



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

“EL LIDERAZGO PARTICIPATIVO Y LA IMAGEN CORPORATIVA DE LOS DESPACHOS DE ABOGADOS DEL DISTRITO DE TRUJILLO”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración.

Autor:

Bach. Luis Miguel Vega Luján

Asesor:

Mg. Dora Luz Zegarra Escalante

Trujillo – Perú

2018

APROBACIÓN DE LA TESIS

La asesora y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el Bachiller **Luis Miguel Vega Luján** denominada:

“EL LIDERAZGO PARTICIPATIVO Y LA IMAGEN CORPORATIVA DE LOS DESPACHOS DE ABOGADOS DEL DISTRITO DE TRUJILLO”

Mg. Dora Luz Zegarra Escalante
ASESORA

Mg. Marlies Alicia Cueva Urra
JURADO
PRESIDENTE

Dra. Julia Sagastegui Cruz
JURADO

Mg. Manuel Velásquez Bermeo
JURADO

ÍNDICE DE CONTENIDOS

<u>APROBACION DE TESIS</u>	ii
<u>DEDICATORIA</u>	iii
<u>AGRADECIMIENTO</u>	iv
<u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u>	v
<u>ÍNDICE DE TABLAS</u>	viii
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	ix
<u>RESUMEN</u>	x
<u>ABSTRACT</u>	xi
CAPITULO 1. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática.....	12
1.2. Formulación del problema	14
1.3. Justificación	14
1.4. Limitaciones	15
1.5. Objetivos	15
1.5.1. Objetivo General	15
1.5.2. Objetivo Específico.....	16
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO	17
2.1 Antecedentes.....	17
A. Nacionales	17
B. Internacionales.....	19
2.2 Bases teóricas	22
A. El Liderazgo participativo	22
1. Origen	22
2. Definición.....	23
3. Factores que contribuyen al liderazgo participativo	24
3.1. Empoderamiento	24
3.1.1. Definición.....	24
3.1.2. Elementos del empoderamiento	25

3.1.3. Observaciones sobre el empoderamiento	26
3.2. Trabajo en equipo	27
3.2.1. Definición.....	27
3.2.2. Características de trabajo en equipo	27
3.3. Comunicación organizacional	28
3.3.1. Definición.....	28
3.3.2. Tipos de comunicación organizacional.....	29
a. Comunicación Interna.	29
b. Comunicación Externa.	30
3.4. Toma de decisiones.....	31
3.4.1. Definición.....	31
3.4.2. Proceso de toma de decisiones	32
3.4.3. Tipo de decisiones.....	34
3.4.4. La toma de decisiones en los despachos de abogados.....	34
B. La Imagen Corporativa	35
1. Definición.....	35
2. Factores que contribuyen a la imagen corporativa	37
2.1. Cultura corporativa	37
2.1.1. Definición.....	37
2.1.2. Funciones de la cultura corporativa	38
2.1.3. Tipos de cultura corporativa	39
2.2. Comunicación corporativa.....	40
2.2.1. Definición.....	40
2.2.2. Áreas de trabajo de la comunicación corporativa	40
a. Comunicación de diseño.....	40
b. Comunicación de marketing	41
c. Relaciones institucionales y con la comunidad	41
d. Relaciones con el periodismo	42
e. Comunicación interna	42
2.3. Relaciones públicas.....	44
2.3.1. Definición.....	44
3. Logros de la imagen	45

2.3 Hipótesis	46
CAPITULO 3. METODOLOGIA	47
3.1. Operacionalización de variables	47
3.2. Diseño de investigación	47
3.3. Unidad de estudio	48
3.4. Población	48
3.5. Muestra (muestreo o selección)	48
3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	49
3.6.1. De recolección de información	49
3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos	49
3.7.1. Análisis de información	49
3.7.2. Procedimiento de la información	50
CAPITULO 4. RESULTADOS	51
4.1. Objetivo General	51
4.1.1. Establecer la correlación entre el liderazgo participativo y la imagen corporativa de los despachos de abogados del distrito de Trujillo.....	51
4.2. Objetivo Específicos	52
4.2.1. Determinar el comportamiento de las dimensiones del liderazgo participativo que se practica en los despachos de abogados del distrito de Trujillo.	52
4.2.2. Identificar las dimensiones que contribuyen a sostener el desempeño de la imagen corporativa que se practica en los despachos de abogados del distrito de Trujillo.	58
4.2.3. Medir la correlación de las dimensiones del liderazgo participativo con la imagen corporativa de los despachos de abogados del distrito de Trujillo	62
CAPITULO 5. DISCUSIÓN	69
CONCLUSIONES.....	73
RECOMENDACIONES	74
REFERENCIAS	76
ANEXOS	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Estadísticos de la correlación entre la variable liderazgo participativo y la variable imagen corporativa.....	51
Tabla 2 Estadísticos para establecer la correlación entre la variable liderazgo participativo y la variable imagen corporativa.....	51
Tabla 3 Dimensión empoderamiento	53
Tabla 4 Dimensión trabajo en equipo.....	54
Tabla 5 Dimensión comunicación organizacional.....	55
Tabla 6 Dimensión toma de decisiones.....	56
Tabla 7 Variable el liderazgo participativo.....	57
Tabla 8 Dimensión cultura corporativa.....	58
Tabla 9 Dimensión comunicación corporativa.....	59
Tabla 10 Dimensión relaciones públicas	60
Tabla 11 Variable la imagen corporativa.....	61
Tabla 12 Estadísticos de correlación entre la dimensión empoderamiento y la variable imagen corporativa.....	62
Tabla 13 Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión empoderamiento y la variable imagen corporativa.....	62
Tabla 14 Estadísticos de correlación entre la dimensión trabajo en equipo y la variable imagen corporativa.....	63
Tabla 15 Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión trabajo en equipo y la variable imagen corporativa.....	64
Tabla 16 Estadísticos de correlación entre la dimensión comunicación organizacional y la variable imagen corporativa.....	65
Tabla 17 Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión comunicación organizacional y la variable imagen corporativa.....	65
Tabla 18 Estadísticos de correlación entre la dimensión toma de decisión y la variable imagen corporativa.....	66
Tabla 19 Estadísticos para establecer la correlación entre la dimensión toma de decisión y la variable imagen corporativa.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Correlación entre la variable liderazgo participativo y la variable imagen corporativa	52
Figura 2 Dimensión empoderamiento	53
Figura 3 Dimensión trabajo en equipo	54
Figura 4 Dimensión comunicación organizacional.	55
Figura 5 Dimensión toma de decisiones.	56
Figura 6 Variable el estilo de liderazgo participativo.	57
Figura 7 Dimensión cultura corporativa.	58
Figura 8 Dimensión comunicación corporativa.	59
Figura 9 Dimensión relaciones públicas.	60
Figura 10 Variable la imagen corporativa.	61
Figura 11 Correlación entre la dim. empoderamiento y la variable imagen corporativa.....	63
Figura 12 Correlación entre la dim. trabajo en equipo y la variable imagen corporativa.....	64
Figura 13 Correlación entre la dimensión comunicación organizacional y la variable imagen corporativa.....	66
Figura 14 Correlación entre la dimensión toma de decisiones y la variable imagen corporativa.....	67

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo determinar si existe una correlación entre el liderazgo participativo con sus dimensiones de empoderamiento, trabajo en equipo, comunicación organizacional y toma de decisiones, y la imagen corporativa, con sus dimensiones cultura corporativa, comunicación corporativa y las relaciones públicas, en los despachos de abogado del distrito de Trujillo, tomado una muestra probabilística de 36 colaboradores entre el área legal como administrativo, de tres despachos de abogados más representativo del distrito de Trujillo; aplicándose un cuestionario de 35 preguntas, siendo previamente demostrada su confiabilidad del instrumento con un coeficiente de Alfa de Cronbach de 0,935. Concluyendo, que las variables, liderazgo participativo y la imagen corporativa, si se correlacionan y al haberse contrastado, obteniendo como resultado un coeficiente de correlación de Pearson (0,598), es decir cuando más cerca de 1 está mayor es la correlación y el nivel de significancia es 0,00 el cual es menor a 0,05 demostrándose que si existe una correlación significativa entre ambas variables.

Palabras claves: liderazgo participativo e imagen corporativa.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine if there is a correlation between participatory leadership with its dimensions of empowerment, teamwork, organizational communication and decision making, and the corporate image, with its dimensions corporate culture, corporate communication and public relations, in the attorney's offices of the district of Trujillo, taken a probabilistic sample of 36 collaborators between the legal and administrative area of three law firms more representative of the district of Trujillo; applying a questionnaire of 35 questions, being previously demonstrated its reliability of the instrument with a coefficient of Cronbach's Alpha of 0.935. Concluding, that the variables, participative leadership and corporate image, if they are correlated and having been contrasted, obtaining as a result a Pearson correlation coefficient (0.598), that is, when closer to 1 is greater, the correlation and the level of significance is 0.00 which is less than 0.05, showing that there is a significant correlation between both variables.

Keywords: participatory leadership and corporate image.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Aliaga, C., Diaz, L., & Ibañez, M. (Diciembre de 2016). *perepositorio academico*. Obtenido de <http://repositorioacademico.upc.edu.pe>:
<http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/handle/10757/621485>
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica*. Madrid: Netbiblo S.L.
- Antezana, M. (22 de Abril de 2013). *Conexion esan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad>:
<https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/04/22/importancia-gestion-buena-cultura-corporativa/>
- Bergoglio, M. (2007). *Publicaciones de revistas academicas*. Obtenido de <http://www.derecho.uba.ar/>:
http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/rev_academia/revistas/10/cambios-en-la-profesion-juridica-en-america-latina.pdf
- Camaratru.org. (s.f.). *camaratru*. Obtenido de [camaratru.org.pe](http://plataforma.camaratru.org.pe:8080/xolflof):
<http://plataforma.camaratru.org.pe:8080/xolflof>
- Castillo, A. (2009). *Relaciones pública teoría e historia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Castillo, A. (2010). *Introducción a las relaciones públicas*. Madrid: Instituto de Investigación de Relaciones Públicas .
- Cedeño, C. (2015). *Revistas UCV*. Obtenido de <http://revistas.ucv.edu.pe>:
<http://revistas.ucv.edu.pe/index.php/CIENTIFI-K/article/download/1083/858>
- Charqui, R. (2016). *Repositorio Uladech*. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe>:
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1066/LIDERAZGO_PARTICIPATIVO_%20CHARQUI_MIRANDA_ROCIO_YOVANA.pdf?sequence=1
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento organizacional*. Ciudad de México: Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Daft, R. (2015). *Proceso de toma de decisiones*. En R. Daft, *Teoría y diseño organizacional*. Ciudad de México: Cengage Learning Editores S.A. de C.V.
- De Roma, M. (18 de Mayo de 2009). *Minerva de roma*. Obtenido de <http://minervaderoma.blogspot.pe>:
<http://minervaderoma.blogspot.pe/2009/05/modelo-original-de-vroom-yetton.html>
- Desiato, M., & Guevara, M. F. (1998). *El hombre en la teoría de la administración*. Caracas: Publicaciones UCAB.
- Dictionary cambridge. (Octubre de 2017). *Dictionary cambridge*. Obtenido de <http://dictionary.cambridge.org>:
<http://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/empowerment>
- Dopico, J. (27 de Diciembre de 2016). *Blog de InboundLead*. Obtenido de blog.inboundlead.com:
<https://blog.inboundlead.com/el-secreto-detras-de-la-imagen-corporativa-en-un-despacho-de-abogados>
- Drucker, P. (Enero - febrero de 1967). *Campo virtual global- Universidad Nacional de Tucumán*. Obtenido de <http://frrq.cvg.utn.edu.a>:
http://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/1486/mod_resource/content/0/02-_Peter_Drucker_-_La_decision_eficaz.pdf
- Fernandez, O. (13 de Febrero de 2015). *Legal today*. Obtenido de www.legaltoday.com/:
<http://www.legaltoday.com/gestion-del-despacho/estrategia/articulos/el-abogado-empresario-lider-y-gerente>
- Fernandez, S., Cordoba, A., & Cordero, J. M. (2002). *Estadística Descriptiva*. Madrid: ESIC Editorial.
- Ferreiro, P., & Álcazar, M. (2008). *Gobierno de personas en la empresa*. Lima: Editora Argentina.

- Guardia, J., & Peró, M. (2001). *Esquemas de estadística Aplicaciones en intervención ambiental*. Barcelona: Publicacions de la universita de Barcelona.
- Guerra, E. (24 de Octubre de 2010). *Creatividad y decisiones*. Obtenido de <http://creatividadydecisiones.blogspot.pe>:
<http://creatividadydecisiones.blogspot.pe/2010/10/modelo-vroom-yetton-jago-para-la-toma.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Ciudad de Mexico: Mc Graw -Hill/ Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Hoya, J. (02 de Marzo de 2011). *Legal Today*. Obtenido de www.legaltoday.com:
<http://www.legaltoday.com/gestion-del-despacho/rrhh/articulos/el-liderazgo-directivo-en-los-despachos-profesionales>
- López, S. (16 de Mayo de 2013). *creando conceptos*. Obtenido de <https://creandoconceptos.wordpress.com>:
<https://creandoconceptos.wordpress.com/tag/ipra/>
- Manzaba, B. (Octubre de 2014). *Repositorio Digital*. Obtenido de <http://repo.uta.edu.ec>:
<http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/8296>
- Martinez, J. (05 de Marzo de 2012). *relaciones publicas en puerto rico*. Obtenido de www.relacionespublicaspr.com: <http://www.relacionespublicaspr.com/2012/03/la-nueva-definicion-de-relaciones.html>
- Mena, N. (21 de Mayo de 2013). *Escuela de organización industrial*. Obtenido de <http://www.eoi.es>: <http://www.eoi.es/blogs/madeon/2013/05/21/liderazgo-y-trabajo-en-equipo/>
- Moreno, M. (18 de Abril de 2015). *Biblio.una*. Obtenido de <http://biblo.una.edu.ve>:
<http://biblo.una.edu.ve/docu.7/bases/marc/texto/t39688>
- Muñoz, J. J. (2004). *Nuevo diccionario de publicidad, relaciones públicas y comunicación corporativa*. Libros en red. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=r_EZpPDqX2cC&printsec=frontcover&dq=comunicacion+corporativa&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=comunicacion%20corporativa&f=false
- Nuñez, J. (2013). *Revista derecho UNED*. Obtenido de <http://e-spacio.uned.es>: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv.php?pid=bibliuned:RDUNED-2013-12-6100&dsID=Documento.pdf>
- Pascual, M. (Julio de 2015). *Eprints Complutense* . Obtenido de <http://eprints.ucm.es>:
<http://eprints.ucm.es/38100/1/T37376.pdf>
- Pintado, T., & Sánchez, J. (2013). Importancia de la imagen en las empresas. En T. Pintado, & J. Sánchez, *Imagen corporativa. Influencia en la gestión empresarial* (págs. 15-47). Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). Los gerentes como tomadores de decisiones. En S. Robbins, & M. Coulter, *Administración* (págs. 119-142). Ciudad de México: Person Educación México.
- Rodriguez, D., & Opazo, M. P. (2008). *Comunicaciones de la organización*. México D.F.: Alfaomega Grupo Editor S.A. de C.V.
- Rodriguez, V. (2008). *Comunicación corporativa un derecho y un deber*. Santiago de Chile: RIL Editores.
- Santivañez, M. (18 de Julio de 2015). *Revista legal*. Obtenido de [www.laley.pe](http://laley.pe):
<http://laley.pe/not/2620/la-hora-de-ver-a-los-estudios-juridicos-como-empresas-de-servicios/>
- Scheinsohn, D. (1998). Las herramientas de la comunicación corporativa. En D. Scheinsohn, *Dinámica de la comunicación y la imagen corporativa* (págs. 121-167). Buenos Aires: Fundación OSDE.
- Torrijos, P. (08 de Julio de 2014). *El blog del mando intermedio*. Obtenido de <http://elblogdelmandointermedio.com>:

<http://elblogdelmandointermedio.com/2014/07/08/estilo-de-liderazgo-participativo-pros-contras-infografia/>

Villafañe, J. (1999). La Cultura corporativa. En J. Villafañe, *La gestión profesional de la imagen corporativa* (págs. 123-141). Madrid: Ediciones Pirámide.

Wilson, T. (2004). *Manual del empowerment*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

Zommer, L. (23 de Enero de 2014). *Marketing para abogados*. Obtenido de <https://marketingparaabogados.eu>: <https://marketingparaabogados.eu/las-firmas-de-abogados-son-gestionables-traduccion-del-articulo-de-david-maister/>