

Liderazgo para la Comunicación Eficaz de la Responsabilidad Social Empresarial en el Rotary Club

Mariangélica Sánchez¹ y Fernanda Vecchio²

msanchez.snchez@gmail.com

ferni1808@gmail.com

Resumen

En cualquier organización los tipos de liderazgo que sus directivos ponen en práctica, de forma conciente o no, guardan relación no sólo con el desempeño de sus seguidores; sino también con la comunicación de sus actividades. El caso de la Responsabilidad Social Empresarial constituye la razón de esta investigación, cuyo objetivo principal es analizar los estilos de liderazgo de los directivos del Rotary Club Municipio Miranda para la comunicación eficaz de sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial, por lo que se entrevistó a cinco miembros de su directiva, considerando que son quienes ejercen su influencia y actúan como líderes para que se den este y otros procesos. Tras la aplicación de un instrumento previamente validado, se detectó que el tipo de Liderazgo predominante en la organización es el Situacional, además de una alta presencia de factores para la Comunicación Eficaz de la Responsabilidad Social Empresarial, como lo son la autoridad, sinceridad, confianza, lenguaje, reciprocidad y competencia, de parte de los directivos del Rotary Miranda.

Palabras clave: Tipos de Liderazgo, Comunicación Eficaz, Responsabilidad Social Empresarial.

1. INTRODUCCIÓN

En distintos ámbitos del desarrollo social, político, económico, cultural, estudiados a través de la evolución de la humanidad, el Liderazgo ha sido foco de influencia en los cambios, decisiones y

¹ Sánchez Mariangélica. Licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo Impreso (LUZ). Maestrante en Cs. de la Comunicación. Maestrante del Programa de Maestría Ciencias de la Comunicación Universidad Rafael Bellosó Chacín, Maracaibo, Venezuela

² Vecchio Fernanda. Licenciada en Comunicación Social, mención Periodismo Impreso (URBE). Maestrante en Cs. de la Comunicación. Maestrante del Programa de Maestría Ciencias de la Comunicación Universidad Rafael Bellosó Chacín, Maracaibo, Venezuela

transformaciones que han marcado pauta en la historia y la evolución del hombre.

Adolfo Hitler, Martín Luther King, Ernesto "Che" Guevara y Mahatma Gandhi, pese a huellas negativas y positivas que dejaron en la sociedad, son algunos ejemplos de esa posesión de autoridad que influye y deja huella, pues genera cambios y atrae seguidores.

Esta habilidad particularmente ha sido localizada y analizada en el plano gerencial y organizacional, donde un administrador, director o presidente goza de una posición que le permite influir y dirigir la ruta de otros. Esta orientación que ese líder defina tendrá una marcada influencia en el desempeño de los grupos o seguidores, en la comunicación interna y externa, la productividad, y, en suma, en el éxito de la organización.

De allí que un gerente o director tiene el deber, desde su posición de asumir el rol del liderazgo, de orientar todas sus acciones hacia el buen funcionamiento de la organización y la existencia de armonía entre sus integrantes, lo que se reflejará en su ambiente externo.

Hoy día y desde el surgimiento de las primeras organizaciones, la ausencia de un buen liderazgo, además de afectar el desempeño de las actividades internas, también perjudica las relaciones externas, más aún, si se considera la importancia de la comunicación, primero entre quienes conforman un equipo, y seguidamente, entre lo que ese equipo refleja hacia el resto de la sociedad.

En su concepción más básica, la comunicación se define como un proceso de transferencia de conocimiento e información, con la intención de lograr objetivos, persuadir, o incluso participar meramente en los hechos.

En las organizaciones, esa comunicación debe ser puesta en práctica de una manera eficaz: en un primer plano, para lograr las tareas planteadas y alcanzar los objetivos trazados al interior del grupo, y segundo, para cumplir una de las cinco perspectivas de la comunicación en las organizaciones que plantea Nosnik (2002), al

referirse a la comunicación externa como aquella dirigida a la sociedad para mantener las buenas relaciones públicas y proyectar la imagen de la organización y el trabajo que ésta realiza.

Esta premisa debe cumplirse en cualquier tipo de empresa u organización, más aún para lograr el reflejo de su responsabilidad social, y no sólo de su labor productiva. Un caso específico es el del Rotary Club Municipio Miranda, visto como una organización destinada al servicio social, en la que cada obra sirve de testimonio y da muestras de su trabajo, y donde una comunicación eficaz, de la mano de un liderazgo idóneo, permitirá mostrar a su entorno y al mundo su gestión de responsabilidad social.

Así pues, los estilos de Liderazgo dentro de una organización, no pueden verse como elementos aislados al logro de una Comunicación Eficaz de la gestión social en este caso. Por ello, el presente estudio pretende analizar el Tipo de Liderazgo de los directivos del Rotary Club Municipio Miranda para la comunicación eficaz de la Responsabilidad Social Empresarial: 1) identificando el tipo de liderazgo que más predomina; 2) determinando la presencia de factores en los directivos para la Comunicación Eficaz de su Responsabilidad Social Empresarial; 3) detectando la relación entre el Liderazgo y la Comunicación Eficaz; 4) determinando si consideran que existe relación entre el Liderazgo y la Comunicación Eficaz; 5) localizando el Tipo de Liderazgo que resulta ideal para una eficaz divulgación de la labor social hacia la sociedad.

En la primera parte del estudio se describe el problema y los objetivos a alcanzar para obtener soluciones; seguidamente se da una perspectiva teórica con la cual se fundamenta la investigación, tomando a autores que hacen referencia al Liderazgo y sus tipos, la Comunicación Eficaz y la Responsabilidad Social Empresarial, así como el método usado para cumplir los objetivos.

Una tercera parte contiene los resultados obtenidos gracias a la aplicación de un cuestionario que fue previamente validado y se

adaptó al tema. En la cuarta y última parte del estudio se muestran las soluciones y recomendaciones a seguir.

2. Fundamentación teórica

Para fundamentar la variable Tipos de Liderazgo dentro de este estudio se consideraron las investigaciones y teorías de Rees (1996); Robbins (2004); Robbins y Coulter (1999); Fernández (1995); Fonseca y otros (2007) y Siliceo y otros (1999).

Por otra parte, Rebeil (2000) y Costa (2008) ayudaron a relacionar el Liderazgo con la Comunicación Eficaz bien definida por Ribeiro (1998), mientras que los aportes de Pizzolante (2007), Frascara (2003) y Nosnick (2002) dieron el engranaje clave de la comunicación sobre la Responsabilidad Social Empresarial.

3. Del Liderazgo a la Responsabilidad Social

Al hablar de Liderazgo en cualquier ámbito, bien sea en la organización, empresa, política, educación u otras áreas, es imposible no tocar el elemento básico de su concepción, donde líder es igual persona que influye.

Rees (1996) resalta que para alcanzar el éxito de un grupo debe existir un líder que, a diferencia de un simple gerente, "logra que los individuos trabajen coherentemente en proyectos definidos". A la vez refiere que esa persona a la cual todos siguen posee ciertas características que lo llevan a influir sobre el grupo. Otro concepto de este término lo ofrece Robbins (2004, pág. 314) quien refiere que el liderazgo se vislumbra como la capacidad de influir en un grupo para lograr el alcance de las metas; "sin embargo, no todos los líderes son jefes ni todos los jefes son líderes".

De aquí se desprende la importancia de considerar los diversos Tipos de Liderazgo, tomando en cuenta que cada uno es distinto a otro y recae en los demás también de forma distinta.

Una clasificación completa sobre los Tipos de Liderazgo en el ámbito organizacional la realizan precisamente Robbins y Coulter (1999), quienes señalan cinco tipologías en el campo administrativo: Autocrático, Democrático Participativo, Liberal, Carismático y Situacional.

El Liderazgo Autocrático se refiere a los gerentes-líderes que llevan el control de todas las actividades de la organización, imparten órdenes y vigilan que se cumplan tal cual las señalaron, no aceptan opiniones ni contradicciones por lo que las decisiones que toman son unipersonales, sin consultar con sus subalternos, o bien con su grupo en el caso de las organizaciones. A la vez no delega ninguna función en los demás.

De distinta forma se define el Liderazgo Democrático-Participativo, pues según este estilo el gerente sí delega su autoridad en otros, comparte el control y la toma de decisiones la hace en conjunto, sin dejar de supervisar el cumplimiento de los objetivos. Es un poco permisivo y deja que los otros integrantes del grupo también evalúen su propio desempeño, sin dejar a un lado su opinión.

Otro tipo de Liderazgo –a razón de Robbins y Coulter (1999)- es el Liberal, el cual se reconoce cuando un gerente sólo proporciona a sus compañeros en la organización las herramientas básicas para realizar su trabajo y sólo aclara dudas, dejando así que trabajen libremente sin supervisarlos. Permite la participación de todos, más que el líder democrático-participativo, ya que su equipo de trabajo es quien finalmente toma todas las decisiones en relación a la organización.

Dentro de la clasificación también mencionan el estilo de Liderazgo Carismático, el cual surge –de acuerdo con la visión del grupo- por sus méritos y experiencias personales, lo que hace que se le ceda todo el poder para la toma de decisiones.

Este tipo de líder sí delega funciones en los demás, pero con el objetivo de manifestar que siente confianza hacia todos, la cual surge en muchas ocasiones de la buena relación que establece con el grupo

y que mantiene por ser solidario con las necesidades de todos. Este sería el aspecto más importante del líder carismático.

Finalmente, Robbins y Coulter (1999) definen el Liderazgo Situacional, concebido como un gerente que dirige y apoya a grupo de trabajo, siempre de acuerdo con la situación en la que esté. Esto se refleja en que se mueve entre la supervisión autoritaria o permisiva, la toma de decisiones de forma personal o en conjunto, la delegación de funciones o el control total; todo de acuerdo al grupo y a la situación que se presente.

Sobre este tipo de liderazgo en específico Robbins (2004, pág 323) hace alusión a la teoría situacional de Paul Hersey y Ken Blanchard, quienes concibieron este liderazgo como una teoría de contingencias que se enfoca en los seguidores; "para que el liderazgo sea eficaz, hay que escoger el estilo correcto que, según Hersey y Blanchard, depende de la madurez de los seguidores", puesto a que son estos los que aceptan o no al líder, con que la situación y más aún las características particulares de los seguidores definirán sin duda alguna la forma de dirigirlos, orientarlos y controlarlos.

Esto lo afianza Fernández (1995), quien plantea que el Tipo de Liderazgo más efectivo depende de lo favorable que sea la situación para el líder.

De acuerdo con Fonseca y otros (2007), los Tipos de Liderazgo se pueden estudiar desde variables específicas como la Autoridad, Dependencia operativa, Evaluación y Estrategias Motivacionales, refiriéndose la primera a la forma en que se impone cierto tipo de líder, la segunda a la delegación de tareas que da a los seguidores, la tercera a la forma de evaluar –considerando que su estudio se fundamentó en el liderazgo docente- y la última a los elementos que emplea para incentivar a quienes lo siguen.

De aquí se puede tomar la Autoridad, Dependencia operativa y Motivación, ya que se trata de un Liderazgo dentro de una organización y no una institución educativa.

Cuadro 1: Comparación de Tipos de Liderazgo

| TIPOS DE LIDERAZGO | CARACTERÍSTICAS Y RASGOS |
|------------------------------------|---|
| AUTORITARIO | <p>Impone todas sus órdenes y vigila que se sigan al pie de la letra</p> <p>Toma las decisiones solo y no delega funciones</p> <p>No le otorga confianza al grupo y dicta todas las pautas. Resalta los errores para luego incentivar</p> |
| DEMOCRÁTICO - PARTICIPATIVO | <p>Delega autoridad y comparte el control</p> <p>Toma las decisiones en conjunto y delega funciones</p> <p>Le otorga confianza al grupo y se apoya en los seguidores para dictar las pautas</p> <p>Emplea el feed back y corrige errores para incentivar</p> |
| CARISMÁTICO | <p>Sus seguidores permiten a este líder que de las órdenes y supervise por su experiencia</p> <p>El grupo le otorga el poder de decidir por sus habilidades</p> <p>La confianza surge de la buena relación que tiene con el grupo</p> <p>Los seguidores se sienten motivados por el líder debido a su profesionalismo</p> |
| LIBERAL | <p>Proporciona herramientas básicas para aclarar dudas sin imponer</p> |

| | |
|---------------------------|---|
| | <p>órdenes</p> <p>El grupo toma las decisiones y ejerce todas las funciones del líder</p> <p>La confianza es total hacia los seguidores quienes son libres de motivarse de cualquier forma</p> |
| <p>SITUACIONAL</p> | <p>Dicta las órdenes o no de acuerdo a la situación del grupo y los supervisa o no según las necesidades</p> <p>Las decisiones las toma solo o en conjunto según sea el caso y da confianza al grupo dependiendo de la situación</p> <p>El tipo de motivación que emplea la selecciona de acuerdo con el grupo que lidera</p> |

Fuente: Adaptado de Robbins y Coulter (1999)

Volviendo a la influencia del líder dentro de una organización es visto que el líder también es el constructor de una cultura organizacional, la cual define como "el conjunto de valores tradiciones, creencias, hábitos, normas, actitudes y conductas que le dan identidad, personalidad, sentido y destino a una organización para el logro de sus objetivos". (Siliceo y otros, 1999, pág. 129). Estos autores de igual forma afirman que los procesos humanos de mayor importancia en términos de cultura organizacional son la comunicación, información y liderazgo.

Aparece aquí entonces el elemento comunicación ligado al liderazgo dentro un ambiente organizacional; parafraseando a Rebeil (2000) existe una creencia arraigada sobre la información que fluye en una organización, lo cual se debe a la consideración de que ésta "es poder", y ello justifica que quede centralizado en el líder la toma

de decisiones, y el manejo de “forma autoritaria de la difusión de la información” (Rebeil 2000, citando a Nosnik, pág 80). Además agrega que la importancia del uso de la información recae en la capacidad del receptor de establecer una retroalimentación, elemento que puede servir a las organizaciones, y en especial a las que tienen como fuerte las actividades de responsabilidad social –como el Rotary Club Municipio Miranda- para conocer lo positivo o no del esfuerzo realizado, así como otras necesidades que se quedaron sin cubrir.

Ese señalamiento da muestras de la existencia y necesidad de una comunicación eficaz dentro de toda organización, definida por Costa (2008) como una interacción que debe producir porque sí una respuesta verificable en su destinatario. En opinión de Ribeiro (1998) dicha comunicación está asociada a un tipo de inteligencia: la interpersonal, donde al saber distinguir los aspectos que conllevan al intercambio de informaciones entre las personas y aplicar este conocimiento, significa tener más poder para convencer a otras personas e influir en ellas. Este autor además establece factores determinantes para que se cumpla a cabalidad dicho proceso, entre los cuales señala en primer lugar el Lenguaje corporal –basado en investigaciones de neurolingüística-.

“El lenguaje puede ser verbal y no verbal, puede exteriorizarse o no. Cuando exteriorizamos el lenguaje realizamos una comunicación interpersonal” (Ribeiro, 1998, pág.25).

En segundo lugar señala el factor Autoridad, de igual forma clave para la comunicación eficaz. Parafraseando al autor, el individuo que demuestra profesionalidad, manejo del tema, buenas experiencias anteriores o bien currículum, lo que le otorgará poder en cualquier decisión que tome.

En tercer lugar aparece la confianza inspirada en el receptor como elemento trascendental para la comunicación eficaz al realizar cualquier petición, la cual –a su vez- está integrada por “sinceridad, competencia e historia anterior”, donde la primera está referida a la

coherencia que el individuo manifiesta entre lo que dice y lo que hace. A razón del autor, la confianza dependerá en gran medida de los primeros dos elementos, junto con la recreación de forma positiva de las experiencias negativas vividas en el pasado para lograr una comunicación eficaz con el público que se intenta persuadir.

La competencia –señala el autor- se trata de una característica que le otorga al individuo la habilidad de comunicarse con un poder especial; y por último está la historia anterior vista como los antecedentes del individuo y su manera de actuar en la vida.

En último lugar de la lista de factores se encuentra la reciprocidad, entendida por Ribeiro (1998) como uno de los puntos más esenciales. “En general las personas se sienten obligadas a dar algo como retribución a quien les haya dado primero”, es decir, una respuesta puntual si las palabras del emisor fueron escuchadas y entendidas, con lo que se logra la comunicación eficaz que en las organizaciones resulta fundamental para la difusión necesaria de la responsabilidad social, entre otros hechos.

En vista de este estudio plantea una comunicación eficaz de la Responsabilidad Social Empresarial, es preciso tomar lo que plantea Vargas (2007) quien la contempla como la capacidad de una organización de crear valor a la sociedad y formar parte de ella, además de interactuar con los ciudadanos corporativos preocupados por el ámbito público, por las brechas y oportunidades que se pueden crear para ciertas poblaciones en desventaja.

Pizzolante (2007) describe que una gestión de Responsabilidad Social debe vincularse directamente con la toma de decisiones corporativas, para lo cual la organización debe valorar la transparencia con la comunidad que la rodea.

Parafraseando a este autor, la Responsabilidad Social Empresarial es un estado de conciencia del impacto del negocio. Mientras los indicadores de éxito de un ejecutivo sean únicamente generar mayor

rendimiento con menores costos, siempre habrá una absoluta inconciencia de la sostenibilidad de su negocio.

Ahora resulta necesario evolucionar a un estado superior, pues la discusión sobre Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se traduce actualmente en programas, y los programas responden a coyunturas. Cuando la RSE se convierte en proceso de gestión dentro de la organización, se da el salto de responsabilidad social a empresa socialmente responsable. (Pizzolante, 2007).

Pues bien, dentro de lo que es Responsabilidad Social también entra la tarea de producir mensajes que contribuyan de forma positiva a la sociedad, a razón de Frascara (2003), cuya opinión es compartida por Nosnik (2002), quien hace referencia a la comunicación externa dirigida a la sociedad para proyectar la imagen y el trabajo que realiza una organización.

En el caso del Rotary Club Municipio Miranda es concebido por sus directivos como una organización basada en un triángulo donde se conjuga acción, participación y motivación orientada hacia acciones sociales y grandes obras entre las que cuentan por ejemplo la construcción del Banco de Sangre del Hospital Hugo Parra León, del municipio Miranda, el programa social Farmacia Comunitaria, jornadas comunitarias y otras actividades que buscan afianzar su compromiso con la comunidad.

Según sus integrantes, el mundo seguirá teniendo problemas y planteándoles nuevos desafíos, por lo que su labor seguirá tratando de responder y brindar soluciones. Ellos han planteando que sus éxitos alcanzados permitirán difundir más y mejor su capacidad de realización y la comunidad les pedirá que continúen aportando su tiempo, conocimiento y recursos en la implementación y mantenimiento de los programas. Su discurso entonces se ve relacionado con la importancia de una comunicación eficaz de la responsabilidad social y un liderazgo en sus miembros que orienten las acciones hacia ese proceso.

Rotary Club Municipio Miranda es concebido en general como una organización "viva y activa", cuyos conocimientos están contruidos sobre la acción, y donde cada obra de servicio que realizan es parte de su testimonio, lo que afianza aún más la necesidad de comunicación eficaz de su responsabilidad hacia la comunidad, najo la dirección de un buen líder.

3. Metodología

Ésta investigación fue de carácter descriptivo, definida por Hernández y otros (2000) como aquella que pretende responder a las preguntas que encierran las variables de estudio: Tipo de Liderazgo y Comunicación Eficaz de la Responsabilidad Social Empresarial.

Según el período en el que se efectuó fue de tipo transversal, debido a que la recolección de datos para describir las variables se hizo en un solo momento y tiempo determinado.

Con respecto a la muestra tomada para evaluar este trabajo, se seleccionaron intencionadamente los cinco integrantes de la directiva del Rotary Club municipio Miranda de forma no probabilística e intencional, los cuales ejercen dentro de la organización posiciones de presidente, vicepresidente, secretario, tesorero y director de la avenida relaciones públicas, los cuales están activos actualmente.

A ellos se les aplicó un cuestionario previamente validado y perteneciente a una investigación arbitrada en artículo en 2007, el cual se adaptó a la temática y permitió identificar el tipo de liderazgo de la muestra y determinar la presencia o no de los rasgos de comunicación eficaz de su Responsabilidad Social Empresarial, así como su opinión sobre la relación entre ambas variables.

El método a utilizar para analizar los resultados que se obtengan se basa en la estadística descriptiva, donde los datos tomados en cuenta para la presentación y discusión de los resultados están basados en las respuestas de la población seleccionada, con respecto a los Tipos de Liderazgo y la Comunicación Eficaz.

5. Resultados

Luego de aplicar el instrumento, mediante entrevista a los cinco directivos del Rotary Club Municipio Miranda, se pudo constatar la presencia de rasgos de varios tipos liderazgo, entre los cuales predominó el Situacional. Ello permite afirmar que estos directivos en su rol de líderes ejercen autoridad, supervisan, permiten la participación, toman decisiones solos o en conjunto, dependiendo de la situación del grupo y sus necesidades; además los elementos de motivación que emplean en sus seguidores, así como la delegación de funciones y asignación de tareas también se ejecutan de acuerdo a la situación.

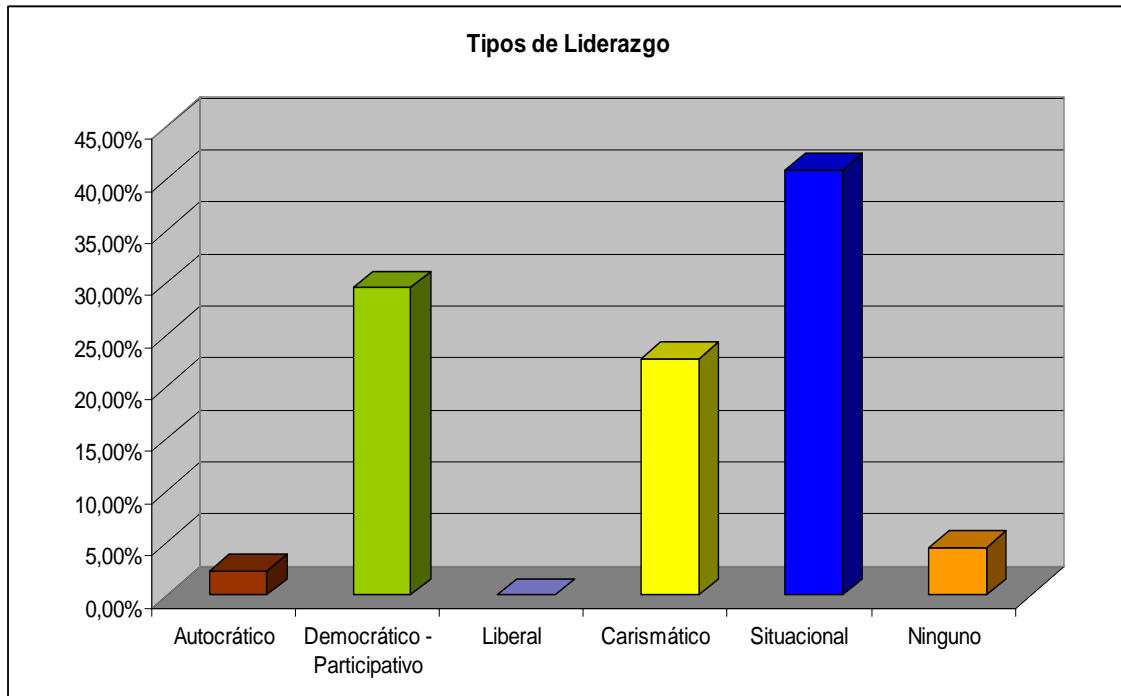
Esto resulta satisfactorio para la comunicación eficaz, tomando en cuenta lo que consideran Robbins (2004, pág 323) quien menciona la Teoría Situacional de Hersey y Blanchard, visionarios de que este liderazgo es el más eficaz pues depende de la madurez de sus seguidores la actuación del líder.

Robbins y Coulter (1999), al referirse a que se logra la retroalimentación desde el grupo hacia el líder y viceversa. Fernández (1995) también sostiene que este es el tipo de Liderazgo más efectivo, dependiendo de la situación que tenga el propio líder.

El tipo de Liderazgo que le sigue al Situacional, de acuerdo con los resultados, fue el Democrático-Participativo, donde se considera que algunos directivos del Rotary Club conservan la práctica de ejercer su autoridad de manera compartida, supervisando pero dejando hacer, permitiendo la participación, y tomando siempre las decisiones en conjunto. En tercer lugar se ubicó el Carismático, en cuarto lugar ningún tipo y finalmente el Autoritario. Ninguno de los directivos mostró rasgos del liderazgo Liberal.

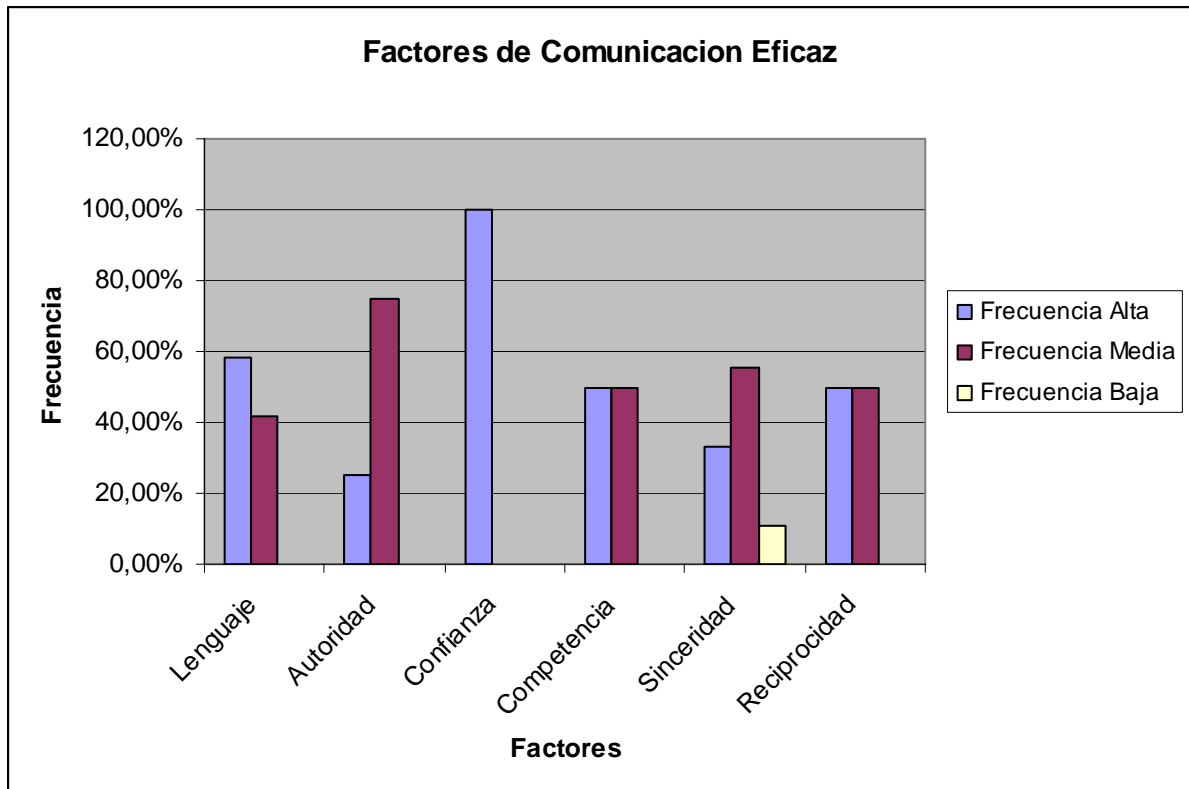
Tabla 1: Tipo de Liderazgo

Gráfico 1:
Liderazgo en el Rotary Club Municipio Miranda



La presencia de elementos que caracterizan a la comunicación eficaz se tabuló por medio de las opciones alta, media y baja. Según las respuestas obtenidas predominó la alta, lo que demuestra la existencia de los factores señalados por Ribeiro (1998) en los directivos del Rotary Club Municipio Miranda.

Gráfico 2: Presencia de factores para la Comunicación Eficaz



El factor lenguaje (que tiene que ver con el tono de voz y tipo) utilizado al dirigirse a los miembros de la organización, se manifestó en nivel alto y seguidamente el medio; el factor autoridad que demuestran los directivos del Rotary y que se puede detectar a través de su profesionalismo y manejo de información resultó ser medio, al igual que la sinceridad que se mide con el nivel de credibilidad que tienen los miembros del Rotary Municipio Miranda en cada directivo.

El factor confianza, por su parte, resultó alto de manera total, mientras que la competencia, medida por medio de las habilidades para la resolución de conflictos en la organización, se ubicó entre alta y media. Por último, el factor reciprocidad, referido a la oportunidad de respuesta con respecto al grupo y de la capacidad de escucha de parte de los miembros, se ubicó en la categoría alta y media de manera equitativa.

Finalmente, para la mayoría de los directivos del Rotary sí existe una relación entre los Tipos de Liderazgo y la comunicación eficaz, la cual califican como alta, pues confirman que les facilitaría el éxito de sus proyectos en la organización, así como también implicaría el logro

de objetivos y metas porque facilita la comunicación de sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Ello se puede unificar con el planteamiento de Frascara (2003), quien sentencia que dentro de lo que se considera Responsabilidad Social Empresarial también se contempla la producción de mensajes que contribuyan de forma positiva a la sociedad. Nosnik (2002) indica que existe un tipo de comunicación dentro de las organizaciones denominada externa, y que se refiere a lo que se proyecta al entorno, además del trabajo que lleva a cabo una institución.

6. Conclusiones y recomendaciones

Se concluye principalmente que existe una relación entre los Tipos de Liderazgo y la Comunicación Eficaz de la Responsabilidad Social Empresarial para los directivos del Rotary Club Municipio Miranda, considerando su opinión sobre la integración de ambas variables para el logro de objetivos y metas dentro de la organización y con respecto a la comunidad, así como la comunicación interna y externa de sus tareas.

De igual forma, luego de identificar el Tipo de Liderazgo que predomina entre los cinco directivos del Rotary se detectó la presencia del Situacional, seguida del Liderazgo Democrático-Participativo, lo que deja claro que en la mayoría de los casos los directivos se adecuan a la situación y necesidades de los miembros de la organización para tomar decisiones, dictar pautas, ejercer autoridad, todas estas tareas del líder, y también manejan la participación de los miembros, así como el compartir funciones en cualquier proceso.

Se concluye así que los directivos del Rotary Club Municipio Miranda practican un liderazgo propicio tanto para la ejecución de proyectos y planes como para la comunicación interna y externa, lo que se considera altamente positivo para la organización y la comunidad en la que llevan a cabo sus labores.

Sobre los factores que intervienen en la Comunicación Eficaz de la Responsabilidad Social Empresarial que desarrolla el Rotary Club Municipio Miranda (autoridad, sinceridad, competencia, confianza y lenguaje), se detectó un manejo de parte de los directivos Alto y Medio, lo que se traduce en un resultado positivo para la difusión de las actividades que se desarrollan interna y externamente. Se evidenció que ellos manejan un lenguaje apropiado para dirigirse a los miembros, por lo general formal o amigable, así como también imponen su autoridad, son sinceros en la mayoría de los casos, les tienen confianza a los miembros de la organización, y a la vez poseen competencias o habilidades para la resolución de conflictos.

A razón de los directivos del Rotary Miranda, la relación que evidencian entre los Tipos de Liderazgo y la Comunicación Eficaz de la Responsabilidad Social Empresarial es por lo general Alta e influyente en sus procesos de una manera positiva.

Sería recomendable, con base en todos los resultados, que los directivos del Rotary Club Municipio Miranda consideraran dentro de sus metas una difusión más amplia de sus actividades de Responsabilidad Social Empresarial, por ejemplo a través de medios de comunicación propios o ajenos, considerando la presencia en ellos de un Liderazgo ideal (Situacional y Democrático-Participativo) para este y otros fines, y además de la manifestación que mostraron de los factores que se requieren para el logro de una Comunicación Eficaz.

Este estudio podría servirle a los integrantes de la organización para tomar conciencia de que el Liderazgo que manifiestan influye en sus procesos de una u otra forma, y no sólo en la Comunicación Eficaz de su Responsabilidad Social Empresarial. Debería ahondarse aún más, por medio de otras investigaciones, por ejemplo en la relación entre los Tipos de Liderazgo y la creación de un medio de comunicación de la organización, para lo que se hace necesario que tomen muy en serio su rol de líderes en el Rotary Club.

Finalmente, es recomendable que la Responsabilidad Social Empresarial, en este caso del Rotary Club Municipio Miranda, sea aceptada como un proceso que se relaciona también con la comunicación, en especial la externa, lo que impulsaría aún más la difusión de sus actividades.

Referencias bibliográficas

- COSTA, J. (2008) 15 Axiomas para los Dircom. Tomado el 24 de octubre de 2008 del sitio http://64.233.169.104/search?q=cache:BuO7XS_0keMJ:publicometa.fullblog.com.ar/post/15_axiomas_para_los_dircom_por_joan_costa_01203492094+comunicacion+eficaz+%2B+joan+costa&hl=es&ct=clnk&cd=2&gl=ve
- FRASCARA, J. (2006). ¿Qué es una marca? Extraído el 24 de octubre de 2008 de la dirección <http://www.anibal.com.es/2006/12/>
- FERNANDEZ, C. (1995) **La comunicación humana**. Editorial Mc Graw Hill. México.
- FONSECA, y otros (2007). El liderazgo docente y su relación con el estilo gerencia de los pasantes de Comunicación Social en la Universidad del Zulia. En la revista Telos. Universidad Rafael Bellosó Chacín (Urbe). Venezuela. Páginas 430 a 442. Volumen 9 N° 3.
- HERNÁNDEZ, R., Batista, P. Fernández, C. (2000) **Metodología de la investigación**. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.
- NOSNIK, A. (2000). La comunicación organizacional. Extraído el 27 de octubre de 2008 de la dirección www.miespacio.org/cont/invest/comunica.htm
- PIZZOLANTE, I. (2007). Retribución bonita, negocios con corazón. Tomado el 25 de octubre de 2008 del sitio <http://www.producto.com.ve/278/notas/portada.html>
- REBEIL, M. (2000) **El poder de la comunicación en las organizaciones**. Plaza y Valdés Editores. México.

REES, F. (1996) **El liderazgo en los grupos de trabajo**. Panorama Editorial. México.

RIBEIRO, L. (1998) **La comunicación eficaz**. Editorial Urano. España.

ROBBINS, S. y COULTER, M. (1999) **Administración**. Quinta edición. Prentice Hall. México.

ROBBINS, S. (2004) **Comportamiento organizacional**. Prentice Hall. México

SILICEO, A. Cáceres, D. y González, J. (1999) **Liderazgo, valores y cultura organizacional**. Mc Graw Hill. México.

VARGAS, M. (2007). Retribución bonita, negocios con corazón.

Obtenido el 24 de octubre de 2008 de la dirección

<http://www.producto.com.ve/278/notas/portada.html>