

“EL LIDERAZGO Y SU RELACION CON LA
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN
NEGOCIOS E INVERSIONES LYSEN S.A.C –
TRUJILLO, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autores:

Maria Alejandra Caceres Huaccha
Laura Lisseth Muñoz Quiroz

Asesor:

Dra. Julia Otilia Sagastegui Cruz
<https://orcid.org/0000-0002-8274-7479>

Trujillo - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	María Eugenia Alfaro Sánchez	31676901
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Carlos Alberto Pastor Casas	18089419
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	María del Carmen D´angelo Panizo	17917596
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

TESIS FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	2%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	repositorio.urp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.uandina.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to consultoriadeserviciosformativos Trabajo del estudiante	1%
7	www.gestiopolis.com Fuente de Internet	1%
8	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
9	repositorio.upsjb.edu.pe Fuente de Internet	1%

10	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	1%
11	Submitted to Universidad Tecnológica Indoamerica Trabajo del estudiante	1%

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 1%
Excluir bibliografía Activo

DEDICATORIA

A Dios, el ser más maravilloso que cuida de nosotras y de nuestra familia, dándonos fortaleza para continuar. A nuestros padres, quienes constantemente nos apoyaron para progresar, ellos fueron nuestro motor para obtener este maravilloso logro que hoy se está cumpliendo. A nuestros docentes y amigos que estuvieron en los momentos más importantes de mi vida profesional.

AGRADECIMIENTO

De manera especial expreso mi profundo agradecimiento, en primer lugar, a Dios, quien nos guía día a día para lograr nuestros objetivos.

A la Universidad Privada del Norte, especialmente a los profesores por su enseñanza durante estos 5 años y a mis compañeros por compartir su amistad.

Agradecer a nuestra asesora Dra. Julia Sagastegui Cruz por su paciencia y apoyo.

A la empresa Negocios e Inversiones Lysén S.A.C. y a sus colaboradores, por sus aportes y por haber permitido realizar nuestra investigación y hacer la encuesta, para lo cual la recolección de información fue de manera satisfactoria.

Nuestra adorada familia, por confiar en nosotras, por apoyarnos constantemente en todas nuestras decisiones. A todos ellos ¡Muchas gracias!

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	26
CAPÍTULO III: RESULTADOS	33
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	42
DISCUSIÓN	42
REFERENCIAS	46
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Operacionalización de variables	28
Tabla 2: Distribución de frecuencia entre el Liderazgo y comunicación Organizacional	33
Tabla 3: Distribución de frecuencia entre Liderazgo de Influencia y Comunicación Organizacional.	34
Tabla 4: Distribución de frecuencia entre Liderazgo de resultados y Comunicación Organizacional.	35
Tabla 5: Distribución de frecuencias entre liderazgo estratégico y comunicación organizacional	36
Tabla 6: Coeficiente de correlación y nivel de significación entre las Variables Liderazgo y Comunicación Organizacional.	37
Tabla.7: Coeficiente de correlación y nivel de significación entre Liderazgo de Influencia y la comunicación organizacional.	38
Tabla 8: Coeficiente de correlación y nivel de significación entre Liderazgo de resultados y la comunicación organizacional	39
Tabla 9: Coeficiente de correlación y nivel de significación entre liderazgo estratégico y la comunicación organizacional.	40
Tabla 10: Escala Valorativa	72
Tabla 11: Matriz de Consistencia	73
Tabla 12: Fiabilidad de la variable de Liderazgo	81
Tabla 13: Fiabilidad de la variable de Comunicación Organizacional	81
Tabla 14: Fiabilidad de la variable de Liderazgo y Comunicación Organizacional	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Niveles entre liderazgo y Comunicación Organizacional.	33
Figura 2: Niveles entre Liderazgo de Influencia y Comunicación Organizacional.	34
Figura 3: Niveles entre Liderazgo de resultados y Comunicación Organizacional	35
Figura 4: Niveles entre Liderazgo Estratégico y comunicación organizacional	36

RESUMEN

La presente investigación titulada Liderazgo y su relación con la comunicación organizacional en la empresa Negocios e Inversiones Lysen S.A.C plantea como objetivo determinar la relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional en la empresa Negocios e Inversiones Lysen S.A.C de la ciudad de Trujillo en el año 2021.

Con respecto a la metodología, este estudio es de enfoque cuantitativo, de tipo explicativa correlacional- no experimental. Se trabajó con una muestra de 25 colaboradores a quienes se aplicó dos encuestas para medir las variables de liderazgo y comunicación organizacional. Ambos instrumentos contaron con su validez y confiabilidad. Se utilizó Excel para la elaboración de datos, traslado de la información recolectada mediante los instrumentos de medición en una hoja de cálculo para tabular los datos de cada una de las variables y su posterior procesamiento, empleando el programa SPSS.

Se concluye, que el valor rho de Spearman es de 0,357, afirmando con un 99% de confianza, que existe una correlación alta entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021

PALABRAS CLAVES: Liderazgo, comunicación organizacional, empresas comerciales

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

El mundo empresarial enfrenta el desafío de modificar formas obsoletas de estilos de gestión, en formas modernas de liderazgo. Sin embargo, pocas organizaciones han implementado satisfactoriamente el concepto de liderazgo moderno en sus negocios. La comunicación entre líderes y colaboradores, son variables que se investigan y mejoran intensamente en los países desarrollados. Sehić (2021)

Por su parte Chiavenato (2001) lo define como un intento de domino interpersonal, orientado al proceso de comunicación para lograr diversos objetivos y metas. Es importante mencionar que el liderazgo es definido como un proceso grupal dirigido a conseguir diferentes metas y objetivos.

Asimismo, el liderazgo se pensó como un enfoque basado en rasgos, que se podían enseñar y aprender, pero el proceso en sí de alguna manera carecía de claridad. Scott y Gourgues (2019). Por ello, es un tema crucial, ya que está relacionado con el éxito o el fracaso, el logro o no de las metas establecidas o definidas. Actualmente la comunicación online es un agente activo en las organizaciones que impacta la manera en que los colaboradores perciben del liderazgo. Bedoya (2021)

Además, los líderes como los gerentes y jefe inmediatos contribuyen al progreso de competencias y habilidades para el reconocimiento de las formas de trabajo, expectativas, motivaciones y percepciones que contribuya a la sostenibilidad y sustentabilidad del recurso humano. Díaz y Serrano (2019)

Entonces, el liderazgo y el equipo de comunicación entre las áreas de trabajo requieren tener una postura fuerte en la organización para tener los logros deseados e influir en la toma de las decisiones tanto interna como externamente. Londoño (2018).

Por otra parte, la comunicación es una herramienta para desempeñar el liderazgo, se trata de un proceso interactivo construido socialmente propio del liderazgo. La comunicación en el liderazgo ocurre continuamente entre líderes y colaboradores, pero se puede capacitar, planificar y usar con una intención estratégica. Catrin (2018). Por lo tanto, el líder debe utilizar la capacidad de comunicación en nombre de su equipo para defender recursos adicionales o eliminar obstáculos organizativos. Omilion y Ptacek (2021).

Incluso, la comunicación organizacional es el modo de ser, actuar y producir resultados, aminorando las divergencias, desorden y diferencias. Por ello, la comunicación representa un papel crucial en la armonía y cohesión, así como en la identificación de metas, gestión de tareas, trabajo en equipo u actividades propias de un líder.

En las empresas del Perú, el líder enfrenta cualquier eventualidad con el equipo de trabajo; compromiso organizacional, motivación y participación de las beneficiarias. Calisaya y Mendoza (2018). Por lo tanto, el liderazgo y la comunicación son determinantes en el desarrollo y alcance de los objetivos organizacionales, que infieren directamente en el éxito de las empresas. Talledo (2019).

En las empresas de Trujillo, la comunicación organizacional se convierte en un eje crucial para la productividad porque permite que los colaboradores se sienten involucrados con la organización. Una correcta comunicación, origina un cambio en el comportamiento obteniendo decisiones acertadas, soluciones a conflictos, actitudes positivas y un trabajo colaborativo. De la Cruz y Vilca (2020).

Por lo tanto, la ausencia de una comunicación idónea en las organizaciones genera confusión entre los colaboradores e incongruencias respecto a la estructura organizacional. Por consiguiente, si la comunicación es insuficiente o no llegara al receptor, se suscitan problemas, desconocimiento y confusiones, por lo tanto; una comunicación adecuada en el

centro de trabajo viene a ser una base fundamental para valorar las opiniones de los colaboradores. Huamán y García (2021).

La empresa Negocios e inversiones Lysen S.A.C, ha desarrollado habilidades para salir a adelante y adaptarse al cambio, sin embargo, en ocasiones ha tenido retrasos debido a la falta de liderazgo para hacer frente a las fuerzas externas e internas que afectan los logros de la organización. Por ello, al no contar con un liderazgo apropiado, no se desarrolla una adecuada comunicación organizacional.

Antecedentes

La revista científica de Gonzales et al. (2018) titulada *La influencia del liderazgo en el clima organizacional de las empresas – Ecuador*. Propone emplear entrevistas y encuestas a los gerentes y colaboradores para recolectar información, tener indicadores del grado de liderazgo y observar su motivación al realizar el trabajo. Estudio de enfoque cualitativo, tuvo una población conformada por 50 colaboradores del área administrativa y técnica de la empresa en Tungurahua. Se obtuvo, que el 24% consideró que el liderazgo es parcialmente bueno, mientras que, el 72% considera que es ineficiente; solamente un 4% lo consideró bueno. El 10% de dirigentes están comprometidas con la organización y sus empleados, mientras, el 50% manifestó que no existe compromiso y solo el 40% señaló que el compromiso es parcial. Se concluye que, la autoridad debe establecer un ambiente laboral que permita su desenvolvimiento libre de sospechas y dudas.

Asimismo, Capa et al., (2018) , en su revista titulada *El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones - Ecuador*, propone estudiar las competencias y formas de los dirigentes para confrontar retos. El estudio fue transversal, analítico y exploratorio, se desarrolló en seis empresas productoras de banano orgánico. Se obtuvo que ausencia de líderes en las organizaciones genera que los colaboradores no estén función de

las oportunidades y no emplean los equipos de trabajo adecuadamente lo que perjudica a la producción. En conclusión, el liderazgo se caracteriza por lograr que los empleados, se motiven y alineen en función de los objetivos y la visión futura, potenciando la responsabilidad, el compromiso y el aprendizaje continuo, para conseguir ventajas competitivas sostenibles en un tiempo específico.

Además, Pedraza et al., (2015) , en su revista titulada *Prácticas de liderazgo en empresas comerciales en Tamaulipas – México*, propone emplear como instrumento un cuestionario para identificar las prácticas de liderazgo. Estudio es de enfoque exploratorio y descriptivo, con 84 gerentes como muestra. Se identificaron cinco dimensiones del liderazgo que son: dar aliento al corazón, inspirar una visión compartida, desafiar los procesos, modelar el camino, y habilitar a los demás para actuar. Se concluye que, los gerentes comerciales deberían dedicar mayor tiempo a la celebración de logro de objetivos, encontrar la manera de celebrar dichos logros, experimentar y arriesgarse y además de ello en forma general se señala e incita a que se debe seguir indagando este tema de suma importancia, incorporando mayores análisis en dichas prácticas de liderazgo, conllevando a una elevación de competitividad y productividad, para un mayor crecimiento económico nacional.

Según Pazmay et al. (2017) en su tesis titulada *Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: una primera aproximación - Ecuador*, propone emplear como instrumento la entrevista a propietarios/ gerentes de organizaciones de calzado. Estudio de tipo fenomenológico, hermenéutico-dialéctico, exploratorio, cualitativo, descriptivo, inductivo, transversal, no experimental. Se empleó el software Atlas.ti para la evaluación de datos cualitativo. Se obtuvo que, la teoría tiene como propósito la construcción directa, y no de supuestos, de marcos existentes u otras investigaciones. Se concluye que los entrevistados entiendan la intercomunicación dentro de las organizaciones. Asimismo, la comunicación se relaciona con la ejecución de las tareas en equipo.

En antecedentes nacionales, Quiroz (2017), en su investigación titulada *Estilos de liderazgo y comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A. – Chepén*, propone, emplear como instrumento el cuestionario de Comunicación Organizacional por 34 preguntas y de Estilos de Liderazgo que está constituido por 20 preguntas. El estudio fue el hipotético-deductivo, con una población de 60 empleados, la muestra censal es equivalente a la población. Se obtuvo, que el 33% tienen entendimiento en estilos de liderazgo, el 33.3% cuenta con comunicación organizacional eficaz, para el 58.3% la barrera de comunicación es regular y el 60% tienen una retroalimentación regular, en conclusión, existe evidencia significativa para afirmar que: La Comunicación Organizacional se relaciona positivamente con los Estilos de Liderazgo.

Por otro lado, Campos y Ludeña (2019) en su investigación titulada *El liderazgo y su incidencia en el desempeño laboral en la empresa librerías crisol s.a.c. – Lima*, propone utilizar como instrumento una encuesta. El estudio es correlacional- descriptivo; con una población de 36 colaboradores, cumpliendo los métodos de exclusión e inclusión, la muestra censal es proporcional a la población, siendo probabilístico. Para procesar la data se aplicó en Microsoft office Excel: registro manual, clasificación, ordenamiento, y el proceso computarizado. Por lo tanto, se realizó conciliación de datos, el análisis documental, indagación, tabulación y comprensión de gráficos. Se obtuvo que el 90 % acepta que el liderazgo es crucial para tomar decisiones y el desempeño laboral. Se concluye, que el liderazgo desarrolla las habilidades y el desempeño laboral de los colaboradores para alcanzar el éxito

Además, en la investigación de Lazo y Velásquez (2017) titulada *La comunicación interna y el desarrollo organizacional de la financiera qapaq agencia Huancayo – Huancayo*, propone emplear una encuesta para recolectar datos. El estudio es correlacional y descriptivo, con una población de 50 empleados y la muestra es igual a la población. Por

consiguiente, la información obtenida es explicada y analizada de manera concisa mediante gráficos y tablas. En conclusión, existe una relación entre el desarrollo organizacional y comunicación interna de la empresa.

Por otro lado, Reyes y Ayarza (2018) en su investigación titulada *La comunicación organizacional y su influencia en el clima organizacional de los operarios de industrias San Miguel – Lima*, propone utilizar una encuesta para recolectar información. El estudio es de corte transversal, correlacional y no-experimental con diseño, con una muestra de 154 empleado. Como resultado, a través del procesamiento estadístico mediante el coeficiente de Pearson de 0.648 que evidencia el efecto de la comunicación organizacional respecto al clima organizacional. Finalmente, el 75% menciona que se mejorar la información para optimizar el rendimiento en la organización.

En antecedentes locales, Calderón y Carranza (2017) en la investigación titulada *Influencia del liderazgo distribuido, en el clima organizacional de la empresa iconser sac. - Trujillo*, propone emplear un cuestionario como instrumento, el cual será sometido a la prueba de confiabilidad y validez. Estudio es o no experimental, correlaciona, con una muestra de 22 administrativos y colaboradores, técnicos y alta gerencia de la organización. Se obtuvo que el grado de liderazgo es moderado con un puntaje promedio de 47.95, además, el 95%, se encuentra en el nivel intermedio. El grado promedio del talento (18,00) y Confianza (14,77) es intermedia, mientras que la Acción compartida (7,27) y Motivación (7,91) son ineficientes, asimismo, Administración y relaciones humanas (29,14), Comunicación (23,59) y Seguridad y salud (29,91) son oportunidades, mientras que la colaboración es promedio. Por último, existe relación entre el clima organizacional y las dimensiones del liderazgo, por consiguiente, la Seguridad y salud tienen una correlación de Pearson de 0.545 con $p < 0.05$. mientras que la Colaboración, Administración y comunicación

de relaciones humanas, obtenido una correlación de Pearson de 0.436; 0.451 y 0.439 y con $p < 0.01$.

Asimismo, Hernández y Cojal (2019) en su investigación titulada *Conducta del liderazgo empresarial en la avícola e inversiones TIZAL – Trujillo*, propone emplear un cuestionario como instrumento que consta de 18 preguntas. El estudio es de tipo descriptivo, con una muestra de 48 empleados, por lo tanto, se aplicó un muestreo no probabilístico. Se obtuvo, que el liderazgo organizacional es imperfecto y que las conductas son dirigidas hacia a un grupo de empleados que puedan lograr objetivos importantes y establecer relaciones sólidas y comportamiento variado que celebra y anuncia las mejoras. En conclusión, las actitudes de Liderazgo son orientadas hacia las interacciones interpersonales para lograr objetivos importantes y mantener la comunicación entre colaboradores con el objetivo de establecer relaciones sólidas.

Bases Teóricas

Liderazgo

Bohórquez (2021) define el liderazgo, como un proceso altamente interactivo y compartido, por ende, los miembros de todos los equipos de trabajo desarrollan habilidades en un mismo proceso; estableciendo una dirección, visión y estrategias para llegar a una meta alineando a las personas y al mismo tiempo motivándolas.

Además, Cosme (2018) menciona que se observa como un conjunto de comportamientos que definen el rol desarrollado por una persona o entidad. Este fenómeno ocurre cuando la situación demanda que el individuo inflencie y pueda coordinar las actividades de un grupo hacia la consecución de un objetivo común.

Sim embargo, Diaz; Roncallo; López y González (2018) consideran al liderazgo como una fuente competitiva en medida que los líderes tienen la capacidad de impactar el

desempeño individual y colectivo, impulsando la productividad y la competitividad organizacionales.

Teorías de Liderazgo

Teoría de contingencias del liderazgo de Fidler

Este modelo plantea analizar cómo se obtiene una productividad superior, por medio de las características del líder. También, propone dos tipos de liderazgo, como veremos más adelante: Situado a la productividad (tarea) y terceros (socioemocional). Por lo tanto, el estilo de cada es difícilmente modificable, bastante fijo, aunque no imposible. Este pensamiento es una excelente idea para coincidir los estilos de liderazgo con situaciones favorable (efectividad del líder). Ruiz (2019)

Además, Según Martín (2018) menciona que esta teoría establece si un líder es idóneo para guiar un equipo, mediante su forma de liderazgo y la situación viene determinada por tres factores. El primero de ellos es la relación existente los empleados y el líder, tomando en cuenta tanto las relaciones informales como las formales. El segundo es la estructura, que depende del conocimiento que tienen de ellos las personas que vayan a participar en la culminación de las metas trazadas. Finalmente, la capacidad de liderazgo, que es la habilidad de motivar al grupo mediante un sistema de castigos y recompensas que logre que los trabajadores cumplan con la tarea asignada.

La Teoría X y la Teoría Y de Douglas McGregor

Teoría X

Esta teoría supone que las personas prefieren evitar el progreso de sus labores. Por tanto, los individuos deben ser controlados y dirigidos a través de mecanismos de castigos y recompensas. Westreicher (2021)

Para López (2019) el líder considera que el trabajador debe ser motivado económicamente para mejorar la producción. Sus principales características son: Régimen estricto, rigidez y visión tradicional es el pilar fundamental en esta visión directiva. Los colaboradores aceptan las directrices del líder, sin problemas. La supervisión es absoluta, porque se busca cumplir los objetivos propuestos. Desde la alta gerencia fomentan la obediencia y respeto desde los empleados hacia su figura de poder.

Teoría Y

Según Julián (Julián, 2019) este estilo es una propuesta innovadora, con ideas, dinámicas, abiertas, democráticas y participativas, por lo tanto, está centrada en mejorar las capacidades de los colaboradores en pos de lograr optimizar resultados para la organización.

Además, para Ospina (2020) expone una visión distinta del ser humano; basada en que las respuestas no siempre son las mismas en circunstancias semejantes y que a la gente le gusta correr riesgos. Principales características: el dirigente fomenta la motivación y el bienestar del trabajador. la alta dirección busca que el trabajador tenga condiciones idóneas para mejorar su rendimiento en el trabajo. El líder considera al trabajador eficaz y autosuficiente si se le provisiona de herramientas adecuadas.

Dimensiones de Liderazgo

Según Giménez (2017) el liderazgo no consiste únicamente en desarrollar resultados, que sería la versión simple del término, sino también incentiva a la organización para el futuro, por ello, es crucial comprender y conocer las dimensiones del liderazgo:

Liderazgo Personal: es concebido como un ser que posee atributos especiales y superiores al resto de los miembros del grupo, aquel que demuestra superioridad ante la comunidad, y así convertirse en líder (Condori, 2019)

Además, Según Muñoz (2019) menciona que es la habilidad para liderarse a uno mismo y llevar su propia vida conforme a su agrado para influir en la forma de ser o actuar de las personas o en un grupo de trabajo determinado, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus metas y objetivos

Liderazgo de Influencia: Consiste en laborar conjuntamente con ideas y personas, haciendo posible que los esfuerzos estén alineados y/o sean coherentes con las acciones estratégicas de la empresa y las razones que las respaldan. Vásquez (2018).

Asimismo, Pérez (2020) menciona que este concepto impacta en el ánimo de un grupo de personas o una persona, para alcanzar objetivos comunes y personales, cumplimiento de expectativas, generando motivación y desarrollando las bases para un entorno que propicie nuevos líderes.

Liderazgo Estratégico: Es aquel capaz de crear una visión y misión adecuada para la organización, para su contexto y costelación de poder externa y generar los valores y cultura adecuados. (Krieger, 2015)

Además, Reeder y Gragg (2020) mencionan que es necesario para equipar, ejecutar y cumplir sus objetivos empleando la estructura organizativa, los recursos necesarios y los plazos que se requieren para el éxito. Además, el plan estratégico puede ser interrumpido por una situación de emergencia, puede fallar debido a malas comunicaciones y puede ser dañado por acontecimientos incontrolables. Por lo tanto, se emplea un fuerte contenido analítico para estudiar la evolución de los sectores industriales, buscando entender tanto a los competidores como a la posición de la empresa dentro del mercado. (Tarziján, 2018)

Liderazgo de Resultados: Busca mejorar los resultados planteados con responsabilidad. Por esta razón, es importante reconocer las motivaciones del equipo para asegurar el éxito en la organización. Mesa (2020).

Para Losada (2018) un objetivo bien definido debe ser retador, realista, alentador, positivo, medible, difícil de alcanzar, pero posible de conseguir. De nada sirve definir los objetivos, si no los compartimos con el equipo; será muy difícil alcanzar un resultado magnífico cuando los empleados no tienen idea para dónde va. Si sabe lo que quiere, tiene una importante ventaja.

Comunicación Organizacional

Según Acevedo (2021) define la comunicación organizacional como el conjunto de variables que conforman los procesos de interacción en la organización, con el fin de mejorar la integración entre sus miembros y los clientes, constituyéndose en plataforma que guían los procesos de trabajo para el cumplimiento de diversos objetivos.

Plata (2019) menciona que todo parte de las personas y su entorno comunicativo, para fortalecer el trabajo, crear sinergia e involucrar a los miembros en el proceso y desarrollo del plan estratégico (Objetivos, Métodos, Procesos, Acciones y Resultados), fortaleciendo la identidad corporativa y su servicio social.

Teorías de Comunicación Organizacional

Teoría Humanista de la Comunicación Organizacional

Ladino (2017), centra su pensamiento en influencia y desempeño del trabajador en la organización, considerando a esta como un todo, además; de acuerdo a la teoría planteada por Rensis Likert, si la organización pasa a un sistema participativo de un sistema autoritario, esto implicaría que las condiciones dadas dentro de la teoría Humanista, hayan sido verificadas a través de ajustes dentro del modelo organizacional, dando valor a la comunicación entre los diferentes niveles (comunicación horizontal y comunicación

vertical) concibiendo a la misma como una estrategia gerencial para garantizar un buen ambiente laboral.

Teoría General sobre la Comunicación Estratégica

Para Contreras y Garibay (2020), es un fenómeno situacional, fluido, complejo y estratégico porque ocurre el cambio social conversacional; buscando apartar los enfoques clásicos: semiológicos y sociológicos. Para ello es necesario el trabajo y la investigación de los comunicadores estratégicos poder propiciar encuentros socioculturales prevalenciando las capacidades de los individuos.

Elementos de la comunicación organizacional

Proceso de comunicación

Según, Escobar (2018) los elementos de la comunicación. Shannon y Weaver plantean seis elementos básicos para el modelo de comunicación.

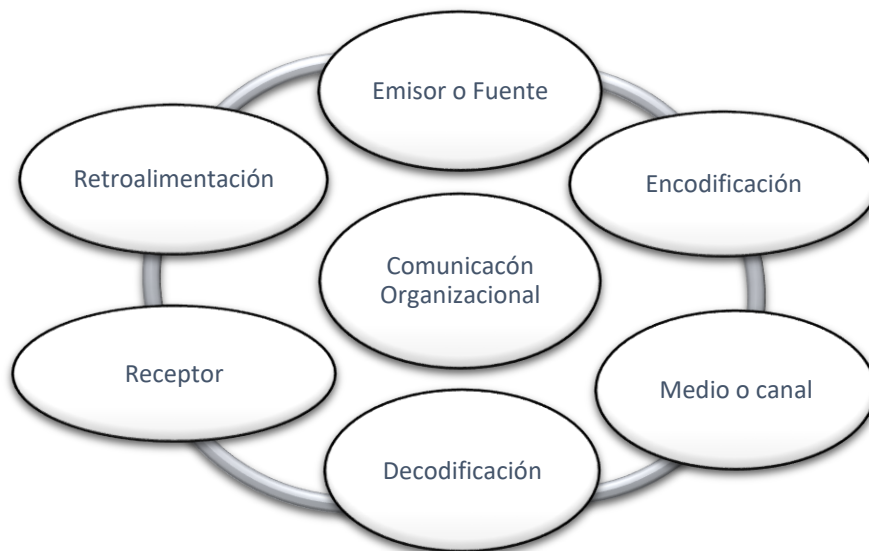


Figura 1: Elementos de la Comunicación

Emisor o fuente: Es aquel que comunica la experiencia, información, aprendizaje, ideas, etc.

Encodificación: Emplea códigos por el cual va a llegar la información, puede ser escrito, por símbolos, verbal, etc.

Medio o canal: Es la transmisión de información mediante medios de comunicación como un cuaderno, un celular, visual, etc.

Decodificación: Es la traducción o interpretación de la Encodificación, por el cual se establece la comunicación.

Receptor: Es aquel que recibe e interpreta la información.

Retroalimentación: es la respuesta del receptor luego de recibir la información de emisor.

Dimensiones de la comunicación organizacional

Comunicación Interna: Está orientada a fomentar la comunicación entre los miembros que componen un negocio y motivarlos para que desempeñen con eficacia sus tareas (Peiró, 2021). Por ello, permite construir una identidad de la organización en un clima de confianza; informar individualmente a los colaboradores, hacer públicos los logros conseguidos, y finalmente promueve la comunicación a todas las escalas y facilita la toma de decisiones (Moreno, 2019).

Barreras de Comunicación Interna

- **Barreras Físicas:** Según Universidad UNADE (2020) son aquellas **dificultades localizadas en el ambiente personal**, tales como, el ruido, la distancia o la luz, son algunos de los aspectos más frecuentes.
- **Barreras Semánticas:** Se relaciona con el significado de las palabras. De esta manera, se explica si una frase, un discurso o una palabra no se entiende, es decir, dificulta el entendimiento al dotar un sentido al mensaje. Ruiz (2020)

- **Barreras Fisiológicas**, Según Cetys (2021) son obstáculos presentes cuando el transmisor o el receptor presenta alteraciones que impidan recibir o enviar el mensaje adecuado.
- **Barreras Psicológicas:** Según Ruiz (2020) Se relaciona con el estado de ánimo del receptor y/o emisor, que pueden modificar el mensaje. También influye el rechazo o la simpatía que le tengamos al receptor o emisor que pueda afectar la interpretación del mensaje.
- **Barreras Administrativas:** Según Uriarte (2020) son todas aquellas que atañen a las instancias involucradas con el contexto cultural, instantes puntuales y circunstancias que incurren en emplear mecanismos tecnológicos usados.

Comunicación Vertical: Se produce entre personas que están en diferentes niveles jerárquicos dentro de la estructura organizacional, Asimismo, se establece un intercambio de información entre subordinados y altos cargos para conseguir un mayor entendimiento y mejorar el ambiente laboral de la empresa. (Castillo, 2019)

- **Comunicación Vertical Ascendente:** Los niveles jerárquicos superiores transmiten información a sus subordinados. En este tipo de comunicación la información fluye del gerente hasta los colaboradores. Sirve para transmitir instrucciones dar órdenes, entre otros. (Álvarez y García, 2020).
- **Comunicación Vertical Descendente:** La información fluye de los colaboradores hasta el gerente. Es fundamental para informar las labores a realizar, presentar propuestas o sugerencias, entre otros. (Álvarez y García, 2020).

Comunicación Transversal: Abarca todos los niveles jerárquicos, se produce entre personas de diferentes niveles jerárquicos, se tiene como principal objetivo configurar un lenguaje común entre los distintos miembros de la organización y configurar una serie de actividades coherentes con los valores y principios que la organización persigue. (De la Fuente, 2019).

1.2. Formulación del problema

¿Cómo se relaciona el Liderazgo con la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo ,2021?

1.3. Objetivos

Objetivo General

Determinar la relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional de los colaboradores en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Objetivos Específicos

- Establecer la relación entre la Liderazgo de Influencia y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.
- Establecer la relación entre la Liderazgo de Resultados y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.
- Establecer la relación entre la Liderazgo Estratégico y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

1.4. Hipótesis

Hipótesis General

Existe una relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Hipótesis Específicas

- Existe una relación entre la Liderazgo de Influencia y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.
- Existe una relación entre la Liderazgo de Resultados y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.
- Existe una relación entre la Liderazgo Estratégico y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Justificación

Esta investigación justifica teóricamente, utiliza conocimientos y los impulsa a realizar gestiones de un correcto liderazgo, generando de esa manera una buena comunicación organizacional, teniendo como principal finalidad obtener mejores resultados laborales.

La investigación justifica de manera práctica, en qué contribuirá el conocimiento sobre la comunicación organizacional y el liderazgo mediante el desarrollo de la propuesta de mejora al momento de realizar las obligaciones y labores.

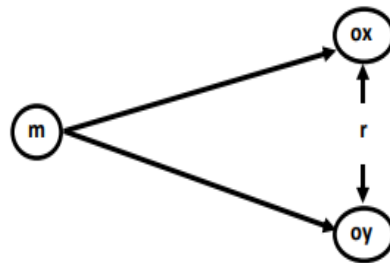
Se justifica metodológicamente, que la presente investigación es descriptiva correlacional, se recurrió a un cuestionario como instrumento, se empleará el juicio de expertos para validarla y finalmente este estudio servirá como base para posteriores averiguaciones vinculadas al tema.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

Tipo de investigación

En esta investigación se busca establecer la relación que existe entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional, para esto se aplicó el tipo de **investigación no experimental - explicativa. De alcance correlacional.**

Según Valbuena (2021), señala que la investigación de no experimental se define como aquel tipo de estrategia que no manipula a las variables bajo estudio y alejándola en cierta manera de los diseños experimentales.



Dónde en este caso:

m = Muestra

ox = Liderazgo;

oy = Comunicación organizacional

r = Relación entre las variables

Operacionalización de las variables

Liderazgo: Es un proceso altamente interactivo y compartido, por ende, los miembros de todos los equipos de trabajo desarrollan habilidades en un mismo proceso; estableciendo una dirección, visión y estrategias para llegar a una meta alineando a las personas y al mismo tiempo motivándolas Bohórquez (2021)

Comunicación Organizacional: Es el conjunto de variables que conforman los procesos de interacción en la organización, con el fin de mejorar la integración entre sus miembros y los

clientes, constituyéndose en plataforma que guían los procesos de trabajo para el cumplimiento de diversos objetivos. Acevedo (2021)

Tabla 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variab le	Tipo de variable	Definición Operacion alización	Definición Conceptual	Dimensio nes	Ítems	Unidad de Medida	Valo r
Lidera zgo	Cualitativ a	Hacer que el liderazgo mejore en Negocios e Inversion es LYSEN S.A.C	Es un proceso altamente interactivo y compartido, por ende, los miembros de todos los equipos de trabajo desarrollan habilidades en un mismo proceso; estableciendo una dirección, visión y estrategias para llegar a una meta alineando a las personas y al mismo tiempo motivándolas Bohórquez (2021)	Liderazgo de influencia	Su jefe articula una visión Su jefe proporciona un modelo adecuado. Su jefe facilita la aceptación de los objetivos del grupo Su jefe deja claro que espera mucho de nosotros en todo momento. Su jefe muestra respeto por mis sentimientos personales Su jefe describe con precisión la forma en que los demás ven sus capacidades.	- Totalme nte de acuerdo -De acuerdo - Neutral - Desacue rdo - Totalme nte en desacue rdo	Ordi nal
				Liderazgo de resultados	Su jefe demuestra que conoce sus puntos fuertes y débiles. Su jefe es claramente consciente del impacto que tiene en los demás. Su jefe dice claramente lo que quiere decir. Su jefe comparte abiertamente la información con los demás. Su jefe expresa claramente sus ideas y pensamientos a los demás. Su jefe muestra coherencia entre sus creencias y sus acciones.		
				Liderazgo Estratégic o	Su jefe utiliza sus creencias fundamentales para tomar decisiones. Su jefe se resiste a las presiones para hacer cosas contrarias a sus creencias. Su jefe se guía en sus acciones por normas morales internas. Su jefe pide ideas que desafíen sus creencias básicas. Su jefe escucha atentamente las perspectivas alternativas antes de llegar a una conclusión. Su jefe analiza objetivamente los datos relevantes antes de tomar una decisión. S jefe anima a otros a expresar puntos de vista opuestos.		

Comunicación Organizacional	Cualitativa	Hacer que la comunicación Organizacional sea eficiente en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C	Es el conjunto de variables que conforman los procesos de interacción en la organización, con el fin de mejorar la integración entre sus miembros y los clientes, constituyéndose en plataforma que guían los procesos de trabajo para el cumplimiento de diversos objetivos. Acevedo (2021)	Comunicación transversal	La mayor parte de la comunicación entre la dirección y los demás colaboradores de esta puede decirse que es una comunicación bidireccional.	- Totalmente de acuerdo -De acuerdo - Neutral - Desacuerdo - Totalmente en desacuerdo	Ordinal
					La empresa fomenta la diferencia de opiniones.		
					El propósito de la comunicación en la organización es solucionar problemas mediante el dialogo entre el jefe inmediato y los colaboradores.		
					Me siento cómodo hablando con El jefe cuando las cosas van mal.		
				Comunicación Interna	La empresa solicita la opinión de los colaboradores sobre la calidad de su información.		
					La empresa proporciona información detallada a los colaboradores.		
					La empresa facilita la búsqueda de la información que necesitan los colaboradores.		
					La empresa pide la opinión de los colaboradores antes de tomar decisiones.		
				Comunicación Vertical	La empresa se toma el tiempo necesario para atender las necesidades de los colaboradores en el trabajo.		
					La empresa proporciona información de manera oportuna a los colaboradores.		
					La empresa proporciona información que es fácil de entender para los colaboradores.		
					La empresa proporciona información fiable.		
					La empresa es comunicativa con la información que puede ser perjudicial para la organización.		
					La empresa está abierta a las críticas de los colaboradores.		
					La empresa admite libremente los errores cometidos.		
La empresa proporciona información que puede compararse con los estándares del sector.							

Población

Para este estudio, la población la conforman los 20 colaboradores en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Muestra

Se consideró como muestra a los 20 colaboradores en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. Debido a que el estudio fue sobre la comunicación organizacional se consideró a todos los colaboradores. Por ello, la muestra por ser igual a la población, se denotará como población muestral, ya que es finita y susceptible de medición.

Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

Técnica

La técnica para recolectar información es la encuesta, la cual según Westreicher (2020) deriva de recolectar información cuantitativa y/o cualitativa de una población estadística. Para ello, se elabora previamente un cuestionario para evaluar a cada participante de la investigación.

Instrumento

Según Salas (2020), manifiesta que el cuestionario se construye para recolectar información una vez identificados los objetivos y problema de investigación, que buscan evaluar ciertos aspectos en los participantes, por lo cual producen que estos emitan un juicio de valor sobre las preguntas relacionadas con las variables.

Por lo tanto, se emplearon dos cuestionarios, uno para cada variable mediante la escala Likert, que nos permitirá darle valor a las respuestas de los sujetos encuestados.

Confiabilidad y Validación del Instrumento

Se emplea el alfa de Cronbach para establecer el grado de confiabilidad de la

encuesta.

Además, produce valores que oscilan entre 0 y/o 1, requiriendo una medición del instrumento. La ventaja de este medio reside en que no necesita dividir el instrumento en dos mitades, calculando el coeficiente y se aplica la medición.

Procedimiento de Recolección y Análisis de datos

Se recolectará la información sobre el liderazgo y comunicación organizacional en LYSEN S.A.C. (Anexo 5a y 5b)

Este cuestionario consta de 3 ítems sociodemográficas las cuales son: género, edad y grado de estudio. Asimismo, consta de 35 preguntas de **Liderazgo** con dimensiones; Liderazgo de Influencia (Preguntas 20-24), Liderazgo de Resultados (Preguntas 25-28), y Liderazgo Estratégico (29-35), y **Comunicación Organización**, con sus dimensiones; Comunicación Transversal (5-25), Comunicación Interna (4-20) y Comunicación Vertical (7-35). Además, se adoptó un formato Likert de cinco puntos en las opciones de respuesta para cada una de ellas:

- Totalmente de acuerdo: 5 puntos
- De acuerdo: 4 puntos
- Neutral: 3 puntos
- En desacuerdo: 2 puntos
- Totalmente en desacuerdo: 1 punto

Con la información anterior, se consideró adecuar la escala de Likert a una escala valorativa, que consiste en tres niveles con sus valores correspondientes (Tabla 11), para una mejor interpretación de resultados.

Malo: Dicho nivel refiere que no es importante en el desarrollo del nivel de gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Regular: Dicho nivel refiere que es más o menos importante en el desarrollo del nivel de gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Bueno: Dicho nivel refiere que es importante en el desarrollo del nivel de gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

El cuestionario será dirigido a los colaboradores de manera virtual por medio de Google Forms:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf-IJ2wVDLXQy1J_sYbd182mRknzvHt7LqZFEg70mavL--EA/viewform?usp=sf_link

El cuestionario es de tipo voluntario, se empleará aproximadamente 20 minutos de su tiempo. Las respuestas serán automáticamente guardadas en la plataforma y de forma confidencial los resultados del estudio.

Aspectos Éticos

El presente proyecto será enviado al Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Privada del Norte para su revisión y aprobación. Posteriormente, se solicitará la autorización del Director del Programa Académico Profesional de Administración la aplicación de un cuestionario (Anexo 1) y recolección de datos. Asimismo, se realizó un instrumento del proyecto será resumido en una ficha técnica. (Anexo 2). Además, se requerirá que los participantes accedan a un consentimiento informado (Anexo 3) debido a que se necesitará su participación voluntaria en el cuestionario. Por lo tanto, el instrumento será evaluado por expertos (Anexo 4). Finalmente, los datos del cuestionario se mantendrán en el anonimato y podrán ser empleadas sin identificadores con el fin de generar conocimiento por medio de publicaciones en revistas indexadas.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Determinar la relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional de los colaboradores en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Tabla 2:

Distribución de frecuencia entre Liderazgo y comunicación Organizacional

			Comunicación Organizacional		Total
			Regular	Bueno	
Liderazgo	Regular	Recuento	6	2	8
		% del total	30,0%	10,0%	40,0%
	Bueno	Recuento	2	10	12
		% del total	10,0%	50,0%	60,0%
Total	Recuento	8	12	20	
	% del total	40,0%	60,0%	100,0%	

Fuente: Resultado SPSS25/ Elaboración propia

Nota: Según la tabla se muestra que todos los colaboradores consideran excelente la relación entre el Liderazgo y comunicación Organizacional.

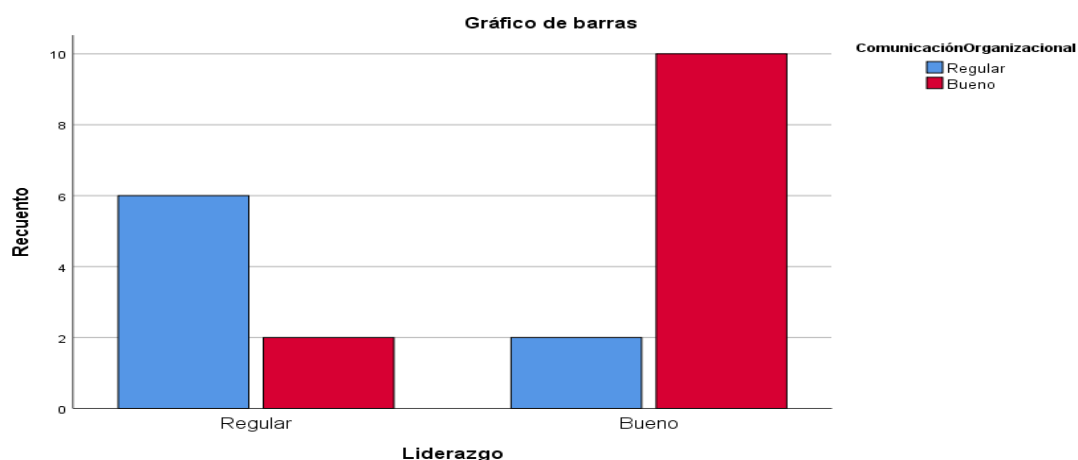


Figura 1: Niveles entre Gestión de liderazgo y Comunicación Organizacional.

El 60% de los colaboradores de **LYSEN S.A.C** indican que el liderazgo tiene un impacto positivo sobre la comunicación organizacional en el área de trabajo. Asimismo, un 40% del total consideran regular la relación de ambas variables. Por lo tanto, se estima que tanto el liderazgo de influencia, como el de resultados y estratégico son óptimos. Lo cual resulta de una buena conceptualización y ejecución del liderazgo.

3.2. Establecer la relación entre la dimensión de Liderazgo de Influencia y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Tabla 3:

Distribución de frecuencia entre Liderazgo de Influencia y Comunicación Organizacional.

		Comunicación Organizacional			
			Regular	Bueno	Total
Liderazgo de Influencia	Regular	Recuento	3	1	4
		% del total	15,0%	5,0%	20,0%
	Bueno	Recuento	5	11	16
		% del total	25,0%	55,0%	80,0%
Total	Recuento	8	12	20	
	% del total	40,0%	60,0%	100,0%	

Fuente: Resultado SPSS25/ Elaboración propia

Nota: Según la tabla se muestra que un 80% de colaboradores considera excelente la relación entre la Liderazgo de Influencia y la Comunicación Organizacional.

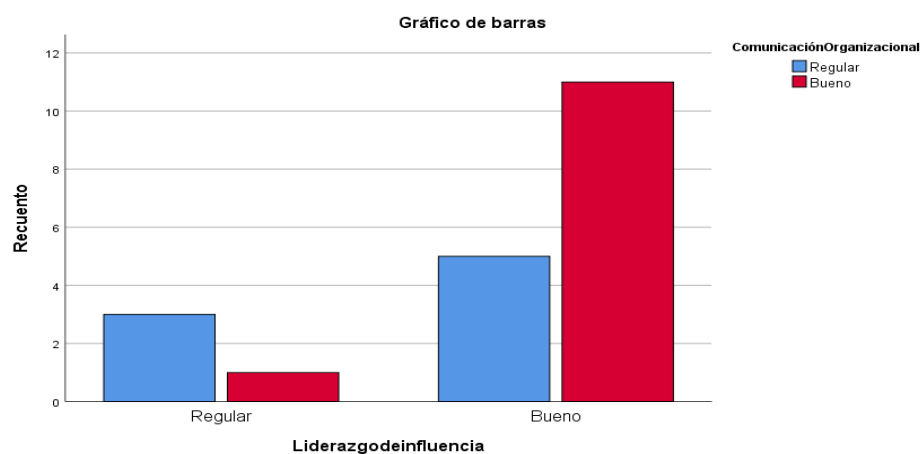


Figura 2: Niveles entre Liderazgo de Influencia y Comunicación Organizacional.

El 80% de los colaboradores de LYSEN S.A.C sostienen que el liderazgo de influencia contribuye significativamente en la comunicación organizacional en el área de trabajo. Por lo tanto, se considera que se efectúa una correcta comunicación interna, vertical y transversal. Lo que surge de una adecuada comprensión de la dimensión de liderazgo de influencia y la Comunicación Organizacional.

3.3. Establecer la relación entre la dimensión Liderazgo de Resultados y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Tabla 4:

Distribución de frecuencia entre Liderazgo de Resultados y Comunicación

		Comunicación Organizacional			
		Regular	Bueno	Total	
Liderazgo de resultados	Regular	Recuento	6	1	7
		% del total	30,0%	5,0%	35,0%
	Bueno	Recuento	2	11	13
		% del total	10,0%	55,0%	65,0%
Total	Recuento	8	12	20	
	% del total	40,0%	60,0%	100,0%	

Fuente: Resultado SPSS25/ Elaboración propia

Nota: En la tabla se observa que un 65% del personal se encuentra augusto con el carácter de Liderazgo de Resultados, debido a que promueve la empatía y las habilidades sociales.

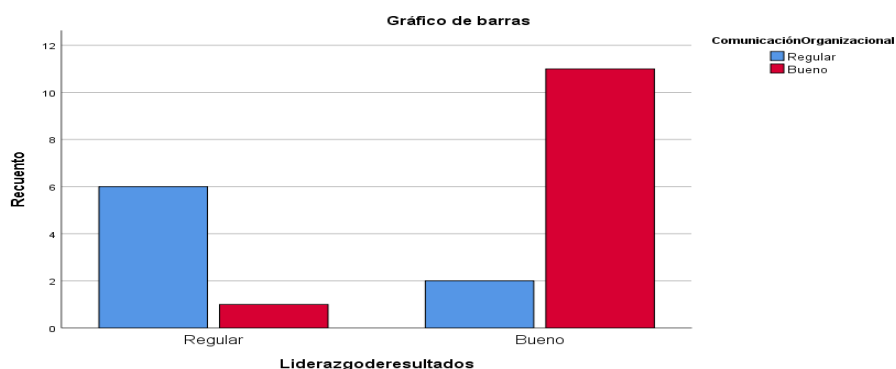


Figura 3: Niveles entre Liderazgo de Resultados y Comunicación Organizacional

El 65% de los colaboradores de LYSEN S.A.C. están de acuerdo que la dimensión Liderazgo de Resultados y la Comunicación Organizacional se complementan entre sí, dando como resultado la motivación que tienen los colaboradores gracias a una adecuada comunicación interna, en efecto se afirma que tanto la comunicación transversal y vertical son óptimas para una correcta percepción y desenvolvimiento de las dimensiones: Liderazgo de Resultados y Comunicación Organizacional.

3.4. Establecer la relación entre la dimensión Liderazgo Estratégico y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Tabla 2:
Distribución de frecuencias entre Liderazgo Estratégico y Comunicación Organizacional

			Comunicación Organizacional		
			Regular	Bueno	Total
Liderazgo	Regular	Recuento	6	2	8
		% del total	30,0%	10,0%	40,0%
	Bueno	Recuento	2	10	12
		% del total	10,0%	50,0%	60,0%
Total	Recuento	8	12	20	
	% del total	40,0%	60,0%	100,0%	

Fuente: Resultado SPSS25/ Elaboración propia

Nota: En la tabla se observa que un 60% del personal están desacuerdo con el Liderazgo Estratégico, debido a que el líder diagnostica las necesidades y tiende atender de manera personalizada a los colaboradores de la organización.

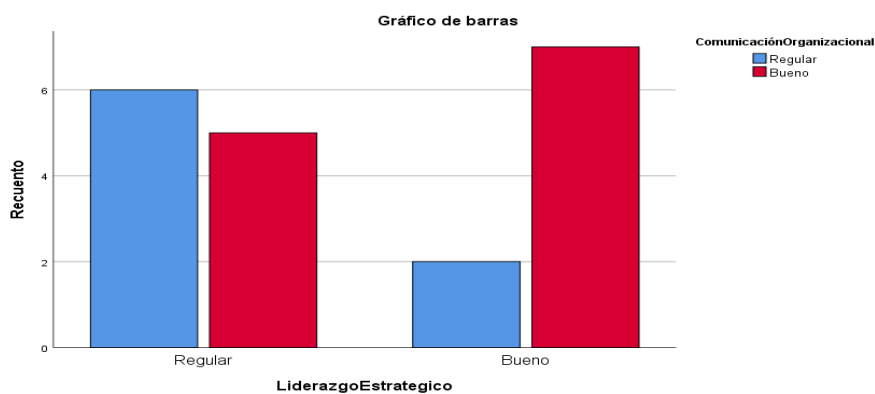


Figura 4: Niveles entre Liderazgo Estratégico y Comunicación Organizacional

El 60% de colaboradores de LYSEN S.A.C, consideran que el liderazgo estratégico es bueno, puesto que, se hace frente a los nuevos desafíos y retos para mejorar la comunicación entre las distintas áreas de trabajo. En efecto, se combinan las habilidades y comportamientos de los colaboradores, obteniendo una eficiente comunicación interna,

Contrastación de hipótesis:

Liderazgo y Comunicación Organizacional

Hipótesis general

H0. No existe una relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

H1. Existe una relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Tabla 6:

Coefficiente de relación y nivel de significación entre las Variables de Liderazgo y Comunicación Organizacional.

		Correlaciones		
			Liderazgo	Comunicación Organizacional
Rho de Spearman	Liderazgo	Coefficiente de correlación	1,000	,583**
		Sig. (bilateral)	.	0,003
		N	20	20
	Comunicación Organizacional	Coefficiente de correlación	,583**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,003	.
		N	20	20

Fuente: Resultado SPSS25

La tabla 6 indica que el valor estadístico rho de Spearman es de 0,583, por lo tanto, se puede confirmar con un 99% de confianza, que existe una correlación positiva moderada entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Asimismo, se aprecia en la tabla que el nivel de significancia es 0,003 el cual es menor a 0,05 de tal modo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna,

por lo tanto, se afirma que existe una relación positiva entre las variables de estudio puesto que ambas aumentan o disminuyen simultáneamente.

Por ello, el buen liderazgo permite unificar la comunicación entre los diferentes sectores de la empresa. Según Quintana (2021) el liderazgo es la capacidad de conducir y motivar a un grupo de personas hacia un objetivo común. Asimismo, Ochoa (2019) menciona que la comunicación organizacional es aquella que mantiene, administra y construye la imagen corporativa, por todos los procesos de comunicación que se posicionan, se mantiene y se crean desde una imagen.

Hipótesis específicas

Hipótesis específica 1

Ho. No existe una relación entre la Liderazgo de Influencia y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

HE₁ Existe una relación entre la Liderazgo de Influencia y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Tabla.7:

Coefficiente de correlación y nivel de significación entre Liderazgo de Influencia y la Comunicación Organizacional.

Correlaciones				
			Liderazgo de Influencia	Comunicación Organizacional
Rho de Spearman	Liderazgo de Influencia	Coefficiente de correlación	1,000	,357*
		Sig. (bilateral)	.	,061
		N	20	20
Comunicación Organizacional	Comunicación Organizacional	Coefficiente de correlación	,357*	1,000
		Sig. (bilateral)	,061	.

N	20	20
---	----	----

*. *La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).*

La tabla 7 indica que el valor estadístico rho de Spearman es de 0,357, esto indica que la relación entre ambas variables es baja, asimismo, se confirmó con un 95% de confianza, que no existe relación entre el liderazgo de influencia y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C.

Además, se observa que el nivel de significancia es 0,061, el cual es mayor a 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, evidenciando que no existe relación alguna.

De modo que, el liderazgo de influencia impacta en el ánimo de una persona o un grupo de personas, para alcanzar objetivos comunes y personales, generando motivación y desarrollando las bases para un entorno que propicie nuevos líderes. Según Pérez (2020).

Hipótesis específica 2

Ho. No existe una relación entre el Liderazgo de Resultados y la Comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

HE₂. Existe una relación entre el Liderazgo de Resultados y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Tabla 3:

Coefficiente de correlación y nivel de significación entre Liderazgo de Resultados y la Comunicación Organizacional

Correlaciones	
Liderazgo de Resultados	Comunicación Organizacional

Rho de Spearman	Liderazgo de Resultados	Coeficiente de correlación	1,000	,685**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	20	20
	Comunicación Organizacional	Coeficiente de correlación	,685**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	20	20

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

La tabla 8 indica que el valor estadístico rho de Spearman es de 0,685, esta correlación es positiva moderada. Por lo que se puede afirmar con un 99% de confianza, que existe relación entre el Liderazgo de Resultados y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C.

Asimismo, se observa que el nivel de significancia es 0,000, el cual es menor a 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, evidenciando que existe relación alguna.

Por lo tanto, debe perdurar el Liderazgo de Resultados, debido a que busca mejorar los resultados planteados con responsabilidad. Según Mesa (2020), menciona que, es importante reconocer las motivaciones del equipo para asegurar el éxito en la organización.

Hipótesis específica 3

Ho. No existe una relación entre el Liderazgo Estratégico y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

HE₃. Existe una relación entre el Liderazgo Estratégico y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

Tabla 4:

Coeficiente de correlación y nivel de significación entre Liderazgo Estratégico y la Comunicación Organizacional.

Correlaciones

			Liderazgo Estratégico	Comunicación Organizacional
Rho de Spearman	Liderazgo Estratégico	Coefficiente de correlación	1,000	,328**
		Sig. (bilateral)	.	,09
		N	20	20
	Comunicación Organizacional	Coefficiente de correlación	,328**	1,000
		Sig. (bilateral)	,079	.
		N	20	20

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

La tabla 8 indica que el valor estadístico rho de Spearman es de 0,328, lo cual significa que la correlación es positiva baja, confirmando con un 95% de confianza, que no existe relación entre el liderazgo estratégico y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C.

Asimismo, se observa que el nivel de significancia es 0,09, el cual es mayor a 0,05 por lo tanto se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, evidenciando que no existe relación alguna.

Por lo tanto, un óptimo liderazgo estratégico es fundamental para planificar la toma de decisiones alineados a los procesos y estructuras de la organización. Esan (2020) menciona que, para que una empresa tenga éxito el gerente definirá apropiadamente los objetivos importantes, para luego comunicar las metas a toda la organización; y finalmente poder determinar cómo esos objetivos pueden ser modificados, refinados o reforzados, para un posterior proceso.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

Después del análisis cuantitativo, correspondiente a las dimensiones de sus respectivas variables se corrobora la hipótesis general alterna. La data obtenida fue validada y tratada estadísticamente para su fiabilidad, legitimando las conclusiones.

Se consideró como objetivo general, determinar la relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional de los colaboradores en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. Bohórquez (2021) resalta que, el liderazgo, es un proceso altamente interactivo y compartido, entre los miembros de todos los equipos de trabajo desarrollan habilidades en un mismo proceso; estableciendo una dirección, visión y estrategias para llegar a una meta.

Los resultados del objetivo general comprueban que, si existe una relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional, puesto que, el coeficiente de correlación de Spearman es moderada con 0,583. Por ello, se observa, que el valor de $p = 0.003$ es inferior a 0.05 esto indica dependencia de ambas variables. Este resultado se relaciona con lo que menciona Pérez (2021), quien señala que: son habilidades que el líder debe tener para afectar en la manera de actuar o pensar de los demás colaboradores, motivándolos para hacer que sus labores de eficiente.

Como objetivo específico se estableció la relación entre el liderazgo de influencia y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, en base a ello estudió la teoría del liderazgo de influencia, Concepción de Vásquez (2018), consideró que laborar conjuntamente con personas e ideas, hacen posible que los esfuerzos estén alineados y/o sean coherentes con las acciones estratégicas de la empresa y las razones que las respaldan. Asimismo, (Pérez, 2020),

menciona que este concepto impacta en el ánimo de un grupo de personas o una persona, para alcanzar objetivos comunes y personales, generando motivación y desarrollando las bases para un entorno que propicie nuevos líderes.

Los resultados encontrados del primer objetivo muestran un coeficiente de correlación moderado con 0.357, se observa que el valor de $p = 0.061$ es superior a 0.05 lo que indica que se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alterna (H_1), demostrando que no existe una relación entre el liderazgo de influencia y la comunicación organizacional. Esto coincide con Capa (2018), quien manifiesta que el liderazgo se caracteriza por lograr que los empleados, se motiven y alineen en función de los objetivos y la visión futura, potenciando la responsabilidad, el compromiso y el aprendizaje continuo, para conseguir ventajas competitivas sostenibles en un tiempo específico. Por consiguiente, Campos y Luden (2019) manifiestan que el liderazgo desarrolla las habilidades y el desempeño laboral de los colaboradores para alcanzar el éxito.

Además, el siguiente objetivo es establecer la relación entre el Liderazgo de Resultados y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C. Mesa (2020) indica que la teoría de liderazgo de resultados busca mejorar los productos planteados con responsabilidad. Por esta razón, es importante reconocer las motivaciones del equipo para asegurar el éxito en la organización. Del mismo modo, Losada (2018) menciona que debe ser retador, realista, alentador, positivo, medible, difícil de alcanzar, pero posible de conseguir. Pero, de nada sirve cuando los empleados no tienen idea para dónde va. Si usted ya sabe lo que quiere y cree, tiene una importante ventaja.

Asimismo, los resultados del segundo objetivo específico mostraron un coeficiente de correlación positiva Alta con 0.685. Así mismo el valor de $p = 0.000$ es menor que 0.05 esto indica que existe una relación entre el Liderazgo de Resultados y la Comunicación organizacional. Dichos resultados corroboran con lo señalado por Pedraza et al., (2015) que

los líderes deben dedicar mayor tiempo a la celebración de logro de objetivos, para estimularlos y tener una elevada de competitividad y productividad, para mayor crecimiento económico en la organización. Hernández y Cojal (2019) mencionan que mejoran el rendimiento de los colaboradores y la comunicación organizacional muestra que un grupo puede lograr objetivos importantes y que mantiene contacto cercano con las personas con el objetivo de establecer relaciones sólidas de trabajo.

Por otro lado, para establecer la relación entre el liderazgo estratégico y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021, nos basamos en el liderazgo estratégico que conserva la flexibilidad, atribuir facultades, anticipar las cosas, y crea cambios necesarios (De Los Santos, 2018).

En cuanto, los resultados obtenidos respecto a tercer objetivo específico, se observa que el Coeficiente de Spearman es positiva baja de 0.328, por consiguiente, el valor de $p = 0.09$ es superior 0.05, lo que comprueba que no existe relación entre el Liderazgo Estratégico y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones. Este resultado discrepa con Calderón y Carranza (2017) quienes mencionan que las todas las dimensiones del liderazgo influyen significativamente con la comunicación organizacional.

Conclusiones

- Se concluyó que la relación entre el liderazgo y la comunicación organizacional es de 0,583 según prueba de Rho de Spearman, garantizando con un 99% de confianza, que existe una correlación positiva moderada entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

- La dimensión liderazgo de influencia y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A tienen una relación positiva baja de 0.357 según prueba de Rho de Spearman, debido a que en medida que el liderazgo de influencia es constante, la comunicación organizacional incrementa de manera significativa.
- La relación entre la dimensión Liderazgo de Resultados y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S. A. es de 0.685 según prueba de Rho de Spearman, por ende, en medida que el Liderazgo de resultados incrementa, permitirá que la comunicación organizacional se realice de forma dinámica.
- La relación entre la dimensión liderazgo estratégico y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S. A. es de 0.328 según prueba de Rho de Spearman por lo que se infiere que es positivamente baja y a medida que el liderazgo estratégico se incrementa, mejorará la comunicación organizacional. Por ello, es fundamental para planificar su toma decisiones alineadas a los procesos y estructuras de la organización

REFERENCIAS

- Acevedo Gamboa, D. (2021). *Cómo Utilizar Indicadores en las Comunicaciones Organizacionales* (Tercera ed.). Venezuela. Recuperado el 22 de Agosto de 2022, de https://books.google.com.pe/books?id=mxhEEAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Álvarez Sánchez, A., & García Navarro, J. (2020). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid: Editex. Recuperado el 15 de Agosto de 2022, de https://books.google.com.pe/books?id=W5t1EAAAQBAJ&dq=Comunicaci%C3%B3n+Vertical&source=gbs_navlinks_s
- Bedoya, E. (2021). Influencia del liderazgo en la satisfacción laboral y la satisfacción comunicativa en las PYMES en entornos de comunicación mediada por computadora. *Revista Facultad De Ciencias Económicas*, 29(1), 115-126. doi: <https://doi.org/10.18359/rfce.5298>
- Bohórquez, H. (2021). *Liderazgo Político*. México: Anderson Publishing. Recuperado el 15 de Agosto de 2022, de https://books.google.com.pe/books?id=aCUrEAAAQBAJ&dq=liderazgo+definici%C3%B3n&source=gbs_navlinks_s
- Calderon Cosavalente, K., & Carranza Arroyo, C. (2017). *Influencia del liderazgo distribuido, en el clima organizacional de la empresa Iconser sac, Trujillo en el año 2017*. Universidad privada del Norte, Facultad de negocios, Trujillo. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/11431/Calderon%20Cosavalente%20Karin%20Johanna%20del%20Pilar%20->

- [%20Carraza%20Arroyo%2c%20Cynthia%20Paola.pdf?sequence=5&isAllowed=y](#)
- Calisaya, E & Mendoza , V (2018). *Liderazgo y su influencia en el ejercicio de la participación social de las beneficiarias del programa de complementación alimentaria de la provincia de Yunguyo – 2018*. Universidad Nacional Del Altiplano, Facultad De Trabajo Social, Puno.
- Campos La Serna, M., & Ludeña Sánchez, C. (2019). *El liderazgo y su incidencia en el desempeño laboral en la empresa Librerías Crisol S.A.C. en el periodo 2017*. Universidad Peruana De Las Américas, Universidad Peruana De Las Américas, Lima.
- Capa Benetis, L., Benitez Narvaez, R., & Capa Benitez, X. (2018). El liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 285-288. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200285&lng=es&tlng=es.
- Capa Benítez, L., Benítez, R., & Capa Benítez, X. (2018). El Liderazgo como fuente de ventaja competitiva para las organizaciones. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 273-284. Recuperado el 22 de Agosto de 2022, de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Castillo, A. (2019 de Agosto de 2019). *Comunicación horizontal y vertical: ventajas e inconvenientes*. Recuperado el 14 de Agosto de 2021, de <https://www.ekon.es/blog/comunicacion-horizontal-y-vertical/#:~:text=Comunicaci%C3%B3n%20vertical%3A%20la%20que%20se,el%20director%20de%20su%20departamento>.
- Cetys. (13 de Mayo de 2021). Barreras de la Comunicación. *Cetys Universidad*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.cetys.mx/educon/barreras-de-la-comunicacion/>

Chiavenato, I. (2001). *Administración: Procesos administrativos* (3 Edición). Bogotá: Mc Graw-Hill.

Condori, Y. (2019). Leadership and knowledge management of the directors of the Higher Pedagogical Institute of Puno. *Revista Innova Educación*, 1(2), 190-196.

Recuperado el 25 de Agosto de 2022, de

<https://revistainnovaeducacion.com/index.php/rie/article/view/27/49>

Contreras Delgado, O., & Garibay Rendón, N. (2020). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, 15(2), 43 - 70.
doi:<http://dx.doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>

Cosme Vidal, J. (2018). *Liderazgo* (Primera ed.). España: Editorial Elearning, S.L.

Recuperado el 12 de Agosto de 2022

[https://books.google.com.pe/books?id=EG12DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Cosme+Vidal,+J.+\(2018\).+Liderazgo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj6Wf3sf7AhXepUChfc3AhEQ6AF6BAgREAI#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=EG12DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Cosme+Vidal,+J.+(2018).+Liderazgo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj6Wf3sf7AhXepUChfc3AhEQ6AF6BAgREAI#v=onepage&q&f=false)

De la Cruz, M, & Vilca, A. (2020). *Influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de la empresa SEDALIB S.A. Trujillo 2018*. (Licenciado en Ciencias de la Comunicación) Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo .

Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de

https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7137/1/REP_COM_MAR%C3%8DA.DELACRUZ_ANA.VILCA_INFLUENCIA.COMUNICACION%3%93N.INTERNA.CLIMA.ORGANIZACIONAL.EMPRESA.SEDALIB.TRUJILLO.2018.pdf

Díaz, A & Serrano, L. (2019). *Estrategias de comunicación y liderazgo como aporte a la toma de decisiones gerenciales en la empresa abc*. Universidad cooperativa de colombia, facultad de ciencias económicas, administrativas y contables,

- Barrancabermeja. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de
https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16410/2/2020_D%C3%ADaz%20y%20Serrano_Estrateg%C3%ADa_Liderazgo_Comunicaci%C3%B3n.pdf
- Díaz, C., Roncallo, L., López, M., & González, S. (2018). Leadership: Considerations on its Conceptualization, Evolution and Challenges Facing The New Organizational Reality. *Revistas UAO*, 15(1), 72-88. Recuperado el 23 de Agosto de 2022, de
<https://revistas.uao.edu.co/ojs/index.php/REYA/article/view/47/41>
- Escobar Pantoja, N. (4 de Abril de 2018). Parámetros para una comunicación organizacional efectiva. *Gestiopolis*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de
<https://www.gestiopolis.com/parametros-una-comunicacion-organizacional-efectiva/>
- Gonzales Reyes, J., Paredes Núñez, M., Núñez López, R., Paredes Núñez, V., & Paredes Núñez, I. (2018). La influencia del liderazgo en el clima organizacional de las empresas. *Revista de Investigación*, 42(95), 241-252. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3761/376160247012/376160247012.pdf>
- Hernandez Bazan, A., & Cojal Huaylla, K. (2019). *Conducta del liderazgo empresarial en la avícola e inversiones TIZAL 2018*. Universidad Privada Antenor Orrego, Facultad De Ciencias Económicas, Trujillo. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de
https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/4955/1/RE_ADMI_ANAIS.HERNANDEZ_KAROL.COJAL_CONDUCTA.DEL.LIDERAZGO_DATOS.pdf
- Huamán Céspedes, L., & García Yovera, A. (2021). *Estrategias de comunicación para la mejora del clima laboral en la caja Trujillo, agencia Cutervo-2019*. (Licenciado en Administracion) Universidad Señor de Sipán, Trujillo. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de

- <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8127/Huam%C3%A1n%20C%C3%A9spedes%20Luis%20Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Julián, S. (2019 de Setiembre de 2019). Teoría X y Y. *ensambledeideas*. Recuperado el 20 de Agosto de 2021, de <https://www.ensambledeideas.com/teoria-x-y-teoria-y/>
- Krieger, M. (2015). *Sociología de las organizaciones Públicas: Un análisis del comportamiento organizacional del Estado y la administración pública*. Buenos Aires: Errepar. Recuperado el 25 de Agosto de 2022, de https://books.google.com.pe/books?id=ookxEAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbg_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Ladino Marín, P. (2017). *Teorías de la comunicación /*. Bogota D.C, Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1399/Teor%C3%ADas%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lazo Matos, K., & Velásquez Ramos, M. (2017). *La comunicación interna y el desarrollo organizacional de la financiera qapaq agencia HUANCAYO - 2017*. UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, HUANCAYO. Recuperado el 30 de Julio de 2021, de <https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/339/TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Londoño Proaño, C. (2018). El liderazgo y la comunicación estratégica: una aproximación teórica. *Revista Electrónica en Iberoamérica Especializada en Comunicación*, 22(3), 358-371. Recuperado el 15 de Agosto de 2021
- López Rodríguez, J. (5 de Noviembre de 2019). Teoría X y teoría Y de los Recursos Humanos. *cede red*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.cedered.es/teoria-x-y-teoria-y-de-los-recursos-humanos/>

- Losada, L. (6 de Abril de 2018). Liderazgo centrado en resultados. *Universidad Sergio Arboleda*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.usergioarboleda.edu.co/escuela-de-negocios-prime/noticias/liderazgo-centrado-en-resultados/>
- Martín, J. (20 de Abril de 2018). Aprende a ser un líder efectivo. *cerem International Business School*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.cerem.es/blog/aprende-a-ser-un-lider-efectivo>
- Mesa, N. (2 de Febrero de 2020). Liderazgo en tu equipo para mejorar tus resultados. *nathaliamesa*. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de <https://nathaliamesa.com/liderazgo-en-tu-equipo-para-mejorar-tus-resultados/>
- Muñoz, L. (2019). *Influencia del factor liderazgo personal en el clima organizacional utilizando dinámica de sistemas en la cooperativa de ahorro y crédito rondesa*. (Ingeniero de Sistemas) Universidad Nacional de Cajamarca. Recuperado el 22 de Agosto de 2022, de <http://190.116.36.86/bitstream/handle/20.500.14074/3140/Luz%20Herlinda%20Mu%C3%B1oz%20Vel%C3%A1squez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Omilion-Hodges, L., & Ptacek, J. (2021). Leadership & Communication: Demystifying the Steps to Success. *New Perspectives in Organizational Communication*, 27-48. doi:https://doi.org/10.1007/978-3-030-68756-4_2
- Ospina, G. (23 de MAyo de 2020). Douglas Mc Gregor Biografía y Teoría X e Y. *tueconomiafacil*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://tueconomiafacil.com/douglas-mcgregor-biografia-y-teoria-x-e-y/>
- Pazmay Ramos, S., Pardo Paredes, E., & Ortiz del Pino, Á. (2017). Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: una primera aproximación. *Acta de Investigación Psicológica*, 7(2), 2704-2716.

doi:<https://doi.org/10.1016/j.aiprr.2017.03.006>.

- Pedraza Melo, N. A., Lavín Verástegui, J., Delgado Rivas, G., & Bernal González, I. (2015). Prácticas de liderazgo en empresas comerciales en Tamaulipas (México). *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XXIII(1), 251-265. Recuperado el 15 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90933063014.pdf>
- Peiró, R. (8 de Junio de 2021). Comunicación Interna. *Economipedia*. Recuperado el 15 de Agosto de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/comunicacion-interna.html#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20interna%20es%20aquella,desemp%C3%B1en%20con%20eficacia%20sus%20tareas>.
- Pérez, L. (14 de Diciembre de 2020). Definición de liderazgo basada en la influencia en los seguidores. *Gestiopolis*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.gestiopolis.com/definicion-de-liderazgo-basada-en-la-influencia-en-los-seguidores/>
- Pérez, M. (29 de Junio de 2021). Liderazgo. *concepto definicion*. Recuperado el 10 de Setiembre de 2021, de <https://concepto definicion.de/liderazgo/>
- Plata, L. (2019). *Espiritualidad y comunicación empresarial: Talleres*. Brazil: Instituto Misionero Hijas de San Pablo. Recuperado el 25 de Agosto de 2022, de https://books.google.com.pe/books?id=TuCqDwAAQBAJ&dq=Comunicaci%C3%B3n+Organizacional+definicion&source=gbs_navlinks_s
- Quiroz Hernández, E. (2017). *Estilos de liderazgo y comunicación organizacional en los trabajadores de Hidrandina S.A. – Chepén 2016*. Universidad César Vallejo, Ciencias Administrativas, Chepén. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/7673>
- Reeder, H., & Gragg, R. (2020). *El liderazgo y su dinámica: Un modelo bíblico para*

- cultivar líderes efectivos*. España: Publicaciones Faro de Gracia. Recuperado el 25 de Agosto de 2022, de https://books.google.com.pe/books?id=uQ_zDwAAQBAJ&dq=Liderazgo+Estrat%C3%A9gico+definici%C3%B3n&source=gbs_navlinks_s
- Reyes Escalante, C., & Ayarza Rojas, A. (2018). *La comunicación organizacional y su influencia en el clima organizacional de los operarios de industrias San Miguel en el 2017*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Carrera de Administración y Recursos Humanos, Lima. doi:<https://doi.org/10.19083/tesis/624207>
- Ruiz Mitjana , L. (17 de Febrero de 2020). *psicologiymente*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de ruiz
- Ruiz Mitjana, L. (2021 de Agosto de 2019). *Modelo de Contingencia de Fiedler: ¿qué es y para qué sirve?* Recuperado el 25 de Julio de 2021, de <https://psicologiymente.com/organizaciones/modelo-contingencia-fiedler>
- Salas Ocampo, D. (23 de Junio de 2020).La encuesta y el cuestionario. *Investigalia*. Recuperado el 10 de Setiembre de 2021, de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-encuesta-y-el-cuestionario/>
- Scott Momeny, L., & Gourgues, M. (2019). Communication that Develops: Clarity of Process on Transformational Leadership through Study of Effective Communication of Emotional Intelligence. *Christian Education Journal*, 16(2), 226-240. doi:<https://doi.org/10.1177/0739891319829484>
- Sehić – Kršlak, S. (2021). The role of leadership in creating an organizational culture. *Journal of Ekonomi*, 3(1), 24-26. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://dergipark.org.tr/en/pub/ekonomi/issue/53787/747344#article-authors-list>
- Talledo, K. (2019). *Estrategias de liderazgo y su influencia en la comunicación*

organizacional interna de una empresa privada de servicios de Lima. Universidad

Ricardo Palma, Lima.) Recuperado el 22 de Agosto de

https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14138/2533/COMP_T030_44898080_M%20Talledo%20Mendoza%2c%20Karen%20Shella.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Universidad Americana de Europa. (14 de Julio de 2020). ¿Cómo afectan las barreras de la comunicación a la empresa?. *Universidad Americana de Europa.* Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://unade.edu.mx/barreras-de-comunicacion-en-la-empresa/>

Uriarte, J. (10 de Marzo de 2020). Barreras de la Comunicación. Enciclopedia Humanidades. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.caracteristicas.co/barreras-comunicacion/>

Valbuena Castro, R. (2021). *El ocaso de las ciencias sociales: Crítica fundamentada a su metodología* (Segunda ed.). Maracaibo, Zulia, Venezuela: Cencal Press.

Recuperado el 10 de Setiembre de 2021, de

<https://books.google.com.pe/books?id=J-dBEAAQBAJ&pg=PA180&dq=la+investigaci%C3%B3n+no-experimental+se+define+como&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiAoJKVmQHzAhVYqZUCHWAMCbkQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=la%20investigaci%C3%B3n%20no-experimental%20se%20define%20como&f>

Vásquez, H. (16 de Marzo de 2018). Por qué el liderazgo d influencia es importante y como desarrollarlo. *Grupo consultor efe.* Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://grupoconsultorefe.com/recursos/blog/por-que-el-liderazgo-de-influencia-es-importante-y-como-desarrollarlo>

Westreicher, G. (7 de Mayo de 2020). Encuesta. *Economipedia*. Recuperado el 10 de Setiembre de 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

Westreicher, G. (14 de Junio de 2021). Teoría X y Y. *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/teoria-x-y-teoria-y.html>

ANEXOS**ANEXO 1****PERMISO PARA EJECUCIÓN DE INVESTIGACIÓN**

Trujillo, 25 de septiembre del 2021

Solicitud: Permiso para la ejecución de la Tesis de pregrado

Dr. Augusto Felipe Cáceres Rosell

Decano de la Facultad de Negocios

Universidad Privada del Privada

Presente.

De mi mayor consideración, Cáceres Huaccha, María Alejandra Muñoz Quiroz, y Laura Lisseth Bachilleres en Administración de la Facultad de Negocios en la Universidad Privada del Norte, y asesoradas por el Dra. Sagastegui Cruz, Julia Otilia de la UPN. Solicito una carta de presentación dirigida al Gerente de negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo para que autorice la recolección de datos y aplicar un cuestionario virtualmente, para ejecutar del proyecto de tesis para optar el título profesional de licenciadas en administración, cuya investigación lleva por título: *Gestión de liderazgo empresarial y su relación en la comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.*

ANEXO 2

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO

FICHA TÉCNICA DEL INSTRUMENTO	
Nombre:	Gestión de Liderazgo Empresarial y su Relación en la Comunicación Organizacional en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021
Lugar de aplicación:	Trujillo
Forma aplicación:	Individual
Duración:	20 min
Número total de ítems:	35
Variabes:	- Gestión Liderazgo - Comunicación Organizacional - Factores sociodemográficos (género, edad, estudios)
Cuestionario del Nivel de Gestión de Liderazgo Organizacional en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C	
Numero de ítems	19
Autor:	Elaboración Propia
Modificado por	Trujillo
País de origen	
Aplicado por	Perú
País de origen	
Numero de dimensiones 3: Liderazgo Estratégico , Liderazgo Estratégico, Liderazgo Personal Factores sociodemográficos: Género , Edad, Estudios	
Cuestionario del Nivel de Cmunicación Organizacional en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C	
Numero de ítems	16
Autor:	Elaboración Propia
Modificado por	Trujillo
País de origen	
Aplicado por	Perú
País de origen	
Numero de dimensiones 3: Barreras Administrativas , Barreras Psicológicas , Barreras Semánticas Factores sociodemográficos 3: Género , Edad, Estudios	
Validez	Validado con el criterio de 4 juicios de expertos; prueba binominal; $p < 0,01$
Confiabilidad	
ESTUDIO PILOTO POR:	Cáceres Huaccha, María Alejandra y Muñoz Quiroz, Laura Lisseth
Cuestionario:	Cuestionario del nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.
Estadística de fiabilidad Piloto:	
Alfa de Cronbach	
N° de elementos	

ANEXO 3

CONSENTIMIENTO INFORMADO

GESTION DE LIDERAZGO EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN EN LA

COMUNICACION ORGANIZACIONAL EN NEGOCIOS E INVERSIONES

LYSEN S.A.C DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2021

PROPÓSITO

El propósito de este estudio es determinar la asociación existente el entre nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

La participación en este estudio es VOLUNTARIA, si usted acepta participar, deberá aceptar este consentimiento informado.

Usted puede dejar de contestar algunas preguntas si así lo desea sin perjuicio de su participación en cuanto a los beneficios potenciales del estudio.

PROCEDIMIENTOS

El estudio está diseñado para ser usado una sola vez. No volveremos a realizar las mismas preguntas en otra ocasión, pero puedes contactarte con nosotros ante cualquier duda durante o después de participar. El cuestionario que te presentamos cuenta con un total de 35 preguntas en formato (WEB) que tomará un tiempo estimado de 20 minutos. Nuestro cuestionario considera preguntas de índole sociodemográficas y preguntas sobre el instrumento del estudio que deberá responder.

RIESGOS Y BENEFICIOS POTENCIALES

No existe riesgo alguno al participar en este estudio ya que solo recabaremos información sobre el género, edad, además del nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional. Todos los datos del cuestionario que usted responda se

mantendrán en forma anónima, por lo que pueden ser usadas sin identificadores algunos con fines de generar conocimiento y ser publicados en revistas científicas para beneficio de la comunidad. Además, la base de datos será encriptada para poder tener mayor control de la información, sólo el investigador del estudio tendrá acceso a la contraseña de apertura de la base de datos.

COMPENSACIÓN POR LA PARTICIPACIÓN

No habrá compensación económica por su participación del estudio. Sin embargo, si lo desea pondremos a su disposición los resultados del instrumento que lograste responder en el cuestionario gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

CONTACTO CON LOS INVESTIGADORES

Si requiere alguna consulta sobre su participación en el estudio puede contactarse al e-mail laumuqui2609@gmail.com y caceres.ma9@gmail.com de las investigadoras, Br. Cáceres Huaccha, María Alejandra Muñoz Quiroz, y Br. Laura Liseth y la asesoras por Dra. Sagastegui Cruz, Julia Otilia.

Con todo lo anteriormente mencionado **¿Estás de acuerdo en brindarnos un consentimiento informado y participar de este estudio?**

	Doy mi consentimiento
	No doy mi consentimiento

ANEXO 4

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

ANEXO 4a. INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

I.1 Apellidos y Nombres del Informante: Doc. Ulloa Bocanegra, Segundo

I.2 Cargo e institución donde labora:

I.3 Tipo de experto: Metodólogo Especialista
Estadístico

I.4 Nombre del instrumento: Cuestionario para medir el nivel de gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

I.5 Autor (a) del instrumento: Cuestionario creado y validado en la UPN por (Cáceres Huaccha, María Alejandra; Muñoz Quiroz, Laura Lisseth)

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41- 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje claro					X
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					X
ACTUALIDAD	Está de acuerdo con los avances del nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los ítems.					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y en cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para establecer el nivel gestión					X

	de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					
CONSISTENCIA	Basados en los aspectos teóricos y científicos					X
COHERENCIA	Entre los índices e indicadores					X
METODOLOGÍA	Adecuado para establecer el nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					X

Recomendaciones.....

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD (Comentario del juez experto respecto al instrumento)

Aplicable (**X**)
 Aplicable después de corregir ()
 No aplicable ()

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Lugar y Fecha: Trujillo **02** de **octubre** de 2021



Segundo Ulloa Bocanegra
 ING. INDUSTRIAL
 R. CIP. 55433

Firma del Experto informante
 DNI N° 18123406
 Teléfono: 948814755

ANEXO 4b. INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

I.1 Apellidos y Nombres del Informante: MAURICIO RÍOS URIBE

I.2 Cargo e institución donde labora: DOCENTE TP EN UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

I.3 Tipo de experto: Metodólogo Especialista
 Estadístico

I.4 Nombre del instrumento: Cuestionario para medir el nivel de gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

I.5 Autor (a) del instrumento: Cuestionario creado y validado en la UPN por (Cáceres Huaccha, María Alejandra; Muñoz Quiroz, Laura Lisseth)

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41- 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje claro					X
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					X
ACTUALIDAD	Está de acuerdo con los avances del nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los ítems.					X
SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y en cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para					

	establecer el nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					X
CONSISTENCIA	Basados en los aspectos teóricos y científicos					X
COHERENCIA	Entre los índices e indicadores					X
METODOLOGÍA	Adecuado para establecer el nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					X

Recomendaciones: Revisar las formas (alineación de tabla y dimensiones de filas /columnas.

I. OPINIÓN DE APLICABILIDAD (Comentario del juez experto respecto al instrumento)

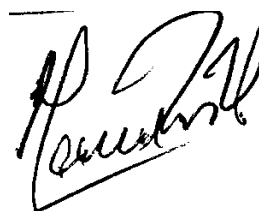
Aplicable ()

Aplicable después de corregir ()

No aplicable ()

II. PROMEDIO DE VALORACIÓN: EXCELENTE

Lugar y Fecha: Trujillo 02 de octubre de 2021



Mauricio Ríos Uribe
 DNI N° 10309430
 Teléfono: 975 307 391

ANEXO 4c. INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTO

I. DATOS GENERALES

I.1 Apellidos y Nombres del Informante: Mg. Julio Octavio Sánchez Quiroz

I.2 Cargo e institución donde labora: Docente TC - UPN

I.3 Tipo de experto: Metodólogo Especialista
 Estadístico

I.4 Nombre del instrumento: Cuestionario para medir el nivel de gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional en negocios e inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.

I.5 Autor (a) del instrumento: Cuestionario creado y validado en la UPN por (Cáceres Huaccha, María Alejandra Muñoz Quiroz, Laura Lisseth)

ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41- 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje claro					X
OBJETIVIDAD	No presenta sesgo ni induce respuestas					X
ACTUALIDAD	Está de acuerdo con los avances del nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					X
ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica y coherente de los ítems.					X

SUFICIENCIA	Comprende aspectos en calidad y en cantidad					X
INTENCIONALIDAD	Adecuado para establecer el nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					X
CONSISTENCIA	Basados en los aspectos teóricos y científicos					X
COHERENCIA	Entre los índices e indicadores					X
METODOLOGÍA	Adecuado para establecer el nivel gestión de liderazgo empresarial y comunicación organizacional.					X

Recomendaciones : Los cuestionarios son adecuados para la investigación a realizar. Se aprecia con claridad la evaluación de las dimensiones de las variables de estudio. Tema de actualidad.

- I. OPINIÓN DE APLICABILIDAD** (Comentario del juez experto respecto al instrumento)
Aplicable (x)
Aplicable después de corregir ()
No aplicable ()

II. PROMEDIO DE VALORACIÓN

20

Lugar y Fecha: Trujillo 04 de octubre de 2021



Firma del Experto informante

DNI N°40003184
 Teléfono: 985609278

Pág.
65

ANEXO 5a: CUESTIONARIO

GESTION DE LIDERAZGO EMPRESARIAL Y SU RELACIÓN EN LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL EN NEGOCIOS E INVERSIONES LYSEN S.A.C DE LA CIUDAD DE TRUJILLO ,2021

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente cada pregunta.
- Marque con una (X) la respuesta que considere correcta.
- Solo se selecciona una respuesta.

Datos generales:

<i>GÉNERO</i>	Femenino <input type="checkbox"/>	Masculino <input type="checkbox"/>
<i>EDAD</i>	_____	
<i>EDUCACIÓN</i>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Universitario <input type="checkbox"/>
	Licenciado <input type="checkbox"/>	Magister <input type="checkbox"/>
	Bachiller <input type="checkbox"/>	Doctorado <input type="checkbox"/>

Valores de cada variable				
Nivel	Barreras Administrativas (5-25)	Barreras Psicológicas (4-20)	Barreras Semánticas (7-35)	Total
MALO	5-12	4-8	7-16	16-36
REGULAR	13-18	9-14	17-25	39-57
BUENO	19-25	15-20	26-35	60-80

NIVEL GESTIÓN DE LIDERAZGO ORGANIZACIONAL EN NEGOCIOS E INVERSIONES LYSEN S.A.C

1. Su jefe articula una visión.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
2. Su jefe proporciona un modelo adecuado.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
3. Su jefe facilita la aceptación de los objetivos del grupo.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
4. Su jefe deja claro que espera mucho de nosotros en todo momento.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
5. Su jefe muestra respeto por mis sentimientos personales.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
6. Su jefe describe con precisión la forma en que los demás ven sus capacidades.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
7. Su jefe demuestra que conoce sus puntos fuertes y débiles.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
8. Su jefe es claramente consciente del impacto que tiene en los demás.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
9. Su jefe dice claramente lo que quiere decir.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
10. Su jefe comparte abiertamente la información con los demás.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo

ANEXO 5b: CUESTIONARIO

GESTION DE LIDERAZGO EMPRESARIAL Y SU INFLUENCIA EN LA COMUNICACION ORGANIZACIONAL EN NEGOCIOS E INVERSIONES LYSEN S.A.C DE LA CIUDAD DE TRUJILLO ,2021

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente cada pregunta.
- Marque con una (X) la respuesta que considere correcta.
- Solo se selecciona una respuesta.

Datos generales:

<i>GÉNERO</i>	Femenino <input type="checkbox"/>	Masculino <input type="checkbox"/>
<i>EDAD</i>	_____	
<i>EDUCACIÓN</i>	Secundaria <input type="checkbox"/>	Universitario <input type="checkbox"/>
	Licenciado <input type="checkbox"/>	Magister <input type="checkbox"/>
		Bachiller <input type="checkbox"/>
		Doctorado <input type="checkbox"/>

Valores de cada variable				
Nivel	Liderazgo de Influencia(6-30)	Liderazgo Estratégico(5-25)	Liderazgo Personal(8-40)	Total
MALO	6-14	5-12	8-18	19-44
REGULAR	15-22	13-18	19-38	47-78
BUENO	23-30	19-25	39-40	81-95

NIVEL DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

1. La mayor parte de la comunicación entre la dirección y los demás colaboradores de esta puede decirse que es una comunicación bidireccional.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
2. La empresa fomenta la diferencia de opiniones.
 - a) Totalmente de acuerdo
 - b) De acuerdo
 - c) Neutral
 - d) Desacuerdo
 - e) Totalmente en desacuerdo
3. El propósito de la comunicación en la organización es solucionar problemas

Tabla 5:
Escala Valorativa

Valores de cada variable							
Nivel	Liderazgo de influencia (6-30)	Liderazgo de resultados (5-25)	Liderazgo estratégico (8-40)	Barreras Administrativas (5-25)	Barreras Psicológicas (4-20)	Barreras Semánticas (7-35)	Total
MALO	6-14	5-12	8-18	5-12	4-8	7-16	35-80
REGULAR	15-22	13-18	19-38	13-18	9-14	17-25	86-135
BUENO	23-30	19-25	39-40	19-25	15-20	26-35	141-175

Tabla 6:
MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
1. Problema General:	1. Objetivo General:	1. Hipótesis General:	Variable 1	
¿Cómo se relaciona el Liderazgo con la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo ,2021?	Determinar la relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional de los colaboradores en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.	Existe una relación entre el Liderazgo y la Comunicación Organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.	Liderazgo	1. Tipo de Investigación Aplicativa 2. Nivel de Investigación Descriptivo correlacional 3. Método: Inductivo - Deductivo 4. Diseño de la Investigación: No Experimental 5. Población: La población la conforman los 20 colaboradores en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. 6. Muestra: Se consideró como muestra a los
	2. Objetivos Específicos	2. Hipótesis Específicas (opcional):	Variable 2	

	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer la relación entre el liderazgo de influencia y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. • Establecer la relación entre el liderazgo de resultados y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. • Establecer la relación entre el liderazgo estratégico y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una relación entre el liderazgo de influencia y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. • Existe una relación entre el Liderazgo de resultados y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. • Existe una relación entre el liderazgo estratégico y la comunicación organizacional en los colaboradores de Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021. 	<p>Comunicación Organizacional</p>	<p>20 colaboradores en Negocios e Inversiones LYSEN S.A.C de la ciudad de Trujillo, 2021.</p> <p>7. Técnicas: La encuesta.</p> <p>8. Instrumentos: Cuestionario</p>
--	---	--	------------------------------------	---

ANEXOS 6
RESULTADOS DE LA ENCUESTA

LEYENDA

GRADO DE ESTUDIOS	1	Secundaria
	2	Universitario
	3	Bachiller
	4	Licenciado
	5	Magister
	6	Doctorado

Masculino	1
Femenino	2

Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Liderazgo	5	Totalmente de acuerdo
	4	De acuerdo
	3	Neutral
	2	Desacuerdo
	1	Totalmente desacuerdo

Comunicación Organizacional	5	Totalmente de acuerdo
	4	De acuerdo
	3	Neutral
	2	Desacuerdo
	1	Totalmente desacuerdo

Valores de cada variable de Gestión Liderazgo

Nivel	Barreras Administrativas (5-25)	Barreras Psicológicas (4-20)	Barreras Semánticas (7-35)	Total
MALO	5-12	4-8	7-16	16-36
REGULAR	13-18	9-14	17-25	39-57
BUENO	19-25	15-20	26-35	60-80

Valores de cada variable de Comunicación Organizacional

Nivel	Liderazgo de Influencia(6-30)	Liderazgo Estratégico(5-25)	Liderazgo Personal(8-40)	Total
MALO	6-14	5-12	8-18	19-44
REGULAR	15-22	13-18	19-38	47-78
BUENO	23-30	19-25	39-40	81-95

N° ENCUESTADOS	EDAD	GENERO	GRADO DE ESTUDIOS	LIDERAZGO																								PUNTAJE GESTIÓN DE LIDERAZGO	CATEGORIA GESTIÓN DE	
				LIDERAZGO DE INFLUENCIA								LIDERAZGO DE RESULTADOS								LIDERAZGO ESTRATÉGICO										
				1	2	3	4	5	6	Ptje. IE	CAT .IE	7	8	9	10	11	Ptje. EE	CAT. EE	12	13	14	15	16	17	18	19	Ptje. CI			CAT. CI
1	26	2	2	4	4	4	4	3	4	23	3	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	75	3
2	34	2	2	3	3	3	4	2	2	17	2	2	4	2	4	2	14	2	2	3	3	3	3	2	2	2	20	2	51	2
3	43	2	6	4	3	4	5	5	4	25	3	3	4	4	3	4	18	3	2	3	3	3	3	3	4	3	24	2	67	2
4	39	1	2	4	4	4	4	5	4	25	3	3	5	5	4	5	22	3	5	4	4	3	4	4	4	5	33	3	80	3
5	21	2	2	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	3	4	18	3	4	2	3	4	2	4	4	4	27	3	69	2
6	22	1	3	4	4	3	5	3	4	23	3	5	4	4	5	5	23	3	5	5	4	4	3	4	4	2	31	3	77	2
7	43	2	4	5	5	5	5	4	5	29	3	5	5	5	5	5	25	3	5	5	5	4	4	5	5	4	37	3	91	3
8	33	1	2	4	3	4	5	5	5	26	3	4	5	5	5	5	24	3	3	4	2	5	4	5	5	4	32	3	82	3
9	28	2	3	4	5	4	5	4	5	27	3	5	5	5	4	3	22	3	5	4	4	5	5	4	5	5	37	3	86	3
10	32	1	3	4	4	4	5	3	4	24	2	3	5	4	5	4	21	3	4	4	4	3	3	5	5	5	33	3	78	2
11	29	1	1	4	3	4	4	4	4	23	3	3	4	4	4	4	19	3	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3	73	2
12	31	1	2	4	4	4	4	4	3	23	3	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	4	3	3	4	27	3	65	2
13	27	1	2	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	4	4	3	4	31	3	74	5

14	29	1	3	4	4	3	3	4	4	22	2	4	4	4	4	20	3	4	3	3	4	3	3	3	4	27	3	69	2	
15	27	1	3	4	4	5	4	5	3	25	3	4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	67	2	
16	28	1	2	4	4	3	4	4	3	22	2	3	3	4	4	4	18	3	3	4	3	4	3	4	28	3	68	2		
17	26	1	4	5	4	4	5	4	5	27	3	4	4	5	3	5	21	3	4	3	4	3	4	4	29	3	77	2		
18	21	1	3	4	5	5	5	4	4	27	3	4	4	4	3	5	20	3	3	3	3	4	4	4	4	29	3	76	2	
19	26	2	3	4	4	4	5	3	3	23	3	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	3	3	3	29	3	72	2	
20	19	2	2	3	4	4	3	3	4	21	3	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	3	3	3	3	26	3	65	2	

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL																							PUNTAJE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	CATEGORIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	PUNTAJE TOTAL	CATEGORIA TOTAL
Comunicación transversal							Comunicación Interna						Comunicación Vertical													
20	21	22	23	24	Ptje.E	CAT.E	25	26	27	28	Ptje.AC	CAT.AC	29	30	31	32	33	34	35	Ptje.IF	CAT.IF					
4	4	4	4	4	20	2	3	4	3	4	14	2	4	4	4	4	4	4	4	28	2	62	2	137	2	
3	2	3	2	2	12	1	3	3	3	2	11	1	2	3	3	3	3	3	3	20	2	43	1	94	2	
4	4	4	4	4	20	2	4	4	3	2	13	2	2	4	4	4	3	2	3	22	2	55	2	122	2	
4	3	5	2	4	18	2	4	4	4	4	16	2	4	4	4	4	4	4	4	28	2	62	2	142	3	
4	4	4	4	4	20	2	4	4	3	4	15	2	4	4	4	4	4	4	4	28	2	63	2	132	2	
3	4	4	4	4	19	2	5	4	4	3	16	2	3	4	4	4	4	3	4	26	2	61	2	138	2	
5	5	5	4	5	24	3	5	5	4	5	19	3	5	5	5	5	5	4	5	34	2	77	2	168	3	
4	5	4	4	3	20	2	5	5	5	4	19	3	4	5	4	5	5	4	4	31	2	70	2	152	3	
4	4	5	3	4	20	2	5	4	4	4	17	2	4	5	4	4	5	1	4	27	2	64	2	150	3	
4	4	5	4	4	21	2	4	4	4	4	16	2	4	4	4	5	4	4	4	29	2	66	2	144	3	
4	3	4	4	4	19	2	4	4	3	3	14	2	4	3	3	3	3	3	4	23	2	56	2	129	2	

4	4	3	3	4	18	2	4	3	4	4	15	2	3	4	4	3	3	3	4	24	2	57	2	12 2	2	
3	3	3	4	4	17	2	3	3	4	4	14	2	4	4	4	4	3	3	4	26	2	57	2	13 1	2	
4	4	4	4	3	19	2	3	3	4	5	15	2	4	4	4	3	4	4	5	28	2	62	2	13 1	2	
4	4	3	3	3	17	2	3	3	3	4	13	2	3	3	3	4	3	3	3	22	2	52	2	11 9	2	
4	4	3	3	3	17	2	4	4	3	3	14	2	3	3	3	3	3	3	4	22	2	53	2	12 1	2	
4	4	4	5	4	21	2	4	4	5	4	17	2	4	5	4	4	5	5	4	31	2	69	2	14 6	3	
5	4	4	4	3	20	2	4	4	3	3	14	2	4	4	4	4	4	3	3	26	2	60	2	13 6	2	
5	5	5	5	4	24	3	4	4	4	3	15	2	3	3	4	4	4	4	4	26	2	65	2	13 7	2	
4	3	4	3	3	17	2	4	4	4	4	16	2	4	4	4	4	3	2	3	24	2	57	2	12 2	2	

ANEXO 7: ANILISIS DE FIABILIDAD DE LA ENCUESTA

ANALISIS DE FIABILIDAD DE LA ENCUESTA EN NEGOCIOS E

INVERSIONES LYSEN S.A.C DE LA CIUDAD DE TRUJILLO, 2021.

Liderazgo

Tabla 7:
Fiabilidad de la variable Liderazgo

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach basada en elementos	
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,935	,941	19

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Tabla 8:
Fiabilidad de la variable de Comunicación Organizacional

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach basada en elementos	
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,944	,955	16

RELACIÓN ENTRE LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Tabla 9:
Fiabilidad de la variable de Liderazgo y Comunicación Organizacional

Estadísticas de fiabilidad		
	Alfa de Cronbach basada en elementos	
Alfa de Cronbach	estandarizados	N de elementos
,967	,973	35

ANEXO 8: CARTAS DE AUTORIZACION DE USO DE DATOS

Yo Ronald Gastón Carrera Lopes, identificado con DNI 46820929, en mi calidad de Administrador

del área de Gerencia de la empresa “Negocios e Inversiones Lysen S.A.C” con R.U.C N° 20540013391, ubicada en la ciudad de Trujillo.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la señorita Cáceres Huaccha María Alejandra, identificada con DNI N°75755605, egresado/bachiller de la carrera de Administración para que utilice la siguiente información de la empresa:

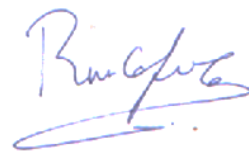
Datos generales de la empresa. Relación de los colaboradores que laboran en la organización, Aceptación para que realicen encuestas a los colaboradores. Rentabilidad de la empresa anual (cifras aproximadas) e información extra de la empresa, con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación para optar el grado de bachiller (X) o Tesis () o Trabajo de Suficiencia Profesional () para optar al grado de Bachiller () o el Título Profesional ().

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

- (X) Ficha RUC (Para Tesis o investigación para grado de bachiller)
- () Vigencia de Poder (Para Informes de Suficiencia profesional)
- () Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis, investigación para grado de bachiller e Informe de Suficiencia Profesional)

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una “X” la opción seleccionada.

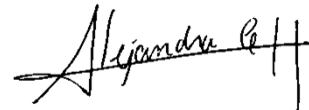
- () Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o
- (X) Mencionar el nombre de la empresa.



Firma y sello del Representante Legal
DNI: 46820929

El Egresado o Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional son auténticos. En caso de

comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; y asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Egresado o Bachiller
DNI: 75755605

Yo Ronald Gastón Carrera Lopes, identificado con DNI 46820929, en mi calidad de Administrador

del área de Gerencia de la empresa “Negocios e Inversiones Lysen S.A.C” con R.U.C N° 20540013391, ubicada en la ciudad de Trujillo.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN,

A la señorita Laura Lisseth Muñoz Quiroz, identificada con DNI N°72265877, egresado/bachiller de la carrera de Administración para que utilice la siguiente información de la empresa:

Datos generales de la empresa. Relación de los colaboradores que laboran en la organización, Aceptación para que realicen encuestas a los colaboradores. Rentabilidad de la empresa anual (cifras aproximadas) e información extra de la empresa, con la finalidad de que pueda desarrollar su Trabajo de Investigación para optar el grado de bachiller (X) o Tesis () o Trabajo de Suficiencia Profesional () para optar al grado de Bachiller () o el Título Profesional ().

Adjunto a esta carta, está la siguiente documentación:

Ficha RUC (Para Tesis o investigación para grado de bachiller)

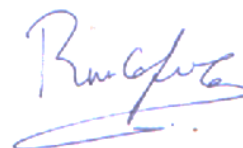
Vigencia de Poder (Para Informes de Suficiencia profesional)

Otro (ROF, MOF, Resolución, etc. para el caso de empresas públicas válido tanto para Tesis, investigación para grado de bachiller e Informe de Suficiencia Profesional)

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando con una “X” la opción seleccionada.

Mantener en Reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa; o

Mencionar el nombre de la empresa.



Firma y sello del Representante
Legal
DNI: 46820929

El Egresado o Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional son auténticos. En caso de

comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al inicio del procedimiento disciplinario correspondiente; y asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Egresado o Bachiller
DNI: 72265877