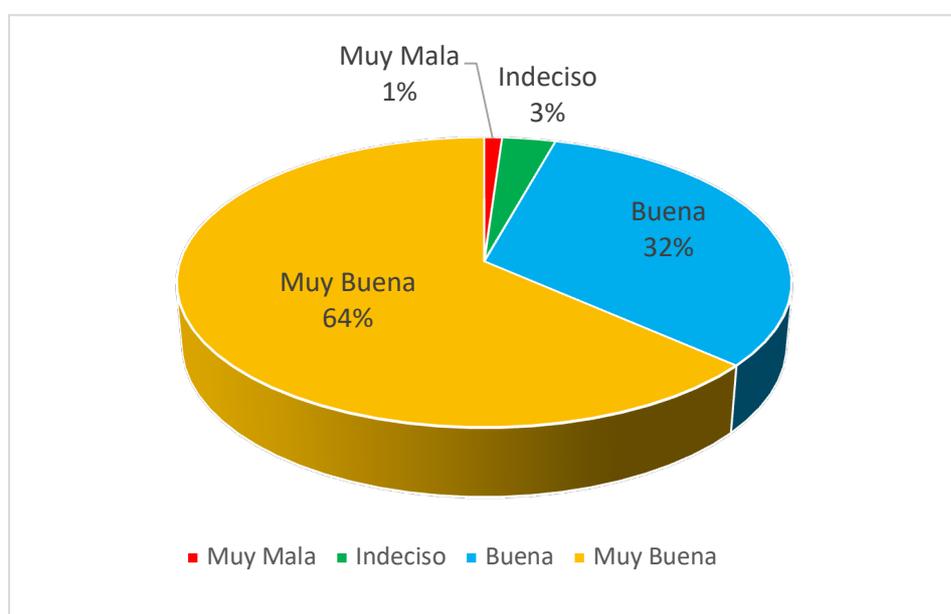


Figura 25: Compromiso digital

En las respuestas para esta pregunta se puede constatar que un 96% contesta de manera favorable, el 64% manifiesta de muy buena, un 32% de buena, un 3% se encuentra indeciso y solo un 1% manifiesta muy mala. Se puede entender que, el compromiso digital como habilidad técnica del líder radica en la manera de trabajo como medidas de aprendizaje educativo y

alfabetización digital orientada al fomento de la mejora del uso y las prácticas de plataforma digital.

## 5.2 Análisis de Resultados

En el proceso de la investigación se presentan los resultados del cruce de información en la que se muestra la aplicación de las herramientas de la recolección de los datos o la información de los resúmenes de los análisis estadísticos que nos proporciona el software del SPSS.

### Hipótesis General

**H<sub>1</sub>.** El liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.

**H<sub>0</sub>.** El liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

Prueba estadística: prueba Chi – Cuadrado

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$

Grados de libertad: 4}

**Punto crítico:**  $\chi^2_{(4,0.95)} = 9,4877$

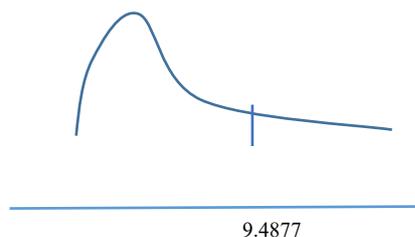


Tabla 26: Tabla cruzada Liderazgo Empresarial \* La Comunicación

Tabla 26	Comunicación			Total
	Indeciso	Buena	Muy Buena	

Liderazgo	Indeciso	2	1	0	3
Empresarial	Buena	0	39	4	43
	Muy Buena	0	20	27	47
Total		2	60	31	93

Tabla 27: Pruebas de chi-cuadrado para el objetivo general

Tabla 27	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	85,183 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	41,519	4	,000
Asociación lineal por lineal	30,722	1	,000
N de casos válidos	93		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,06.

Tabla 28: Medidas simétricas

Tabla 28	Valor	Significación aproximada
Nominal por Nominal    Coeficiente de contingencia	,691	,000
N de casos válidos	93	

Función pivotal:

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 85,183^a$$

$\chi_o^2 = 85,183^a$  pertenece a la región de rechazo bajo la hipótesis nula

$$P(\chi^2 > 85,183^a) = 0.000$$

**Decisión:** como 85,183<sup>a</sup> pertenece a la región de rechazo bajo la hipótesis nula, aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula.

**Conclusión:** Concluimos diciendo que el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

Podemos decir que el liderazgo empresarial es la cualidad de una persona al mando de empresa que consigue influir en la conducta y la toma de decisiones de los colaboradores, percibiendo un favorable ambiente en el ámbito laboral. Surge como el vínculo de habilidades que se pueden desarrollar sin parar si se encuentran combinadas las habilidades técnicas, personales y sociales.

La comunicación define las pautas de interacción con los integrantes de la empresa y sus departamentos. Asimismo, determina el conjunto de procesos que tiene una organización para transmitir y comunicarse, por lo que precisa de técnicas de comunicación que señale los objetivos de la empresa, las políticas de trabajo y definir las pautas en toda la organización de manera adecuada, así como de la función de cada colaborador con la finalidad de potenciar y lograr los resultados, por lo que busca la manera de emplear una buena comunicación asertiva empleando diversos canales de comunicación con el propósito de establecer una relación de confianza y

generar el máximo rendimiento de sus colaboradores, proporcionando los incentivos y recursos necesarios.

### Hipótesis Específica 1

**H<sub>1</sub>.** El liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

**H<sub>0</sub>.** El liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

Prueba estadística: prueba Chi – Cuadrado

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$

Grados de libertad: 4

**Punto crítico:**  $\chi^2_{(4,0.95)} = 9,4877$

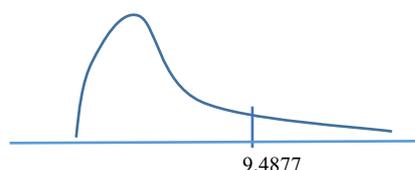


Tabla 29: Tabla cruzada Liderazgo Empresarial \* Toma de Decisiones

Tabla 29		Toma de Decisiones			Total
		Indeciso	Buena	Muy Buena	
Liderazgo	Indeciso	1	1	1	3
Empresarial	Buena	2	37	4	43
	Muy Buena	1	17	29	47
Total		4	55	34	93

Tabla 30: Pruebas de chi-cuadrado para la hipótesis específica 1

Tabla 30	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,076 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	32,109	4	,000
Asociación lineal por lineal	21,217	1	,000
N de casos válidos	93		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,13.

Función pivotal:

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 33,076^a$$

$\chi_o^2 = 33,076^a$  pertenece a la región de rechazo bajo la hipótesis nula.

$$P(\chi^2 > 33,076^a) = 0.000$$

**Decisión:** Como 33,076<sup>a</sup> pertenece a la región de rechazo bajo la hipótesis nula, aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula.

**Conclusión:** Concluimos diciendo que el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.

Como ejercicio del liderazgo en las organizaciones radica en infundir, propagar y aumentar confianza en sus colaboradores con la finalidad de involucrar cierto grado de

responsabilidad que permita contribuir en la toma de decisiones. Teniendo en cuenta la necesidad de conocer la filosofía empresarial, significa que el personal sepa lo que hace y quiere la empresa, utilizando medios de comunicación apropiados para la interacción de mensajes valiéndose de instrumentos o formas de transmitir información con el propósito de que el personal participe en la toma de decisiones basadas en datos analizados de acuerdo con los objetivos de la empresa en el desempeño de sus actividades empleando una comunicación clara como directriz que garanticen una correcta dirección para la toma de decisiones.

### Hipótesis Específica 2

**H<sub>1</sub>.** El liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

**H<sub>0</sub>.** El liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.

Prueba estadística: prueba Chi – Cuadrado

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$

Grados de libertad: 4

**Punto crítico:**  $\chi^2_{(4,0.95)} = 9,4877$

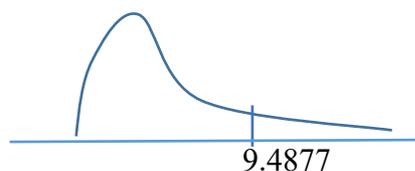


Tabla 31: Tabla cruzada Liderazgo Empresarial \* Entender el Cambio

Tabla 31	Entender el Cambio	Total
----------	--------------------	-------

		Indeciso	Buena	Muy Buena	
Liderazgo	Indeciso	2	1	0	3
Empresarial	Buena	2	36	5	43
	Muy Buena	1	12	34	47
Total		5	49	39	93

Tabla 32: Pruebas de chi-cuadrado para la hipótesis específica 2

Tabla 32	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	57,615 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	46,927	4	,000
Asociación lineal por lineal	35,723	1	,000
N de casos válidos	93		

- a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,16.

Función pivotal:

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 57,615^a$$

$\chi_o^2 = 57,615^a$  pertenece a la región de rechazo bajo la hipótesis nula.

$$P(\chi^2 > 57,615^a) = 0.000$$

**Decisión:** Como 57,615<sup>a</sup> pertenece a la región de rechazo bajo la hipótesis nula, aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula.

**Conclusión:** Concluimos diciendo que el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

El liderazgo empresarial describe a los mecanismos utilizados en una empresa para influir en el comportamiento de los colaboradores para conseguir un posicionamiento por lo que es necesario que la gerencia debe emplear un lenguaje natural para realizar la transmisión de los mensajes de manera directa y honesta con el propósito de entender los cambios, significa que exista un plan de comunicación que para su ejecución pueda entenderse y comprender la publicación del mensaje, además de la exposición permanente del mensaje como un modelo de comunicación que despierte el interés del cambio.

### Hipótesis Específica 3

**H<sub>1</sub>**. El liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.

**H<sub>0</sub>**. El liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima 2021.

Prueba estadística: prueba Chi – Cuadrado

Nivel de significancia:  $\alpha = 0.05$

Grados de libertad: 4

**Punto crítico:**  $\chi^2_{(4,0.95)} = 9,4877$

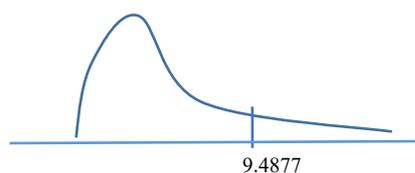


Tabla 33: Tabla cruzada Liderazgo Empresarial \* Construcción de Equipo

Tabla 33		Construcción de Equipo			Total
		Indeciso	Buena	Muy Buena	
Liderazgo	Indeciso	1	1	1	3
Empresarial	Buena	2	29	12	43
	Muy Buena	0	3	44	47
Total		3	33	57	93

Tabla 34: Pruebas de chi-cuadrado para la hipótesis específica 3

Tabla 34	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	50,029 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitud	50,140	4	,000
Asociación lineal por lineal	37,470	1	,000
N de casos válidos	93		

a. 5 casillas (55,6%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,10.

Función pivotal:

$$\chi_o^2 = \sum_{j=1}^s \sum_{i=1}^r \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}} = 50,029^a$$

$\chi_o^2 = 50,029^a$  pertenece a la región de rechazo bajo la hipótesis nula.

$$P(\chi^2 > 50,029^a) = 0.000$$

**Decisión:** Como 50,029<sup>a</sup> pertenece a la región de rechazo bajo la hipótesis nula, aceptamos la hipótesis alternativa y rechazamos la hipótesis nula.

**Conclusión:** Concluimos diciendo que el liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.

El liderazgo situacional en el mundo de la empresa determina, el equilibrio y control de la inteligencia emocional frente a un mercado competitivo buscando motivar, comunicar y ser capaz de la construcción de equipos, reto que enfrentan los líderes de hoy. Un equipo es el conjunto de personas que pretenden conseguir un objetivo, para lo cual es necesario que se diseñe con la evidencia de que el personal tenga cierto nivel de capacidades, conocimiento, habilidades, y destrezas de las diversas personas que lo conforman, con el propósito de generar un entorno agradable y atractivo sobre todo de responsabilidad y compromiso. La coordinación y trabajo en equipo que tratan de lograr un alto rendimiento asociada a la satisfacción y orgullo de formar parte de un equipo y el crecimiento personal además del trato del jefe con sus empleados al proporcionar las condiciones para construir equipos exitosos.

### **5.3 Discusión de resultados**

Los resultados más relevantes de la investigación de acuerdo a la variable de estudio la comunicación se encontró en la dimensión entender el cambio con sus indicadores plan de comunicación y permanencia del mensaje de las preguntas 5 y 8 de la encuesta, en la que sus respuestas a la encuesta se pudo constatar que un 63% de los colaboradores contestaron de

manera favorable, sin embargo, existe un buen porcentaje de indecisos por lo que es de preocupación sobre la comunicación como transferencia de información con las diversas personas en la empresa sean dentro o fuera de ella.

Por otro lado, se encontró que en la pregunta 9 del cuestionario el 100% de los encuestados están de acuerdo que la construcción de equipo de trabajo determina que se desarrolla mejor en un entorno atractivo y agradable, clave para la integración de equipos, así como el complemento de la obtención de metas y beneficios comunes. Asimismo, en la pregunta 23 con relación a las habilidades técnicas del líder que corresponde a la colaboración, la convivencia con la intención de adaptarse y asumir los cambios sin que esto altere los objetivos de la organización.

De acuerdo con el objetivo específico, Explicar cómo el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021, para este objetivo se tomó como referencia la prueba de hipótesis el valor  $\chi^2$  es 234,481 siendo este resultado mayor al punto crítico por lo que se afirma que existen suficientes razones que rechazan la hipótesis nula, por tanto se corrobora que el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021. Entonces el liderazgo empresarial explica a los mecanismos que utiliza una empresa en que influye en el comportamiento de los colaboradores a alcanzar un posicionamiento siendo necesario que la gerencia emplee un lenguaje sencillo que pueda transmitir los mensajes de forma directa con el fin de que se entiendan los cambios.

Que conforme al trabajo realizado por Myriam Suarez de la Universidad Católica de Colombia en su tesis “Determinación de la relación entre la comunicación y el liderazgo en la aceptación del cambio organizacional en un ambiente universitario” concluyó que no encontró una relación de significancia entre las habilidades del liderazgo de los colaboradores y el cambio organizacional (Suárez, 2016).

## **CAPÍTULO VI**

### **6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **6.1 CONCLUSIONES**

1. De acuerdo a los análisis realizados para el objetivo general de la presente investigación: Analizar como el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021, llegó a la conclusión que, utilizando las bases teóricas y el empleo de herramientas de la estadística aplicada como la prueba de chi cuadrado de Pearson con el valor de 85,183 con una significancia asintótica bilateral de 0,000 y con un punto crítico igual a 9,4877 precisa que, el liderazgo empresarial influye en la comunicación de la empresa materia de estudio.

Por tanto el liderazgo empresarial como actitud de una persona que representa la autoridad de la organización, consigue influir en el comportamiento y decisión del personal, surge como el lazo para aplicar sus habilidades personales, técnicas y sociales de manera

combinada; por ende la comunicación define los patrones que interactúa con toda la organización señalando las políticas, los objetivos asimismo, dar a conocer y buscar una comunicación asertiva que testifique la confianza y el rendimiento de los colaboradores.

2. Para el primer objetivo específico: Identificar como el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios concluye con respecto a los resultados de los fundamentos teóricos así como la aplicación de las herramientas de la estadística aplicada y los alcances de la prueba chi cuadrado de Pearson 33,076 con una significancia asintótica bilateral de 0,000 y un punto crítico igual a 9,4877 que, se evidencia que el valor es menor al punto crítico por el resultado se afirma el rechazo de la hipótesis nula, aceptando que el liderazgo influye en la toma de decisiones, precisa que el líder busca infundir, incrementar y propagar la confianza de los colaboradores a involucrar cierto grado de responsabilidad que contribuya a la toma de dediciones, además de la trasmisión de información a los colaboradores basados en los datos relacionados a los objetivos de la empresa empleando una comunicación clara que ofrezca garantía de dirección en la toma de ediciones, por otro lado las respuestas de la encuesta para esta dimensión fueron muy altos que en promedio es de un 95 % favorable para los indicadores: Conocimiento de la filosofía empresarial, el uso de medios adecuados, la Participación y el Conocimiento de los objetivos de la empresa.
3. Para el segundo objetivo específico Explicar cómo el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021. En concordancia a los fundamentos teóricos y la aplicación de la

estadística aplicada teniendo en cuenta los resultados de la prueba chi cuadrado de Pearson 57,615 con una significancia asintótica bilateral de 0,000 y el punto crítico igual a 9,4877, en la que se evidencia el valor menor al punto crítico; resultado que afirma el rechazo de la hipótesis nula y acepta que el liderazgo influye en el entendimiento del cambio. Concluye que se debe emplear un lenguaje natural y sencillo en la trasmisión de los mensajes con el objetivo de que se entiendan los cambios. Sin embargo, en promedio el 35% de respuestas de la encuesta se encuentra indeciso de acuerdo a los indicadores de plan de comunicación y mensaje permanente de la dimensión entender el cambio, y un promedio de 95% afirmó favorablemente con los indicadores: Ejecución del plan y el Entendimiento del mensaje.

4. Para el tercer objetivo específico, Determinar cómo el liderazgo situacional influye en la construcción de equipos en una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021. En conformidad a los resultados de los fundamentos teóricos, y la aplicación de la estadística aplicada y la deducción de la prueba chi cuadrado de Pearson 50,029a con una significancia asintótica bilateral de 0,000 y con un punto crítico igual a 9,4877 que, en la que se evidencia el valor es menor al punto crítico, se afirma el rechazo de la hipótesis nula, aceptando que el liderazgo influye en la construcción de equipos. Concluyó que para el indicador un entorno agradable y atractivo, la declaración ha sido 100% favorable, determina que cuando en el entorno se lleva a cabo este indicador es factible construir equipos de trabajo en el que garanticen una labor amigable confortable efectiva y ágil. De igual forma el 93% promedio de los manifiestos de la encuesta son favorables con

los indicadores: Personal con nivel de capacidades, la coordinación y trabajo en equipo, el trato del jefe con sus empleados.

## **6.2 RECOMENDACIONES**

1. Para el objetivo general se recomienda tener en cuenta que el liderazgo empresarial es la habilidad que tiene el líder para inspirar y guiar a los colaboradores con el fin de lograr el máximo rendimiento en beneficio de la empresa, este tipo de liderazgo es el que no impone sus ideas, influye de modo positivo, por tanto, las organizaciones necesitan de líderes carismáticos, comunicativos y estratégicos, para construir un futuro lleno de posibilidades. Asimismo, la comunicación como vínculo de labores comunicativas que suceden en la empresa con el propósito de obtener los objetivos relacionados a transmitir mensajes con la importancia clara y precisa de la información que señale objetivos, políticas, normativas claras y precisas a través de una comunicación asertiva.
2. Para el primer objetivo específico: Identificar como el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones se recomienda tener en cuenta que las habilidades personales, sociales y técnicas del líder que están en las capacidades de comunicar y motivar que se aprecia en el contexto laboral para ser entendida por los colaboradores con el fin de elevar su potencial, además que por medio de la eficiencia que incluyen el proceso de

identificar, adquirir y gestionar los recursos para hacer las tareas ágiles y sencillas además de procesos metódicos de elegir de un conjunto de opciones que apoyado en información se pueda tomar decisiones para preservar la empresa.

3. Para el segundo objetivo específico se recomienda que el liderazgo situacional debe entender que la gestión del cambio son los que generan gran ventaja competitiva como habilidad básica del líder y para las organizaciones, como camino fácil de la comunicación por lo que es necesario la capacitación y sensibilización con el fin de que se comprenda sus roles y construir la cultura que oriente a los cambios, para superar las respuestas de un buen porcentaje de los encuestados que se encuentran indecisos
4. Para el tercer objetivo específico, se recomienda reconocer que el liderazgo empresarial se debe adaptar a los objetivos y la cultura empresarial. Construir equipos de trabajo determina fortalecer la unión de la empresa, como característica del líder porque cuenta con la comunicación como mecanismo básico, que fortalece la integración de los colaboradores para realizar las tareas en común.

## REFERENCIAS

- Ancín, I. A., y Espinosa, J. T. (2017). La Relación entre la Comunicación Interna y el Clima Laboral: Estudio de Caso en PYMES de la Ciudad de Guayaquil. *PODIUM*, 65-77. Obtenido de <https://revistas.uees.edu.ec/index.php/Podium/article/view/79>
- Baena, P. G., (2014). Instrumentos de investigación (manual para elaborar trabajos de investigación y tesis profesionales), UNAM, FCP A y S, México, 1978, 170pp.
- Bizneo blog. (2020). *Liderazgo Situacional | 5 ventajas de aplicarlo en tu empresa*. Madrid España: Gestión del talento. Obtenido de <https://www.bizneo.com> › blog › liderazgo-situacional
- Bizneo blog. (2020). *Liderazgo Situacional 5 ventajas de aplicarlo en tu empresa*. Madrid España: Gestión del talento. Obtenido de <https://www.bizneo.com> › blog › liderazgo-situacional
- Calisaya, E. M., y Mendoza, V. C. (2019). *Liderazgo y su influencia en el ejercicio de la participación social de las beneficiarias del programa de complementación alimentaria de la provincia de Yunguyo – 2018*. Universidad Nacional del Altiplano, Facultad de Trabajo Social, Puno – Perú. Obtenido de [http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12300/Calisaya\\_Erika\\_Mendoza\\_Veronica.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/12300/Calisaya_Erika_Mendoza_Veronica.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Elempleo. (2021). *¿Cuáles son los problemas empresariales más comunes?* Universidad Sergio Arboleda. Bogotá - Colombia: Mundo empresarial Noticias. Obtenido de

<https://www.elempleo.com/co/noticias/mundo-empresarial/cuales-son-los-problemas-empresariales-mas-comunes-3162>

Estudio de Comunicación. (2016). *Comunicación Empresarial: 33 ideas para una comunicación empresarial de éxito*. (B. Berceruelo, Ed.) Comunicación Empresarial Banco Popular.

Obtenido de <https://www.estudiodecomunicacion.com/wp-content/uploads/2018/01/Libro-Comunicaci%C3%B3n-Empresarial.pdf>

Orellana, P. N. (2019). *Liderazgo empresarial*. Economipedia.com. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/liderazgo-empresarial.html>

Romero, I. (2019). *El liderazgo empresarial: importancia y características*. Revista: RRHHDigital. El Club del Emprendimiento. Obtenido de <http://www.rrhhdigital.com/secciones/136868/el-liderazgo-empresarial-importancia-y-caracteristicas>

Soto, R. M. (2017). *El liderazgo y la gestión administrativa de la municipalidad distrital San Pedro de Chaná-Huari, en el año 2017*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho - Lima Perú. Obtenido de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/627>

Suárez, M. C. (2016). *Determinación de la relación entre la comunicación y el liderazgo en la aceptación del cambio organizacional en un ambiente universitario en la ciudad de Bogotá*. Universidad Católica de Colombia, Bogotá - Colombia. Obtenido de <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/2073/1/trabajo%20maestria%20Miryam%202014%5b1%5d.pdf>

- Talledo, K. M. (2019). *Estrategias de liderazgo y su influencia en la comunicación organizacional interna de una empresa privada de servicios de Lima*. Universidad Ricardo Palma, Escuela de Posgrado. Lima-Perú: Tesis Maestría. Obtenido de [http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/2533/COMP\\_T030\\_44898080\\_M%20Talledo%20Mendoza%2C%20Karen%20Shella.pdf?sequence=1&isAllo wed=y](http://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/2533/COMP_T030_44898080_M%20Talledo%20Mendoza%2C%20Karen%20Shella.pdf?sequence=1&isAllo wed=y)
- Tito, Y. R. (2017). *Propuesta del liderazgo transformacional y su contribución en el buen gobierno corporativo de FONAFE*. Lima - Perú: Universidad Ricardo Palma. Obtenido de <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1642>
- Trujillo, L. 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*. Lima - Perú. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2193/TESIS%20DE%20TRUJILLO%20MARI%C3%91O%20LUPE%20KARIN.pdf>

**APÉNDICE**

### Apéndice A Matiz de consistencia

<b>Problema</b>	<b>Objetivos</b>	<b>Hipótesis</b>	<b>Variables</b>	<b>Dimensiones</b>
¿De qué manera el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?	Analizar como el liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.	El liderazgo empresarial influye en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.	Variable: Liderazgo Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Habilidades personales</li> <li>• Habilidades sociales</li> <li>• Habilidades técnicas</li> </ul>
<b>Específicas</b>				
¿De qué manera el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?	Identificar cómo el liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.	El liderazgo situacional influye en la Toma de decisiones de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.		
¿De qué manera el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021?	Explicar cómo el liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021.	El liderazgo situacional influye en entender el cambio de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.	Variable: La comunicación	Dimensión <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma de decisiones</li> <li>• Entender el cambio</li> <li>• Construcción de equipos</li> </ul>
¿De qué manera el liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021?	Identificar cómo el liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad	El liderazgo situacional influye en la construcción de equipos de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima - 2021.		

	en Lima – 2021.			
--	-----------------	--	--	--

## Apéndice B

### Encuesta

Los Saludo de manera cordial en nombre de la Universidad Ricardo Palma.

Me encuentro realizando una investigación para optar mi título profesional de licenciado en Administración y Gerencia que llevaría a la propuesta sobre **“Influencia del liderazgo empresarial en la comunicación de una empresa de servicios de venta e instalación de equipos de seguridad en Lima – 2021”**, la misma que tendrá un carácter anónimo para lo cual pido por favor dar respuesta a esta breve encuesta que serán muy importante. Por el cual agradezco muy sinceramente su colaboración y apoyo

Muy malo	Malo	Indeciso	Bueno	Muy bueno
1	2	3	4	5

### Variable Y: La comunicación

	<b>Toma de decisiones</b>
1	Considera que se debe dar a conocer la misión, visión y valores de la empresa para determinar la toma de decisiones.
2	Cree usted que se debe dar a saber sobre el uso de los medios apropiados de comunicación para la toma de decisiones.
3	Considera que se debe dar a conocer la participación del personal para la toma de decisiones.
4	Cree usted que se debe dar a saber los objetivos de la empresa para la toma de decisiones.
	<b>Entender el cambio</b>
5	Cree usted que un plan de comunicación es una especie de guía que una empresa utilice con su audiencia para entender el cambio.
6	Considera usted que contar con estrategias de ejecución y poner en marcha el

	plan se pueda entender los cambios del entorno.
7	Cree usted que la comunicación permite que haya mayor entendimiento y participación entre sus integrantes para entender el cambio del entorno.
8	Cree que contar con mensajes permanentes se logre entender el cambio de la empresa.
	<b>Construcción de equipos</b>
9	Usted cree que un entorno agradable y atractivo permita construir equipos de trabajo.
10	Usted considera que un personal con nivel de conocimientos y habilidades permite la construcción de equipos de trabajo.
11	Considera que en la construcción de los equipos de trabajo se debe dar a entender la coordinación y el trabajo en equipo.
12	Usted reconoce que el trato del superior con sus empleados permite construir equipos de trabajo.

#### Variable X: Liderazgo Empresarial

	<b>Habilidades personales</b>
13	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de una buena comunicación que repercute en la productividad.
14	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de motivar a sus colaboradores para sentirse cómodos y elevar su potencial.
15	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de ser expeditivo en tomar decisiones para proteger la empresa.
16	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de negociación como beneficio para gestionar recursos sean materiales o de personas.
	<b>Habilidades sociales</b>
17	Considera como habilidades del líder la capacidad de ponerse en el lugar de la otra persona.
18	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de escuchar con

	entendimiento y comprensión de lo que la otra persona quiere decir o transmitir.
19	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de ser claro, franco y directo para decir lo que se quiere decir sin herir sentimientos a los demás.
20	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de negociación dirigida a buscar solución propicia para las partes.
21	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de ser consciente y pedir disculpas por sus errores cometidos.
	<b>Habilidades técnicas</b>
22	Considera como habilidades del líder preocuparse por una formación continua como exigencia de la velocidad de los cambios.
23	Considera como habilidades del líder, a convivir, colaborar y conectarse para adaptarse a los cambios.
24	Considera como habilidades del líder la capacidad de compromiso con la transformación digital.
25	Considera como habilidades del líder, a la capacidad de estar capacitado con nuevos conocimientos para afrontar los retos.

## Influencia del Liderazgo Empresarial en la Comunicación de una Empresa de Servicios de Venta e Instalación de Equipos de Seguridad en Lima - 2021

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.urp.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>6%</b>
<b>2</b>	<b>lookformedical.com</b> Fuente de Internet	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.unjfsc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>elliderazgoempresarial1.blogspot.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>1library.co</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>repositorio.usanpedro.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>&lt;1%</b>

9	<a href="https://documents.tips">documents.tips</a> Fuente de Internet	<1 %
10	<a href="https://repositorio.uigv.edu.pe">repositorio.uigv.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
11	<a href="https://repository.urosario.edu.co">repository.urosario.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
12	<a href="https://renati.sunedu.gob.pe">renati.sunedu.gob.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
13	<a href="https://repositorio.usil.edu.pe">repositorio.usil.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
14	<a href="https://repositorio.uss.edu.pe">repositorio.uss.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
15	<a href="https://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1 %
16	<a href="https://repositorio.upeu.edu.pe">repositorio.upeu.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
17	<a href="https://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a> Fuente de Internet	<1 %
18	<a href="https://repositorio.unc.edu.pe">repositorio.unc.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
19	<a href="https://repositorio.untumbes.edu.pe">repositorio.untumbes.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
20	<a href="https://repository.ucatolica.edu.co">repository.ucatolica.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %

21	<a href="http://repositorio.continental.edu.pe">repositorio.continental.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
22	<a href="http://governacio.gencat.cat">governacio.gencat.cat</a> Fuente de Internet	<1 %
23	<a href="http://repositorio.unp.edu.pe">repositorio.unp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
24	<a href="http://repositorio.udh.edu.pe">repositorio.udh.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
25	<a href="http://repositorio.uncp.edu.pe">repositorio.uncp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
26	<a href="http://repositorio.usmp.edu.pe">repositorio.usmp.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
27	<a href="http://tesis.usat.edu.pe">tesis.usat.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
28	<a href="http://repositorio.unesum.edu.ec">repositorio.unesum.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
29	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Fuente de Internet	<1 %
30	<a href="http://centrodeconocimiento.ccb.org.co">centrodeconocimiento.ccb.org.co</a> Fuente de Internet	<1 %
31	<a href="http://www.administraciondenegocios.com">www.administraciondenegocios.com</a> Fuente de Internet	<1 %
32	<a href="http://cybertesis.unmsm.edu.pe">cybertesis.unmsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

33	repositorio.ulvr.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
34	repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
35	repositorio.upsjb.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
36	repositorio.utn.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
37	core.ac.uk Fuente de Internet	<1 %
38	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
39	repositorio.utp.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
40	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
41	"Organizaciones saludables: Un aporte desde la psicología y la comunicación", Universidad Católica de Pereira, 2020 Publicación	<1 %
42	Cortés Paz Claudia Margarita. "La motivación del personal en la empresa Seguros Inbursa sucursal Uruapan y su relación con la productividad en el área de ventas", TESIUNAM, 2004	<1 %

---

Publicación		
43	"Inter-American Yearbook on Human Rights / Anuario Interamericano de Derechos Humanos, Volume 12 A (1996)", Brill, 1999 <small>Publicación</small>	<1 %
44	Ríos Rodríguez Mario. "Calidad de vida del médico residente y su relación con la calidad de la atención médica", TESIUNAM, 2018 <small>Publicación</small>	<1 %
45	<a href="https://fr.slideshare.net">fr.slideshare.net</a> <small>Fuente de Internet</small>	<1 %
46	<a href="https://repositorio.autonoma.edu.pe">repositorio.autonoma.edu.pe</a> <small>Fuente de Internet</small>	<1 %
47	<a href="https://repositorio.uct.edu.pe">repositorio.uct.edu.pe</a> <small>Fuente de Internet</small>	<1 %
48	Mora Bravo Franklin Geovany. "Implicaciones del estado ácido base con el sueño y ejercicio intradialítico", TESIUNAM, 2006 <small>Publicación</small>	<1 %
49	<a href="https://dspace.casagrande.edu.ec:8080">dspace.casagrande.edu.ec:8080</a> <small>Fuente de Internet</small>	<1 %
50	<a href="https://es.slideshare.net">es.slideshare.net</a> <small>Fuente de Internet</small>	<1 %
51	<a href="https://repositorio.unap.edu.pe">repositorio.unap.edu.pe</a> <small>Fuente de Internet</small>	<1 %

---

52	<a href="http://repositorio.upn.edu.pe">repositorio.upn.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
53	<a href="http://vdocuments.com.br">vdocuments.com.br</a> Fuente de Internet	<1 %
54	<a href="http://www.dspace.cordillera.edu.ec">www.dspace.cordillera.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
55	<a href="http://dspace.esPOCH.edu.ec">dspace.esPOCH.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
56	<a href="http://intellectum.unisabana.edu.co">intellectum.unisabana.edu.co</a> Fuente de Internet	<1 %
57	<a href="http://issuu.com">issuu.com</a> Fuente de Internet	<1 %
58	<a href="http://repositorio.ucsg.edu.ec">repositorio.ucsg.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
59	<a href="http://repositorio.unas.edu.pe">repositorio.unas.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
60	<a href="http://www.itba.edu.ar">www.itba.edu.ar</a> Fuente de Internet	<1 %
61	<a href="http://interpolados.wordpress.com">interpolados.wordpress.com</a> Fuente de Internet	<1 %
62	<a href="http://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
63	<a href="http://repositorio.unac.edu.pe">repositorio.unac.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %

64	<a href="https://repositorio.unemi.edu.ec">repositorio.unemi.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
65	<a href="https://repositorio.unsaac.edu.pe">repositorio.unsaac.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
66	<a href="https://repositorio.uta.edu.ec">repositorio.uta.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
67	<a href="https://revistas.uide.edu.ec">revistas.uide.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
68	<a href="https://www.dspace.uce.edu.ec">www.dspace.uce.edu.ec</a> Fuente de Internet	<1 %
69	<a href="https://www.inbodycoaching.com">www.inbodycoaching.com</a> Fuente de Internet	<1 %
70	<a href="https://www.officenet.com">www.officenet.com</a> Fuente de Internet	<1 %
71	<a href="https://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Fuente de Internet	<1 %
72	Mejía Gracia Lucero Alondra. "Mejora del clima laboral y compromiso organizacional en el área de servicio al cliente de una empresa de giro industrial", TESIUNAM, 2022 Publicación	<1 %
73	Rico Castillo Diana Carolina. "Desarrollo de un manual para la implementación de la facturación electrónica", TESIUNAM, 2012 Publicación	<1 %

74	<a href="http://digitum.um.es">digitum.um.es</a> Fuente de Internet	<1 %
75	<a href="http://distancia.udh.edu.pe">distancia.udh.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
76	<a href="http://es.bab.la">es.bab.la</a> Fuente de Internet	<1 %
77	<a href="http://go.gale.com">go.gale.com</a> Fuente de Internet	<1 %
78	<a href="http://ilo.org">ilo.org</a> Fuente de Internet	<1 %
79	<a href="http://inba.info">inba.info</a> Fuente de Internet	<1 %
80	<a href="http://repositorio.unh.edu.pe">repositorio.unh.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
81	<a href="http://repositorio.unheval.edu.pe">repositorio.unheval.edu.pe</a> Fuente de Internet	<1 %
82	<a href="http://repositorioinstitucional.buap.mx">repositorioinstitucional.buap.mx</a> Fuente de Internet	<1 %
83	<a href="http://tareasnt.wordpress.com">tareasnt.wordpress.com</a> Fuente de Internet	<1 %
84	<a href="http://vsip.info">vsip.info</a> Fuente de Internet	<1 %
85	<a href="http://www.barzallo.com">www.barzallo.com</a> Fuente de Internet	<1 %

---

86	<a href="http://www.cesmurcia.es">www.cesmurcia.es</a> Fuente de Internet	<1 %
87	<a href="http://www.diarioeltiempo.com.ve">www.diarioeltiempo.com.ve</a> Fuente de Internet	<1 %
88	<a href="http://doku.pub">doku.pub</a> Fuente de Internet	<1 %
89	<a href="http://repositorio.unb.br">repositorio.unb.br</a> Fuente de Internet	<1 %

---

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

