

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la
responsabilidad social corporativa, Municipalidad Distrital de
La Cruz, Tumbes, 2022.**

Área: Ciencias Sociales

Línea de Investigación: Políticas y gestión pública y privada.

Tesis para optar el título de Licenciado en Administración

Autor: Anderson Lixay, Espinoza Infante

Tumbes, Perú

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la
responsabilidad social corporativa, Municipalidad Distrital de La
Cruz, Tumbes, 2022.**

Tesis aprobada en forma y estilo por:

Mg. Aguilar Chuquizuta, Darwin Ebert (Presidente)

ORCID: 0000-0001-6721-620X

Mg. Palomino Gonzáles Jhony Cristhian (Secretario)

ORCID: 0000-0002-3608-5865

Ríos García, María del Pilar (Vocal)

ORCID: 0000-0002-0236-6810

Tumbes, Perú

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS



**Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la
responsabilidad social corporativa, Municipalidad Distrital de
La Cruz, Tumbes, 2022**

**Los suscritos declaramos que la tesis es original en su
contenido y forma.**

Br. Espinoza Infante Anderson Lixay (Autor) _____

ORCID: 0000-0001-5898-8427

Mg DPO. Guerrero García Galvany (Asesor) _____

ORCID: 0000 – 0003 – 1038 – 1866

Tumbes, Perú

2023

Copia del acta de sustentación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS SECRETARÍA ACADÉMICA

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Tumbes, a los veinticuatro días del mes marzo del dos mil veintitrés, siendo las veintiún horas, y en la modalidad virtual, a través de la plataforma Meet Google, se reunieron el Jurado Calificador de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, designado con Resolución Decanal de N° 233-2022/UNTUMBES-FCCEE el Mg. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta (Presidente), Mg. Jhony Cristhian Palomino González, (Secretario) y Mg. María del Pilar Ríos García, (Vocal), reconociendo en la misma Resolución además al Mg. Galvani Guerrero García, como asesor, se procedió a evaluar, calificar y deliberar la sustentación de la tesis titulada "Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la responsabilidad social corporativa, Municipalidad Distrital de La Cruz, Tumbes, 2022.", para optar el Título Profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN presentado por el Bachiller ANDERSON LIXAY ESPINOZA INFANTE.

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas, por parte del sustentante y después de la deliberación, el Jurado según el artículo N° 65° del Reglamento de Tesis para Pregrado y Posgrado de la Universidad Nacional de Tumbes, declara al Bachiller ANDERSON LIXAY ESPINOZA INFANTE, con calificativo:

Aprobado - Bueno

Se hace conocer a la sustentante, que deberá levantar las observaciones finales hechas al informe final de tesis, que el jurado le indica.

En consecuencia, queda APTO para continuar con los trámites correspondientes a la obtención del Título Profesional de LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN, de conformidad con lo estipulado en la Ley Universitaria N° 30220, el Estatuto, Reglamento General, Reglamento de Grados y Títulos y Reglamento de Tesis para Pregrado de la Universidad Nacional de Tumbes.

Siendo las 21, horas y 58 minutos del mismo día se dio por concluida la ceremonia académica, en forma virtual, procediendo a firmar el Acta en presencia del público asistente.

Tumbes, 24 de marzo de 2023

Mg. Darwin Ebert Aguilar Chuquizuta
DNI: 43812667
Presidente

Mg. Jhony Cristhian Palomino González
DNI: 41903986
secretario

Mg. María del Pilar Ríos García
DNI: 18000317
Vocal

DEDICATORIA

A mis padres, por hacerme una persona útil a la sociedad y por brindarme su entera confianza para concretizar esta obra académica.

Anderson Lixay

AGRADECIMIENTO

A mi alma mater, por su formación profesional, fundamentada en valores en mi persona. A los trabajadores de la Municipalidad de La Cruz, por contribuir al desarrollo de la investigación. Con todo cariño. Al Mg. **Galvany Guerrero García**, por su aporte académico.

Anderson Lixay

Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la responsabilidad social corporativa, Municipalidad Distrital de La Cruz, Tumbes, 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

28%	28%	7%	%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE


FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	14%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
5	docplayer.es Fuente de Internet	1%
6	repositorio.untumbes.edu.pe:8080 Fuente de Internet	1%
7	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1%
8	core.ac.uk Fuente de Internet	<1%




Mg. Galvany Guerrero García
ORCID: 0000-0003-1038-1866
Asesor

9	repository.javeriana.edu.co Fuente de Internet	<1 %
10	institutojubones.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
11	sigloxxi.espam.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
12	repositorio.upct.es Fuente de Internet	<1 %
13	cdn.www.gob.pe Fuente de Internet	<1 %
14	repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	es.scribd.com Fuente de Internet	<1 %
16	documents.mx Fuente de Internet	<1 %
17	dokumen.pub Fuente de Internet	<1 %
18	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1 %
19	vsip.info Fuente de Internet	<1 %
20	zagan.unizar.es Fuente de Internet	<1 %


 Mg. Galvany Guerrero García
 ORCID: 0000-0003-1038-1866
 Asesor

21	1library.co Fuente de Internet	<1 %
22	repositorio.umsa.bo Fuente de Internet	<1 %
23	icsem.tec.mx Fuente de Internet	<1 %
24	Mónica Desirée Sánchez-Aranegui. "Cuerpo e identidad. Acciones y representaciones", HUMAN REVIEW. International Humanities Review / Revista Internacional de Humanidades, 2022 Publicación	<1 %
25	lamenteesmaravillosa.com Fuente de Internet	<1 %
26	ddd.uab.cat Fuente de Internet	<1 %
27	doku.pub Fuente de Internet	<1 %


 Mg. Galvany Guerrero García
 ORCID: 0000-0003-1038-1866
 Asesor

INDICE GENERAL

INDICE GENERAL	x
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
I. INTRODUCCION	15
II. ESTADO DEL ARTE (Revisión de la literatura).....	21
2.1. Bases teórico – científicas	21
2.1.1. Comunicación asertiva	21
2.1.2. Responsabilidad social corporativa.....	29
2.2. Antecedentes	33
2.3. Definición de términos básicos	38
III. MATERIALES Y METODOS.....	40
3.1. Hipótesis.	40
3.2. Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis.	41
3.3. Población, muestra y muestreo	43
3.4. Métodos, técnicas e instrumentos	45
3.5. Procesamiento y análisis de datos	49
3.6. Definición y operacionalización de variables.....	50
IV. RESULTADOS Y DISCUSION	53
4.1. Resultados	53
4.2. Discusión.....	58
V. CONCLUSIONES	63
VI. RECOMENDACIONES.....	64
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	65
VIII. ANEXOS.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Grado de relación según Coeficiente de Rho Spearman	41
Tabla 2:: Población laboral de la municipalidad.....	44
Tabla 3: Estadísticas de fiabilidad comunicación asertiva.....	48
Tabla 4: Estadísticas de fiabilidad RSC	49
Tabla 5:: Dimensiones e ítems de la variable comunicación asertiva	51
Tabla 6: Dimensiones e ítems de la variable RSC.	52
Tabla 7: Impacto de la comunicación asertiva en responsabilidad social corporativa	53
Tabla 8: Correlación entre la comunicación asertiva y responsabilidad social corporativa (RSC)	54
Tabla 9: Impacto de la comunicación asertiva en la dimensión social de la RSC.	54
Tabla 10: Correlación entre comunicación asertiva y dimensión social	55
Tabla 12: Impacto de la comunicación asertiva en la dimensión económica de la RSC.	56
Tabla 13: Correlación entre la comunicación asertiva y la dimensión económica	56
Tabla 14: : Impacto de la comunicación asertiva en la dimensión ambiental de la RSC.	57
Tabla 15: Correlación entre la comunicación asertiva y la dimensión ambiental	58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	70
Anexo 2: Matriz de operacionalización.	71
Anexo 3: Solicitud de autorización para ejecución de tesis.....	72
Anexo 4: Autorización para ejecución de tesis	73
Anexo 5: Información autorizada por la municipalidad	74
Anexo 6: Cuestionario de comunicación asertiva	76
Anexo 7: Cuestionario de Responsabilidad Social Corporativa	78
Anexo 8: Fiabilidad variable comunicación asertiva	80
Anexo 9: Fiabilidad de variable Gestión de la RSC.....	83

RESUMEN

Con el propósito de determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital La Cruz Región Tumbes, 2022. Se realizó una investigación aplicada, de tipo descriptivo – correlacional, de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de corte transversal. Se empleó la técnica de la encuesta, utilizando el cuestionario como instrumento de medición para ambas variables, determinándose su confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. Se utilizó el método cuantitativo, analítico, sintético, deductivo e inductivo. El procesamiento de los datos se efectuó el software estadístico SPSS. En sus resultados se determinó que la comunicación asertiva con 72.7% tuvo un impacto en la RSC con 76.4%; en la dimensión social con 76.4%; económica. 76.7%, y en la dimensión ambiental 75.6%. Asimismo, se distinguió un Rho de Spearman de 0.896 que expresa una asociatividad positiva fuerte y muy significativa entre la comunicación asertiva y la responsabilidad social corporativa en la MDLC. El $r_s = 0.943$ que indica una correlación positiva perfecta entre comunicación asertiva y la dimensión social. Con un $p(\text{Rho}) = 0.943$, expresa una asociación positiva perfecta entre comunicación asertiva y la dimensión económica y con un Rho de Spearman de 0.851, indica una asociación positiva fuerte entre comunicación asertiva y la dimensión ambiental.

Palabras clave: Comunicación asertiva, escucha activa, responsabilidad social corporativa, social, económica, ambiental.

ABSTRACT

With the purpose of determining the impact that assertive communication has on the management of corporate social responsibility in the District Municipality La Cruz Tumbes Region, 2022. An applied research was carried out, of a descriptive - correlational type, of a quantitative approach, of a non-experimental design. , cross section. The survey technique was used, using the questionnaire as a measurement instrument for both variables, determining its reliability using Cronbach's Alpha. The quantitative, analytical, synthetic, deductive and inductive method was used. Data processing was carried out using SPSS statistical software. In their results it was determined that assertive communication with 72.7% had an impact on CSR with 76.4%; in the social dimension with 76.4%; economic. 76.7%, and in the environmental dimension 75.6%. Likewise, a Spearman's Rho of 0.896 was distinguished, which expresses a strong and highly significant positive associativity between assertive communication and corporate social responsibility in the MDLC. The $r_s = 0.943$ indicating a perfect positive correlation between assertive communication and the social dimension. With a $p(Rho) = 0.943$, it expresses a perfect positive association between assertive communication and the economic dimension and with a Spearman's Rho of 0.851, it indicates a strong positive association between assertive communication and the environmental dimension.

Keywords: Assertive communication, active listening, corporate social responsibility, social, economic, environmental.

I. INTRODUCCION

Actualmente ser socialmente responsable tiene una marca significativa en la imagen institucional; siendo de gran necesidad implementar una política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) e integrarla en su plan estratégico empresarial, de modo que todos los activos tangibles e intangibles se acondicionen y actúen de acuerdo a ella. Los colaboradores y comunicación, debe estar en armonía con la ética empresarial. La responsabilidad social debe ser una filosofía de las organizaciones tanto privada como públicas en este caso las municipalidades, al tener como propósito, asegurar el fortalecimiento institucional y favorecer en su una excelente gestión municipal.

Raufflet, Lozano, Barrera, y García (2012) manifiestan:

La RSC es una idea que se ha posicionado en los diferentes estratos de la sociedad – empresas, universidades, organizaciones sin fines de lucro y gobiernos. Este posicionamiento es consecuencia del desarrollo de muchas y diversas acciones por parte de las organizaciones que con, ayuda de organizaciones internacionales, organizaciones de la sociedad civil y universidades promueven prácticas de RSC en su cadena de valor, donde involucran a los diversos grupos de interés. A la vez los gobiernos como el colombiano ha creado leyes que promueven la realización y la comunicación de prácticas de responsabilidad social al interior y exterior de las empresas. (p, 26)

RSC es una forma de gestionar la empresa que integra en el centro de la visión estratégica de esta, junto a los objetivos comerciales o competitivos, los aspectos sociales y medioambientales y en la que cobran una especial relevancia la gestión excelente de los activos intangibles como el capital intelectual, la reputación, la transparencia (...); Modelo que, a la fecha, es adoptado por la empresa de manera voluntaria y estructurando sus políticas en

función de las necesidades y demandas concretas de su entorno más próximo involucrando a los distintos grupos de interés. (Fernández, 2009).

Las empresas para asumir su RSC, “deben aplicar en estrecha colaboración con los grupos de interés, un proceso destinado a integrar las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones en sus operaciones empresariales y sus estrategias”

Las empresas están inmersas en un proceso de transformación. Algunas han comenzado hace una década, otras todavía no lo han hecho, pero lo cierto es que en un futuro cercano la exigencia de los consumidores será tal, que las empresas que no sean sustentables –y lo comuniquen a sus diferentes stakeholders– irán quedando relegadas. Reducir el impacto ambiental, minimizar la utilización del agua y energía, obtener materia prima de manera sustentable, colaborar con las sociedades para mejorar la salud y el bienestar, son algunas de las acciones que los “ciudadanos consumidores” esperan de sus empresas. (Berceruelo & Leguizamón, 2016, p. 111)

Gill (2006) afirma que

En Latinoamérica también crece la demanda pública para que las empresas se involucren con el problema de la pobreza. En esa dirección están surgiendo experiencias innovadoras impulsadas por organismos internacionales, así un reconocido instituto del Brasil promueve el consumo consciente; dispone de un índice elaborado sobre la base de la información que suministran las empresas y que pretende ayudar a los consumidores para elegir empresas y productos.

Las municipalidades en el Perú, se enfrentan a un serio desafío para conseguir un desarrollo sostenible, el cual no solamente tiene que estar enfocado en el crecimiento económico a largo plazo, sino en la posibilidad de establecer estándares municipales

para posibilitar la colaboración práctica entre los órganos administrativos de la institución con los diversos actores locales (Venturo, 2017).

La Municipalidad Distrital de La Cruz (MDLC), “como gobierno local, dentro de sus competencias promueve el desarrollo integral para viabilizar el crecimiento económico, la justicia social y el sostenimiento ambiental; asimismo una adecuada prestación de servicios públicos y el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción territorial”; para alcanzar este propósito, es de imperiosa necesidad construir relaciones duraderas con sus actores implicados, es decir con sus clientes, consumidores, proveedores, trabajadores, las comunidades con el firme y único propósito de alcanzar su sostenibilidad empresarial y demostrar un verdadero compromiso social.

Al formular el plan de desarrollo concertado, en su contenido se evidencia comunicación porque recoge las necesidades y demandas del pueblo y al ejecutarlo con efectividad se estaría comunicando asertivamente por tener un actuar socialmente responsable; beneficiándose tanto la institución municipal, como los ciudadanos.

Cada cuatro años es una nueva gestión municipal, donde el ciudadano tiene expectativas por un buen servicio en que sean atendidos escuchados y que los recursos monetarios, técnicos se manejen con transparencia y haya rendición de cuentas oportunas. Se evidencia en el público externo: que incluye a los ciudadanos, proveedores, Estado, sindicatos, problemas de recojo de residuos sólidos, de transporte, ambientales y de seguridad y en el público interno que involucra a las autoridades y colaboradores administrativos falta de pago, y poco desarrollo profesional de los colaboradores de la municipalidad, situación que ocasiona descontento en los diversos grupos de interés. En consecuencia, se observa que el trabajo municipal no es la adecuada por el incumplimiento en las actividades del plan concertado. Asimismo se aprecia que los canales de comunicación interna y externa no están claramente definidos, porque no se actúa con acciones de responsabilidad social, según lo planificado; debido a que las decisiones de la gestión municipal de las

autoridades y las acciones y/o actividades administrativas y/o operativas desarrolladas por los colaboradores administrativos no son ejecutadas, ni evaluadas en función al bienestar de sus conciudadanos.

Actualmente no existe consonancia en el trabajo realizado por los colaboradores administrativos y la autoridad municipal con los grupos de interés; en efecto existe poco entendimiento en casi todas las actividades y/o operaciones que se ejecutan mediante la planificación, organización, dirección y control contienen comunicación explícita e implícita y está relacionada con la satisfacción de las necesidades y bienestar a la comunidad.

Ante este contexto se plantea las siguientes interrogantes: ¿Qué impacto tiene la comunicación asertiva en la gestión de responsabilidad social corporativa en la MDLC, Región, Tumbes 2022?; 1. ¿Qué impacto tiene la comunicación asertiva en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa en la MDLC?; 2. ¿Qué impacto tiene la comunicación asertiva en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa en la MDLC?; 3. ¿Qué impacto tiene la comunicación asertiva en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa en la MDLC?

Al desarrollar la investigación, teóricamente, se pretende determinar el impacto de la comunicación asertiva en la RSC en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Región 2022, para alcanzar este propósito; examinaremos teoría existente y conceptos sobre RSC y de comunicación asertiva, en el tiempo. Asimismo, nos permitirá explicar el comportamiento, sus características y/o las propiedades de las variables en estudio y sus dimensiones y la su asociación entre ellas. Sus resultados acrecentarán el cúmulo de conocimiento ya existente, que desafiará a que las organizaciones asuman una conducta socialmente responsable mediante la comunicación asertiva.

Para conseguir objetivos se bosqueja una metodología que admitirá crear conocimiento confiable y válido, admitiendo ser utilizado para nuevas indagaciones en

otras municipalidades. Por ello empleará técnicas e instrumento de medición como encuestas y cuestionarios que verificara su confiabilidad con el Alfa, los mismo que serán aplicados a la muestra seleccionada, los datos, serán procesados a través de software SPSS, obteniendo una información cuantitativa confiable, que permitirá confirmar o rechazar las hipótesis propuestas, y determinar el impacto de la comunicación asertiva en la RSC en la Municipalidad Distrital de La Cruz. El instrumento de medición diseñado para el estudio podrá ser un modelo que puede ser usado por otras municipalidades.

Este estudio se ejecuta por la necesidad de contribuir con las resultas al municipio de La Cruz, que establezca los mejores canales de comunicación asertiva para con sus vecinos y con las diferentes organizaciones de su jurisdicción, de la conducta socialmente responsable de su gestión municipal, buscando el bienestar y calidad de vida de los vecinos como lo estipula la Ley de municipalidades, considerando que los gobiernos locales están más cerca a sus pobladores. Asimismo, se utilizará para nuevas pesquisas relacionadas a la materia de estudio.

Los resultados obtenidos del estudio permitirán entender a profundidad el impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la RSC. A fin de que alta dirección municipal al tomar decisiones relacionadas con la RSC que incluyen necesidades sociales, culturales, económicas y ambientales involucren a los grupos de interés, a las diversas organizaciones, satisfagan sus demandas postergadas y esperanzadoras en buena administración municipal y como respuesta de los ciudadanos del distrito de la Cruz sientan que están mejorando sus condiciones de vida y su bienestar social; en consecuencia las autoridades municipales están comunicando con su trabajo, propiciando respuestas oportunas con actividades de responsabilidad social, evidenciándose que las obras y acciones que se derivan de las decisiones de la gestión municipal son compatibles con los intereses de la población.

Esta investigación pretende explicar que toda actividad que realiza la municipalidad contiene responsabilidad social, y en su interior contiene la comunicación es por ello

que la comunicación esta expresada debe estar exteriorizada en los diferentes tipos de actividades que desarrolla. En consecuencia, el presupuesto institucional dirigido a todo tipo de actividades orientadas la comunidad, debe ser bien administrado cada sol que se invierte debe crear valor y bienestar a los ciudadanos, debiéndose emplear con transparencia y buen manejo al recurso monetario, con el propósito de ejecutar más proyectos en bien de la comunidad cuyo resultado es alcanzar mayor identidad e imagen corporativa en su circunscripción territorial.

Al concluir su desarrollo se buscará determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la gestión de responsabilidad social corporativa en la MDLC, Región Tumbes, 2022. Y de modo específico: 1. Describir el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa; 2. Analizar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa; 3. Determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa.

II. ESTADO DEL ARTE (Revisión de la literatura)

2.1. Bases teórico – científicas

2.1.1. Comunicación asertiva

Al entenderse la comunicación como proceso por el cual la gente trata de compartir el significado a través de la trasmisión de mensajes simbólicos. En la definición tenemos tres componentes: personas, compartir significado y es simbólica, si falta uno de ellos no se realizará la comunicación; en la administración como ciencia de la coordinación, la comunicación asume un papel trascendental.

Newstrom (2011), señala. “Es la transferencia de información y el entendimiento de una persona con otra. Es un modo de llegar a los demás transmitiéndoles ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores” (p. 49).

“Su propósito es alcanzar una comunicación eficaz, constituye un puente de significados entre dos personas, de modo que cada una comparta lo que siente y sabe” (Newstrom, 2011).

Según Campos y Campos (2014) precisa “Es hacer a otro participe de lo que uno tiene. Descubrir, manifestar o hacer saber alguna cosa. Conversar, tratar con alguno de palabra o por escrito. Es la base de todas las culturas” (p. 97).

Sánchez y Ospina (2014) afirman:

Que el interés de integrar la comunicación en las prácticas administrativas y gerenciales, reside en la transformación y comprensión mental de los mensajes que fluyen al inicio y al final del proceso a través del lenguaje corporal y muy esencialmente en el verbal o de palabra, es decir, se obtiene mediante el uso

de la razón como una función para la sana retroalimentación (feedback) entre las personas que laboran, situándose a la acción eficiente de los participantes para la obtención de los objetivos organizacionales. (p. 17)

Werther, Jr. y Davis (2008) afirma:

La trascendencia de la comunicación efectiva para los gerentes nunca se enfatiza, de manera excesiva por una razón específica: todo lo que hace un gerente esta relacionado con la comunicación, como acentúa que la información constituye la fuente de energía que mueve a la organización. Sin información, los administradores no pueden efectuar decisiones efectivas respecto a mercados, distribución de recursos, compras y ventas. La falta de información puede causar tensión e insatisfacción entre el personal. (p.447)

La comunicación dentro de la organización se define como formal e informal: Robbins y Coulter (2014) precisan, comunicación formal. “Es aquella que se lleva a cabo de acuerdo con los esquemas laborales prescritos por la organización. Por ejemplo, cuando un gerente le pide a un empleado que realice una tarea” (Robbins y Coulter (2014, p. 323).

La comunicación informal. “Aquella que no está definida por la jerarquía estructural de la compañía. Cuando los empleados hablan entre sí en el comedor, mientras recorren los pasillos. Los empleados crean amistades y se comunican entre sí” (Robbins y Coulter (2014p. 323).

En una comunicación exitosa involucra la comprensión del significado, por lo que, Chiavenato (2001), explica:

Que el sistema de comunicación incluye, como mínimo, dos personas o dos grupos: el emisor (fuente) y el receptor (destino), es decir, quien envía la comunicación y quien la recibe. La fuente constituye el punto inicial, y el destino,

el punto final de la comunicación. Entre ellos existen cuatro componentes más del proceso: el transmisor, el canal, el receptor y el ruido. (Chiavenato, 2001, p. 326).

Asertividad

Madrigal (2009) sostiene:

La comunicación definitivamente es la expresión espiritual, vivencial e interactiva, retroalimentada estratégicamente en cada una de las etapas del proceso evolutivo. En este nuevo enfoque tenemos la comunicación asertiva. Es una técnica conductual que reafirma la personalidad, nos permite conocernos más y nos hace acercarnos a los demás a través del mejoramiento de la comunicación intrapersonal e interpersonal. (p. 63)

Ferrero y Martin (2013) nos dicen:

Es una práctica comunicativa interpersonal para transmitir adecuadamente opiniones, intenciones, sentimientos. Consiste en crear las situaciones que permitan conseguir aquello que se propone sin sentirse incomodo al hacerlo, sobre todo en escenarios conflictivos; producir las mínimas consecuencias negativas tanto como para uno como para el otro, y en las relaciones de ambos.

Castanyer (2014) señala:

Que la autoestima está apretadamente ligada al asertividad cuando: La persona con baja autoestima depende de los demás para sentirse valida y digna, ya sea a través de obtener cariño y apoyo (conducta sumisa) o control y poder (conducta agresiva). La persona asertiva es la que no depende de la evaluación de los demás y puede permitirse dar opiniones contrarias a la mayoría, o ser incomprendida o incluso descalificada sin por ello rebajar su autoconcepto de

valía. (p. 79)

Comunicación asertiva

Remor y Amorrós (2013) expresan:

La comunicación asertiva son comportamientos que resultan efectivos para que el interlocutor exprese y muestre sus preocupaciones, objetivos, intereses, necesidades y valores personales. Se trata de la expresión honesta y legítima de los propios derechos, sentimientos, creencias e intereses sin violar o menospreciar los derechos de los demás. (p. 2)

Sánchez y Ospina (2014) expresan que. “En el entorno organizacional, será entonces imponer conductas logrando una respuesta esperada, acatar. Así que la comunicación no es más que el efecto previsto de lograr la motivación en el colaborador para la consecución de las metas” (p. 21).

Dimensiones de la comunicación

Robbins y Coulter (2014), indican que las dimensiones, para lograr una comunicación efectiva son las siguientes:

Uso de la retroalimentación; los problemas en la comunicación como malentendidos y las imprecisiones ocurren con menos frecuencia si el gerente obtiene retroalimentación, verbal y no verbal. Por ejemplo, hacer preguntas sobre un mensaje para determinar si se recibió y se entendió o pedir al receptor que repita el mensaje en sus propias palabras. **Simplificación del lenguaje;** el lenguaje puede ser una barrera, los gerentes deben tomar en cuenta a quién se dirigirá el mensaje y adaptar el lenguaje a esas personas. La comunicación efectiva se logra cuando un mensaje se recibe y se entiende. **Escucha activa;** Cuando alguien habla, nosotros oímos, pero, a menudo, no escuchamos. Escuchar es una búsqueda activa de significado, en tanto que oír es pasivo. La capacidad de escuchar mejora si se desarrolla empatía con el emisor. **Control**

de las emociones; las emociones pueden nublar y distorsionar la comunicación. Un gerente molesto puede malinterpretar un mensaje entrante y no comunicar sus mensajes de salida con claridad y precisión. Es necesario calmarse y controlar las emociones antes de comunicarse. **Observación de las señales no verbales;** es importante asegurarse que las acciones concuerden y refuercen las palabras que las acompañan. Un comunicador efectivo cuida sus señales no verbales para asegurarse que transmitan el mensaje deseado. (p. 485- 487)

Comunicación interna

Fernández (2002) señala que:

La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales (p. 12).

Ongallo (2007) expresan que:

Dentro de la comunicación interna de la propia empresa u organización, se, estableceremos tres tipos principales:

Descendente: El fin es comunicar a los niveles inferiores de la organización las órdenes o noticias que emanan de los niveles superiores (dirección, gerencia...).

Ascendente: El fin es obtener datos y noticias relativas a la moral laboral del personal, socios y colaboradores, sus aspiraciones, deseos y opiniones.

Horizontal: El fin es promover el intercambio de datos e impresiones entre los miembros de un mismo nivel jerárquico, o de su mismo grupo. (p. 53)

Comunicación externa

Guzmán (2012) señala que:

La comunicación externa “es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.), encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable, o a promover sus productos o servicios”. La comunicación externa, va dirigida al público externo: clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general. Viene determinada por las personas que no tienen ninguna relación con la empresa o bien la tienen de manera muy limitada, sea ésta geográfica, de productos o de servicios. Aunque está vinculada a departamentos tales como gabinetes de prensa o de relaciones públicas o al de comunicación corporativa, todos los miembros de la organización pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la organización. (p. 75)

Fernández (2002) indica que:

La comunicación externa. “Es el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia diferentes públicos externos” (p. 12).

La Información en las organizaciones

Ongallo (2007) sostienen que:

Información y la comunicación en las corporaciones constituyen un bien de consumo y un activo equiparable a los recursos humanos y financieros. Entendidas como dos herramientas diferenciadas, aunque complementarias, y unidas a las tecnologías que nacen ligadas a los procesos de información y comunicación, ambas, información y comunicación, constituyen la respuesta a las crecientes necesidades de competitividad de las organizaciones. Para las organizaciones en general, es muy importante obtener todos los datos necesarios para poder analizar la situación de las mismas, así como para tomar decisiones acertadas. Para las empresas en particular, la razón es la necesidad de dar a diario una respuesta adecuada a las cambiantes demandas del mercado y, además, prevenir en lo posible los eventuales efectos negativos que las decisiones de la empresa puedan provocar tanto internamente como en el entorno.

Por todo ello, cada vez se deberá integrar más información y conocimientos de comunicación en los servicios que ofrezca la organización al exterior, así como en las decisiones que se tomen internamente. La relación entre información y comunicación es tan estrecha que es bastante común que ambos términos se confundan, en virtud de que una información no es tal si no puede ser comunicada. En las organizaciones, sus responsables suelen aceptar la necesidad de la información sin preocuparse demasiado en saber si es percibida e interpretada correctamente por los interlocutores de acuerdo con la intención del emisor, en la creencia de que el mensaje, aun bien recibido, produce un efecto mecánico sobre los comportamientos de empleados, socios o colaboradores. Sin embargo, no siempre sucede esto. Una información de sentido único puede errar su objetivo, bien porque no ha sido percibida, bien

porque no ha sido entendida, bien porque no incita a la acción y permanece en el espíritu del interlocutor como un elemento inerte. (Ongallo,2007, p. 56)

Comunicación sustentable

Berceruelo y Leguizamón, (2016) explican:

Que un buen número de organizaciones están comprendiendo que la sustentabilidad se está convirtiendo en una plataforma clave para que los consumidores las elijan, ya no solo por el valor intrínseco de su producto o servicio, sino por su compromiso, transparencia, coherencia y su aporte al cuidado del medioambiente. En un entorno tan competitivo como el actual, las compañías y sus marcas tienen que demostrar a los consumidores y clientes cada vez más exigentes, que la empresa que eligieron aporta y busca activamente soluciones ante problemas sociales y ambientales. Que buscan ir más allá de la obtención de sus propios beneficios. En este sentido, las empresas deberían incluir la sustentabilidad en el ADN de su marca y en la comunicación con sus consumidores. Pero es verdad que para comunicar sustentabilidad hay que tener algo sustentable para comunicar. y, ciertamente, cuanto más sustentable sea percibida una marca más significativa será esta para el consumidor. (p. 109)

La base teórica de la comunicación asertiva, según Ferrero y Martin (2013) afirman:

Este tipo de comunicación nos permite dialogar con calma y respeto, expresando lo que queremos decir; peror sin herir los sentimientos de las otras personas. Asimismo nos ayuda a controlar el mal genio, y mejora nuestras habilidades de afrontamiento, pues nos permite expresarnos efectivamente.

Respecto a las dimensiones de Fernández (2002), clasifica a la comunicación en dos tipos:

Interna que explica la buenas relaciones laborales en el desarrollo de su trabajo, asimismo se refiere los canales y mecanismos de información que existen dentro de una organización determinada, y cuyo destino es el mismo personal que trabaja en ella, en sus diversos departamentos o modalidades organizativas. En eso se distingue de la comunicación externa, que es aquella que va desde la organización hacia el mundo externo. Es decir, se basa en las efectivas relaciones interinstitucionales.

2.1.2. Responsabilidad social corporativa.

Ruiz , Gagó, García Leal, y López (2016), la definen:

Como una actividad voluntaria que asumen las organizaciones y/o empresas, siendo incorporada en todo el proceso de producción y gestión empresarial, centrándose fundamentalmente en la incorporación de valores en su modelo de gestión que implican un desarrollo sostenible de la sociedad; exigiéndose un compromiso mayor que el mero cumplimiento de la legalidad y su desarrollo supone la relación directa con los grupos de interés con los que la empresa se relaciona.(p. 6)

“Definiciones que van enfocando los aspectos de hoy se consideran esenciales en la RSC. En la Unión Europea, el Libro Verde sobre RSE Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas” (Comisión Europea, 2001).

“Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión Europea, 2001).

Esta definición se amplía y matiza en la Estrategia para 2011- 2014 de la Comisión Europea, que la define:

“Como la integración, en estrecha colaboración con las partes interesadas, de las preocupaciones sociales, medioambientales y éticas, el respeto de los derechos humanos y las preocupaciones de los consumidores en sus operaciones empresariales y su estrategia básica, a fin de maximizar la creación de valor compartido para sus propietarios/accionistas y para las demás partes interesadas y la sociedad en sentido amplio; e identificar, prevenir y atenuar sus posibles consecuencias adversas” (Comisión Europea, 2011).

Montañez y Gutiérrez (2015) dicen:

El modelo orientado a procesos sostiene que la empresa es responsable de la comprensión y de las consecuencias de sus decisiones en la sociedad. Concibe la RSE como un diálogo y amalgama de los intereses de diferentes grupos que es un proceso permanente que conduce a la reflexión y a la selección de estrategias de acuerdo con sus posibles consecuencias en las que intervienen criterios éticos valores y principios que promuevan su puesta en común. Como hemos explicado la evaluación asada en procesos representa la construcción de un modelo organizacional diseñado para responder directamente a los diversos intereses contenidos en las relaciones empresa-sociedad. La RSE es la forma de aprender y practicar la ética en la empresa. Por otra parte las empresas pueden ser consideradas como personas jurídicas porque existe una cultura empresarial que toma decisiones con ase en la intencionalidad y con pleno conocimiento de las consecuencias de sus actos.

En las economías de mercado, las empresas adaptan lo bienes para satisfacer las necesidades humanas as us clientes, con el objetivo de obtener el máximo beneficio posible. No obstante, la nueva tendencia en la empresa ya no tiene como único objetivo maximizar los beneficios sino también manifestarse a

través de la implantación de la responsabilidad social corporativa (RSC) en su gestión empresarial. Esta tendencia se ha desarrollado como parte de un sentimiento nacido en el seno de la sociedad: Las sociedades, especialmente las desarrolladas consideran que la empresa debe devolver a la propia de la sociedad parte de los beneficios que logran con sus actividades. (Ruiz , Gagó, García Leal, y López, 2016, p. 6)

Así la empresa manifiesta que además de tener obligaciones y responsabilidades para con los accionistas también responde ante los impactos sociales y ambiental, de su actividad, particularmente en el espacio laboral. La apuesta por volcar parte de la actividad de las empresas en tareas de responsabilidad social tiene como una de sus principales motivaciones conseguir una ventaja competitiva al potenciar y reforzar su imagen corporativa (Ibidem).

Ruiz et al. (2016) precisan los principios de la RSC son:

Devolver a la sociedad parte de lo que ella aporta a la actividad empresarial.
Minimizar los impactos negativos de la sociedad. Respetar las recomendaciones y directrices internacionales y nacionales en materia de RSC.
Y trabajar a favor del desarrollo de los derechos humanos. (p. 6)

Dimensiones de la RSC

Montañez y Gutiérrez (2015) establecen:

Que una compañía es responsable, cuando tres responsabilidades: la económica que incluye acciones que protegen los intereses de los accionistas o propietarios. Ambiental apunta a ahorrar recursos ambientales y hacia el objetivo de reducir los niveles de contaminación. Social es el aspecto más amplio e incluye: condiciones de trabajo desde la motivación hasta la seguridad

y el bienestar de los empleados; responsabilidad del producto; inversión social, gestión de impacto comunitario entre otras áreas.

En el área de trabajo de la RSC afecta a los distintos ámbitos de la gestión de la empresa; derechos humanos, prácticas de trabajo y empleo, protección de la salud, cuestiones medioambientales, lucha contra el fraude y la corrupción, interés de los consumidores, etc. (Ruiz et al., 2016, p. 8)

Las áreas de trabajo más importantes de la RSC, son:

Responsabilidad social ética. Implica un compromiso centrado en la justicia de la empresa con los grupos sociales con los que se relaciona.

Responsabilidad social económica. Se refiere como se genera la riqueza en la empresa y a como se reparte entre los grupos de interés.

Responsabilidad social legal. Implica un compromiso que debe ir más allá del mero cumplimiento de la legalidad.

“Los ámbito de intervención de la RSC son el medioambiente, la sociedad, el clima laboral y la redibilidad y confianza ante el cliente”.

Las responsabilidades sociales pueden entrar en diferentes categorías específicas: Las **responsabilidades económicas** de los negocios son las de producir bienes y servicios que la sociedad desea a un precio que permita perpetuar el negocio y cumplir con las obligaciones que tienen con sus inversionistas. Las **responsabilidades legales** son la obediencia de las leyes locales, estatales, e internacionales. Las leyes que afectan a las empresas antes mencionadas cubren una gran gama de requerimientos que van desde el retorno de los impuestos hasta los estándares de seguridad para los trabajadores. Las **responsabilidades éticas** incluyen otras expectativas sociales no descritas en leyes. Finalmente, las **responsabilidades filantrópicas** son comportamientos y actividades adicionales que la sociedad

encuentra deseables y que son apoyadas por los valores de la compañía. (Bateman y Scott, 2009, p. 182)

El estudio reside en la teoría científica de la responsabilidad social corporativa y sus dimensiones social, económica y ambiental, explicada por Montañez y Gutiérrez (2015) quien explica que toda organización para su sobrevivencia y éxito empresarial debe trabajar de manera coordinada en base a su rentabilidad que obtiene producto de sus operaciones de acuerdo a su giro de negocio, con los servicios de calidad que ofrece a la sociedad y con la sostenibilidad del medio ambiente, para asegurar el bienestar a las generaciones futuras.

En suma es un compromiso discrecional que asume una organización con la sociedad, y destina tanto a nivel interno como externo de la empresa. A nivel interno la empresa tiene la responsabilidad de asegurar el bienestar del personal y del ambiente laboral. A nivel externo, la corporación tiene responsabilidad con la sociedad de conducir sus operaciones de una forma ética y transparente, buscando tener el menor impacto negativo ambiental posible y buscando favorecer de una forma positiva en los tres sectores de la triple cuenta de resultados: personas, planeta y economía

2.2. Antecedentes

Internacionales

Aguirre (2020) en su investigación:

“Estrategias comunicacionales internas del GAD Riobamba y su aporte a la construcción de la imagen corporativa. periodo. enero-junio 2019, plantea como objetivo determinar las estrategias comunicacionales internas del GADM y su aporte a la construcción de la imagen corporativa. Entre los objetivos específicos contempla: Fundamentar desde la teoría cómo las estrategias internas de la Institución pueden aportar a la construcción de la imagen corporativa. Evaluar la imagen corporativa del GADM • Proponer un

manual de construcción de estrategias de comunicación internas que permitan mejorar y potencializar su imagen corporativa. El GADM no cuenta con un plan estratégico de comunicación, por consiguiente, las estrategias que se van planteando diariamente según sean las necesidades que tenga en ese momento la institución, no generan un aporte significativo a la construcción de su imagen corporativa, por ello la percepción que tiene el público externo es desalentadora ya que según los resultados obtenidos se nota un alto grado de inconformidad con los servicios que brinda esta organización: la atención al cliente, las actividades que realiza, la manera en la que hace participar a la ciudadanía al tomar en cuenta su opinión, la demora en trámites, y los espacios de comunicación entre autoridades y población”

López (2012) en trabajo:

“Una mirada a la responsabilidad social empresarial”. Planteó como objetivo general el de asociar a la responsabilidad social empresarial con el desempeño y la sostenibilidad de las empresas actuales, en donde de una manera sencilla se busca que personas y empresas que conocen muy poco o que incluso desconocen por completo este tema puedan empezar a familiarizarse con él. La metodología empleada por la Cámara de Valencia establece la ejecución de los siguientes pasos Reunión de información a nivel directivo, determinación del equipo de trabajo, programación de las entrevistas y cronograma de desarrollo, realización de las entrevistas, elaboración del informe y presentación del informe final a las directivas de la empresa con los cuales se obtiene el “diagnóstico previo”. Concluyó que la mayoría de los procedimientos en la empresa no se encuentran formalizados, es decir que las buenas prácticas que se realizan se hacen y transmiten de manera desordenada, a menudo verbalmente, sobre todo en lo relacionado con medio ambiente, proveedores y subcontratistas, y en menor nivel en recursos humanos. Una empresa que se piensa y se dice socialmente responsable debe serlo en principio desde su

interior su primera responsabilidad social es hacia sus colaboradores, ya que son ellos quienes finalmente hacen posible el negocio. Se queda sin credibilidad alguna ante los públicos externos una organización que en su interior no es justa ni equitativa con los salarios, no respeta a los empleados, tiene tratos discriminatorios para ascensos y promociones, no apoya el desarrollo personal y profesional de su gente.

Orjuela (2011):

“En su tesis, la comunicación en la gestión de la responsabilidad social empresarial”, concluyó que la RSE se está convirtiendo en un atributo de imagen (a proyectar y posicionar) y en un comportamiento verificable que alimenta y dinamiza la reputación corporativa. Así, podemos asegurar que la comunicación corporativa y la RSE se nutren entre sí. A partir de la sinergia que logran en su interrelación, generan y comparten significados que son percibidos por los diversos stakeholders, fortaleciendo la gestión estratégica de la comunicación. Las personas, como seres sociales, no pueden abstraerse de su entorno. Para lograr el éxito y satisfacer sus necesidades, se deben comunicar entre sí para establecer relaciones que les permitan la convivencia. Por eso es importante que los líderes organizacionales se apalanquen en el gestor de comunicación y lo vean como un agente que agrega valor a su gestión. La labor de este gestor no sólo debe ser táctica, sino estratégica, que contribuya al desarrollo de una empresa más justa y humana. “Cada vez más se encuentran casos donde los líderes de comunicación están dirigiendo también los esfuerzos de RSE, por lo cual su compromiso es aún mayor, obligándolos a entender y asumir parte de la responsabilidad que tiene la organización en la construcción de nuevos significados culturales en la sociedad. Esto se logra gracias a la comunicación bidireccional y en red, así como la creación de modelos puntuales que se adapten a la realidad propia de cada organización y a su relación y dinámica con sus stakeholders”

Oyola (2018) en su trabajo:

“La comunicación asertiva y su efecto positivo para el área de operaciones de la empresa COVY S.A.S.”; tuvo por objetivo analizar elementos de la comunicación asertiva que influyen en el clima laboral y las relaciones laborales, de los colaboradores del área de operaciones de la empresa. La conducta y la comunicación asertivas son habilidades sociales que pueden desarrollarse para mejorar la calidad de las relaciones tanto humanas como laborales. El asertividad es autoafirmación e incluye componentes de tipo ético: el respeto hacia sí y hacia las otras personas, pues parte del concepto de igualdad de derechos dando pie a la mejora constante de un clima laboral. La mayoría de colaboradores de la empresa, mantienen una relación y comunicación directa y abierta entre ellos mismos.

Nacionales

Yanez (2017) en su estudio:

“La comunicación interna de la Municipalidad de Surco en el liderazgo organizacional”, se planteó como objetivo identificar como la comunicación interna de la municipalidad se relaciona en el liderazgo organizacional. La metodología fue el enfoque cuantitativo no probabilístico, empleando métodos descriptivos. El enfoque se clasificó como: descriptivo explicativo. Se obtuvo por resultados que la comunicación interna de la municipalidad se relaciona significativamente en el liderazgo organizacional, con un promedio porcentual del 79.61%; que significa que el nivel de relación es alto entre las variables respectivas. Estos resultados permitieron determinar el proceso de contrastación de la hipótesis general postulada. “Concluyó que, dentro de la problemática de la comunicación interna de la Municipalidad de Surco en el Liderazgo organizacional, los resultados del análisis evidencian que la comunicación interna se relaciona significativamente en el liderazgo organizacional, con un promedio porcentual significativamente alto de 78.01%”.

Local

Escobedo y Segovia (2020) en sutesis:

“Comunicación asertiva como técnica del liderazgo efectivo en la municipalidad distrital de Aguas Verdes, provincia de Zarumilla, región Tumbes, 2019”. Con el propósito de determinar en qué medida la comunicación asertiva como técnica contribuye a un liderazgo efectivo en la municipalidad. Investigación descriptiva, de diseño no experimental y transversal, aplicándose una encuesta a una muestra 57 colaboradores. “Determinándose que la comunicación asertiva es una técnica muy útil e imprescindible en el liderazgo efectivo, porque valora a la persona y promueve la confianza, fortalece las relaciones interpersonales. los indicadores de la comunicación fueron: uso de la retroalimentación 49.66%, simplificación del lenguaje 50.00%, escucha activa 48.33%, control de emociones 49.33% y observaciones de señales no verbales son reflejadas con el 50.00%, observándose que no se encuentran muy desarrolladas. El liderazgo involucra las dimensiones seguridad expresadas con 48.25%, guía 53.25%, sabiduría 52.00 y poder 46.75%, presenciándose que la capacidad de liderazgo no está muy acentuada”.

Huamán C. y Huaman (2017), en su trabajo:

La comunicación interna (CI) y el valor añadido social en las empresas comercializadoras de electrodomésticos del Distrito de Tumbes, 2016. Tuvo por objetivo determinar en qué medida la comunicación interna permite generar valor añadido social en las empresas. Estudio de tipo descriptivo - correlacional; de diseño no experimental transversal. La muestra estuvo constituida por 50 colaboradores, a quienes se aplicaron las técnicas de encuestas, entrevistas y observación. Concluyeron que la comunicación interna generar valor añadido social. Los componentes de CI; capacitación, publicidad, clima laboral y políticas laborales por estar implícita y orientarse a las personas, como

elemento núcleo de las empresas comerciales, intención que tuvo efecto en la adquisición de mejores destrezas y habilidades, como consecuencia un alto rendimiento laboral, permitiendo un buen posicionamiento comercial e imagen corporativa, actitud favorable hacia el empleo de los colaboradores y propiciar condiciones laborales de comodidad y seguridad. Concluyeron; que se brindó capacitación mediante certámenes académicos y oportunidades laborales para contar con personal con más profesionalismo, visualizándose en 16% a tiendas EFE y CURACAO. Las técnicas publicitarias estuvieron inducidas a los trabajadores con información interna, a los clientes con anuncios comerciales, diseñándose en función a objetivos laborales y comerciales, como la mejora del trabajo y ganar lealtad de los clientes, ofreciéndose una información pertinente, exacta y oportuna, accediendo a un buen posicionamiento empresarial. Indicándose a Tiendas EFE 22% y 16%. CURACAO.

2.3. Definición de términos básicos

Asertividad

“Es la capacidad de autoafirmar los propios derechos, sin dejarse manipular y sin manipular a otros” (Castanyer, 2014, p.23).

Comunicación

“Es la capacidad de escuchar y transmitir ideas de manera efectiva, empleando el canal adecuado en el momento oportuno y proporcionando datos concretos para respaldar las observaciones y conclusiones” (Louffat, 2010, p. 213).

Comportamiento organizacional

“Es el estudio del comportamiento humano en contextos organizacionales, la interfaz entre el comportamiento humano y la organización, y la organización misma” (Griffin, Phillips y Gully, 2017).

Efectos organizacionales

“Son aquellos que afectan el comportamiento y el desempeño laboral. Los más usuales son el ausentismo, relaciones laborales pobre, baja productividad, alto índice de accidentes, alto índice de rotación de personal, clima organizacional nocivo, insatisfacción y baja calidad laboral” (Louffat, 2010, p. 223).

Eficacia.

“Hacer las cosas correctas o realizar actividades de tal modo que se alcancen los objetivos organizacionales” (Robbins y Coulter, 2014).

Equipo de trabajo.

“Grupo en el que los esfuerzos individuales dan como resultado un desempeño mayor que la suma de las aportaciones por individuo” (Robbins y Judge, 2013).

Reputación corporativa

“técnica que trata de analizar la percepción sobre la empresa de diversos grupos de interés y actuar para mejorar su imagen” (Ruiz et al., 2016, p. 15)

RSC

“Responsabilidad que esta tiene de contribuir con el desarrollo, el bienestar y la el mejor calidad de vida de los colaboradores, sus familias y la comunidad en general” (Martínez, 2005, p. 31).

III. MATERIALES Y METODOS

3.1. Hipótesis.

Hipótesis general

La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Región 2022.

Hipótesis específicas

1. La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz.
2. La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz.
3. La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz.

La significancia de la hipótesis se determinará con la aplicación del coeficiente Rho de Spearman, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), precisan:

Que el Rho de Spearman es una medida de correlación para variables en un nivel de medición ordinal; los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos. Asimismo, se interpreta su significancia igual que Pearson y otros valores estadísticos. En su interpretación: el coeficiente r de Pearson puede variar de -1.00 a $+1.00$, donde: -1.00 = correlación negativa perfecta. ("A mayor X , menor Y ", de manera proporcional. Es decir, cada vez que X aumenta una unidad, Y disminuye siempre una cantidad constante). Esto

también se aplica “a menor X, mayor Y”. (“A mayor X, mayor Y” o “a menor X, menor Y”, de manera proporcional. Cada vez que X aumenta, Y aumenta siempre una cantidad constante. (pp. 305 - 322).

Tabla 1: Grado de relación según Coeficiente de Rho Spearman

Rango	Relación
-0,91 a -1,00	Correlación negativa perfecta
-0,76 a -0,90	Correlación negativa fuerte
-0,51 a -0,75	Correlación negativa considerable
-0,11 a -0,50	Correlación negativa media
-0,01 a -0,10	Correlación negativa débil
0,00	No existe correlación
+0,01 a +0,10	Correlación positiva débil
+0,11 a +0,50	Correlación positiva media
+0,51 a +0,75	Correlación positiva considerable
+0,76 a +0,90	Correlación positiva fuerte
+0,91 a +1,00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación. México. Mac Graw-Hill/ Interamericana Editores, S.A.

3.2. Tipo de estudio y diseño de contrastación de hipótesis.

A. Tipo de estudio.

Descriptivo – correlacional.

Estudio de tipo descriptivo – correlacional, investigación aplicada, ya que describe las características y/o propiedades de las variables en estudio su asociación entre ellas. y gestión de la responsabilidad social corporativa y la asociación entre ellas.

De acuerdo a Hernández et al. (2014) refieren que es correlacional, “porque tiene el propósito de conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular”

Descriptivo, “ya que busca especificar, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al.,2014).

En la misma línea, Abreu (2012) señala:

Es correlacional, porque a posteriori de medir y cuantificar los diferentes factores de interés investigativo, se interrelacionarán, para poder observar, y evaluar la existencia y el grado de asociación no causal entre las variables que conforman la comunicación asertiva y la responsabilidad social corporativa, como también si dicha relación manifiesta significancia estadística, y si existe o no una diferencia estadísticamente significativa entre las variables a evaluar.

De enfoque cuantitativo, porque los datos recopilados son numéricos, empleando la escala de Likert, su procesamiento se realizará con el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), interpretándose con la estadística descriptiva e inferencial. Su confiabilidad se calculó con el Alfa de Cronbach, se empleó el p- value para probar la hipótesis, y se aplicó el Coeficiente Rho de Spearman, para determinar la asociatividad y/o correlación.

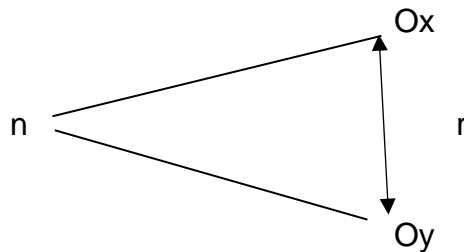
B. Diseño de investigación.

El diseño será no experimental, de tipo transversal, porque, no se dirigirán, ni manipularán de forma deliberada las distintas variables que derivan de los objetivos planteados, es decir, la intervención no será directa” (López, Cobos, Martín, Molina y Jaén, 2018).

“Sino se explorará y observará a profundidad, de forma precisa y ordenada cada una de los factores que intervienen en el estudio, tal cual se las recabe en el espacio de tiempo considerado” (Rojas, 2015). en este caso el año 2022.

El diseño de contrastación de hipótesis será correlacional, como se muestra:

Dónde:



Dónde:

M = Muestra de estudio

Ox = Comunicación asertiva

Oy = Gestión de la RSC

r = Relación entre variables

3.3. Población, muestra y muestreo

Población

Hernández et al. (2014) indican “Es el conjunto de individuos, objetos, sucesos o comunidades de los que se desea conocer algo en una investigación” (174). En el estudio se emplearon dos poblaciones, la primera referida a los 44 servidores administrativos de la Municipalidad de La Cruz (O RR-HH– MDLC,2022), para el estudio de la variable comunicación asertiva (Tabla 2). la segunda población estuvo constituida por 9259 pobladores del distrito de La Cruz (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2017), se orientará a la variable gestión de la RSC.

Tabla 2:: Población laboral de la municipalidad

Grupo ocupacional	Cantidad
Directivos	5
Profesionales	8
Técnicos	11
Auxiliares	20
Total	44

Fuente: Oficina de Recursos Humanos (O-RR-HH),MDLC, 2022.

Muestra.

Según lo expresado por Hernández y Carpio (2019), señalan que “para seleccionar una muestra adecuada se debe ajustar su tamaño de acuerdo a criterios de situación y estimación”; considerando el tema a investigar, respecto a los servidores administrativos se aplicó a la elección de la muestra no probabilística.

Al respecto Hernández et.al. (2014) la definen “La muestra no probabilística, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características del estudio, más que por un criterio estadístico de generalización de ser elegidos” (p. 189).

La primera muestra de los colaboradores de la MDLC, fue; no probabilística o por conveniencia porque los elementos a ser considerados fueron los mismos que constituyeron población de trabajadores; 44 colaboradores administrativos entre directivos, profesionales, técnicos y auxiliares.

La segunda muestra que corresponde a los pobladores, fue probabilística determinándose con la fórmula de poblaciones finitas (Wittkoski, 2000), que ascendió a 369 habitantes.

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

Donde:

Z: nivel de confianza por, lo general 1,96 al 95%

p: probabilidad de éxito, 50%

q: probabilidad de fracaso, 50%.

N: tamaño de la población, 9,259 habitantes.

e: error de muestreo, 5%.

Reemplazando cada uno de los elementos:

$$n = \frac{(1,96)^2 (9259) (0,50) (0,50)}{(0,50)(0,50)(1,96)^2 + (9259 - 1)(0,05)^2} = 369$$

n :369 habitantes

Muestreo

Para variable comunicación asertiva, se empleó el muestreo no probabilístico, aplicándose tipo entrevista un cuestionario que contiene 14 ítems, a los colaboradores administrativos; en su respectivo cargo y en su horario de trabajo. Respecto a la gestión de la responsabilidad social corporativa, aplicándose el muestreo probabilístico, aplicándose tipo entrevista un cuestionario, estructurado con 14 ítems relacionado a la dimensión social, económica y ambiental a los 369 pobladores mayores entre 18 a 65 años de edad, en su domicilio después de la jornada laboral.

3.4. Métodos, técnicas e instrumentos

Métodos.

Velásquez y Rey (2010) refieren “a procedimientos que permiten la elaboración teórica de los datos, los que posibilitan la elaboración de generalizaciones en forma de teorías,

hipótesis, leyes conceptos, hechos científicos, etc., por tanto, se manifiesta de forma general; en el desarrollo de la investigación” (p. 233); empleándose los siguientes:

Método cuantitativo.

“Porque la información fue procesada por medio de la estadística descriptiva y la estadística inferencial, en el que se hizoá uso del Alfa de Cronbach, Coeficiente de Spearman, tablas de frecuencia” (Hernández et al., 2014).

Método analítico.

Se utilizó en todo momento del procesamiento de toda la información recopilada a través de una vasta documentación, durante la primera etapa del proyecto, la misma que una vez seleccionada se catalogaron y se extrajeron los temas más relevantes respecto de nuestra formulación del problema, hipótesis y objetivos. (Velásquez y Rey, 2010).

Método sintético.

“Se empleó durante la elaboración de las conclusiones, que permitieron elaborar recomendaciones para dar solución al problema planteado. Asimismo, en el momento de evaluar las figuras, las entrevistas y al elaborar el resumen en el marco teórico” (Velásquez y Rey, 2010).

Método deductivo.

Método científico que considera que la conclusión está implícita en las premisas. Por, ello supone que las conclusiones siguen necesariamente a las premisas: si el razonamiento deductivo es válido y las premisas son verdaderas, la conclusión sólo puede ser verdadera, se aplicó para obtener la bases teórico – científicas de la investigación. (Velásquez y Rey, 2010)

Método inductivo

“Infiere los hechos observados basándose en la ley general (a diferencia del deductivo, en el cual se formulan leyes a partir de hechos observados). El

inductivo nos sirve para inferir las conclusiones importantes a partir de hechos observables” (Velásquez y Rey, 2010).

B. Técnicas de recolección de datos

Considerando a Bernal, (2016), se emplearon:

La técnica de la encuesta.

La encuesta consiste en la elaboración de preguntas que consideren una o más variables que se desean medir. Como sugiere Hernández, et al. “Es un procedimiento de recopilación de datos que significa un proceso para el recojo de la información de acuerdo con planteamiento del problema científico” (Hernández et al., 2014)

El instrumento de medición de esta técnica será un cuestionario donde se estructurarán 14 preguntas, para la variable comunicación asertiva y 14 ítems para gestión de responsabilidad social corporativa; valorándolas cada pregunta en Escala de Likert: De acuerdo (DA) 3, Indeciso (I) 2; En desacuerdo (ED) 1 (Anexos 3, 4).

La técnica documental

Se analizaron y cuestionaron información contenida de los textos, informes registros y documentación interna de la municipalidad, que permitieron la elaboración del marco teórico.

C. Instrumentos de recolección

- 1. Cuestionario:** se estructuraron catorce (14) preguntas, para ambas variables; valorándolas con Escala de Likert: De acuerdo (DA) 3, Indeciso (I) 2; En desacuerdo (ED) 1; aplicándose a los 44 colaboradores administrativo de la municipalidad, y 369 pobladores respectivamente. (Anexo 3, 4 y 5)

2. Fichas bibliográficas: se emplearon para el análisis documental, donde se registraron información del material impreso: literatura e informes técnicos de la municipalidad.

Confiabilidad del instrumento.

La fiabilidad “es la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios” (Bernal, 2016, p. 214). La consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach

“Cuanto más cerca de 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra de investigación” (Welch y Comer, 1988).

“Para determinar la fiabilidad del instrumento de medición de la comunicación asertiva, con 14 ítems se procedió aplicar a una prueba piloto 20 trabajadores administrativos de la municipalidad, obteniéndose un coeficiente de 0.969. (Tabla 3 y Anexo 6)

Tabla 3: Estadísticas de fiabilidad comunicación asertiva

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,969	,969	14

Fuente: Encuesta

“El índice de Confiabilidad Alfa de Cronbach para las 14 preguntas de la de responsabilidad social corporativa se procedió aplicar a una muestra de 50 pobladores, obteniendo un valor de 0.966. (Tabla 5 y Anexo 7)

Tabla 4: Estadísticas de fiabilidad RSC

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N° de elementos
,966	,966	14

Fuente: Encuesta

Con los coeficientes del Alfa de Cronbach de la variable de 0.969 y de de responsabilidad social corporativa de 0.966 se afirma que existe confiabilidad interna en los instrumentos de medición por cuanto el resultado es cercano a la unidad, de acuerdo a la teoría. (Tabla 4 y 5 y Anexo 6 y 7)

3.5. Procesamiento y análisis de datos

Procesamiento de datos

“Acopiada la información, los datos cuantitativos se organizaron en una matriz de tabulación. La organización y clasificación de los datos se efectuaron sobre esta matriz en referencia. El proceso comprendió: primero, separar información de acuerdo a los criterios de evaluación”. Una vez realizado este primer paso, se procedió a ingresar y procesar la información aplicando los métodos y técnicas correspondientes; el procesamiento de datos se realizó utilizando el programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versión 25.

Análisis de datos

Aplicando el software estadístico SPSS, versión 25, se obtuvieron los resultados con información cuantitativos presentándose en tablas y coeficientes donde se analizó su asociación entre las variables con el Rho de Spearman y la prueba de hipótesis con el p-value. Luego se efectuó la discusión en el contexto den las bases

teóricas – científica y antecedentes y luego se arribará a conclusiones congruentes con los objetivos de la investigación.

3.6. Definición y operacionalización de variables

Variable 1: Comunicación asertiva

Definición conceptual

Montané (2008) indica:

Que la conducta asertiva se desarrolla cuando se produce una comprensión o toma de conciencia de la necesidad de cambiar estándares establecidos en la organización, que pueden perjudicar el éxito de la tarea y que traen consigo la afectación de la eficiencia y los resultados. (p.27)

Dimensiones

- Comunicación interna
- Comunicación externa

Definición operacional

Esta variable fue medida en base a sus dimensiones de comunicación interna y externa, de cuyo contenido se ha estructurado un cuestionario con 14 preguntas valoradas en escala de Likert: De acuerdo 3. Indeciso 2. En desacuerdo 1; que aplicara tipo entrevista a los colaboradores del municipio de La Cruz, en su puesto de trabajo en horario de atención. (Tabla 2 y Anexo 1, 2, 3, 4 y 5)

Tabla 5:: Dimensiones e ítems de la variable comunicación asertiva

Dimensiones	Pregunta	Instrumento y escala de medición
• Comunicación interna	1, 2, 3,4,5, 6. 7, 8	Cuestionario
• Comunicación externa	09. 10, 11, 12, 13,14	Escala de Likert De acuerdo (3) Indeciso (2) En desacuerdo (1)

Fuente: Cuestionario

Variable 2: Responsabilidad social corporativa

Definición conceptual.

“Intención que tiene una organización, más allá de lo que determinan sus obligaciones legales y económicas, de hacer lo correcto y actuar de forma que la sociedad resulte favorecida” (Robbins y Coulter, 2014, p.159).

Dimensiones:

- Social
- Económica
- Ambiental

Definición operacional.

Esta variable fue medida en base a sus dimensiones: social, económica y ambiental, de cuyo contenido se ha estructurado un cuestionario con 14 preguntas valoradas en escala de Likert: 3 De acuerdo, 2 Indeciso, 1 En desacuerdo; que será aplicado tipo entrevista a los pobladores del distrito cruceño, en su domicilio, después de la jornada laboral. (Tabla 3 y Anexo 1, 2, 3, 4 y 5)

Tabla 6: Dimensiones e ítems de la variable RSC.

Dimensiones	Ítems	Instrumento y escala de medición
. Social	1, 2, 3, 4, 5, 6	Cuestionario
. Económica	7, 8, 9, 10.	Escala de Likert
. Ambiental	11, 12, 13, 14	De acuerdo (DA)3 Indeciso (I) 2 en desacuerdo (ED)1

Fuente: Cuestionario:

IV. RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. Resultados

Para el objetivo general: determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la gestión de responsabilidad social corporativa en la MDLC, Región Tumbes, 2022.

Tabla 7: Impacto de la comunicación asertiva en responsabilidad social corporativa

Nivel	Comunicación asertiva			RSC		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	33 a 42	32	72.7	33 a 42	282	76.4
Medio	23 a 32	12	27.3	23 a 32	87	23.6
Bajo	14 a 22	0	0.0	14 a 22	0	0.0
	Totales	44	100.0	Totales	369	100.0

Fuente: Encuestas

La comunicación asertiva obtuvo respuestas de nivel alto de 72.7%, en nivel medio con 27.3% con una influencia en la responsabilidad social corporativa en nivel alto 76.4% de las contestaciones, nivel medio 23.6%, de los colaboradores de la MDLC, Región Tumbes

Prueba de hipótesis para el objetivo general: La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Región, 2022.

Tabla 8: Correlación entre la comunicación asertiva y responsabilidad social corporativa (RSC)

Coeficiente Rho de Spearman		Comunicación asertiva	RSC
Comunicación asertiva	Coeficiente de correlación	1,000	,896**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	44	44
RSC	Coeficiente de correlación	,896**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	44	369

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

Fuente: Encuesta

Afirmaciones que las confrontamos con los resultados del cálculo del coeficiente Rho de Spearman de 0,896 con un nivel de significancia bilateral de 0,000 menor al p valor de 0,01, estos valores indicando la existencia de una relación de asociatividad positiva fuerte y muy significativa entre las variables estudiadas, aceptándose la hipótesis de trabajo para el objetivo general.

Para el objetivo específico 1: Describir el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa.

Tabla 9: Impacto de la comunicación asertiva en la dimensión social de la RSC.

Nivel	Comunicación asertiva			Dimensión social		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	33 a 42	32	72.7	14 a 18	282	76.4
Medio	23 a 32	12	27.3	10 a 13	87	23.6
Bajo	14 a 22	0	0.0	6 a 9	0	0.0
	Totales	44	100.0	Totales	369	100.0

Fuente: Encuestas

La comunicación asertiva, que involucra a la comunicación externa e interna,

alcanzó un nivel alto de las respuestas del 72.7%, en el nivel medio 27.3% con una influencia en la dimensión social de nivel alto con 76.4% y en nivel medio de 23.6% de las contestaciones de los colaboradores de la MDLC.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 1: La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz.

Tabla 10: Correlación entre comunicación asertiva y dimensión social

Coeficiente Rho de Spearman		Comunicación Asertiva	Dimensión social
Comunicación Asertiva	Coeficiente de correlación	1,000	,943**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	44	44
Dimensión social	Coeficiente de correlación	,943**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	44	369

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

Fuente: Encuesta

Las cifras expuestas en la tabla 9 son corroboradas con el cálculo del coeficiente Rho de Spearman de 0,943 con un nivel de significancia bilateral de 0,000 menor al p valor de 0,01 revelando que existió una relación de asociatividad y/o correlación positiva perfecta, de nivel muy significativo entre la comunicación asertiva y la dimensión social de la variable RSC en la municipalidad distrital; aceptandose la hipótesis de trabajo para el objetivo específico 1.

Para el objetivo específico 2: Analizar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa

Tabla 11: Impacto de la comunicación asertiva en la dimensión económica de la RSC.

Nivel	Comunicación asertiva			Dimensión económica		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	33 a 42	32	72.7	10 a 12	283	76.7
Medio	23 a 32	12	27.3	7 a 9	86	23.3
Bajo	14 a 22	0	0.0	4 a 6	0	0.0
	Totales	44	100.0	Totales	369	100.0

Fuente: Encuestas

La variable comunicación asertiva que analizó las dimensiones de la comunicación dentro de la empresa y fuera de la empresa tuvieron contestaciones del orden del 72.7% situado en el nivel alto y en nivel medio 27.3%, teniendo un impacto en la dimensión social de 76.7% ubicados en el nivel alto, en nivel medio con 23.3%, de los colaboradores de la Municipalidad Distrital de La Cruz.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 2: La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz.

Tabla 12: Correlación entre la comunicación asertiva y la dimensión económica

	Coeficiente Rho de Spearman	comunicación asertiva	Dimensión económica
Comunicación asertiva	Coeficiente de correlación	1,000	,943**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	44	44
Dimensión económica	Coeficiente de correlación	,943**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	44	369

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

Fuente: Encuesta

Estos resultados se advierten con el cómputo del coeficiente Rho de Spearman de 0,943 de tipo muy significativo, distinguiéndose que existió una relación de impacto positivo perfecto, entre la comunicación asertiva y la dimensión social, resultados que nos llevaron a la aceptación de la hipótesis de trabajo para el objetivo específico 2 ya que $0.000 < 0.01$.

Para el objetivo específico 3: Determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa.

Tabla 13: : Impacto de la comunicación asertiva en la dimensión ambiental de la RSC.

Nivel	Comunicación asertiva			dimensión ambiental		
	Puntuación	n	%	Puntuación	n	%
Alto	33 a 42	32	72.7	10 a 12	279	75.6
Medio	23 a 32	12	27.3	7 a 9	90	24.4
Bajo	14 a 22	0	0.0	4 a 6	0	0.0
	Totales	44	100.0	Totales	369	100.0

Fuente: Encuestas

La comunicación asertiva tuvieron respuestas de nivel alto del 72.2%, y en nivel medio con 27.3%, teniendo un impacto en la dimensión ambiental del 75.6% ubicados en el nivel alto y en nivel medio con 24.4% de las respuestas de los pobladores del distrito de La Cruz.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 3: La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz

Estas aseveraciones son corroboradas con el coeficiente Rho de Spearman de 0,851 con un nivel de significancia bilateral de 0,000 menor al p valor de 0,01 expresando una relación de asociatividad positiva fuerte y de nivel muy significativo entre la variable comunicación asertiva y la dimensión ambiental, aceptando la hipótesis de trabajo para el objetivo específico 3.

Tabla 14: *Correlación entre la comunicación asertiva y la dimensión ambiental*

Coeficiente Rho de Spearman		Comunicación asertiva	Dimensión ambiental
Comunicación asertiva	Coeficiente de correlación	1,000	,851**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	44	44
Dimensión ambiental	Coeficiente de correlación	,851**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	44	369

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

Fuente: Encuesta

4.2. Discusión

En los resultados de la presente investigación, tuvo como objetivo general determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la gestión de responsabilidad social corporativa en la MDLC, Región Tumbes; estas variables con muy relevante porque favorece a la responsabilidad social corporativa ser comprendida y entendida mediante la comunicación asertiva. Según Remor y Amorrós (2013) manifiestan que la comunicación asertiva, son comportamientos que resultan efectivos para que el interlocutor exprese y muestre sus preocupaciones, objetivos, intereses, necesidades y valores personales. En cuanto a la RSC, “Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión Europea, 2001).

En el objetivo general se determinó que la comunicación asertiva con un nivel alto de 72.7% de las respuestas de los colaboradores de la municipalidad tuvieron un impacto en gestión de la RSC con 76.4% de las objeciones de lo pobladores del distrito de La Cruz; resultados que confirman con $rs= 0.896$, indicando una correlación y/o asociación entre las variables positiva y fuerte de nivel muy significativa, aceptándose la hipótesis porque su un nivel de significancia bilateral de 0,000 es menor al p - valor de 0,01.

Al respecto se revisaron diversos estudios internacionales, nacionales y locales, de los cuales se puede evidenciar que los resultados obtenidos, no coincide con los hallazgos de Aguirre (2020), en el estudio de Estrategias comunicacionales internas del GAD Riobamba y su aporte a la construcción de la imagen corporativa. periodo. enero-junio 2019, debido a la percepción que tiene el público externo es desalentadora, se acota un alto grado de inconformidad con los servicios que brinda esta organización: la atención al cliente, las actividades que realiza, la manera en la que hace participar a la ciudadanía al tomar en cuenta su opinión, la demora en trámites, y los espacios de comunicación entre autoridades y población. Mientras en Orjuela (2011 en su trabajo de investigación sobre la comunicación en la gestión de la responsabilidad social empresarial, explica que líderes organizacionales se apalanquen en el gestor de comunicación y lo vean como un agente que agrega valor a su gestión. Estos resultados coinciden con los realizados en la municipalidad de Aguas Verdes. De igual manera Huamán C. y Huaman (2017) concluyeron que la comunicación interna genera valor añadido social; siendo sus componentes, la capacitación, publicidad, clima laboral y políticas laborales por estar implícita y orientarse a las personas, como elemento núcleo de las empresas comerciales, intención que tuvo efecto en la adquisición de mejores destrezas y habilidades, como consecuencia un alto rendimiento laboral, permitiendo un buen posicionamiento comercial e imagen corporativa

Para el caso del primer objetivo específico 1: Describir el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa, según Montañez y Gutiérrez (2015) la dimensión social, se refiere al aspecto más amplio e incluye: condiciones de trabajo desde la motivación hasta la seguridad y el bienestar de los empleados; responsabilidad del producto; inversión social, gestión de impacto comunitario entre otras áreas. En la investigación realizada se pudo conocer que la comunicación asertiva con el 72.7% de las opiniones de los trabajadores, tuvieron un impacto en la dimensión social con 76.4%, resultados corroborados con un Rho de Spearman de 0.943, indicando una asociación positiva

perfecta, de nivel muy significativa, y con un nivel de significancia bilateral de 0,000 menor al p valor de 0,01, se acepta la hipótesis específica del objetivo específico 1. Estas cifras permiten inferir que las acciones sociales de la municipalidad implican comunicación por lo tanto autoridades deben saber comunicar en cada actividad social de la gestión municipal.

Por su parte Mientras en Orjuela (2011 en su trabajo de investigación sobre la comunicación en la gestión de la responsabilidad social empresarial, concluyó que las personas, como seres sociales, no pueden abstraerse de su entorno. Para lograr el éxito y satisfacer sus necesidades, se deben comunicar entre sí para establecer relaciones que les permitan la convivencia. Siendo necesario que en el desempeño municipal se involucre proyectos sociales relacionados con la comunidad. Por otra parte Oyola (2018), en su estudio la comunicación asertiva y su efecto positivo para el área de operaciones de la empresa COVY S.A.S, preciso que “el asertividad es autoafirmación e incluye componentes de tipo ético: el respeto hacia sí y hacia las otras personas, pues parte del concepto de igualdad de derechos dando pie a la mejora constante de un clima laboral; estos resultados de los autores referido coinciden con los encontrados en la municipalidad distrital de La Cruz”.

Respecto al objetivo 2: Analizar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa; Según, Bateman y Scott, (2009, explican que la responsabilidad económica, es la de producir bienes y servicios que la comunidad desea a un precio que permita la supervivencia empresarial y cumplir con las obligaciones que tienen con sus inversionistas. En el estudio desarrollado se pudo advertir que la comunicación asertiva con el 72.7% de las respuestas de los colaboradores, tuvieron un impacto en la dimensión económica con 76.7%, resultas confirmados con un Rho de Spearman de 0.943, indicando una asociación positiva perfecta, de nivel muy significativa, y con un nivel de significancia bilateral de 0,000 menor al p valor de 0,01, se acepta la hipótesis específica del objetivo específico 2. Siendo un gobierno local que busca el bienestar de los vecinos, debe optimizar y racionalizar sus recursos para satisfacer las necesidades de los grupos de

interés, en tal sentido debe transparentar el empleo de sus recursos financieros para tener la aprobación de los pobladores, encaminados a expresarse con asertividad.

Yañez (2017), con su tesis "la comunicación interna de la Municipalidad de Surco en el liderazgo organizacional", sus resultados evidencian que la comunicación interna se relaciona significativamente en el liderazgo organizacional, con un promedio porcentual significativamente alto de 78.01%. Resultados que coinciden con lo investigado en la municipalidad La Cruz; ya que un buen liderazgo significa buena gestión y aplicación de buenas prácticas administrativas. Caso contrario lo encontrado por Escobedo y Segovia (2020), que determinaron que el liderazgo involucra las dimensiones seguridad expresadas con 48.25%, guía 53.25%, sabiduría 52.00 y poder 46.75%, en este contexto concluyeron que la capacidad de liderazgo no está muy acentuada.

En cuanto al tercer objetivo: Determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa. Montañez y Gutiérrez (2015) refieren, la dimensión ambiental, apunta a ahorrar recursos ambientales y hacia el objetivo de reducir los niveles de contaminación. En los resultados obtenidos se advierte que la comunicación asertiva tuvieron respuestas de nivel alto del 72.7%, con impacto en la dimensión ambiental del 75.6%, corroborándose con un $p(\text{Rho})$ de 0.851, mostrando una asociación positiva fuerte, de nivel muy significativa, y con un nivel de significancia bilateral de 0,000 menor al p valor de 0,01, se acepta la hipótesis específica del objetivo específico 3. De estas cifras se infiere que los efectos producidos por la gestión de los servicios municipales, como los altos niveles de contaminación, es necesario aplicar políticas para mitigar los efectos negativos y racionalizar los recursos.

López (2012) en su estudio "Una mirada a la responsabilidad social empresarial", concluyó que la mayoría de los procedimientos en las instituciones no se encuentran formalizados, es decir que las buenas prácticas que se realizan se hacen y transmiten de manera desordenada, a menudo verbalmente, sobre todo en lo relacionado con

medio ambiente, proveedores y subcontratistas, y en menor nivel en recursos humanos. Estos resultados no coinciden con los hallazgos de la investigación realizada en la municipalidad distrital de La Cruz.

V. CONCLUSIONES

1. Se determinó que la comunicación asertiva con un nivel alto de 72.7% de la respuesta tuvo un impacto del 76.4% en la gestión de la responsabilidad social corporativa, corroborándose con un $r_s = 0.896$ indicando una asociación positiva y fuerte de nivel muy significativo. Es decir toda gestión municipal de trabajarse socialmente responsable y esta debe contener una comunicación asertiva, con los grupos de interés del distrito cruceño.
2. El impacto de la comunicación asertiva tuvo un impacto en la dimensión social de 76.4%, confirmándose con un Rho de Spearman de 0.943, que expresa una asociación positiva perfecta, de nivel muy significativa, entre la comunicación asertiva y la dimensión social. Siendo un gobierno local su responsabilidad es mayor por la búsqueda del bienestar ciudadano del distrito de La Cruz.
3. Existió impacto entre la comunicación asertiva en la dimensión económica del 76.7%, corroborándose con el $p(Rho) = 0.943$ que indica una asociación positiva perfecta, de nivel muy significativa entre la comunicación asertiva y la dimensión económica, La comunicación asertiva debe encaminarse a transparentar el empleo eficaz de los recursos dinerarios en obras y servicios municipales. para generar confianza en los pobladores del distrito de la Cruz.
4. Se determinó que la comunicación asertiva con un nivel alto de 72.7% de la respuesta tuvo un impacto en la dimensión ambiental con 75.6%, confirmándose con un $r_s = 0.851$ indicando una asociación positiva y fuerte de nivel muy significativo. Observándose que en la prestación de servicios municipales se hace uso bienes tangibles de los cuales se deterioran, perjudicando el medio ambiente, debiéndose aplicar un sistema de gestión ambiental para lograr un equilibrio ambiental en el distrito.

VI. RECOMENDACIONES

1. Las autoridades municipales deben comunicar asertivamente a los pobladores del distrito de La Cruz, de las actividades y de los servicios públicos que atañen a la gestión municipal, ya que intrínsecamente esta presente la responsabilidad social corporativa.
2. Es necesario aplicar técnicas de comunicación donde los pobladores participen en sus actividades y presenten sus demandas sociales para darle respuesta a través de su gestión municipal socialmente responsable.
3. Las autoridades municipales deben brindar una comunicación asertiva, a través de sus actos, de sus gestos y de su gestión respecto al destino de los recursos monetarios y los objetivos de sus obras y servicios municipales enfocados al bienestar del ciudadano cruceño.
4. Es necesario que las autoridades demuestren su actitud a buscar un equilibrio ambiental, para lo cual debe aplicar un sistema integral de medio ambiente (SIGMA), donde participe los grupos de interés del distrito de La Cruz, con el propósito de mitigar los efectos de la contaminación.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abreu, J. (2012). Hipótesis, método y diseño de Investigación. Daena: International Journal of Good Conscience, 7(2), 187-197. Obtenido de [http://www.spentamexico.org/v7-n2/7\(2\)187-197.pdf](http://www.spentamexico.org/v7-n2/7(2)187-197.pdf)
- Aguirre, A. (2020). Estrategias comunicacionales internas del GAD Riobamba y su aporte a la construcción de la imagen corporativa período enero - junio, 2019. Riobamba.Ecuador: Universidad Nacional del Chimborazo.
- Bateman, T. S.,y& Scott, A. S. (2009). Administración: Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo. México: Mc Graw Hill.
- Berceruelo, B., y Leguizamón, M. L. (2016). Comunicación empresarial: RSC, Una responsabilidad de todos(Responsabilidad social corporativa: memorias de sostenibilidad, etc.)-06-2012-. Madri, España: Estudio de comunicación S:A:.
- Campos , G., y Campos , R. (2014). La comunicación. Ica (Perú): Imagen & Diseño.
- Castanyer, M.-S. O. (2014). Asertividad: Expresión de una sana autoestima. Bilbao (España): Editorial Desclée de Brouwer.
- Chiavenato, I. (2001). Administración. Teoría, proceso y práctica. Bogotá (Colombia): McGraw-Hill Interamericana.
- Comisión Europea. (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas: C.E:.
- Comisión Europea. (2011). Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas. Obtenido de <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:ES:PDF>
- Escobedo Dios, M. I., y Segovia Yenque, L. A. (2020). Comunicación asertiva como técnica del liderazgo efectivo en la municipalidad distrital de Aguas Verdes, provincia De Zarumilla, región Tumbes, 2019. Tumbes, Perú: Universidad Nacional de Tumbes.
- Fernández , G. R. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. Una Nueva Cultura Empresarial. México: Club Universitario.
- Fernández, C. (2002). La comunicación en las organizaciones. México D.F.: Trillas.

- Ferrero , M., y Martin, M. (2013). Comunicación asertiva. Buenos Aires (Argentina): Editorial Biblos.
- Gill, J. J. (2006). Responsabilidad social. Revista científica "Visión de Futuro", 5(1), 1 - 18. Obtenido de revistacientifica@fce.una.edu.ar
- Griffin, R., Phillips, J. M., y Gully, S. M. (2017). Comportamiento organizacional: Administración de personas y organizaciones. México: Cengage Learning.
- Guzmán , P. V. (2012). Comunicación organizacional. México: Red Tercer Milenio.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill.
- Huamán , C. L., y Huaman , S. L. (2017). La comunicación interna y el valor añadido social en las empresas comercializadoras de electrodomésticos del Distrito de Tumbes, 2016. Tumbes, Perú: Universidad Nacional de Tumbes.
- López , L. M. (2012). Una mirada a la responsabilidad social. Medellín, Colombia: Universidad EAFIT.
- López, E., Cobos, D., Martín, A., Molina, L., y Jaén, A. (2018). Experiencias pedagógicas e innovación educativa. Barcelona: Octaedro.
- Louffat, E. (2010). Administración: Fundamento del proceso administrativo. Buenos Aires: Cengage Learning.
- Madrigal, T., B. (2009). Habilidades Gerenciales. México: Mc Graw-Hill/Interamericana editores.
- Martínez, H. (2005). El marco ético de la responsabilidad social empresarial. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana.
- Montané, N. (2008). La asertividad en el trabajo: una competencia esencial para un desempeño laboral exitoso. Revista del Banco Central de Cuba N° 4.
- Montañez , M. G., y Gutiérrez, O. S. (2015). La Responsabilidad Social Empresarial desde el enfoque de los grupos de interés. México: Centro de estudios e investigaciones.
- Newstrom, J. (2011). Comportamiento humano en el trabajo. México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación. Madrid, España: Editorial Dykinson.

- Orjuela, C. S. (2011). La comunicación en la gestión de la responsabilidad social empresarial. *Correspondencia y análisis*(1), 154 - 155.
- Oyola , V. J. (2018). La comunicación asertiva y su efecto positivo para el área de operaciones de la empresa COVY S.A.S. Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javerian.
- Raufflet, E., Lozano, J. F., Barrera, E., & García, D. C. (2012). *Responsabilidad Social Empresarial*. México: Pearson Educación.
- Remor , B., y Amorrós, G. (2013). *Empatía*. Bogotá (Colombia): Editor Delta Publicaciones.
- Robbins, S. P., y Coulter, M. (2014). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Robbins, S., y Judge, T. (2013). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson Educación.
- Rojas, M. (2015). Tipos de Investigación científica: Una simplificación de la complicada incoherente nomenclatura y clasificación. *Redvet*, 1-14. Obtenido de <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/n010115/011505.pdf>
- Ruiz , O. E., Gagó, G. M., García Leal, C., y López, B. S. (2016). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. España: Mc Graw Hill Educación.
- Sánchez, V. , K., y Ospina, N. Y. (2014). La comunicación asertiva como función integradora de la práctica gerencial. *Colección Académica de Ciencias Sociales Vol. 1 (N° 1)*, 13 - 39.
- Velásquez, F. R., y Rey, C. N. (2010). *Metodología de la investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos E.I.R.L.
- Venturo, S. (2017). Una buena gestión municipal debía responder a las urgentes demandas de los limeños. Perú.
- Welch, S., y Comer, J. (1988). *Quantitative Methods for Public Administration*. In *Books/Cole Publishing Co. USA: Wadsworth*.
- Werther, Jr., W. B., y Davis, K. (2008). *Administración de recursos humanos. El capital humano de las empresas*. México: Mc Graw-Hill/Interamericana Editores.
- Wittkoski. (2000). *Manual para la formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Lima, Perú: Cooperación Técnica del BID - ATN/ME- 7138- PE.

Yanez, R. A. (2017). La comunicación interna de la Municipalidad de Surco en el liderazgo organizacional. Lima, Perú: Universidad San Martín de Porres.

VIII. ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Título: Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Tumbes, Perú, 2022.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores	Tipo
<p>Problema general ¿Qué impacto tiene la comunicación asertiva en la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Región 2022?</p> <p>Problemas específicos 1. ¿Qué impacto tiene la comunicación asertiva en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz? 2. ¿Qué impacto tiene la comunicación asertiva en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz? 3. ¿Qué impacto tiene la comunicación asertiva en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz?</p>	<p>Objetivo general Determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Región 2022</p> <p>Objetivos específicos. 1. Describir el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz. 2. Analizar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz. 3. Determinar el impacto que tiene la comunicación asertiva en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz.</p>	<p>Hipótesis general La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Región 2022.</p> <p>Hipótesis específicas 1. La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión social de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz. 2. La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión económica de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz. 3. La comunicación asertiva tiene impacto positivo y significativo en la dimensión ambiental de la gestión de responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz.</p>	<p>Variable 1.: Comunicación asertiva</p> <p>Variable 2: Responsabilidad Social Corporativa</p>	<p>Tipo descriptivo - correlacional</p> <p>No experimental</p> <p>Transversal</p>

Anexo 2: Matriz de operacionalización.

Título: Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Tumbes, Perú, 2022.

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Items	Instrumento y escala de medición
Variable 1: Comunicación asertiva	Que la conducta asertiva se desarrolla cuando se produce una comprensión o toma de conciencia de la necesidad de cambiar estándares establecidos en la organización, que pueden perjudicar el éxito de la tarea y que traen consigo la afectación de la eficiencia y los resultados. (p.27)	Esta variable fue medida en base a sus dimensiones de comunicación interna y externa, de cuyo contenido se ha estructurado un cuestionario con 14 preguntas valoradas con la escala de Likert: 3 De acuerdo, 2 Indeciso, 1 En desacuerdo; que será aplicado tipo entrevista a los colaboradores del municipio de La Cruz, en su puesto de trabajo en horario de atención. (Anexo 3, 4 y 5)	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación interna • Comunicación externa 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8. 9, 10, 11, 12, 13, 14,	<p>Cuestionario</p> <p>Escala de Likert</p> <p>De Acuerdo (DA) = 3 Indeciso (I) = 2 En Desacuerdo (ED) = 1</p>
Responsabilidad Social Corporativa	Es la intención que tiene una empresa, más allá de lo que determinan sus obligaciones legales y económicas, de hacer lo correcto y actuar de forma que la sociedad resulte beneficiada. (Robbins y Coulter, 2014, p.159).	Esta variable fue medida en base a sus dimensiones: social, económica y ambiental, de cuyo contenido se ha estructurado un cuestionario con 14 preguntas valoradas con la escala de Likert: 3 De acuerdo, 2 Indeciso, 1 En desacuerdo; que será aplicado tipo entrevista a los pobladores del distrito cruceño, en su domicilio, después de la jornada laboral. (Anexo 3, 4 y 5)	<ul style="list-style-type: none"> • Social • Económica • Ambiental 	1, 2, 3, 4, 5, 6 7, 8, 9, 10 11, 12, 13, 14	<p>Cuestionario</p> <p>Escala de Likert</p> <p>De Acuerdo (DA) = 3 Indeciso (I) = 2 En Desacuerdo (ED) = 1</p>

Anexo 3: Solicitud de autorización para ejecución de tesis

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Tumbes, 2022.

Carta N° 10 - 2022/ALEI

Señor: SS PNP @ Segundo Leónidas Chávez Cruzado

Alcalde de la Municipalidad Distrital de La Cruz, Tumbes

Asunto: Solicito autorización para ejecución de tesis.

Tengo el agrado de saludarlo muy cordialmente y hacerle de conocimiento que el suscrito, Bachiller en Administración de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Tumbes, en su propósito de optar el título profesional de Licenciado en Administración. Ha presentado un proyecto de tesis: "Comunicación asertiva y responsabilidad social corporativa en la municipalidad distrital de La Cruz, Región Tumbes, 2022"; para su ejecución es necesario contar con información pertinente como la PEA de su personal (Número de trabajadores: funcionarios, directivos, profesionales, técnico y auxiliares); Asimismo se requiere aplicar encuestas de las variables en estudio: Comunicación asertiva y responsabilidad social corporativa.

En tal sentido Señor Alcalde, solicito la debida autorización, para obtener la información descrita y de esta manera alcanzar mi propósito académico.

Conocedor de alto espíritu de colaboración, me despido, agradeciéndole por anticipado por su valioso apoyo.

Atentamente,

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LA CRUZ	
LÍMITE DOCUMENTARIO	
RECIBIDO	
N.º AF.:	2135 ext 2022
FECHA:	26/08/22 FOLIOS: 03
HORA:	12:30 FIRMA: 

Br. Espinoza Infante Anderson Lixay

DNI 73947372

Tesista

Anexo 4: Autorización para ejecución de tesis

AUTORIZACIÓN

La presente, de conformidad a la CARTA N° 10-2022/ALEI, presentada por el Br. ANDERSON LIXAY ESPINOZA INFANTE, identificado con DNI N° 73947372, **AUTORIZA** al antes citado para llevar a cabo dentro de la Municipalidad Distrital de La Cruz, por el lapso de cinco (05) días hábiles, desde el día Lunes 26 de Septiembre al viernes 30 de Septiembre del 2022, en horario laboral, la ejecución de las encuestas del Proyecto de Tesis denominado "IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN ASERTIVA EN LA GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LA CRUZ 2022". Teniendo en cuenta que el tratamiento de la información recopilada será exclusivamente de uso académico.

La Cruz; 22 de Septiembre del 2022

Atentamente;


MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE LA CRUZ
M. VICENTE M. RODRIGUEZ SORIA
GERENTE MUNICIPAL

Anexo 5: Información autorizada por la municipalidad

Decenio De la Igualdad de OPORTUNIDADES PARA Mujeres y Hombres" "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

La Cruz, 2022.

INFORME N°. 245-22/MDLC-ORH-J.

A : Br. Anderson Lixay Espinoza Infante

Asunto : REMITE RELACIÓN SOLICITADA DE LOS SERVIDORES MUNICIPALES

Referencia : SOLICITUD S/N

En atención a lo solicitado por el Br. Anderson Lixay Espinoza Infante, cumpla con remitir la información solicitada referente al número de servidores municipales que prestan sus servicios en condición de nombrados, contratados, funcionarios y directivos designados en esta institución bajo la modalidad del D. Leg. 276, D. Leg. 728, D. Leg. 1057 y ley N° 30057, relación que consta de 01 folios.

Es todo cuanto informo a usted, para su conocimiento y fines consiguientes.

Salvo mejor parecer.

ATENTAMENTE,



Anexos

Relación de servidores municipales

Folios 01ogmj

N°	CARGO	CANT.
1	Directivos	5
2	Profesionales	8
3	Técnicos	11
4	Auxiliares	20
5	Total	44

**Anexo 6: Cuestionario de comunicación asertiva
Dirigido a colaboradores de Municipalidad del Distrito de La Cruz**

I. Presentación:

Señor colaborador: Buenos días

El presente cuestionario tiene como objetivo principal obtener información que apoye la investigación **“Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Tumbes, Perú, 2022”**. Este instrumento tiene una naturaleza personal y será empleada para fines investigativos. Se le solicita afablemente dar su opinión sobre la veracidad de los siguientes enunciados según su experiencia en esta institución.

Analice cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (X) solo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las preguntas.

3 De acuerdo (DA), 2 Indeciso (I), 1 En Desacuerdo (ED)

II. Datos

Cargo: _____

Edad: _____

Sexo: _____

Tiempo de servicios: _____

Test Escala: Comunicación asertiva

N°	Pregunta	DA	I	ED
Comunicación interna				
1	Se trasmiten los valores en el cumplimiento de la misión institucional.	3	2	1
2	Se conocen los procesos con precisión para mejorar la productividad	3	2	1
3	Los trabajos realizados están en función a los objetivos institucionales	3	2	1
4	La rentabilidad se obtiene en base a la inversión en proyectos productivos	3	2	1

5	En el proceso de selección se elige al candidato más idóneo	3	2	1
6	Se optimiza el empleo de recursos para brindar in servicio	3	2	1
7	Se propicia un clima laboral favorable para el desempeño de las tareas asignadas.			
8	Se respeta los derechos de los trabajadores			
Comunicación externa				
9	Las deudas contraídas con los proveedores son honradas oportunamente.	3	2	1
10	Los servicios municipales se brindan oportunamente al usuario.	3	2	1
11	Se cumplen con las disposiciones legales ambientales y de ecoeficiencia.	3	2	1
12	La calidad de atención en los servicios al usuario es adecuada.	3	2	1
13	Se cuenta con coordinaciones interinstitucional para el logro de los objetivos comunales.	3	2	1
14	Se coordina el financiamiento de obras comunales con empresas privadas e instituciones del estado.	3	2	1

Gracias

**Anexo 7: Cuestionario de Responsabilidad Social Corporativa
Dirigido a pobladores del Distrito de La Cruz**

I. Presentación:

Señor poblador: Buenos días

El presente cuestionario tiene como objetivo principal obtener información que apoye la investigación: **Impacto de la comunicación asertiva en la gestión de la responsabilidad social corporativa en la Municipalidad Distrital de La Cruz, Tumbes, Perú, 2022**". Este interrogatorio tiene naturaleza confidencial personal y será manejado sólo para dicho estudio. Se le solicita amablemente dar su opinión sobre la veracidad de los enunciados relacionados con la responsabilidad social, según su experiencia en el distrito.

Analice cuidadosamente cada proposición y marque con un aspa (X) solo una alternativa, la que mejor refleje su punto de vista al respecto. Conteste todas las preguntas La escala utilizada es:

3 De acuerdo (DA), 2 Indeciso (I), 1 En Desacuerdo (ED)

II. Datos

Domicilio: _____

Edad: _____

Sexo. _____

Test escala: Responsabilidad social corporativa

N°	Items	DA= 3	I= 2	ED= 1
	Social			
1	La municipalidad da cumplimiento a disposiciones legales de los grupos vulnerables.	3	2	1
2	Considera que el salario de los empleados está relacionado con las competencias y el rendimiento.	3	2	1
3	Se mantienen niveles de salud y seguridad laboral en las instalaciones que va más allá de los mínimos legales.	3	2	1

4	La municipalidad está comprometida con la generación de empleo (aceptación de becarios, creación de nuevos puestos, prácticas pre. profesionales).	3	2	1
5	Se cuenta con políticas de flexibilidad laboral que permiten un equilibrio la vida laboral con la vida personal.	3	2	1
6	La municipalidad participa y se involucra en proyectos sociales destinados a la comunidad.			
Económica				
7	La municipalidad le brinda servicios y/o productos de alta calidad.	3	2	1
8	La municipalidad efectúa un control de precios en los diferentes centros comerciales y de abastos para favorecer a los usuarios	3	2	1
9	Se consolida los emprendimientos de los vecinos para mejorar la economía de los pobladores de distrito de La Cruz	3	2	1
10	Se considera costos y el precio justo de los servicios municipales con relación a la economía del poblador	3	2	1
Ambiental				
11	La municipalidad participa en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural	3	2	1
12	La municipalidad aplica normas de contaminación acústica y de manejo de residuo sólidos y líquidos.	3	2	1
13	La municipalidad aplica tecnologías limpias y medidas de ecoeficiencia	3	2	1
14	Estamos a favor de la reducción de emisiones de gases, y reciclaje de materiales.	3	2	1

Muchas gracias

Anexo 8: Fiabilidad variable comunicación asertiva

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,969	,969	14

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	2,550	2,350	2,750	,400	1,170	,043	14
Varianzas de elemento	,218	,197	,239	,042	1,213	,000	14
Covarianzas entre elementos	,150	,092	,239	,147	2,600	,004	14

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
35,70	30,432	5,516	14

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
Se transmiten los valores en el cumplimiento de la misión institucional.	2,75	,444	20
Se conocen los procesos con precisión para mejorar la productividad	2,35	,489	20
Los trabajos realizados están en función a los objetivos institucionales	2,75	,444	20
La rentabilidad se obtiene en base a la inversión en proyectos productivos	2,35	,489	20
En el proceso de selección se elige al candidato más idóneo	2,75	,444	20
Se optimiza el empleo de recursos para brindar in servicio	2,35	,489	20
Se propicia un clima laboral favorable para el desempeño de las tareas asignadas.	2,75	,444	20
Se respeta los derechos de los trabajadores	2,35	,489	20
Las deudas contraídas con los proveedores son honradas oportunamente.	2,75	,444	20
Los servicios municipales se brindan oportunamente al usuario.	2,35	,489	20
Se cumplen con las disposiciones legales ambientales y de ecoeficiencia.	2,75	,444	20

La calidad de atención en los servicios al usuario es adecuada.	2,35	,489	20
Se cuenta con coordinaciones interinstitucional para el logro de los objetivos comunales.	2,35	,489	20
Se coordina el financiamiento de obras comunales con empresas privadas e instituciones del estado.	2,75	,444	20

Anexo 9: Fiabilidad de variable Gestión de la RSC.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,966	,966	14

Estadísticas de elemento de resumen

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máximo / Mínimo	Varianza	N de elementos
Medias de elemento	2,520	2,300	2,740	,440	1,191	,052	14
Varianzas de elemento	,205	,196	,214	,018	1,091	,000	14
Covarianzas entre elementos	,138	,080	,214	,135	2,692	,004	14

Estadísticas de escala

Media	Varianza	Desv. Desviación	N de elementos
35,28	27,920	5,284	14

Estadísticas de elemento

	Media	Desv. Desviación	N
La municipalidad da cumplimiento a disposiciones legales de los grupos vulnerables.	2,74	,443	50
Considera que el salario de los empleados está relacionado con las competencias y el rendimiento.	2,30	,463	50
Se mantienen niveles de salud y seguridad laboral en las instalaciones que va más allá de los mínimos legales.	2,74	,443	50
La municipalidad está comprometida con la generación de empleo (aceptación de becarios, creación de nuevos puestos, prácticas pre. profesionales).	2,30	,463	50
Se cuenta con políticas de flexibilidad laboral que permiten un equilibrio la vida laboral con la vida personal.	2,74	,443	50
La municipalidad participa y se involucra en proyectos sociales destinados a la comunidad.	2,30	,463	50
La municipalidad le brinda servicios y/o productos de alta calidad.	2,74	,443	50

La municipalidad efectúa un control de precios en los diferentes centros comerciales y de abastos para favorecer a los usuarios	2,30	,463	50
Se consolida los emprendimientos de los vecinos para mejorar la economía de los pobladores de distrito de La Cruz.	2,74	,443	50
Se considera costos y el precio justo de los servicios municipales con relación a la economía del poblador	2,30	,463	50
La municipalidad participa en actividades relacionadas con la protección y mejora de nuestro entorno natural	2,74	,443	50
La municipalidad aplica normas de contaminación acústica y de manejo de residuo sólidos y líquidos.	2,30	,463	50
La municipalidad aplica tecnologías limpias y medidas de ecoeficiencia	2,74	,443	50
Estamos a favor de la reducción de emisiones de gases, y reciclaje de materiales.	2,30	,463	50