



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en  
una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciado en Administración**

**AUTORES:**

Aguilar Alvarado, Kevin David ([orcid.org/0000-0001-9266-4418](https://orcid.org/0000-0001-9266-4418))

Figueroa Gutierrez, Angie Adamary ([orcid.org/0000-0002-8967-1665](https://orcid.org/0000-0002-8967-1665))

**ASESORES:**

Dra. Espinoza Rodriguez, Olenka Ana Catherine([orcid.org/0000-0003-3058-816X](https://orcid.org/0000-0003-3058-816X))

Mg. Palacios Rodriguez, Jesus ([orcid.org/0000-0003-4243-6825](https://orcid.org/0000-0003-4243-6825))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

TRUJILLO – PERÚ

2023

## **DEDICATORIA**

Dedicado a nuestros honorables padres, quienes, con su sabiduría y fuerza, han sabido inculcar valentía en nosotros para poder seguir adelante, así mismo son ellos quienes cada día nos dan palabras de aliento y brindado su apoyo para lograr culminar nuestros estudios y este trabajo.

## **AGRADECIMIENTO**

Nuestro más grande agradecimiento es a Dios por brindarnos la fortaleza de seguir en pie, por ser siempre nuestro guía y por poder permitirnos seguir creciendo.

A nuestras familia y amistades por brindarnos motivación constante, además de su incondicional apoyo en este transcurso académico.

Así mismo, agradecemos a nuestra docente, quien nos brindó de su apoyo, dedicación, enseñanzas y conocimiento para lograr culminar nuestro trabajo.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
RESUMEN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA .....	12
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	12
3.2. Variables y operacionalización .....	13
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	14
3.5. Procedimientos .....	15
3.6. Método de análisis de datos.....	15
3.7. Aspectos éticos.....	16
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN .....	23
VI. CONCLUSIONES .....	28
VII. RECOMENDACIONES .....	30
REFERENCIAS .....	32
ANEXOS	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Relación entre Liderazgo Transformacional y la Comunicación Ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023 ....	18
Tabla 2. Relación entre Liderazgo Transformacional y la Comunicación Descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023.....	19
Tabla 3. Relación entre la Comunicación Organizacional y la Estimulación Intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023 .....	20
Tabla 4. Relación entre la Comunicación Organizacional y la Motivación Inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023.....	21
Tabla 5. Relación entre el Liderazgo Transformacional y la Comunicación organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023.....	22

## RESUMEN

El proyecto de investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023 se tuvo un diseño de investigación no experimental, transversal y correlacional, aplicada a una muestra censal de 100 trabajadores, la técnica de recolección de datos fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Los resultados en cuanto a la relación de la variable liderazgo transformacional y las dimensiones comunicación ascendente y comunicación descendente se obtuvieron  $Rho= 72,7\%$  y  $48,5\%$  respectivamente, así mismo, en cuanto a la relación de comunicación organizacional y las dimensiones estimulación intelectual y motivación inspiracional se obtuvieron  $Rho= 60,1\%$  y  $57,1\%$ . A través de estos resultados se determinó que existe una relación directa positiva entre Liderazgo Transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el 2023, siendo significativa, concluyendo así que se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis de investigación, debido a que el líder transformacional es visionario ya que propone ideas innovadoras para la compañía, así mismo, el liderazgo afecta de forma positiva a la comunicación organizacional, lo cual genera una buena integración y erradicación de información en la organización.

**Palabras clave:** Liderazgo, comunicación, organización, motivación

## ABSTRACT

The general objective of the research project is to determine the relationship between transformational leadership and organizational communication in a hydrocarbon marketing company. Trujillo, 2023 a non-experimental, transversal and correlational research design was applied to a census sample of 100 workers, the data collection technique was the survey and the instrument was the questionnaire. The results regarding the relationship of the transformational leadership variable and the upward communication and downward communication dimensions were obtained  $Rho = 72,7\%$  and  $48,5\%$  respectively, likewise, regarding the relationship of organizational communication and the stimulation dimensions. intellectual and inspirational motivation were obtained  $Rho = 60,1\%$  and  $57,1\%$ . Through these results, it was determined that there is a direct positive relationship between Transformational Leadership and organizational communication in a hydrocarbon marketing company in Trujillo in 2023, being significant, thus concluding that the null hypothesis is rejected and the research hypothesis is accepted, due Because the transformational leader is visionary since he proposes innovative ideas for the company, leadership also positively affects organizational communication, which generates good integration and eradication of information in the organization.

**Keywords:** Leadership, communication, organization, motivation

## I. INTRODUCCIÓN

En el mundo actual el liderazgo transformacional tiene la capacidad de crear nuevas expectativas dentro de las organizaciones, permitiendo crear un ambiente laboral más motivante, siendo capaz de transformar el crecimiento de la empresa, las personas y de los equipos que busquen un objetivo o meta en común, ser un líder transformacional no implica ser una persona que solo se encargue de dar órdenes, si no, se caracteriza por ser un líder creativo, impulsor e inculcado con valores y una visión de ser un modelo a seguir.

La comunicación es otro de los factores primordiales al momento de dar a conocer las inquietudes, los problemas, los mensajes de los colaboradores, sin este punto las organizaciones no estarían interrelacionadas y ordenadas, la comunicación es un recurso que cada vez se transforma y va evolucionando en las personas con el fin de difundir una cierta información (Puertas et al. 2020).

A nivel nacional existen muchas empresas que están optando poner en práctica el liderazgo transformacional dentro de la jefatura y a la vez ponen en práctica la comunicación organizacional, debido a que hoy en día trabajar en un ambiente agradable es un factor fundamental y primordial para todas las organizaciones, debido a que si esta no tiene un buen ambiente ocasionara que los trabajadores no estén a gusto en su lugar de trabajo, lo cual los hará pensar seriamente en cambiarse a otra en donde se sientan más a gusto. Esto generará a que la organización tenga una pérdida del buen capital humano. Además, lograr tener estas dos variables dentro de una organización contribuirá al buen desarrollo de las tareas asignadas a cada trabajador.

En el ámbito local la compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo, es una de las grandes compañías comercializadoras de Combustibles, sin embargo, en la parte interna de la compañía, existen algunas controversias al momento de erradicar información, lo que ha provocado malos entendidos y desunión entre compañeros, pese a ello existe el liderazgo en forma de jerarquía, lo que puede ayudar a resolver las futuras controversias entre compañeros de cada una de las estaciones, pero la falta capacitación e



información entre los administradores de cada estación puede verse reflejado en este problema.

Por un lado en el Liderazgo transformacional presenta deficiencia, teniendo como factor el optimismo que no se ha desarrollado efectivamente en los trabajadores, ocasionado que no se cumplan correctamente las metas de la compañía, por otro lado, carecen de creatividad ya que no se promueve la correcta participación y el impulso a esa herramienta, esto podría ser debido a que no se organizan reuniones constantes de capacitación y de integración para la captación de nuevas ideas y sugerencias, evidenciando desmotivación en el personal.

Así mismo la comunicación organizacional presenta otro factor carente como es la efectividad de la comunicación en la compañía, esta no es eficaz, por consecuencia, cuando se integra nuevo personal se dificulta adaptarse a la compañía por la calidad de información, ya que esto se ve reflejado al momento de proyectarse las dudas o consultas, porque la información tiene que ser analizada por cada uno de los departamentos de la compañía, por resultado se obtiene información deficiente. Además, dentro de la comunicación ascendente y descendente, no existe una recepción adecuada por los trabajadores ocasionando desacuerdos entre las partes implicadas.

De acuerdo a esta problemática se formula la siguiente interrogante como problema general ¿Existe relación entre el Liderazgo Transformacional y la Comunicación Organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023? y como problemas específicos se tiene:

¿Cuál es la relación entre liderazgo transformacional y comunicación ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?

¿Cuál es la relación entre liderazgo transformacional y la comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?

¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?

¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?

La investigación se justifica de manera práctica porque la investigación dará recomendaciones que permitan mejorar la proyección del liderazgo transformacional y de la comunicación organizacional en los trabajadores de la Compañía comercializadora de hidrocarburos, mediante la aplicación de encuestas, test y cuestionarios y así asegurar un buen desarrollo de las actividades y un correcto desenvolvimiento dentro de la organización.

La investigación se justifica de manera teórica debido a que se investigó las diferentes conceptualizaciones de los problemas anteriormente planteados, lo cual ayudó que los trabajadores sean mejores líderes transformacionales y una mejor comunicación dentro de la organización; también se justificó de forma metodológica ya que se implementó y desarrolló nuevas estrategias y métodos para un mejor liderazgo transformacional y una mejor comunicación organizacional.

El objetivo general del proyecto de investigación es determinar la relación entre el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023. Así mismo, como objetivos específicos se tiene:

OE 1: Establecer la relación que existe entre liderazgo transformacional y la comunicación ascendente en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023

OE 2: Establecer la relación que existe entre liderazgo transformacional y la comunicación descendente en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023

OE 3: Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y la estimulación intelectual en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023

OE 4: Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023

Como hipótesis de investigación se tiene que, existe una relación significativa entre el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023

H0: No existe una relación significativa entre el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023

HE 1: La relación entre liderazgo transformacional y la comunicación ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023 es significativa.

HE 2: La relación entre liderazgo transformacional y la comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023 es significativa.

HE 3: La relación entre la comunicación organizacional y la estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023 es significativa.

HE 4: La relación entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023 es significativa.

## II. MARCO TEÓRICO

Chung y Li (2018) en su artículo científico: Efecto curvilíneo del liderazgo transformacional en el comportamiento innovador entre equipos de I+D en Corea del Sur: función moderadora del aprendizaje en equipo, argumenta que un adecuado liderazgo transformacional influye de manera positiva en los comportamientos innovadores, por otra parte, mencionan que un excesivo liderazgo transformacional podría convertirse en algo negativo para las personas, sin embargo al centrarse en lo positivo, comenta que tener esta competencia permite ampliar los conocimientos de innovación, alienta para mejorar la motivación y alcanzar los objetivos más altos, así mismo después de haberse encuestado a 307 colaboradores de I+D, clasificados en 51 equipos de las empresas coreanas se determinó que se debe saber sobrellevar el liderazgo transformacional para mantenerse en una altura idónea, fortalecer a la formación de equipo y aumentar la conducta de innovación.

Arzuaga (2020) en su artículo científico: “La función del comunicador en las organizaciones de Uruguay: tareas y funciones” indica como el sexo del trabajador ya sea varón o mujer influyen las tareas y roles que desempeñan dentro de la organización, en la cual realizaron encuestas a 215 profesionales en la cual 22% fueron varones y el 78% fueron mujeres. Mediante esta encuesta se concluyó que en la comunicación organizacional en Uruguay los trabajadores varones toman decisiones que tienen que ver con política o planes de plazo largo, también toman decisiones sobre temas tecnológicos, económicos y humanos. En cambio, las trabajadoras mujeres toman decisiones sobre roles ejecutivos ya sea coordinación de recursos y de equipos, inspeccionan el trabajo y son responsables de todas las acciones que ellas realicen.

Remicio (2020) en su tesis “Comunicación en las organizaciones y la destreza laboral de los trabajadores en la comercializadora Café Peruano, Miraflores - 2020” realizada en la UAP indica que la comunicación en las organizaciones es un factor importante para las organizaciones, ya que esto permite lograr las metas propuestas por la empresa o en la organización, en donde los jefes o puestos superiores deben comunicarse de manera clara y pertinente para que así los trabajadores logren tener un buen desempeño en

sus labores dentro de la organización. Después de realizar los estudios se concluyó que la comunicación en la organización es esencial para todas las organizaciones ya sean privadas o públicas es por ello que las empresas deben proponerse metas con la intención que se cumplan ya sea utilizando los medios en donde no se puedan filtrar los mensajes ya que ocasionaría malentendidos, por eso se requiere utilizar con cuidado lo que quiere transmitir.

Zevallos (2019) en su investigación titulada Líder transformacional en el equipo de gestiones y su relación con el desenvolvimiento docente en cinco I.E.P peruanas, indica que el liderazgo transformacional permite potenciar altos conocimientos en los instructores, así mismo en el proceso de identificarse de manera profesional y personal con los directivos de las instituciones de educación, además indica que el liderazgo transformacional tiene como fin incentivar y lograr que los pedagógicos vayan más allá de sus perspectivas, motivándolos a cumplir un objetivo en concreto, por lo tanto se concluye que entre el desempeño de los docentes de la institución y el líder transformacional existe una relación significativa, por otro lado, la implicación de ser transformacional en el Perú, es un punto favorable para los docentes de estas instituciones educativas.

Así mismo dentro de las teorías se tiene a la del Gran Hombre, mencionada por Thomas Carlyle en XIX, donde se brinda un dictamen sobre el liderazgo, dando a conocer que los grandes influyentes como son los líderes no se hacen, si no nacen, ya que nacen con rasgos y características muy particulares en cuanto a su actitud sobresaliente, por otro lado (Burns, 1978 y Bass 1985, se cita en Fernández y Quintero 2018) donde se hace hincapié al liderazgo transformacional, exponiendo que este tipo de liderazgo es resaltante en las empresas actualmente, ya que es el que más permite influir en los demás, también menciona sobre la teoría de los rasgos, donde se planea que el líder es una persona eficiente y destaca por sus cualidades personales y físicas.

Por otra parte, la comunicación organizacional se sostiene por la teoría planteada por (Goldhaber, 1986) indica que la comunicación en la organización permite la emisión y retención de información por medio de los trabajadores, este proceso puede ser interno donde se establecen relaciones dentro en la

empresa y de forma externa permitiendo irrigar información a todos los potenciales socios y clientes.

Después de haber descrito los antecedentes y bases teóricas, se ha considerado el enfoque conceptual que se detalla a continuación:

Geraldo et al. (2020) indica que el liderazgo transformacional tiene el talento para crear nuevas expectativas en el mundo empresarial, permitiendo crear un ambiente laboral más motivante, siendo capaz de transformar el crecimiento de la empresa, las personas y de los equipos que busquen un objetivo o meta en común, ser un líder transformacional no implica ser una persona que solo se encargue de dar órdenes, si no se caracteriza por ser un líder creativo, impulsador e inculcado con valores y una visión de ser un modelo a seguir.

Alcázar (2020) emplea el termino liderazgo transformacional como un total rango de los tipos de liderazgo, además especifica que el liderazgo transformacional mejora, transforma y con el objetivo de que los demás sientan confianza, lealtad, admiración y respeto frente a este líder, así mismo López (2022) hace referencia a que el liderazgo permite mejorar y ampliar el capital humano, a través de los conocimientos que se le brinda, permitiendo que la organización sea más competitiva, con el fin de ampliar su crecimiento.

Rodríguez et al. (2022) señala que líder transformacional tiene una serie de características y de rasgos particulares, dentro de ellos el carisma, el gran nivel de motivación que tiene para poder influenciar en los demás, en todo aquel equipo, grupo, empresa que se encuentre, todo esto genera que sus seguidores tengan y sientan respeto, admiración hacia su líder, así mismo (Muhammad et al. 2021) mencionan que el líder transformacional incentiva a la innovación y creatividad, es por ello que se suele fomentar el liderazgo transformacional en todo aquel proyecto u organización.

Guibert (2022) menciona que el liderazgo transformacional además que se basa en ser un líder motivador a la vez se concentra principalmente en lograr transformar a la empresa con el objetivo que se logre los finen de la organización sin poner como prioridad los fines sociales.

Navia et al. (2020) inducen que la estimulación Intelectual representa a un líder capaz de hacer entender a sus compañeros sobre sus anteriores problemas, brindado libertad y empoderamiento en su centro de trabajo, buscando enfoques nuevos, creativos e innovadores.

Por otro lado, Lázaro (2021) define a la motivación inspiracional como una herramienta de gran potencia para toda aquella persona u organización que busca generar un mayor desarrollo de los ingresos y estimula a la innovación para un avance continuo.

Grégoire (2018) menciona que frente a la creatividad se puede decir que no solamente se basa en un pensamiento creativo, sino que también cuenta con otros factores que permiten el impulso a nuestras ideas, esto es complementado con la ciencia, donde induce que las personas no deben limitarse a crear nuevas ideas ya que esto permite la expansión de nuevas fronteras, por otro lado (Kvas et al. 2021) comenta que la creatividad sin duda alguna influye en el comportamiento y personalidad de las persona, donde fácilmente puede identificar fenómenos de cualquier índole y tener la capacidad de buscarle solución a base de un punto ético y extraordinario.

Kashekova et al. (2021) Indican que, en el mundo moderno, se han creado diversos métodos de obtención de información; sin embargo, muchos de estos métodos no detallan la forma de utilizarse, es por ello que induce que la creatividad y el pensamiento no estándar, permiten contribuir a una eficaz información y con ello a responder los constantes cambios de vida.

Wolt (2018) el indicador racionalidad se manifiesta en los líderes de tal forma que los hace conscientes de las acciones y de las decisiones que pueden llegar tomar, así mismo tener la capacidad de aceptar el determinismo causal universal.

(Merkl y Brennan, 2017 como se cita en Cruz et al. 2020) señala que la racionalidad analiza la motivación y las creencias, así mismo esto yace en la observación de alternativas que se le presente, en donde se realiza cualquier acción que le favorezca y para el interés que este propuesto con la finalidad de obtener mayores resultados.

Sagi et al. (2020) el optimismo se define como elemento de positividad, ya que refleja expectativas altas y positivas ante cualquier adversidad, buscando de cualquier u otra forma soluciones a los inconvenientes presentados.

Douglas (2022) el indicador expresa expectativas en el liderazgo se basa en la mayor atención de información que a su vez está generando nuevas expectativas razonables lo cual tiene como finalidad obtener eficiencia en la toma de decisiones.

Según Núñez y Bermúdez (2019) la comunicación organizacional permite aumentar la tenacidad de las funciones o roles en una organización, así mismo esta con el pasar del tiempo se convirtió en las acciones estratégicas para las instituciones, reflejando una nueva estructura organizacional y estableciendo los adecuados canales de información y comunicación, con el fin de tener un correcto conocimiento.

Navarrete y Casco (2020) comentan que las mujeres empoderadas utilizan a beneficio de las organizaciones la inteligencia emocional, también usan el liderazgo transformacional ya que así miden el éxito de la empresa llegando a enfocarse en los motivos que la impulsaron a desarrollar la empresa, con el fin de lograr que la empresa sobresalga.

Castro y Díaz (2020) añaden que la comunicación dentro de las organizaciones ha habido grandes cambios y con ello un gran avance de desarrollo en los recientes años utilizando diversas herramientas. Sin embargo, en muchas organizaciones se sigue relacionando con los departamentos de recursos humanos, dando a entender que se trata solamente de las relaciones con los empleados, siendo más bien una comunicación que se genera entre las personas que participan en la organización con la finalidad de que ella funcione. Además, menciona que la comunicación beneficia para aumentar la participación y permitir la gestión del cambio sobre el bienestar y la felicidad de los trabajadores.

Xifra (2020) señala que la crisis de la comunicación empresarial afecta a diferentes grupos objetivo de la organización, pero principalmente a los empleados, clientes y consumidores lo cual esto conlleva a un riesgo para la



corporación, es por ello que a raíz del Covid19 ha cambiado la forma en cómo se planifica los objetivos y a la vez en cómo se dirige los mensajes entre los colaboradores y la forma de evaluar su efectividad de la organización.

Chamba et al. (2018) indican que la comunicación ascendente se relaciona a la información de actividades que practican en la organización obteniendo información sobre lo que acontece en niveles jerárquicos empezando desde los trabajadores hacia los jefes inmediatos de cada área de la empresa, lo cual sirve como un canal para la retroalimentación ya que se relaciona con operario y gerencia, este con el fin de que se sientan incluidos en los objetivos que propone la empresa, con el fin de poder generar nuevas ideas a implementar.

Por otro lado, Camino (2019) menciona que la comunicación descendente se enfoca en que la comunicación va de forma jerárquica de la organización desde los niveles más altos que vienen a ser los gerentes o jefes, hacia los niveles bajos que son subordinados u operarios.

Papic (2019) especifica que la retroalimentación permite dar a conocer a los trabajadores de la organización como es que están desarrollando sus actividades, así mismo se reconoce los logros que están obteniendo, haciendo hincapié a que pueden existir variaciones es por ello que es necesario dar una retroalimentación de cómo están desarrollando las funciones asignadas.

Cárcamo (2020) menciona que la presencia de la retroalimentación es importante debido a que hace que los trabajadores sean conscientes de las cosas que están haciendo bien y en lo que podrían mejorar animando a aprender más y de forma más eficaz.

Delgado y Moreno (2023) indican que la efectividad se logra mediante la correcta gestión de recursos, asegurando el control de las tres bases variables: alcance, tiempo, costo, por otro lado, está relacionado con la culminación de objetivos y con la creación de valores para los diferentes grupos de intereses

Antero et al. (2018) mencionan que la coordinación está relacionada con la organización y conducción de las actividades; generando un alto nivel de organización y control, siendo un punto primordial para el logro de sus objetivos.

González et al. (2021) indican que las empresas requieren poner importancia en la calidad de sus productos para el ejercicio empresarial, lo que permite perdurar en un entorno competitivo.

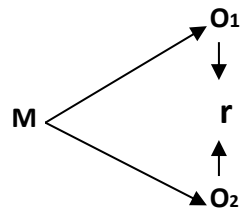
### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**3.1.1 Tipo de investigación:** La investigación es de tipo aplicada, ya que se basó en identificar la situación problemática y busca dar soluciones a un problema en concreto, de la realidad cotidiana de la empresa (Vara, 2012).

**3.1.2 Diseño de investigación:** Hernández et al. (2014) El diseño de investigación es no experimental, en donde no se manipula de manera deliberada las variables de investigación, esto se basó en la inspección y observación de los acontecimientos tal y como se presentan en su forma física o natural. Por otro lado, Montero y León (2002) Comentan que un estudio transversal está basado en la observación, donde se analizan los datos de una muestra o población por un determinado tiempo, así mismo será de manera correlacional porque es un tipo de investigación donde se van a medir dos variables.

**Esquema:**



Donde:

M = 100 trabajadores

O1 = Medición de Liderazgo Transformacional

O2 = Medición de la comunicación organizacional

r = Correlación entre Liderazgo transformacional y comunicación organizacional.

### 3.2. Variables y operacionalización

#### 3.2.1 Variable cualitativa 1: Liderazgo transformacional

- **Definición conceptual:**

Un líder transformacional se denomina a aquella persona con misión y visión objetiva de sus propias metas, teniendo como objetivo individual el saber apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo, así mismo ayuda a su equipo a desarrollar nuevas habilidades y dar conocimiento de cómo enfrentar los conflictos o desafíos (Rojas et al., 2020).

- **Definición operacional:**

La variable liderazgo transformacional se midió mediante la aplicación del cuestionario de escala Likert, estuvo clasificado en dos y constó de 10 preguntas.

- **Indicadores:**

Dicha investigación se clasificó en dos dimensiones:

Estimulación Intelectual: 5 ítems (1, 2, 3, 4, 5)

Motivación Inspiracional: 6 ítems (6,7, 8, 9, 10)

- **Escala de medición:** Fue ordinal tipo Likert, de 10 ítems con una puntuación: Plenamente de acuerdo =5, de acuerdo =4, de acuerdo ni en desacuerdo =3, en desacuerdo =2, completamente en desacuerdo =1

#### Variable cualitativa 2: Comunicación organizacional

- **Definición conceptual:**

Gil et al. (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta, también indica que mediante la comunicación se promueve la lealdad y compromiso de los trabajadores en la empresa.

- **Definición operacional:**

La variable comunicación organizacional se midió mediante la aplicación del cuestionario de escala de Likert, donde se consideró 5 tipos de puntuaciones para cada ítem.

- **Dimensiones:**

Se distribuyó en comunicación ascendente, comunicación descendente y comunicación horizontal.

- **Indicadores:** Los ítems del 1 al 7 evaluó la comunicación ascendente, ítems del 8 al 15 evaluó la comunicación descendente.

- **Escala de medición:** Fue ordinal tipo Likert de 15 ítems con una puntuación: Nunca =1, casi Nunca =2, a veces si o a veces no =3, casi constantemente =4, constantemente =5

### 3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

**3.3.1 Población:** Condori (2020) Denomina a la población como elemento de fácil acceso o unidades de análisis pertenecientes al ámbito de estudio, es por ello que esta investigación se realizara de con una población limitada, ya que si se tiene conocimiento de la cantidad de trabajadores. La población limitada esta ajustada a 100 trabajadores, pertenecientes a una compañía comercializadora de hidrocarburos del distrito de Trujillo en el año 2023.

**3.3.2 Muestra:** Quispe et al. (2020) Determina la muestra como un cálculo que permite concretar cual es la cuantía de participantes, es que así que la muestra esta ajustada a 100 trabajadores entre mujeres y hombres de la compañía, constituyéndose una muestra censal.

**3.3.3 Muestreo:** No se utilizó técnica de muestreo alguna, debido a que se trabajó con todos los elementos que integran la población.

**3.3.4 Unidad de análisis:** Cada trabajador de la compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

**Encuesta:** La técnica de recolección de datos se aplicó mediante una encuesta, ya que permitió la recolección de data cuantitativa, sistemática y precisa de los trabajadores.

**Instrumento:**

Para el procedimiento de recopilación de datos, se usó el cuestionario donde se consideró la escala de Likert, diseñado y planificado basándose en dos variables, se tiene como variable independiente (Liderazgo transformacional) y como variable dependiente (Comunicación organizacional), donde cada una tuvo un cuestionario, de tal manera que liderazgo transformacional tuvo 10 preguntas y comunicación organizacional tuvo 15 preguntas, estas estuvieron clasificadas según dimensiones.

**Validez:** Se utilizó el juicio de tres especialistas para dar validez al instrumento, según Borjas (2020) cerciora que el instrumento pueda calcular lo que pretende medir, esto se efectúa a través de la crítica de especialistas para validar el instrumento

**Confiabilidad:** Para conseguir la confiabilidad del instrumento que viene a ser el cuestionario, se empleó el coeficiente alfa de Cronbach sobre 20 trabajadores de la empresa, aplicados en el SPSS 25. Según Tinoco (2008) el SPSS se utiliza para captar y analizar datos.

**3.5. Procedimientos**

Para esta investigación se realizó un cuestionario a 100 trabajadores de una compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo, en donde el cuestionario fue específicamente para cada una de las variables y así llegar a las conclusiones.

**3.6. Método de análisis de datos**

Para la investigación se ejecutó un análisis descriptivo en donde se analizó la información de los resultados de 100 trabajadores mediante la encuesta y del aplicativo SPSS 25. Por otro lado, se realizó un análisis inferencial en donde se consideró la prueba de normalidad para poder determinar el estadístico inferencial adecuado para la investigación, pero por teoría para el tipo de variable cualitativa que se encuentre en la investigación se utiliza el inferencial estadístico Rho Spearman.

### 3.7. Aspectos éticos

La información que se utilizó para esta investigación es confiable, bajo la resolución N.º 0470-2022; además todo lo recopilado se realizó según las normas APA 7ª edición, cumpliendo el código de ética que establece la Universidad César Vallejo, para la verificación de la autenticidad y no contar con similitud en otros trabajos de investigación, donde se utilizó el turnitin, por último, los datos que se consiguió son confidenciales y de uso académico.

- a) **Integridad** en la investigación científica y actividades de gestión.
- b) **Honestidad** de palabra, redacción y de pensador en la investigación
- c) **Objetividad e imparcialidad** en la relación con profesionales y los trabajadores.
- d) **Veracidad, justicia y responsabilidad** en el cumplimiento y propagación de resultados de la investigación científica en una empresa de hidrocarburos.
- e) **Transparencia** en la información que se encontró en artículos y revistas.
- f) **Autonomía:** Los trabajadores de la compañía que apoyen en la investigación tienen la libertad de participar o ya no estar presentes en la investigación cuando lo crean conveniente.
- g) **Integridad humana:** Se respeta los rangos sociales, las procedencias, culturas, costumbres, gustos, género y cualquier otra característica.
- h) **Equidad:** La aplicación de la investigación en los trabajadores es igualitaria, todos sin excepción de nadie con el objetivo de tener una mejor igualdad y equidad.

**i) Respeto de la propiedad intelectual:** Se respeta el criterio de otros autores o investigadores, siempre respetando los derechos de otros autores y evitando el alto plagio en la investigación

**j) Privacidad:** La información recopilada en la investigación es correctamente guardada para poder cuidar los datos personales de los trabajadores.

**k) Independencia:** la investigación científica es emancipado y no atiende a conflictos de interés y subordinación alguna.



#### IV. RESULTADOS

**Objetivo 1: Establecer la relación que existe entre liderazgo transformacional y la comunicación ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023**

**Tabla 1:**

*Relación entre Liderazgo Transformacional y la Comunicación Ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023*

		Correlaciones		
			Liderazgo Transformacional	Comunicación Ascendente
Rho de Spearman	Liderazgo Transformacional	Coeficiente de correlación	1.000	,727**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	100	100
	Comunicación Ascendente	Coeficiente de correlación	,727**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	100	100

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

Fuente: Elaboración propia en SPSS 25

Según la Tabla 1, el indicador de correlación de Rho Spearman mostró el resultado de  $R_s=0,727$ , expresando así que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis 1, lo que señala que es una relación alta positiva y un nivel de significancia de 0,00 (bilateral), expresando así que existe un 72,7% de relación entre liderazgo transformacional y comunicación ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el 2023. Esto indica que a medida que varía en forma positiva el liderazgo transformacional, mejor será la comunicación de operarios a jefes inmediatos.

**Objetivo 2: Establecer la relación que existe entre liderazgo transformacional y la comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023**

**Tabla 2:**

*Relación entre Liderazgo Transformacional y la Comunicación Descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023*

		<b>Correlaciones</b>		
			Liderazgo Transformacional	Comunicación Descendente
Rho de Spearman	Liderazgo Transformacional	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1.000	,485**
		N	100	100
	Comunicación Descendente	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,485**	1.000
		N	100	100

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

Fuente: Elaboración propia en SPSS 25

Según la Tabla 2, el indicador de correlación de Rho Spearman mostró el resultado de  $R_s=0,485$ , expresando así que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis 2, lo que señala que es una relación es baja positiva y tiene un nivel de significancia de 0,00 (bilateral), expresando así que tiene 48,5% de relación entre liderazgo transformacional y comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el 2023. Esto indica que al tener una relación baja positiva se establece la relación; es decir que, si se tiene un buen líder transformacional, mejor será la comunicación de jefes inmediatos a operarios.

**Objetivo 3: Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y la estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023**

**Tabla 3:**

*Relación entre la Comunicación Organizacional y la Estimulación Intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023*

		<b>Correlaciones</b>		
			Comunicación Organizacional	Estimulación Intelectual
Rho de Spearman	Comunicación Organizacional	Coeficiente de correlación	1.000	,601**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	100	100
	Estimulación Intelectual	Estimulación Intelectual	Coeficiente de correlación	,601**
Sig. (bilateral)			0.000	
		N	100	100

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

Fuente: Elaboración propia en SPSS 25

Según la Tabla 3, el indicador de correlación de Rho Spearman mostró el resultado de  $R_s=0,601$ , expresando así que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis 3, lo que señala que es una relación es moderada positiva y tiene un nivel de significancia de 0,00 (bilateral), expresando así que tiene un 60,1% de relación entre comunicación organizacional y estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el 2023. Esto indica que al tener relación es moderada positiva se establece la relación que existe entre la comunicación organizacional y la estimulación intelectual; es decir, a mayor comunicación organizacional, moderada será mayor el entendimiento de equipo.

**Objetivo 4: Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023**

**Tabla 4:**

*Relación entre la Comunicación Organizacional y la Motivación Inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023*

		<b>Correlaciones</b>		
			Comunicación Organizacional	Motivación Inspiracional
Rho de Spearman	Comunicación Organizacional	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1.000 100	,571** 100
	Motivación Inspiracional	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,571** 0.000 100	1.000 100

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

Fuente: Elaboración propia en SPSS 25

Según la Tabla 4, el indicador de correlación de Rho Spearman mostró el resultado de  $R_s=0,571$ , expresando así que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis 4, lo que señala que es una relación directa y tiene un nivel de significancia de 0,00 (bilateral), expresando así que tiene 57,1% de relación entre comunicación organizacional y motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el 2023. Esto indica que al tener relación moderada positiva se establece la relación que existe entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional; es decir a mayor comunicación organizacional, mayor será la potenciación de desarrollo en los trabajadores.

**Hipótesis de investigación: Existe una relación significativa entre el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023**

**Tabla 5:**

*Relación entre el Liderazgo Transformacional y la Comunicación organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023*

<b>Correlaciones</b>				
			Liderazgo Transformacional	Comunicación Organizacional
Rho de Spearman	Liderazgo Transformacional	Coeficiente de correlación	1.000	,615**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	100	100
	Comunicación Organizacional	Coeficiente de correlación	,615**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	100	100

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

Fuente: Elaboración propia en SPSS 25

Como se aprecia en la tabla 5, la sig. Es menor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, lo que significa que tiene una relación directa, esto nos demuestra que el Liderazgo Transformacional contribuye de forma positiva en la comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el 2023.

En cuanto a la correlación de Rho Spearman mostró el resultado de  $R_s=0,615$ , lo que señala que es una relación directa y tiene un nivel de significancia de 0,00 (bilateral), expresando así que tiene 61,5% de relación moderada positiva entre liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el 2023.

## V. DISCUSIÓN

Los resultados frente a esta investigación, estuvo basado en dos variables encontradas en una empresa de hidrocarburos, donde se pudo identificar que el liderazgo transformacional no estuvo muy bien implementado, detallado y orientado hacia la innovación, así mismo la comunicación organizacional, no era la adecuada, ya que los mensajes o comunicados no eran muy directos y precisos hacia un jefe de área, motivo por el cual se decidió investigar, donde se tuvo que aplicar encuestas de forma virtual a todos los trabajadores de dicha empresa; así mismo para darle validez a nuestro trabajo de investigación y a nuestros instrumentos de recolección de datos, se recurrió a una crítica por jueces expertos, lo cual permitió darles validez a los resultados obtenidos.

Por otro lado Chung y Li (2018) en su artículo científico argumenta que un adecuado liderazgo transformacional influye de manera positiva en los comportamientos innovadores; así mismo tener esta competencia permite ampliar los conocimientos de innovación, alentando a mejorar la motivación y alcanzar los objetivos más altos, es por ello que se realizó una encuesta a los operarios, administrativos, jefes y personal de mantenimiento, para saber si cuentan con liderazgo transformacional dentro de la compañía; sin embargo esto género un poco de retraso, ya que se tuvo que dar seguimiento a los mismos para comprobar y rectificar si efectivamente habían respondido la dicha encuesta, ya que muchos de ellos tenían una relación de labores importantes por realizar y su tiempo era limitado. Frente a las reiteradas visitas que se realizó a la empresa y a cada una de sus sedes, tomo bastante tiempo, se tuvo que esperar a los administrativos para poder analizar los puntos investigados, ya que muchos de ellos tienen obligaciones fuera de su sede; así mismo de acuerdo al primer objetivo específico se estableció la relación que existe entre liderazgo transformacional y la comunicación ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023. De acuerdo a los resultados de la tabla 1, se puede evidenciar que existe relación entre Liderazgo Transformacional y Comunicación Ascendente en una compañía comercializadora de hidrocarburos, es decir, que la forma de liderar e innovar en los equipos de trabajo de la empresa, se relaciona con la interacción que se tiene de operarios hasta los altos mandos como son los jefes de cada área, frente a lo

mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la primera hipótesis, haciendo referencia que existe relación entre el Liderazgo transformacional y Comunicación Ascendente en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Estos resultados son afirmados con lo de Zevallos (2019) quien indica que el liderazgo transformacional tiene como fin incentivar y lograr que los trabajadores vayan más allá de sus perspectivas, motivándolos a cumplir un objetivo en concreto, por otro lado se afirma con los de Chamba et al. (2018) quienes manifiestan que la comunicación ascendente es toda aquella información en base a las actividades que practican en la compañía, obteniendo información sobre lo que acontece en niveles jerárquicos empezando desde los trabajadores hacia los altos mandos de la empresa. Después de haber evaluado y analizado los resultados, se confirma que la variable y la dimensión están relacionadas, ya que comparten cualidades parecidas en torno a la empresa, así mismo el objetivo 1 se ha relacionado con dichos autores ya que detallan de forma precisa el concepto de comunicación ascendente.

Así mismo el segundo objetivo específico es establecer la relación que existe entre liderazgo transformacional y la comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023. De acuerdo a los resultados de la tabla 2, se puede evidenciar que al determinar la relación entre Liderazgo Transformacional y Comunicación Descendente en una compañía comercializadora de hidrocarburos, es decir, que la forma de liderar e innovar en los equipos de trabajo, frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la segunda hipótesis, haciendo referencia que existe relación entre el Liderazgo transformacional y la Comunicación descendente en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Estos resultados son afirmados con lo de Zevallos (2019) quien indica que el liderazgo transformacional tiene como fin incentivar y lograr que los trabajadores vayan más allá de sus perspectivas, motivándolos a cumplir un objetivo en concreto, por otro lado se afirma con lo de Camino (2019) quien expresa que la comunicación descendente se enfoca en que la comunicación va de forma jerárquica de la organización desde los niveles más altos que vienen a ser los gerentes o jefes, hacia los niveles bajos que son subordinados u operarios. Después de haber evaluado y analizado los resultados,

se confirma que la variable y la dimensión están relacionadas, ya que comparten cualidades parecidas en torno a la empresa.

El tercer objetivo específico es establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y la estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023; de acuerdo a los resultados de la tabla 3, se puede evidenciar que al determinar la relación entre Comunicación Organizacional y Estimulación Intelectual en una compañía comercializadora de hidrocarburos, donde la comunicación e interacción de los trabajadores se relaciona a la forma de inspiración que tiene el líder en sus trabajadores, frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la tercera hipótesis, haciendo referencia que existe relación entre la Comunicación Organizacional y la estimulación Intelectual en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Estos resultados son afirmados con lo de Remicio (2020) quien indica que la comunicación en las organizaciones es un factor importante para las organizaciones, ya que esto permite lograr las metas propuestas por la empresa o en la organización; por otro lado se afirma con los de Navia et al. (2020) quienes inducen que la estimulación Intelectual representa a un líder capaz de hacer entender a sus compañeros sobre sus anteriores problemas, brindando libertad y empoderamiento en su centro de trabajo, buscando enfoques nuevos, creativos e innovadores. Después de haber evaluado y analizado los resultados, se confirma que la variable y la dimensión están relacionadas, ya que comparten cualidades parecidas en torno a la empresa, así mismo ambas tienen la finalidad de lograr cumplir objetivos, metas y promover un gran estímulo en los trabajadores.

El cuarto objetivo específico establece la relación que existe entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023, evidenciando en la tabla 4 la relación entre variable e indicador, es decir, la comunicación e interacción de los trabajadores se relaciona a la forma de inspiración que tiene el líder en su equipo laboral, de acuerdo a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la cuarta hipótesis, haciendo referencia que existe relación entre la Comunicación Organizacional y la Motivación Inspiracional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Estos resultados son afirmados con lo de Remicio (2020) quien



indica que la comunicación en las organizaciones es un factor importante para las organizaciones, ya que esto permite lograr las metas propuestas por la empresa o en la organización, afirmado con lo de Lázaro (2021) quien expresa a la motivación inspiracional como una herramienta de gran potencia para toda aquella persona u organización que busca generar un mayor desarrollo de los ingresos y estimula a la innovación para un avance continuo. Después de haber evaluado y analizado los resultados, se confirma que la variable y la dimensión están relacionadas, ya que comparten cualidades y objetivos parecidos en torno a la empresa, así mismo ambas tienen el fin de cumplir las metas, innovar y promover un gran estímulo en los trabajadores.

Respecto al objetivo general: Determinar la relación entre el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023, de acuerdo a los resultados de la tabla 5, se puede evidenciar que al determinar dicha relación se encontró que el valor ( $p$  calculado = 0.000) es decir, que la forma de liderar e innovar en los equipos de trabajo de la empresa, se relaciona con la comunicación e interacción de los trabajadores, frente a lo mencionado se rechaza la hipótesis nula, y se acepta la hipótesis de investigación, haciendo referencia que existe relación entre el liderazgo transformacional y Comunicación Organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023. Estos resultados son afirmados con lo de Zevallos (2019) quien indica que el liderazgo transformacional tiene como fin incentivar y lograr que los trabajadores vayan más allá de sus perspectivas, motivándolos a cumplir un objetivo en concreto, donde se afirma con lo de Remicio (2020) quien expresa que la comunicación en las organizaciones es un factor importante para las organizaciones, ya que esto permite lograr las metas propuestas por la empresa o en la organización. Después de haber evaluado y analizado los resultados, se confirma que ambas variables están relacionadas, así mismo comparten cualidades parecidas en torno a la empresa, ya que ambas tienen la finalidad de lograr cumplir objetivos y metas.

Después de haber analizado el trabajo de investigación se puede concluir que tener un buen liderazgo organizacional y una buena comunicación

organizacional, asegurara un buen desarrollo de las actividades y un correcto desenvolvimiento de los trabajadores.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 6.1. Respecto al primer objetivo se estableció una relación significativa entre liderazgo transformacional y comunicación ascendente en una compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el año 2023, con una relación alta positiva, esto después de haber evaluado se obtuvo que los operarios se sienten a gusto con el liderazgo y la comunicación que vienen de sus jefes inmediatos, en este caso los administradores de la compañía de hidrocarburos, por lo cual se tuvo como resultado un buen desempeño laboral.
- 6.2. Para sintetizar, en el segundo objetivo se estableció una relación significativa entre liderazgo transformacional y comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el año 2023; con una relación baja positiva, esto señala que los jefes de otras áreas al comunicarse con los operarios no lo detallan correctamente, generando controversias al momento de erradicar el mensaje y a su vez ocasiona baja productividad en los trabajadores.
- 6.3. Se estableció que existe una relación significativa entre comunicación organizacional y estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el año 2023, con una relación moderada positiva. Esto alude a la forma en la que el administrador de estación alienta, enriquece de conocimiento a los trabajadores, por lo consiguiente reflejó mejora dentro de la organización y generó trabajadores motivados.
- 6.4. Por ultima, se estableció el cuarto objetivo, donde existe una relación significativa entre comunicación organizacional y motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el año 2023, con una relación directa positiva. Esto indica que el líder ayuda a tener una visión competitiva frente a las actividades planificadas, a cuál obtuvo como resultado una mayor recolección de ideas innovadoras para planificación de nuevas metas propuestas.

6.5. Para finalizar, se determinó el objetivo general, donde se demostró que existe relación significativa entre Liderazgo Transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos de Trujillo en el año 2023, con una relación directa positiva; donde se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación, es decir que el líder transformacional es visionario ya que propone ideas innovadoras para la compañía, así mismo, el liderazgo afecta de forma positiva a la comunicación organizacional, lo cual genera una buena integración y erradicación de información en la organización.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- 7.1. Se sugiere al administrador de la compañía de hidrocarburos tome en cuenta la comunicación de los operarios, realizando cuestionarios con preguntas abiertas, para que ellos puedan proporcionar más sugerencias constructivas con respecto a la comunicación que existe con su administrador, logrando tener más ideas de mejora y un buen desempeño laboral.
- 7.2. Se recomienda al jefe de RR. HH que realice reuniones quincenales con cada jefe de área, en donde se coordine planes de integración, tales como un fin de semana deportivo o concurso de decoración en fechas festivas, logrando así poder entablar una mejor comunicación y generar un equipo de trabajo exitoso.
- 7.3. Se recomienda al administrador de estación de servicio de la compañía de hidrocarburos fomentar el pensamiento crítico y el razonamiento a operarios, a través de charlas sobre entrenamiento cognitivo y realizar el juego brain training para que se logre comprender las decisiones que se toman dentro de la empresa, así mismo realizar un check list para evaluar el avance de las metas designadas y el operario que tenga más puntuación se le debe otorgar una recompensa de día libre o una bonificación.
- 7.4. Se recomienda al administrador de estación de servicio que realice capacitaciones virtuales por zoom dirigida a sus operarios sobre atención al cliente, en donde brinde ideas innovadoras frente a la atención que brindarán, además que incentive a cada trabajador a realizar el foda auto personal para concientizar los puntos fuertes y débiles, logrando realizar un trabajo de forma eficiente, con una comunicación asertiva y compromiso.

- 7.5. Se recomienda al Gerente general de la compañía de hidrocarburos, capacitar al administrador de estación de servicio, inscribiéndolo en un curso de liderazgo transformacional, de tal forma que esto pueda enriquecer de conocimiento y a su vez se refleje en el equipo de trabajo que maneja el administrador de estación de servicio, generando innovación e integración laboral.
- 7.6 Se recomienda a los futuros investigadores que puedan realizar una investigación experimental y se indague en libros de Burns y Bass, ya que estos autores enriquecerán sus conocimientos y permitirán saber a detalle lo que conlleva ser un líder transformacional, por otro lado, Goldhaber enriquecerá sus conocimientos, brindando información referente a los tipos de comunicación, de entre ellas la comunicación ascendente y descendente, por último, se recomienda realizar capacitaciones sobre el liderazgo transformacional para que así puedan tener líderes innovadores.

## REFERENCIAS

- Alcázar, P. (2020). Estilo de Liderazgo y Compromiso Organizacional: Impacto del liderazgo transformacional. *Revista de coyuntura y perspectiva*, 5(4), 89-122.  
[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2415-06222020000400006&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-06222020000400006&lng=es&tlng=es).
- Antero, C., Tavares, B., Antonialli, L, Lima, T. y Gava, R. (2018). Coordination of joint actions in muriaé's (mg) clothing lpa. *RAM Revista de Administração Mackenzie*, 17(3), 158–182.  
<https://doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n3p158-182>
- Arzuaga, M. (2020). Rol del comunicador organizacional en Uruguay: tareas y funciones. *El profesional de la información*, 29 (3).  
<https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.26>
- Borjas, J. (2020). Validez y confiabilidad en la recolección y análisis de datos bajo un enfoque cualitativo. *Trascender, contabilidad y gestión*, 15, 79–97.  
<https://doi.org/10.36791/tcg.v0i15.90>
- Camino, G. (2019). Estrategia para la mejora de la comunicación organizacional en una empresa de producción de Tungurahua. *Pontificia Universidad Católica del Ecuador*.  
<https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/2732>
- Cárcamo, B. (2020). Classifying written corrective feedback for research and educational purposes: A typology proposal. *PROFILE Issues in Teachers Professional Development*, 22(2), 211–222.  
<https://doi.org/10.15446/profile.v22n2.79924>
- Castro, A. y Díaz, P. (2020). Comunicación interna y gestión de bienestar y felicidad en la empresa española. *El profesional de la información*, 29(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.24>
- Chamba, L., Gómez, A., y Pardo, M. (2018). Influence of values on leadership styles: an analysis according to bass' transformational transactional leadership model. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 16, 257–269. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-comunicación-como-agente-dinamizador-de-los/docview/2194005557/se-2?accountid=37408>
- Chung, D. y Li, J. (2018). Curvilinear effect of transformational leadership on innovative behavior among R&D teams in South Korea. *Journal of Organizational Change Management*, 34(1), 252-270.  
<https://doi.org/10.1108/jocm-01-2017-0017>
- Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. *Curso Taller*.  
<https://www.aacademica.org/cporfirio/18>

- Delgado, S. y Moreno, N. (2023). Learning capacity and effectiveness in the management of organizational projects. *Dyna*, 90(228), 39–46. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/dyna/article/view/108544/89542>
- Douglas, F. (2022). Expectations, Economic Uncertainty, and Sentiment. *Revista de Administração Contemporânea*, 26 (5). <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2022210029.en>
- Cruz, J., Rodrigues, M., Araújo, R. y Silva, A. (2022). Substantive rationality of impression management: An analysis of corporate reports of JBS. *RAM Revista de Administração Mackenzie*, 23(3). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/eramr220239.en>
- Fernández, M. y Quintero, N. (2018). Liderazgo transformacional y transaccional en emprendedores venezolanos. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(77), 56-74. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29051457005>
- Geraldo, L., Mera, A. y Rocha, E. (2020). Importancia de los estilos de liderazgo: un abordaje de revisión teórica. *Apuntes universitarios*, 10(4), 156-174. <https://doi.org/10.17162/au.v10i4.501>
- Gil, L., Martínez, G. y Rodríguez, C. (2022). Estilos de comunicación: Una revisión teórica hacia las habilidades directivas en las organizaciones. *Revista científica de la UCSA*, 9(3), 85–96. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.85>
- Goldhaber, G. (1984). "Comunicación Organizacional". Primera Edición. Editorial Diana. México
- González, R., Barrera, A., Guerra, A. y Medina, J. (2021). Stability assessment and process capability analysis in a food pasta company. *Visión de futuro*, 26(1), 231–251. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.26.01.006.en>
- Grégoire, J. (2018). Overcoming obstacles to creativity in science. *Estudos de Psicologia (Campinas)*, 35(3), 229–236. <https://doi.org/10.1590/1982-02752018000300001>
- Guibert, J. (2022). De la teoría a la práctica: ¿cómo se forman líderes empresariales con valores? Lecciones desde la inspiración ignaciana. *Boletín de estudios económicos*, 76(232), 171–189. <https://doi.org/10.18543/bee.2333>
- Hernández, S., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. *Editores S.A. de C.V.*, (634). 978-1-4562-2396-0.
- Kashekova, I., Medkova, E. y Piryazeva, E. (2021). The influence of art and artistic and creative activities on the quality of information assimilation (complementary semantic approach in education). *Revista Tempos e Espaços em Educação*, 14(33), e15130. <https://doi.org/10.20952/revtee.v14i33.15130>



- Kvas, O., Zyazyun, L. y Khalo, Z. (2021). Features of the innovative and creative potential of future education specialists. *Revista Tempos e Espaços em Educação*, 14(33), e16725.  
<https://doi.org/10.20952/revtee.v14i33.16725>
- Lázaro, F. (2021). El propósito, la esencia de las empresas responsables. *San Pablo: Newstex*. <https://www.proquest.com/blogs-podcasts-websites/el-propósito-la-esencia-de-las-empresas/docview/2613704632/se-2>
- López, J. (2022). Leadership skills of managers of educational institutions. *Espirales revista multidisciplinaria de investigación científica*, 6(2),64-79  
<https://www.redalyc.org/journal/5732/573270857004/>
- Montero, I. y León, O. (2002). Clasificación y descripción de las metodologías de investigación en Psicología. *International Journal of Clinical and Health Psychology*, 2(3), 503-508.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=33720308>
- Muhammad, A., Tulasi, M. y Kamalesh, R. (2021). The influence of transformational leadership on Malaysian students' entrepreneurial behaviour. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(1), 89103. <https://doi.org/10.15678/eber.2021.090106>
- Navarrete, F. y Casco, J. (2020). Characteristics of the entrepreneurship skills of female undergraduate students evaluated under a hybrid learning environment at the beginning of the contingency presented by COVID-19. *Institut de Socio-Économie des Entreprises et des Organisations (Écully, Rhône). Recherches en Sciences de Gestion*, 141, 91–118.  
<https://www.proquest.com/docview/2551711305/abstract/C9AB54335A2649CCPQ/113?accountid=37408>
- Navia, J., Plazas, E. y Mendoza, J. (2020). El efecto del liderazgo transformacional sobre la percepción de justicia en organizaciones cooperativas del sur colombiano. *Interciencia*, 45(2), 90-95.  
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/el-efecto-del-liderazgo-transformacional-sobre-la/docview/2377698783/se-2>
- Núñez, P. y Bermúdez, E. (2019). Valores, Responsabilidad Social Universitaria (RSU), Educación para el Desarrollo Sostenible (EDS) y Gestión de la Comunicación Organizacional. *Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 7(1), 104–115.  
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/valores-responsabilidad-social-universitaria-rsu/docview/2276054140/se-2>
- Papic, K. (2019). Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 10(1), 63-83.  
<https://doi.org/10.18861/cied.2019.10.1.2881>

- Puertas, R., Yaguache, J. y Altamirano, F. (2020). Nuevas tendencias en la comunicación organizacional. *Ediciones Universidad de Salamanca*, 20, 7–11.  
<https://www.proquest.com/docview/2518765069/492405283B141F9PQ/5>
- Quispe, A., Pinto, D., Huamán, M., Bueno, G. y Valle, A. (2020). Metodologías cuantitativas: Cálculo del tamaño de muestra con STATA y R. *Revista del cuerpo médico del HNAAA*, 13(1), 78-83.  
<https://doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2020.131.627>
- Remicio, P. (2020). Comunicación organizacional y desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Café café del Perú, Miraflores - 2020. *Universidad Autónoma del Perú*.  
<https://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/20.500.13067/1367>
- Rodríguez, E., Pedraja, L. y Labraña, J. (2022). Liderazgo en el gobierno universitario e innovaciones en la docencia: una revisión de la literatura. *Revista iberoamericana de educación superior*, 13(36), 102-123. <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2022.36.1186>
- Rojas, O., Dolibeth, A., Mota, K. y Quiñonez, J. (2020). El liderazgo transformacional desde la perspectiva de la pedagogía humanista. *Sophia*, 28, 237–262.  
<https://doi.org/10.17163/soph.n28.2020.09>
- Sagi, L., Bareket, L., Tziner, A., Icekson, T. y Mordoch, T. (2021). Social support and well-being among relocating women: The mediating roles of resilience and optimism. *Revista de Psicología Del Trabajo y de Las Organizaciones*, 37(2), 107–117. <https://doi.org/10.5093/jwop2021a11>
- Tinoco, O. (2008). Una aplicación de la prueba chi cuadrado con SPSS. *Industrial data*, 11(1), 73–77.  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81611211011>
- Vara, A. (2012). Desde la Idea hasta la sustentación: siete pasos para una tesis exitosa. *Un método efectivo para las ciencias empresariales*.  
<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2238.4080>
- Wolt, D. (2018). Kant on free will and theoretical rationality. *Ideas y valores*, 67(166), 181–198.  
<https://doi.org/10.15446/ideasyvalores.v67n166.62775>
- Xifra, J. (2020). Comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión del riesgo reputacional en tiempos del Covid-19. *El profesional de la información*, 29 (2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>
- Zevallos, L. (2019). Liderazgo transformacional del equipo de gestión y su relación con el desempeño docente en cinco instituciones educativas privadas

del Perú. *Horizonte de la Ciencia*, 9(17), 1-8.  
<https://www.redalyc.org/journal/5709/570967709014/html/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Tabla de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Liderazgo transformacional	Un líder transformacional es aquella persona con misión y visión objetiva, teniendo como objetivo el apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo (Rojas et al. 2020).	La variable liderazgo transformacional se medirá a través de la aplicación de un cuestionario de escala Likert, estará clasificado en dos y tendrá 10 preguntas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimulación intelectual</li> <li>• Motivación inspiracional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad</li> <li>• Racionalidad</li> <li>• Optimismo</li> <li>• Expresa Expectativas</li> </ul>	Ordinal
Comunicación organizacional	Gil et al. (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta.	La variable comunicación organizacional se medirá a través de de un cuestionario de escala Likert, donde se tendrá 5 tipos de puntuaciones para cada ítem.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación Ascendente</li> <li>• Comunicación Descendente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Retroalimentación</li> <li>• Efectividad</li> <li>• Coordinación</li> <li>• Sugerencias de Mejora</li> </ul>	Ordinal

## Anexo 2: Tabla de consistencia

Título: Liderazgo Transformacional y Comunicación Organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023						
Autores: Aguilar Alvarado, Kevin David Figueroa Gutierrez, Angie Adamary						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL				
¿Existe relación entre el Liderazgo Transformacional y la comunicación Organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?	Determinar la relación entre el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023.	Existe una relación significativa entre el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023.	Variable 1: Liderazgo Transformacional, Un líder transformacional es aquella persona con misión y visión objetiva, teniendo como objetivo el apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo (Rojas et al. 2020).			
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECÍFICA	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALA DE MEDICION
¿Cuál es la relación entre liderazgo transformacional y comunicación ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?	Establecer la relación que existe entre liderazgo transformacional y la comunicación ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023.	La relación entre liderazgo transformacional y la comunicación ascendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023 es significativa.	Estimulación intelectual	Creatividad	5 ítems (1, 2, 3, 4, 5)	Ordinal
¿Cuál es la relación entre liderazgo transformacional y la comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?	Establecer la relación que existe entre liderazgo transformacional y la comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023.	La relación entre liderazgo transformacional y la comunicación descendente en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023 es significativa.		Racionalidad		Ordinal
¿Cuál es la relación entre la comunicación	Establecer la relación que existe entre la	La relación entre la comunicación organizacional y	Motivación inspiracional		6 ítems (6,7,	Ordinal

organizacional y la estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?	comunicación organizacional y la estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023.	la estimulación intelectual en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023 es significativa.		Optimismo	8, 9, 10)	
¿Cuál es la relación entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023?	Establecer la relación que existe entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023.	La relación entre la comunicación organizacional y la motivación inspiracional en una Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo, 2023 es significativa.		Expresa Expectativas		Ordinal
Variable 2: Comunicación Organizacional, Gil et al. (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta.						
Comunicación Ascendente	Retroalimentación Efectividad	Los ítems del 1 al 7	Ordinal Ordinal			
Comunicación Descendente	Coordinación Sugerencias de Mejora	ítems del 8 al 15	Ordinal Ordinal			

## **Anexo 3: Consentimiento informado e instrumentos de recolección de datos**

### **CONSENTIMIENTO INFORMADO \***

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023

Investigador (a) (es): Aguilar Alvarado Kevin David

Figuroa Gutierrez Angie Adamary

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023.”, cuyo objetivo es lograr mejorar el liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en la Compañía comercializadora de hidrocarburos Trujillo ,2023. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración, de la Universidad César Vallejo del campus Trujillo, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad.

Describir el impacto del problema de la investigación.

Información novedosa sobre como el liderazgo transformacional influye en la comunicación organizacional, en particular en la compañía comercializadora de hidrocarburos en el año 2023.

#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada:” Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 30 minutos y se realizará en modalidad virtual. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

#### **Participación voluntaria (principio de autonomía):**

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

#### **Riesgo (principio de no maleficencia):**

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

#### **Beneficios (principio de beneficencia):**

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

**Confidencialidad (principio de justicia):**

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

**Problemas o preguntas:**

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (es) [Figueroa Gutierrez Angie Adamary/Aquilar Alvarado Kevin David] email [afigueroag@ucvvirtual.edu.pe](mailto:afigueroag@ucvvirtual.edu.pe)/[kaguilaralv@ucvvirtual.edu.pe](mailto:kaguilaralv@ucvvirtual.edu.pe) y Docente asesor [Espinoza Rodríguez Olenka Ana Catherine] email [oaespinozar@ucvvirtual.edu.pe](mailto:oaespinozar@ucvvirtual.edu.pe)

**Consentimiento**

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

Nombre y apellidos: .....

Fecha y hora:

*[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas a través de un formulario Google].*

*\* Obligatorio a partir de los 18 años*



## Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL

**FINALIDAD:** El Presente cuestionario tiene la finalidad de conocer las opiniones de los trabajadores sobre el liderazgo transformacional en las jefaturas de las diferentes áreas de la empresa.

**INSTRUCCIONES:** Sírvase marcar la respuesta que usted considere la más adecuada, por favor marque "X" donde corresponda.

(1) COMPLETAMENTE EN DESACUERDO	(2) EN DESACUERDO	(3) NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	(4) DE ACUERDO	(5) PLENAMENTE DE ACUERDO
---------------------------------	-------------------	------------------------------------	----------------	---------------------------

N o	ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	<b>ESTIMULACIÓN INTELECTUAL</b>					
1	El líder busca perspectivas innovadoras para resolver problemas					
2	El líder sugiere ideas creativas para la realización de actividades					
3	El líder comprueba si las soluciones son correctas					
4	El líder estimula a los trabajadores a que se capaciten.					
5	Estimula en los trabajadores la crítica constructiva enfocada a problemas de la empresa.					
	<b>MOTIVACION INSPIRACIONAL</b>					
6	Comunica permanentemente en forma verbal sus expectativas para cumplir con la visión de la empresa.					
7	Motiva a los trabajadores para el logro de los objetivos de la empresa					
8	Desarrolla en los trabajadores la identificación con la empresa					
9	Se comunica de manera óptica respecto al futuro de la empresa					
10	Se muestra apasionados sobre los objetivos a alcanzar					

## CUESTIONARIO COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

**FINALIDAD:** El Presente cuestionario tiene la finalidad de conocer las opiniones de los trabajadores sobre la comunicación organizacional en las jefaturas de las diferentes áreas de la empresa.

**INSTRUCCIONES:** Sírvase marcar la respuesta que usted considere la más adecuada, por favor marque "X" donde corresponda.

(1) NUN CA	(2) CASI NUNCA	(3) A VECES SI A VECES NO	(4) CASI CONSTANTEMEN TE	(5) CONSTANTEMEN TE
------------------	----------------------	---------------------------------	--------------------------------	---------------------------

N º	ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		1	2	3	4	5
	<b>COMUNICACIÓN ASCENDENTE</b>					
1	El jefe de mi área conoce los problemas que tengo en el trabajo					
2	Al jefe le interesa la opinión que tengo					
3	Mi jefe busca soluciones frente a mis problemas					
4	La comunicación con mi jefe es eficaz					
5	Se reconoce mi logros y aportaciones en la empresa					
6	La comunicación entre gerencia y administrativos es buena					
7	La comunicación entre clientes corporativos y administrativos es buena					
	<b>COMUNICACION DESCENDENTE</b>					
8	Se estimula a los trabajadores con una buena crítica.					
9	Las dudas se comunican a una sola área					
10	Se promueve el compromiso entre los trabajadores para el trabajo de equipo					
11	La comunicación entre estaciones es buena					
12	Existe buena comunicación entre compañeros					
13	Existe controversias frente a la comunicación					
14	Existe charlas donde se brinde información actualizada					
15	La comunicación entre gerencia y estaciones es la adecuada					

## Anexo 4: Fichas de validación firmadas

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	CARLOS A. CEDRON MEDINA
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )                      Doctor ( )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa ( )                      Organizacional ( X )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) ( ) Más de 5 años ( X )

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala: Escala de Likert

Nombre de la Prueba:	Cuestionario en escala ordinal
Autor(es):	Aguilar Alvarado Kevin David Figueroa Gutierrez Angie Adamary
Procedencia:	Del autor, adaptada o validada por otros autores
Administración:	Virtual
Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Google Drive

Significación:	<p>Está compuesto por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La primera variable contiene 2 dimensiones, de 2 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> <li>- La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 2 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> </ul> <p style="text-align: center;">El cuestionario está compuesto</p>
----------------	---

#### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Liderazgo Transformacional  
Un líder transformacional es aquella persona con misión y visión objetiva, teniendo como objetivo el apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo, (Rojas et al. 2020)
- **Variable 2:** Comunicación Organizacional  
Gil y Rodríguez (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta.

Variable	Dimensiones	Definición
Liderazgo transformacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimulación intelectual</li> <li>• Motivación inspiracional</li> </ul>	Un líder transformacional es aquella persona con misión y visión objetiva, teniendo como objetivo el apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo, (Rojas et al. 2020)
Comunicación organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación descendente</li> <li>• Comunicación descendente</li> <li>• Comunicación horizontal</li> </ul>	Gil y Rodríguez (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta.

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023" elaborado por Aguilar Alvarado Kevin David y Figueroa Gutierrez Angie Adamary en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b>  El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.



y semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

1. No cumple con el criterio
2. Bajo Nivel
3. Moderado nivel
4. Alto nivel

**Variable del instrumento:** Liderazgo Transformacional

- Primera dimensión: Estimulación intelectual

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Rel eva ncia	Observaciones
Creatividad	1	4	3	3	
	2	4	3	3	



Racionalidad	3	4	3	3	
	4	4	3	3	
	5	4	3	3	

- Segunda dimensión: Motivación Inspiracional

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Optimismo	6	4	3	3	
	7	4	3	3	
	8	4	3	3	
Expresa Expectativas	9	4	3	3	
	10	4	3	3	

**Variable del instrumento:** Comunicación Organizacional

- Primera dimensión: Comunicación Ascendente

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
Retroalimentación	1	4	3	3	
	2	4	3	3	
	3	4	3	3	
Efectividad	4	4	3	3	
	5	4	3	3	
	6	4	3	3	
	7	4	3	3	

- Segunda dimensión: Comunicación Descendente

Indicadores	Ítem	Claridad	Coherencia	Relevancia	Observaciones
-------------	------	----------	------------	------------	---------------

Coordinación	8	4	3	3	
	9	4	3	3	
	10	4	3	3	
Sugerencias de Mejora	11	4	3	3	
	12	4	3	3	
	13	4	3	3	
	14	4	3	3	
	15	4	3	3	

.....

Mg. Carlos A. Cedrón Medina

DNI N° 18070929

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	Carolina Esther Castellares Jhonson
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( <input checked="" type="checkbox"/> )                      Doctor (    )
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica (    )                      Social (    ) Educativa (    )                      Organizacional ( <input checked="" type="checkbox"/> )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años (    ) (    ) Más de 5 años ( <input checked="" type="checkbox"/> )

### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala: Escala de Likert

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario en escala ordinal
<b>Autor(es):</b>	Aguilar Alvarado Kevin David Figueroa Gutierrez Angie Adamary
<b>Procedencia:</b>	Del autor, adaptada o validada por otros autores
<b>Administración:</b>	Virtual
<b>Tiempo de aplicación:</b>	10 minutos



Ámbito de aplicación:	Google Drive
Significación:	<p>Está compuesto por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La primera variable contiene 2 dimensiones, de 2 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> <li>- La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 2 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> </ul> <p>El cuestionario está compuesto</p>

#### 4. Soporte teórico

- **Variable 1: Liderazgo Transformacional**  
Un líder transformacional es aquella persona con misión y visión objetiva, teniendo como objetivo el apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo, (Rojas et al. 2020)
- **Variable 2: Comunicación Organizacional**  
Gil y Rodríguez (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta.

Variable	Dimensiones	Definición
Liderazgo transformacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimulación intelectual</li> <li>• Motivación inspiracional</li> </ul>	Un líder transformacional es aquella persona con misión y visión objetiva, teniendo como objetivo el apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo, (Rojas et al. 2020)
Comunicación organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación descendente</li> <li>• Comunicación descendente</li> <li>• Comunicación horizontal</li> </ul>	Gil y Rodríguez (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta.



#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023" elaborado por Aguilar Alvarado Kevin David y Figueroa Gutierrez Angie Adamar en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
<b>CLARIDAD</b> El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.
	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.

y semántica son adecuadas.	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

5. No cumple con el criterio
6. Bajo Nivel
7. Moderado nivel
8. Alto nivel

**variable del instrumento:** Liderazgo Transformacional

- Primera dimensión: Estimulación intelectual

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Rel eva ncia	Observaciones
Creatividad	1	4	3	3	
	2	4	3	3	
Racionalidad	3	4	3	3	



	4	4	3	3
	5	4	3	3

- Segunda dimensión: Motivación Inspiracional

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere nci a	Rel eva nci a	Observaciones
Optimismo	6	4	3	3	
	7	4	3	3	
	8	4	3	3	
Expresa Expectativas	9	4	3	3	
	10	4	3	3	

**Variable del instrumento:** Comunicación Organizacional

- Primera dimensión: Comunicación Ascendente

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere nci a	Rel eva nci a	Observaciones
Retroalimentación	1	4	3	3	
	2	4	3	3	
	3	4	3	3	
Efectividad	4	4	3	3	
	5	4	3	3	
	6	4	3	3	
	7	4	3	3	

- Segunda dimensión: Comunicación Descendente

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere nci a	Rel eva nci a	Observaciones
-------------	------	----------	--------------------	------------------------	---------------

Coordinación	8	4	3	3	
	9	4	3	3	
	10	4	3	3	
Sugerencias de Mejora	11	4	3	3	
	12	4	3	3	
	13	4	3	3	
	14	4	3	3	
	15	4	3	3	

.....  
Mg. Carolina Esther Castellares Jhonson

DNI N° 40364160

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023" La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente; aportando al quehacer psicológico. Agradecemos su valiosa colaboración.

### 1. Datos generales del juez

<b>Nombres y Apellidos del juez:</b>	Miguel Angel G. Otoya Arrese
<b>Grado profesional:</b>	Maestría ( )                      Doctor ( ) X
<b>Área de formación académica:</b>	Clínica ( )                      Social ( ) Educativa ( )                      Organizacional ( X ) ( )
<b>Áreas de experiencia profesional:</b>	Docente de la Escuela Profesional de Administración
<b>Institución donde labora:</b>	Universidad César Vallejo
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área:</b>	2 a 4 años ( ) ( ) ) Más de 5 años ( X )



### 2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos.

### 3. Datos de la escala: Escala de Likert

<b>Nombre de la Prueba:</b>	Cuestionario en escala ordinal
<b>Autor(es):</b>	Aguilar Alvarado Kevin David Figueroa Gutierrez Angie Adamary
<b>Procedencia:</b>	Del autor, adaptada o validada por otros autores
<b>Administración:</b>	Virtual

Tiempo de aplicación:	10 minutos
Ámbito de aplicación:	Google Drive
Significación:	<p>Está compuesto por dos variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La primera variable contiene 2 dimensiones, de 2 indicadores y 10 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> <li>- La segunda variable contiene 3 dimensiones, de 2 indicadores y 15 ítems en total. El objetivo es medir la relación de variables.</li> </ul> <p>El cuestionario está compuesto</p>

#### 4. Soporte teórico

- **Variable 1:** Liderazgo Transformacional  
Un líder transformacional es aquella persona con misión y visión objetiva, teniendo como objetivo el apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo, (Rojas et al. 2020)
- **Variable 2:** Comunicación Organizacional  
Gil y Rodríguez (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta.

Variable	Dimensiones	Definición
Liderazgo transformacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estimulación intelectual</li> <li>• Motivación inspiracional</li> </ul>	Un líder transformacional es aquella persona con misión y visión objetiva, teniendo como objetivo el apoyar e inculcar a los demás a cumplir sus objetivos a largo o corto plazo, (Rojas et al. 2020)
Comunicación organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación descendente</li> <li>• Comunicación descendente</li> <li>• Comunicación horizontal</li> </ul>	Gil y Rodríguez (2022) mencionan que la comunicación en las organizaciones es la esencia de las organizaciones y tiene como fin lograr los objetivos que se proyecta.

#### 5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, a usted le presento el cuestionario "Liderazgo transformacional y comunicación organizacional en una compañía comercializadora de hidrocarburos. Trujillo, 2023" elaborado por Aguilar Alvarado Kevin David y Figueroa Gutierrez Angie Adamar en el año 2023 De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

Categoría	Calificación	Indicador
CLARIDAD	1. No cumple con el criterio	El ítem no es claro.



El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	2. Bajo Nivel	El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas.
	3. Moderado nivel	Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem.
	4. Alto nivel	El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
<b>COHERENCIA</b> El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo.	1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio)	El ítem no tiene relación lógica con la dimensión.
	2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo)	El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión.
	3. Acuerdo (moderado nivel)	El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo.
	4. Totalmente de Acuerdo (alto nivel)	El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo.
<b>RELEVANCIA</b> El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido.	1. No cumple con el criterio	El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión.
	2. Bajo Nivel	El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste.
	3. Moderado nivel	El ítem es relativamente importante.
	4. Alto nivel	El ítem es muy relevante y debe ser incluido.

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente

9. No cumple con el criterio
10. Bajo Nivel
11. Moderado nivel
12. Alto nivel

**Variable del instrumento:** Liderazgo Transformacional

- Primera dimensión: Estimulación intelectual

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Rel eva ncia	Observaciones
Creatividad	1	4	3	3	



	2	4	3	3	
Racionalidad	3	4	3	3	
	4	4	3	3	
	5	4	3	3	

- Segunda dimensión: Motivación Inspiracional

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Rel eva ncia	Observaciones
Optimismo	6	4	3	3	
	7	4	3	3	
	8	4	3	3	
Expresa Expectativas	9	4	3	3	
	10	4	3	3	

**Variable del instrumento:** Comunicación Organizacional

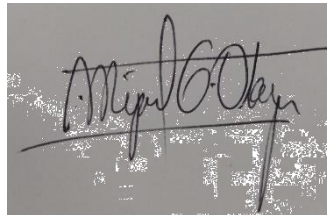
- Primera dimensión: Comunicación Ascendente

Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Rel eva ncia	Observaciones
Retroalimentación	1	4	3	3	
	2	4	3	3	
	3	4	3	3	
Efectividad	4	4	3	3	
	5	4	3	3	
	6	4	3	3	
	7	4	3	3	

- Segunda dimensión: Comunicación Descendente



Indicadores	Ítem	Claridad	Cohere ncia	Rel eva ncia	Observaciones
Coordinación	8	4	3	3	
	9	4	3	3	
	10	4	3	3	
Sugerencias de Mejora	11	4	3	3	
	12	4	3	3	
	13	4	3	3	
	14	4	3	3	
	15	4	3	3	



.....

Mgr. Miguel Angel G. Otoyá Arrese

DNI N°18084048

Pd.: el presente formato debe tomar en cuenta:

Williams y Webb (1994) así como Powell (2003), mencionan que no existe un consenso respecto al número de expertos a emplear. Por otra parte, el número de jueces que se debe emplear en un juicio depende del nivel de experticia y de la diversidad del conocimiento. Así, mientras Gable y Wolf (1993), Grant y Davis (1997), y Lynn (1986) (citados en McGartland et al. 2003) sugieren un rango de **2** hasta **20 expertos**, Hyrkäs et al. (2003) manifiestan que **10 expertos** brindarán una estimación confiable de la validez de contenido de un instrumento (cantidad mínimamente recomendable para construcciones de nuevos instrumentos). Si un 80 % de los expertos han estado de acuerdo con la validez de un ítem éste puede ser incorporado al instrumento (Voutilainen & Liukkonen, 1995, citados en Hyrkäs et al. (2003).

Ver : <https://www.revistaespacios.com/cited2017/cited2017-23.pdf> entre otra bibliografía.

## **Anexo 5: Determinación de la confiabilidad de los instrumentos**

### *Resultados de estadísticas de fiabilidad de liderazgo transformacional*

#### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.740	10

*Nota:* Datos obtenidos de la prueba piloto a (n=10) personal De una compañía comercializadora de hidrocarburos. Los resultados programa SPSS V.25.

En la tabla se observa el coeficiente de Alfa de Cronbach del cuestionario de Liderazgo transformacional, lo cual se aplicó una prueba de encuesta de 20 trabajadores dando un resultado de 0,740 esto indica que el cuestionario tiene un nivel excelente confiabilidad, debido a que se ubica en el rango 0,72 a 0,99, esto permite que el instrumento puede aplicarse en la muestra.

### *Resultados de estadísticas de fiabilidad de comunicación organizacional*

#### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
.844	15

*Nota:* Datos obtenidos de la prueba piloto a (n=15) personal De una compañía comercializadora de hidrocarburos. Los resultados programa SPSS V.25.

En la tabla se observa el coeficiente de Alfa de Cronbach del cuestionario de Comunicación organizacional, lo cual se aplicó una prueba de encuesta de 20 trabajadores dando un resultado de 0,844 esto indica que el cuestionario tiene un nivel excelente confiabilidad, debido a que se ubica en el rango 0,72 a 0,99, esto permite que el instrumento puede aplicarse en la muestra.

## Anexo 6: Prueba de normalidad de datos

*Prueba de normalidad de las variables Liderazgo Transformacional y Comunicación organizacional*

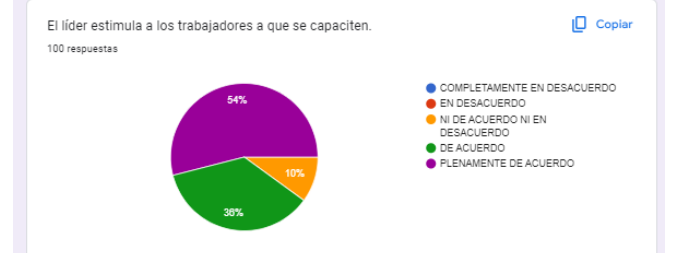
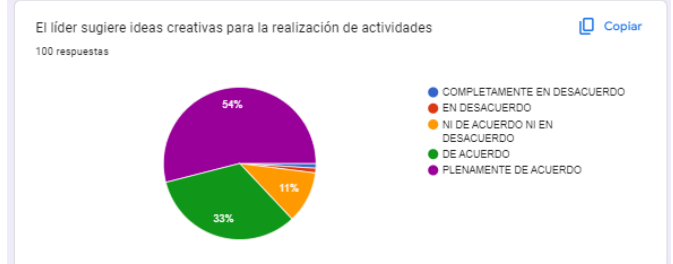
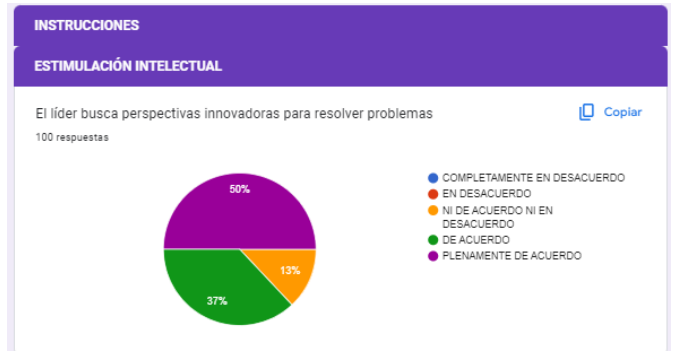
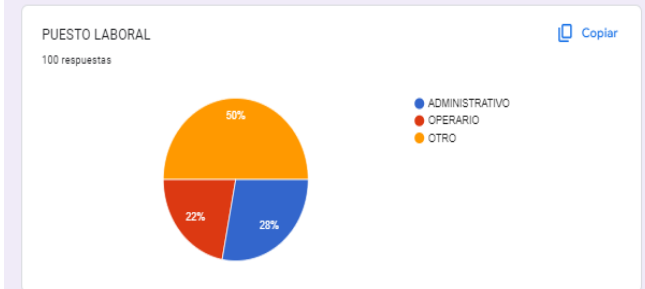
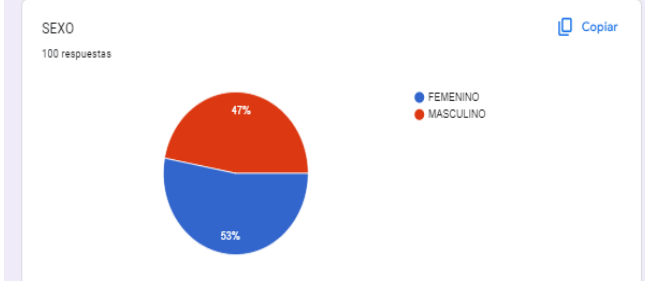
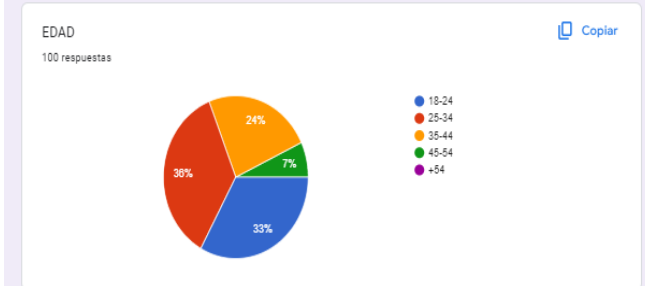
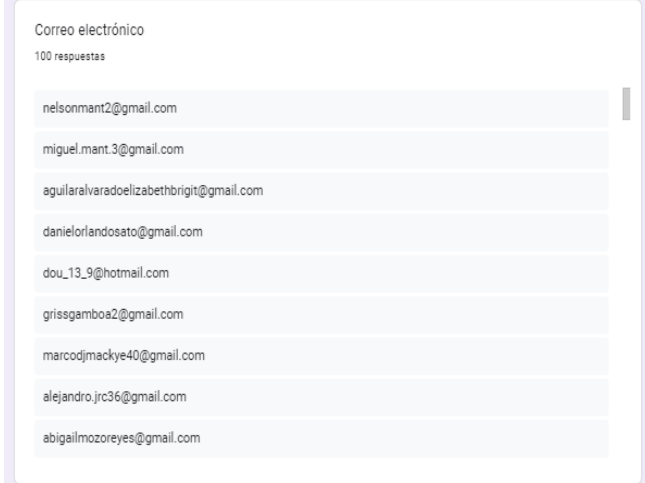
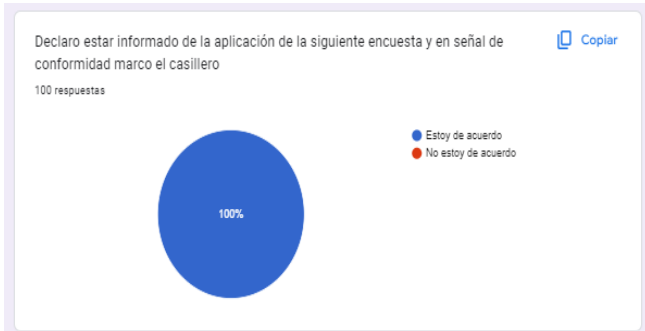
	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Liderazgo Transformacional	0.218	100	0.000	0.857	100	0.000
Comunicación Organizacional	0.152	100	0.000	0.917	100	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS 25

Según la información presentada en la tabla 1, el análisis de normalidad aplicado a nuestros datos nos lleva a seleccionar la prueba de Kolmogorov-Smirnov, dado que nuestro conjunto de datos está compuesto por 100 elementos, presentó un p-valor de significancia asociado menor que 0.05, tanto para la variable Liderazgo transformacional ( $p=0.000<0.05$ ), como para la variable Comunicación Organizacional ( $p=0.000<0.05$ ), por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula de normalidad, dando a conocer que ambas variables no presentan distribución normal, es así que para cuantificar la relación entre ambas variables, se hará uso de la prueba de correlación no paramétrica de Spearman.

## Anexo 7: Evidencia de aplicación de cuestionarios virtual

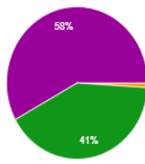


## MOTIVACIÓN INSPIRACIONAL

Comunica permanentemente en forma verbal sus expectativas para cumplir con la visión de la empresa.

[Copiar](#)

100 respuestas

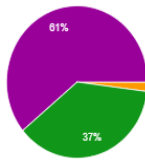


- COMPLETAMENTE EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO
- NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
- DE ACUERDO
- PLENAMENTE DE ACUERDO

Motiva a los trabajadores para el logro de los objetivos de la empresa

[Copiar](#)

100 respuestas

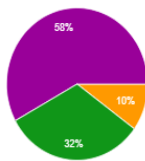


- COMPLETAMENTE EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO
- NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
- DE ACUERDO
- PLENAMENTE DE ACUERDO

Desarrolla en los trabajadores la identificación con la empresa

[Copiar](#)

100 respuestas

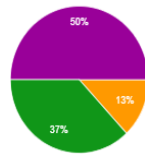


- COMPLETAMENTE EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO
- NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
- DE ACUERDO
- PLENAMENTE DE ACUERDO

Se comunica de manera óptica respecto al futuro de la empresa

[Copiar](#)

100 respuestas

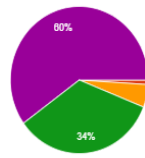


- COMPLETAMENTE EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO
- NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
- DE ACUERDO
- PLENAMENTE DE ACUERDO

Se muestra apasionados sobre los objetivos a alcanzar

[Copiar](#)

100 respuestas



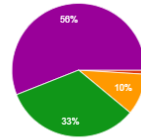
- COMPLETAMENTE EN DESACUERDO
- EN DESACUERDO
- NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO
- DE ACUERDO
- PLENAMENTE DE ACUERDO

## COMUNICACIÓN ASCENDENTE

El jefe de mi área conoce los problemas que tengo en el trabajo

[Copiar](#)

100 respuestas

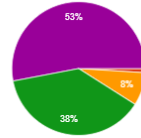


- NUNCA
- CASI NUNCA
- A VECES SI A VECES NO
- CASI CONSTANTEMENTE
- CONSTANTEMENTE

Al jefe le interesa la opinión que tengo

[Copiar](#)

100 respuestas

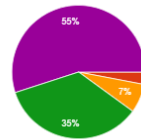


- NUNCA
- CASI NUNCA
- A VECES SI A VECES NO
- CASI CONSTANTEMENTE
- CONSTANTEMENTE

Mi jefe busca soluciones frente a mis problemas

[Copiar](#)

100 respuestas

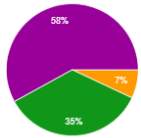


- NUNCA
- CASI NUNCA
- A VECES SI A VECES NO
- CASI CONSTANTEMENTE
- CONSTANTEMENTE

La comunicación con mi jefe es eficaz

[Copiar](#)

100 respuestas

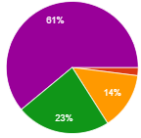


- NUNCA
- CASI NUNCA
- A VECES SI A VECES NO
- CASI CONSTANTEMENTE
- CONSTANTEMENTE

Se reconoce mi logros y aportaciones en la empresa

[Copiar](#)

100 respuestas

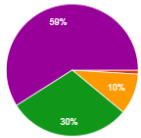


- NUNCA
- CASI NUNCA
- A VECES SI A VECES NO
- CASI CONSTANTEMENTE
- CONSTANTEMENTE

La comunicación entre gerencia y administrativos es buena

[Copiar](#)

100 respuestas

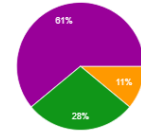


- NUNCA
- CASI NUNCA
- A VECES SI A VECES NO
- CASI CONSTANTEMENTE
- CONSTANTEMENTE

La comunicación entre clientes corporativos y administrativos es buena

[Copiar](#)

100 respuestas



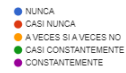
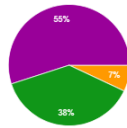
- NUNCA
- CASI NUNCA
- A VECES SI A VECES NO
- CASI CONSTANTEMENTE
- CONSTANTEMENTE

## COMUNICACIÓN DESCENDENTE

Se estimula a los trabajadores con una buena crítica.

[Copiar](#)

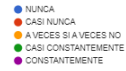
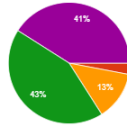
100 respuestas



Las dudas se comunican a una sola área

[Copiar](#)

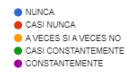
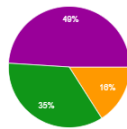
100 respuestas



Existe buena comunicación entre compañeros

[Copiar](#)

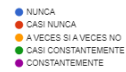
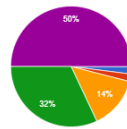
100 respuestas



La comunicación entre estaciones es buena

[Copiar](#)

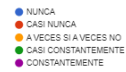
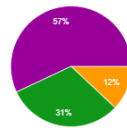
100 respuestas



Se promueve el compromiso entre los trabajadores para el trabajo de equipo

[Copiar](#)

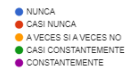
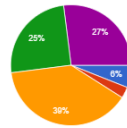
100 respuestas



Existe controversias frente a la comunicación

[Copiar](#)

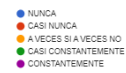
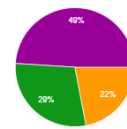
100 respuestas



Existe charlas donde se brinde información actualizada

[Copiar](#)

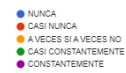
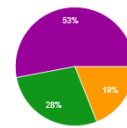
100 respuestas



La comunicación entre gerencia y estaciones es la adecuada

[Copiar](#)

100 respuestas



## Anexo 8: Base de datos piloto

### Base de datos de la variable liderazgo transformacional

VARIABLE LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL										
PART.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	3	4	5	3	3	4
4	2	4	3	5	5	5	5	4	4	4
5	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3
6	1	4	3	5	5	5	5	3	5	4
7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
8	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4
9	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3
10	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5
11	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
12	4	4	4	4	3	5	5	4	5	5
13	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
14	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
15	5	5	4	4	3	4	4	5	3	3
16	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

### Base de datos de la variable comunicación organizacional

VARIABLE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL															
PART.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	3	5	5	5	3	2	3	5	4	2	4	4
4	3	5	5	5	4	4	3	4	3	4	5	5	5	4	4
5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
7	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
9	4	4	5	5	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4
12	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4
13	5	5	5	5	4	4	4	5	2	4	4	5	5	5	4
14	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
15	5	5	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3
16	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5
17	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4	4	5	3	3	4
18	5	5	5	5	5	3	3	4	3	4	3	5	4	3	4
19	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	5	4	4	5
20	4	5	5	5	5	3	3	5	4	3	4	4	3	3	3





## Anexo 10: Ficha técnica de los instrumentos

### Instrumento 01: Cuestionario de Liderazgo Transformacional

#### Ficha Técnica

TÉCNICA	Encuesta
INSTRUMENTO	Cuestionario
AUTORES	Aguilar Alvarado, Kevin David y Figueroa Gutierrez, Angie Adamary (2023)
ÁMBITO DE APLICACIÓN	Trabajadores de oficina, operarios y personal de limpieza
PAIS	Perú
ADMINISTRACIÓN O APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO	Individual
DIMENSIONES	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estimulación Intelectual</li><li>• Motivación Inspiracional</li></ul>
EVALUACIÓN	Con la escala de Likert: Plenamente de acuerdo =5, de acuerdo =4, de acuerdo ni en desacuerdo =3, en desacuerdo =2, completamente en desacuerdo =1

Instrumento 02: Cuestionario de Comunicación Organizacional

**Ficha Técnica**

TÉCNICA	Encuesta
INSTRUMENTO	Cuestionario
AUTORES	Aguilar Alvarado, Kevin David y Figueroa Gutierrez, Angie Adamary (2023)
ÁMBITO DE APLICACIÓN	Trabajadores de oficina, operarios y personal de limpieza
PAIS	Perú
ADMINISTRACIÓN O APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO	Individual
DIMENSIONES	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comunicación Ascendente</li><li>• Comunicación Descendente</li></ul>
EVALUACIÓN	Con la escala de Likert: Nunca =1, casi Nunca =2, a veces si o a veces no =3, casi constantemente =4, constantemente =5



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

### **Declaratoria de Autenticidad de los Asesores**

Nosotros, ESPINOZA RODRIGUEZ OLENKA ANA CATHERINE , PALACIOS RODRIGUEZ JESUS, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TRUJILLO, asesores de Tesis titulada: "LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN UNA COMPAÑÍA COMERCIALIZADORA DE HIDROCARBUROS. TRUJILLO, 2023", cuyos autores son FIGUEROA GUTIERREZ ANGIE ADAMARY, AGUILAR ALVARADO KEVIN DAVID, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TRUJILLO, 23 de Noviembre del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
JESUS PALACIOS RODRIGUEZ <b>DNI:</b> 41639320 <b>ORCID:</b> 0000-0003-4243-6825	Firmado electrónicamente por: JPALACIOSRO01 el 10-12-2023 09:24:22
OLENKA ANA CATHERINE ESPINOZA RODRIGUEZ <b>DNI:</b> 18092486 <b>ORCID:</b> 0000-0003-3058-816X	Firmado electrónicamente por: OAESPINOZAR el 08-12-2023 22:14:28

Código documento Trilce: TRI - 0663174