

1 1

Tesis - Título Profesional Carlos Hinostroza (1).docx

 My Files My Files Universidad Peruana Union

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::29566:420161905

Fecha de entrega

10 ene 2025, 10:31 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

10 ene 2025, 11:04 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

Tesis - Título Profesional Carlos Hinostroza (1).docx

Tamaño de archivo

508.1 KB

16 Páginas**5,135 Palabras****29,527 Caracteres**

18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Fuentes principales

- 16%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 12%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 16% Fuentes de Internet
- 3% Publicaciones
- 12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	revistas.unal.edu.co	4%
2	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	3%
3	Internet	hdl.handle.net	1%
4	Internet	www.qaproject.org	<1%
5	Trabajos entregados	Universidad TecMilenio on 2024-10-22	<1%
6	Trabajos entregados	Universidad Tecnológica del Peru on 2023-07-27	<1%
7	Internet	es.slideshare.net	<1%
8	Internet	pt.scribd.com	<1%
9	Trabajos entregados	Universidad Privada del Norte on 2024-10-31	<1%
10	Internet	www.grafiati.com	<1%
11	Internet	www.researchgate.net	<1%

12	Internet	vsip.info	<1%
13	Internet	repositorio.uchile.cl	<1%
14	Internet	www.turkiyeklinikleri.com	<1%
15	Trabajos entregados	Escuela de Posgrado Newman on 2024-09-11	<1%
16	Publicación	Maria Karolina Feijó, Christiane Wahast Ávila, Emiliane Nogueira de Souza, Tiny Ja...	<1%
17	Internet	biblio.iberopuebla.mx	<1%
18	Internet	repositorio.uap.edu.pe	<1%
19	Internet	repositorio.upeu.edu.pe:8080	<1%
20	Internet	www.observatoriorh.com	<1%
21	Publicación	Isabel Cuadrado-Guirado, Esther López-Turrillo. "What do adolescents think and f...	<1%
22	Trabajos entregados	Universidad Alas Peruanas on 2019-02-24	<1%
23	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2023-06-26	<1%
24	Trabajos entregados	Universidad Privada del Norte on 2024-09-23	<1%
25	Internet	dspace.ucuenca.edu.ec	<1%

26	Internet	plinios.tripod.com	<1%
27	Internet	renati.sunedu.gob.pe	<1%
28	Trabajos entregados	uacj on 2024-11-06	<1%
29	Internet	www.coursehero.com	<1%
30	Internet	www.peripecias.com	<1%
31	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2024-07-04	<1%
32	Trabajos entregados	Universidad Tecnica De Ambato- Direccion de Investigacion y Desarrollo , DIDE o...	<1%
33	Internet	eprints.ucm.es	<1%
34	Internet	prezi.com	<1%
35	Internet	repositorio.upeu.edu.pe	<1%
36	Internet	www.un.org	<1%
37	Internet	www.zaichina.net	<1%

2

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Administración



**Liderazgo estratégico, comunicación interna y su relación
sobre la percepción del prestigio y estatus organizacional en
un gobierno local, Lima-Perú**

12

Tesis para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración

Autor:

Carlos Alfredo Hinostroza Martínez

Asesor:

Mg. Sandra Sadith Flores Guillén

Lima, diciembre de 2024

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Guardado en Este PC

Yo Sandra Sadith Flores Guillén docente de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela Profesional de Administración , de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“Liderazgo estratégico, comunicación interna y su relación sobre la percepción del prestigio y estatus organizacional en un gobierno local, Lima-Perú”** del autor Carlos Alfredo Hinojosa Martínez tiene un índice de similitud de 19% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 07 días del mes de enero del año 2025.



Sandra Sadith Flores Guillén

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS



En Lima, Ríaca, Villa Unión, a 10 día(s) del mes de diciembre del año 2024 siendo las 15:30 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Sede Lima, bajo la dirección del (de la) presidente(a):

Mtra. Danny Lito Alema Lozano el (la) secretario(a) Dr. Ricardo Elías Jarama Soto y los demás miembros: Mtra. David Junior Elías Aguilar Ronduro y el (la) asesor(a) Mtra. Sandra S. Flores Guillen

con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado: "Liderazgo estratégico, Comunicación Interna y su relación sobre la percepción del prestigio y estatus organizacional de un gobierno local, Lima-Perú"

del(los) bachiller/es:
a) Carlos Alfredo Hinostroza Martinez
b)
c)

conducente a la obtención del título profesional de:
Administración y Negocios Internacionales

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

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

Bachiller (a): Carlos Alfredo Hinostroza Martinez

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	16	B	Bueno	Muy bueno

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

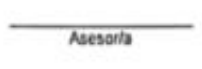
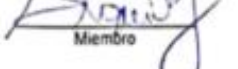
CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior

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


 Presidente/a

 Secretario/a

 Miembro

 Asesor/a

 Miembro

 Miembro
 Bachiller (a)
 Bachiller (b)
 Bachiller (c)

Esta sustentación fue realizada de manera virtual u online sincrónico conforme al Reglamento General de Grados y Títulos

Liderazgo estratégico, comunicación interna y su relación sobre la percepción del prestigio y estatus organizacional en un gobierno local, Lima-Perú

Strategic Leadership, Internal Communication, and Their Influence on the Perception of Organizational Prestige and Status in a Local Government, Lima-Peru

Carlos Alfredo Hinojosa Martínez

Universidad Peruana Unión, Lima, Perú, e-mail: carloshinojosa@upeu.edu.pe
<https://orcid.org/0000-0002-5464-2901>

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo analizar las relaciones entre liderazgo estratégico, comunicación interna y percepción del prestigio organizacional en trabajadores de un gobierno local. La investigación empleó una metodología cuantitativa, utilizando un diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó un muestreo no probabilístico y se aplicaron 3 cuestionarios a 380 participantes a través de una plataforma en línea. Para aplicar los instrumentos se analizó la consistencia interna de las preguntas logrando coeficientes alfa de Cronbach de 0.81, 0.77 y 0.86, respectivamente, lo que indica la confiabilidad de estos. Los resultados revelaron que el 78.2% de los encuestados percibe a los líderes con alta influencia, aunque solo el 11.6% califica la comunicación interna como buena. El análisis correlacional mostró que no hay una relación significativa entre el liderazgo estratégico y la comunicación interna ($p = 0.032$, $p = 0.533$), ni entre el liderazgo y la percepción del prestigio y estatus organizacional ($p = -0.013$, $p = 0.802$). Sin embargo, se encontró una correlación negativa débil, pero significativa, entre la calidad de la comunicación interna, la percepción del prestigio y estatus organizacional ($p = -0.160$, $p = 0.002$). Estos hallazgos sugieren que, en el contexto estudiado, otros factores podrían influir en las relaciones observadas, destacando la necesidad de revisar los enfoques de liderazgo y comunicación para mejorar la percepción organizacional. Palabras clave: liderazgo estratégico, comunicación interna, percepción del estatus organizacional.

Abstract

The present study aimed to analyze the relationships between strategic leadership, internal communication, and the perception of organizational prestige among workers of a local government. The research employed a quantitative methodology, using a non-experimental cross-sectional design. A non-probability sampling was used, and three questionnaires were administered to 380 participants via an online platform. The internal consistency of the questions was analyzed to apply the instruments, achieving Cronbach's alpha coefficients of 0.81, 0.77, and 0.86, respectively, which indicates their reliability. The results revealed that 78.2% of the respondents perceive leaders as having high influence, though only 11.6% rate internal communication as good. Correlational analysis showed no significant relationship between strategic leadership and internal communication ($p = 0.032$, $p = 0.533$), nor between leadership and the

1
14
perception of organizational prestige and status ($\rho = -0.013$, $p = 0.802$). However, a weak but significant negative correlation was found between the quality of internal communication and the perception of organizational prestige and status ($\rho = -0.160$, $p = 0.002$). These findings suggest that, in the studied context, other factors may influence the observed relationships, highlighting the need to review leadership and communication approaches to improve organizational perception. Keywords: strategic leadership, internal communication, perception of organizational status.

Introducción

17
11
30
22
Con la descentralización y el fortalecimiento de los gobiernos locales en el Perú, el liderazgo estratégico, la comunicación interna y una buena percepción del prestigio y estatus organizacional son aspectos esenciales para promover el desarrollo local sostenible y responder en concordancia con las necesidades de la población y la búsqueda de una gestión eficiente de los recursos financieros y una planificación estratégica adecuada que impulse el desarrollo territorial. En el Perú, la Ley N°27972: otorga a las municipalidades distritales una amplia autonomía y responsabilidad en brindar servicios públicos y el desarrollo de sus jurisdicciones (Ley Orgánica de Municipalidades LEY N° 27972, 2003)

2
Sin embargo, a pesar de los recursos financieros transferidos por el Estado y la facultad de recaudación de tasas e impuestos por parte de los gobiernos locales, persisten desafíos significativos en la administración y la ejecución del presupuesto. La falta de coordinación y liderazgo entre los distintos niveles de gobierno, la improvisación en la ejecución del gasto, la falta de acceso a la información, una débil percepción del prestigio y el estatus organizacional y la escasa aplicación del planeamiento estratégico han generado una serie de problemáticas que obstaculizan el desarrollo local, afectan negativamente a la reputación y dificultan el logro de las metas y objetivos establecidos por los gobiernos (Alonzo Rolfo, 2021; Organización de Estados Americanos., 2008; Torres Boza María del Carmen, 2017).

2
1
En este contexto, se analizará la relación entre los factores de liderazgo estratégico y la comunicación interna y la percepción del prestigio y el estatus organizacional de un gobierno local.

Revisión de literatura

Liderazgo estratégico

8
El liderazgo estratégico en el sector público desempeña un importante papel en la dirección efectiva de las administraciones gubernamentales, influenciando significativamente la percepción pública y la efectividad de las políticas públicas. Está estrechamente ligado al planeamiento estratégico, que es un proceso sistemático, cíclico y continuo, con naturaleza política y técnica, basada en evidencias y desarrollado mediante un ciclo que incluye la evaluación de la situación actual, el análisis a futuro, decisiones estratégicas, seguimiento y evaluación. De múltiples perspectivas y la colaboración entre diferentes sectores y niveles de gobierno (Directiva General de Planeamiento Estratégico del SINAPLAN, 2024). Lo que refleja la importancia de un correcto liderazgo estratégico para el cumplimiento de los objetivos de la institución ya que los

líderes son los que formulan e implementan estrategias que guían a las administraciones públicas con el fin de lograr las metas de interés público en el mediano y largo plazo (Reader, 2006).

El liderazgo es una función esencial de la gerencia o de quienes están al frente de una organización. La definición de líder estratégico se aborda desde dos perspectivas: la primera, basada en las actuales teorías de liderazgo, abarca factores como el liderazgo transformacional, el carisma y la capacidad de visión. La segunda, también conocida como teoría del liderazgo emergente, se centra en las capacidades como la inteligencia social y la complejidad de los comportamientos (Lopez-Lemus et al., 2008).

El liderazgo estratégico en el sector público se entiende como la suma de acciones por el cual los líderes administran e implementan estrategias que guían a los trabajadores para que sus organizaciones logren las metas de interés público a largo plazo. Este tipo de liderazgo va más allá de la gestión diaria de las operaciones de sus unidades orgánicas y se enfoca en desarrollar una visión del futuro a largo plazo asegurando que los recursos y esfuerzos de la organización se enfoquen en lograr las metas estratégicas de la organización. El liderazgo estratégico también implica la capacidad de anticipar cambios en el entorno político y social que de alguna forma pudiera afectar a la organización, adaptando las políticas y programas necesarios para enfrentar estos nuevos desafíos de manera efectiva (Alford, 2002). Asimismo, se precisa que los líderes estratégicos en el sector público se convierten en agentes de cambio, gestionando y promoviendo la innovación y el cambio organizacional con el fin de fortalecer la capacidad del gobierno para poder atender las necesidades de los ciudadanos, incluyendo la de sus trabajadores (Lopez-Lemus et al., 2008).

En la literatura académica, se reconoce que el liderazgo estratégico en el sector público también implica habilidades para la gestión eficiente de los recursos disponibles dentro de la organización, además, de la capacidad de inspirar confianza entre los trabajadores y agentes externos de la organización. Los líderes estratégicos deben ser capaces de comunicar una visión clara que motive a los empleados públicos a la consecución de los objetivos de la entidad y genere apoyo público para la implementación de las políticas gubernamentales vigentes (Araya M & Cerpa, 2020).

Esta capacidad de liderazgo se refleja en la habilidad para manejar aspectos políticos y administrativos, asegurando que las decisiones y acciones de la organización sean vistos como transparentes y responsables ante la ciudadanía, así como los trabajadores de la entidad (Hartz-Karp, 2007). El liderazgo estratégico se caracteriza por la habilidad de ser visionario y adelantarse a los eventos a través de la toma de decisiones estratégicas para alcanzar objetivos planificados, esto con el fin de lograrlo de forma eficaz y eficiente. Además, el líder al tener la capacidad de ajustarse a diferentes situaciones y ser adaptable tanto a cambios previstos como inesperados, fomenta en su equipo de trabajo la motivación y el entusiasmo (Lopez-Lemus et al., 2008).

El liderazgo estratégico se refiere a la capacidad que tiene un individuo de influenciar en otros para que estos tomen decisiones que permitan la consecución de las metas y objetivos de la entidad a largo plazo, manteniendo

su estabilidad financiera a corto plazo. Es un proceso complejo en el cual se gestiona el desarrollo y la ejecución de estrategias que alinean las capacidades internas de la organización con las oportunidades externas, los mismos que destacan sus dimensiones como estimulación intelectual, influencia idealizada, consideración individualizada y motivación inspiradora (Bass & Avolio, 1994).

Comunicación interna

La comunicación interna, como herramienta del liderazgo estratégico, se entiende por su fuerte conexión con el compromiso, la motivación y el talento de los trabajadores, quienes, a su vez, desean integrarse y sentir que forman parte de la organización, además, de sentir orgullo por formar parte de una entidad reconocida entre sus pares. Comprender esto implica entender que la comunicación interna trasciende de su función meramente informativa y debe ser vista como una herramienta de gestión integral, al servicio de la organización y los trabajadores, presente de manera transversal en todas sus actividades y procesos (Guerrero Alvarado et al., 2022).

La comunicación interna promueve la unión y el compromiso dentro de la organización, además de la satisfacción laboral en los trabajadores, fortaleciendo su sentido de pertenencia y lealtad, lo que se traduce en una mejora de la productividad y el rendimiento de los trabajadores. Además, la comunicación interna facilita el aprendizaje dentro de la organización, factor crítico en toda organización, además de fomentar la participación, apoyando una cultura corporativa que incentiva la creatividad y la innovación a través del acceso a la información (Castro-Martínez & Díaz-Morilla, 2021).

La comunicación interna juega un rol integrador clave en la transmisión de información y forma parte importante de los procesos de gestión de las diversas áreas de una organización. Se define como un "intercambio de información" en la entidad, facilitando la distribución de información y la difusión de objetivos y metas, además de fortalecer las relaciones laborales en todos los niveles. También se le asocia con la comunicación interorganizacional (Claro et al., 2022).

En el ámbito público, la ciudadanía exige que la administración gubernamental mantenga una dirección clara y estructurada, para fomentar el desarrollo tanto de las capacidades individuales como de las institucionales, y de esta manera, contar con líderes capaces que puedan lograr resultados favorables para el bienestar de la población (Calle & Badia, 2020).

La comunicación interna se convierte en una herramienta estratégica clave para la estructuración y difusión de la cultura organizacional, se vincula estrechamente con factores como el talento y la motivación de los trabajadores, y es fundamental para el desenvolvimiento organizacional en contextos cambiantes, vinculada estrechamente con el talento, motivación y compromiso de los empleados, siendo sus dimensiones la transparencia, participación, consistencia y bidireccionalidad (Guerrero Alvarado et al., 2022).

La percepción del prestigio y el estatus organizacional

1 El interés en medir la gestión de las entidades públicas ha aumentado, particularmente en la evaluación de los progresos en gestión pública y capacidad de gestión institucional. Este tema ha sido explorado por investigadores de las ciencias sociales desde varias perspectivas. La percepción de la gestión pública está influida por pensamientos, emociones y comportamientos. Las experiencias contribuyen en cómo se procesa la información, una parte emocional que se relaciona con la satisfacción y otros sentimientos, y una parte conductual que orienta las acciones del individuo, tiene las siguientes dimensiones: Reconocimiento externo, prestigio interno, influencia del liderazgo y estrategias de negociación son claves para una organización exitosa. Estos elementos fomentan una imagen positiva, relaciones beneficiosas y una percepción favorable tanto entre empleados como en la sociedad en general (José Luis & Baltazar, 2013).

5 El líder tiene un rol fundamental en las organizaciones, ya que, mediante sus acciones, comportamientos y actitudes dentro de la empresa y frente a su equipo de trabajo, facilita el cumplimiento de los objetivos tanto personales como organizacionales y mejora el rendimiento (Bass & Avolio, 1994). Además, cuando una organización alcanza sus objetivos y muestra un buen rendimiento gracias al trabajo de sus colaboradores, se refleja positivamente tanto su prestigio como su estatus organizacional (Milagres & De Araújo Burcharth, 2018). La percepción del desempeño organizacional es clave, ya que establece la confianza y lealtad de inversionistas, clientes, proveedores y otros stakeholders. Esto refleja el prestigio y estatus tanto en el rendimiento como en el mercado donde la empresa opera. En resumen, el desempeño. Es decir, el éxito de la organización percibida reflejará en un aumento del estatus y el prestigio de la organización (Liu et al., 2024). De esta manera, el prestigio y estatus de la organización es un constructo de múltiples dimensiones medidos a través de indicadores sociales que constituye los indicadores económicos de prestigio los mismos que están formados por las dimensiones tales como el atractivo emocional, productos y servicios, medio ambiente y responsabilidad social (Álvarez Gema Pamela et al., 2024).

2 A través de la revisión del estado del arte, se formularon las siguientes hipótesis:

H1: El liderazgo estratégico se relaciona con la calidad de la comunicación interna entre los trabajadores de un gobierno local.

1 H2: El liderazgo estratégico se relaciona con la percepción del prestigio y estatus de la organización por parte de los trabajadores de un gobierno local.

24 H3: La calidad de la comunicación interna se relaciona con la percepción del prestigio y estatus de un gobierno local por parte de sus trabajadores.

Materiales y métodos

1 Metodología:

29 El método empleado en la investigación es de tipo cuantitativo, lo que implica la recolección y análisis de datos numéricos para describir y entender las relaciones entre las variables. Asimismo, el estudio fue de carácter observacional, dado que se evitó cualquier intervención que pudiera influir en los resultados. Además, se

1 adoptó un diseño de corte transversal, aplicándose el instrumento en un único momento a los participantes para el análisis de la información.

Muestra:

27 El muestreo utilizado fue no probabilístico, ya que se buscó obtener la mayor cantidad posible de participantes. Los criterios de inclusión consideraron a trabajadores de un gobierno local bajo los regímenes laborales 728, CAS y Locación de Servicios, que mantuvieran un vínculo con la entidad durante el periodo en que se aplicó el instrumento. Para la recolección de datos, los instrumentos se habilitaron en una plataforma en línea, lo que permitió que los participantes completaran las encuestas de manera virtual.

1 Como resultado de la aplicación del instrumento, se obtuvo una muestra de 380 participantes, de los cuales el 65,3% (n=248) fueron hombres y el 34,7% (n=132) mujeres. En relación con la edad, el 19,5% (n=74) tenía entre 18 y 25 años; el 40,3% (n=153), entre 26 y 35 años; el 19,5% (n=74), entre 36 y 45 años; el 20,8% (n=79), entre 46 y 55 años; y no se registraron participantes mayores de 56 años.

Respecto al tiempo de servicio de los trabajadores, se identificó que el 1,1% (n=4) tenía menos de un año laborando; el 80,3% (n=305), entre 1 y 2 años; el 17,1% (n=65), entre 3 y 5 años; el 1,3% (n=5), entre 6 y 10 años; y el 0,3% (n=1) contaba con más de 11 años de servicio.

13 Para el análisis estadístico de los datos, se utilizó el software SPSS v.21.

Instrumentos:

Liderazgo Estratégico

25 Para medir la variable, se utilizó una adaptación del instrumento de liderazgo de Bass y Avolio (2004). El cuestionario constó de 20 ítems, evaluados mediante una escala Likert de 5 puntos, donde 1 correspondía a "Nunca" y 5 a "Siempre". La consistencia interna del instrumento fue evaluada mediante una prueba piloto, obteniéndose un coeficiente alfa de Cronbach de 0.81, lo que indica una alta fiabilidad (Oviedo & Campo-Arias, 2005).

Comunicación interna

4 El instrumento se diseñó a partir del Questionnaire Survey desarrollado por la International Communication Association (ICA, por sus siglas en inglés). El cuestionario constó de 20 ítems, evaluados mediante una escala Likert de 5 puntos, donde 1 correspondía a "Nunca" y 5 a "Siempre". La consistencia interna del cuestionario fue evaluada mediante una prueba piloto, obteniéndose un coeficiente alfa de Cronbach de 0.77, lo que indica una adecuada fiabilidad interna (Oviedo & Campo-Arias, 2005).

Percepción del prestigio y el estatus organizacional

4 La variable se midió utilizando la escala de desempeño organizacional percibido, basada en la National Organizations Survey (NOS, por sus siglas en inglés). El cuestionario incluyó 20 ítems, evaluados mediante una escala Likert de 5 puntos, en la que 1 correspondía a "Nunca" y 5 a "Siempre". La consistencia interna del instrumento fue evaluada a través de una prueba piloto, obteniéndose un

coeficiente alfa de Cronbach de 0.86, lo que indica una alta fiabilidad (Oviedo & Campo-Arias, 2005).

Resultados y discusión

Resultados

Del total de encuestados, el 21.8% percibe a los líderes con influencia moderada, de los cuales el 19.7% experimenta una comunicación interna regular y el 2.1% una buena. En contraste, el 78.2% de los encuestados considera que los líderes tienen alta influencia, con el 68.7% experimentando una comunicación interna regular y el 9.5% una buena. En resumen, los datos recabados indican en relación con los líderes, el 88.4% de los encuestados consideran que tienen una comunicación interna moderada, mientras que solo 11.6% de los encuestados la consideran buena.

Tabla 1

*Tabla cruzada Liderazgo estratégico (L)*Comunicación interna (C)*

			C		
			Moderada	Buena	Total
L	Moderada influencia	Recuento	75	8	83
		% del total	19.7%	2.1%	21.8%
	Alta influencia	Recuento	261	36	297
		% del total	68.7%	9.5%	78.2%
Total		Recuento	336	44	380
		% del total	88.4%	11.6%	100.0%

Nota. Información analizada y tomada del SPSS v.21

De la aplicación del instrumento se obtuvo que el 21.8% de los encuestados percibe a los líderes con influencia moderada, de los cuales el 7.1% considera que la reputación de la entidad es moderada y el 14.7% la califica como alta. En contraste, el 78.2% percibe a los líderes con alta influencia, con el 26.6% viendo la reputación como moderada y el 51.6% como alta. En total, 33.7% de los encuestados perciben la reputación como media y 66.3% la consideran alta.

Tabla 2

*Tabla cruzada Liderazgo estratégico (L) * Prestigio y estatus organizacional (E)*

			E		Total
			Moderada	Alta	
L	Moderada influencia	Recuento	27	56	83
		% del total	7.1%	14.7%	21.8%
	Gran influencia	Recuento	101	196	297
		% del total	26.6%	51.6%	78.2%

Total	Recuento	128	252	380
	% del total	33.7%	66.3%	100.0%

Nota. Información analizada y tomada del SPSS v.21

La tabla cruzada muestra que el 88.4% de los encuestados percibe la comunicación interna en el rango Regular, de los cuales el 27.4% considera que la reputación es media y el 61.1% la califica como alta. En contraste, solo el 11.6% de los encuestados considera la comunicación como buena, con el 6.3% percibiendo la reputación como moderada y el 5.3% como alta. En total, 33.7% de los encuestados perciben la reputación como moderada y 66.3% la consideran alta.

Tabla 3

*Tabla cruzada Comunicación interna (C) * Percepción y estatus organizacional (E)*

		E		Total
		Media	Alta	
C	Regular	Recuento	104	232
		% del total	27.4%	61.1%
	Buena	Recuento	24	20
		% del total	6.3%	5.3%
Total		Recuento	128	252
		% del total	33.7%	66.3%

Nota. Información analizada y tomada del SPSS v.21

Antes de realizar las pruebas de hipótesis, se evaluó la normalidad de los datos obtenidos utilizando las pruebas de Kolmogorov-Smirnov (con corrección de Lilliefors) y Shapiro-Wilk (Pedrosa et al., 2015). Ambas pruebas indicaron que los datos recolectados en las encuestas no seguían una distribución normal, ya que los p-valores fueron menores al umbral convencional de 0.05. En consecuencia, los datos escalares fueron transformados a rangos conforme al baremo en la Tabla 4 y 5, se utilizó el coeficiente Rho de Spearman para realizar las pruebas de hipótesis (Spearman, 2010).

Tabla 4

Baremo de los datos transformados aplicado para las variables

MINIMO	MAXIMO	RANGO	RANGO/3	AJUSTE
20	100	80	26.67	26

Nota: Elaborado por los investigadores

Tabla 5

Categorías del baremo de los datos transformados aplicado para las variables

Categoría	Rango
-----------	-------

	Desde	Hasta
Malo	20	46
Regular	47	73
Bueno	74	100

Nota: Elaborado por los investigadores

Prueba de hipótesis correlacional

De acuerdo con la hipótesis 1, que postulaba una relación entre el liderazgo y la comunicación interna, los resultados en la Tabla 6 indican lo contrario. No se encontró una correlación significativa entre el liderazgo estratégico y la comunicación interna. El coeficiente de correlación es prácticamente nulo (0.032), lo que sugiere una relación muy débil, mientras que el valor de significancia es elevado (0.533), lo que indica que estadísticamente la correlación entre el liderazgo y la comunicación interna no es significativa, y cualquier relación observada puede atribuirse al azar.

Tabla 6

Correlación del liderazgo estratégico (L) y la comunicación interna (C)

		C
Rho de Spearman	L	Coeficiente de correlación
		0.032
		Sig. (bilateral)
		0.533
	N	380

Nota. Información analizada y tomada del SPSS v.21

En relación con la hipótesis 2, los resultados del análisis de los datos para la correlación mostrados en la tabla 6 no proporcionan evidencia para respaldar la hipótesis de que el liderazgo estratégico tiene un impacto significativo en la percepción del prestigio y estatus de la organización por parte de los trabajadores. La correlación observada es muy débil (-0.013) y estadísticamente insignificante ($p = 0.802$). Esto sugiere que el liderazgo estratégico, al menos en esta muestra, no está relacionado con la percepción del prestigio y estatus organizacional, o que la relación, de existir, es tan pequeña que no puede detectarse con los datos disponibles.

Tabla 7

Correlación entre liderazgo estratégico y comunicación interna

		E
Rho de Spearman	L	Coeficiente de correlación
		-0.013
		Sig. (bilateral)
		0.802
	N	0.380

Nota. Información analizada y tomada del SPSS v.21

Respecto a la hipótesis 7, los resultados muestran una correlación negativa débil pero significativa entre la comunicación interna y la percepción del prestigio y estatus de un gobierno local. Aunque la fuerza de la relación no es alta (-0.160), la significancia estadística ($p = 0.002$) indica que esta correlación es real y no producto del azar, como se muestra en la tabla 6. Esto puede implicar que una mejora en la comunicación interna no necesariamente genera una mejora de la percepción del prestigio o que existen otros factores en juego que pueden influir en esta relación.

Tabla 8

Correlación entre comunicación interna y percepción del prestigio y estatus organizacional

Correlaciones

			E
Rho de Spearman	C	Coeficiente de correlación	-0.160**
		Sig. (bilateral)	0.002
	N		380

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. Información analizada y tomada del SPSS v.21

Discusión

En primer lugar, los resultados obtenidos no apoyan la hipótesis 1 que planteaba una relación entre el liderazgo estratégico y la comunicación interna en el gobierno local. El coeficiente de correlación de Spearman (0.032) fue muy bajo y no significativo, lo que difiere con lo señalado por autores como (Lopez-Lemus et al., 2008) y (Araya M & Cerpa, 2020), quienes destacaron la importancia del liderazgo estratégico en la mejora de la comunicación dentro de las organizaciones gubernamentales. Este hallazgo indica que, en los gobiernos locales, la influencia de los líderes en la comunicación interna podría no ser tan relevante como se teorizaba, lo que puede estar relacionado con otros factores estructurales o coyunturales.

En cuanto a la hipótesis 2, que proponía una relación significativa entre el liderazgo estratégico y la percepción del prestigio y estatus organizacional, los resultados también fueron inesperados. La correlación observada (-0.013) fue débil y no significativa ($p = 0.802$). Este hallazgo contrasta con las investigaciones de (Alford, 2002) y (Bass & Avolio, 1994), quienes subrayaron la importancia del liderazgo estratégico en la construcción de la reputación institucional. La ausencia de una relación significativa sugiere que, el liderazgo estratégico no está relacionado directamente con la percepción del prestigio organizacional, al menos no en el contexto específico del presente estudio.

Por otro lado, la hipótesis 3, que postulaba una relación entre la calidad de la comunicación interna y la percepción del prestigio y estatus organizacional, fue parcialmente confirmada. Aunque se encontró una correlación negativa débil (-0.160), esta fue significativa ($p = 0.002$). Este resultado es interesante porque sugiere que una mejora de calidad en la comunicación interna podría no estar

necesariamente asociada con una mejora en la percepción del prestigio institucional. Esto podría estar alineado con lo señalado por (Claro et al., 2022), quienes indicaron que la comunicación interna en sí misma no es suficiente para mejorar la percepción de prestigio organizacional, ya que, en esta, intervienen otros factores que influyen en ello.

Los resultados muestran una divergencia significativa con la teoría existente en torno al liderazgo estratégico y su impacto en la comunicación interna y el prestigio y estatus organizacional. Estos hallazgos permiten se realicen investigaciones que examinen otros factores estructurales y contextuales que podrían estar mediando las relaciones entre estas variables, como la cultura organizacional, los sistemas de incentivos, o la satisfacción laboral de los trabajadores. Además, refuerzan la necesidad de que las municipalidades revisen sus enfoques de liderazgo y comunicación interna para que estos influyan de manera efectiva en la percepción y el desempeño organizacional.

Conclusiones

La hipótesis 1, proponía una correlación entre el liderazgo estratégico y la calidad de la comunicación interna, no fue respaldada por los resultados y análisis realizados. El análisis estadístico mostró una relación muy débil y no significativa, lo que, en el contexto del gobierno local estudiado, el liderazgo estratégico no influiría directamente en la calidad de la comunicación interna de la entidad. Esto contrasta con la literatura existente, donde autores como (Lopez-Lemus et al., 2008) plantearon que el liderazgo estratégico es determinante para mejorar la comunicación dentro de las organizaciones.

La segunda hipótesis tampoco fue confirmada, ya que tras el análisis de los datos no se encontró una correlación significativa entre el liderazgo estratégico y la percepción del prestigio y estatus organizacional. Estos resultados indican que, al menos en el contexto evaluado, el liderazgo estratégico no tiene un impacto relevante en cómo los trabajadores perciben el prestigio y el estatus de la organización, lo cual difiere de estudios previos que sugieren un papel importante del liderazgo en la mejora de la reputación institucional (Álvarez Gema Pamela et al., 2024).

Por otro lado, la hipótesis 3 mostró una correlación negativa débil pero significativa entre la calidad de la comunicación interna y la percepción del prestigio y estatus organizacional. Aunque la relación es estadísticamente significativa, la fuerza de la correlación es baja, lo que implica que la comunicación interna, si bien es relevante, no es el único factor que afecta la percepción del prestigio organizacional.

los hallazgos de este estudio subrayan la complejidad de las dinámicas organizacionales en el sector público y la necesidad de abordar los desafíos desde múltiples frentes para mejorar tanto la gestión interna como la percepción externa de las instituciones gubernamentales.

Referencias

- Alford, J. (2002). Definiendo al cliente en el sector publico: Una perspectiva de intercambio social. *Public Administration Review*, 62(3), 1–17.
- Alonso Rolfo, E. N. (2021). *El plan estratégico institucional y el logro del objetivo de fortalecimiento de la gestión institucional en el tercer y cuarto trimestre del 2019 en la Municipalidad Distrital de San Juan de Lurigancho*. Universidad Continental.
- Álvarez Gema Pamela, Z., Morales Karla, V., Negrete Haydee, Y., & Montesdeoca Lady Diana, Z. (2024). *CLIMA ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO, UN ANÁLISIS GENERALIZADO DESDE EL ENTORNO LABORAL ORGANIZATIONAL CLIMATE AND LEADERSHIP, A GENERALIZED ANALYSIS FROM THE WORK ENVIRONMENT* (Vol. 7, Número 13). <https://orcid.org/0000-0002-8056-4804>
- Araya M, E., & Cerpa, A. (2020). Strategic leadership and negotiation and their influence on the perception of prestige in small businesses. *Innovar*, 30(75), 57–70. <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n75.83257>
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness Through Transformational Leadership* (Vol. 1). SAGE.
- Calle, S., & Badia, A. T. (2020). *Comunicación Estratégica, clave para un Buen Gobierno*.
- Castro-Martínez, A., & Díaz-Morilla, P. (2021). La comunicación interna como área estratégica para la innovación a través de la gestión del cambio y la felicidad organizacional. *Obra digital*, 20. <https://doi.org/10.25029/od.2021.293.20>
- Claro, C., Ayala de Choriego, M., & Barros, J. P. (2022). Comunicación interna: caracterización y análisis de trabajo realizado por empresas que pertenecen a ranking Great Place to Work Chile. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 21(41), 1–27. <https://doi.org/10.22395/angr.v21n41a4>
- Directiva General de Planeamiento Estratégico del SINAPLAN, Pub. L. No. DIRECTIVA N° 001-2024-CEPLAN/PCD, Centro Nacional de Planeamiento Estrategico 1 (2024). www.gob.pe/ceplan
- Guerrero Alvarado, M., Sotelo González, J., & Cabezuelo Lorenzo, F. (2022). La comunicación interna como herramienta estratégica constructora y transmisora de la cultura organizacional. *aDResearch ESIC International Journal of Communication Research*, 27, e206. <https://doi.org/10.7263/adresic-27-206>
- Hartz-Karp, J. (2007). How and Why Deliberative Democracy Enables Co-Intelligence and Brings Wisdom to Governance. *Journal of Public Deliberation*, 3(1). <http://services.bepress.com/jpd/vol3/iss1/art6>
- José Luis, H. J., & Baltazar, P. C. (2013). Gestión de los Servicios Públicos Municipales: Un Análisis de la Percepción Ciudadana (Municipal Public Services Management: Analysis of Citizens' Point of View). En *Daena: International Journal of Good Conscience*.
- Ley Orgánica de Municipalidades LEY N° 27972, Pub. L. No. 27972, Diario oficial el peruano 1 (2003).
- Liu, Z., Ouyang, X., Kim, T. Y., & Chen, Y. (2024). Workplace status differences and proactive behaviours: The role of perceived insider status and promotion criterion. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 97(2), 747–766. <https://doi.org/10.1111/joop.12488>

- Lopez-Lemus, J. A., De la Garza Carranza, M. T., & Zavala Berbena, M. A. (2008). La nueva gestión pública y las reformas en la Administración Pública Chilena. *Revista de Estudios Politécnicos Polytechnical Studies Review*, VII(11).
- Milagres, R., & De Araújo Burcharth, A. L. L. (2018). Knowledge Transfer in Interorganizational Partnerships: What do we know? *Academy of Management Proceedings*, 2018(1), 13476.
<https://doi.org/10.5465/ambpp.2018.13476abstract>
- Organización de Estados Americanos. (2008). *La descentralización y los desafíos para la gobernabilidad democrática*. Organización de los Estados Unidos.
- Oviedo, H. C., & Campo-Arias, A. (2005). *Metodología de investigación y lectura crítica de estudios Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach Title: An Approach to the Use of Cronbach's Alfa*. <http://ref.scielo.org/nx2wr7>
- Pedrosa, I., Juarros-Basterretxea, J., Robles-Fernandez, A., Basteiro, J., & Garcia-Cueto, E. (2015). Pruebas de bondad de ajuste en distribuciones simétricas, ¿qué estadístico utilizar? *Universitas Psychologica*, 1, 245–254.
<https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy13-5.pbad>
- Reader, J.-B. (2006). *Organization Development*.
- Spearman, C. (2010). The proof and measurement of association between two things. *International Journal of Epidemiology*, 39(5), 1137–1150.
<https://doi.org/10.1093/ije/dyq191>
- Torres Boza María del Carmen. (2017). *Los procesos del planeamiento estratégico y su incidencia en la gestión administrativa en los gobiernos locales de la provincia de Huánuco periodo 2015*. Universidad de Huanuco.