



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**Comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos
efectivo del banco Interbank - Lima, 2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Br. Martínez Poquioma, Maribel Eraldina (ORCID: 0000-0001-7662-8716)

ASESORAS:

Mg. Cerafin Urbano, Virginia Asunción (ORCID: 0000-0002-5180-5306)

Dra. Rojas Romero, Karin Corina (ORCID: 0000-0002-6867-0778)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

LIMA – PERÚ

2018

Dedicatoria

El tiempo pasa tan rápido, y doy gracias a Dios por concederme la dicha de poder culminar mi carrera.

Amo a mis hijos más que a mi propia vida y tal vez con el fin de sacarlos adelante me faltó decirles tantas cosas, Abrazarlos, besarlos cada minuto, pero déjenme decirles que cada día que le dedique a este trabajo en mis pensamientos también estuvieron ustedes presente es por ello que son la motivación por la cual culmine este objetivo. Gracias a mis papis Basilio y Nazaria y mi esposo Danny que fueron el motor para tomar este camino que hoy lo veo concluido.

Agradecimiento

La universidad me dio la bienvenida al mundo como tal, las oportunidades que me ha brindado para lograr mis objetivos profesionales a toda su plana docente de pregrado de la Escuela de Administración, que fueron parte de mi desarrollo académico.

Agradezco al Banco Interbank por darme la Facilidad del acceso a la información para lograr el objetivo de mi investigación.

Índice de contenidos

| | |
|---|------|
| Carátula | i |
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos | iv |
| Índice de tablas | v |
| Índice de figuras | vi |
| Resumen | vii |
| Abstract | viii |
| I. 1 | |
| II. 5 | |
| III. 17 | |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 17 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 18 |
| 3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis | 19 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos | 19 |
| 3.5. Procedimientos | 23 |
| 3.6. Método de análisis de datos | 23 |
| 3.7. Aspectos éticos | 23 |
| IV. RESULTADOS | 24 |
| V. 42 | |
| VI. 48 | |
| VII. 50 | |
| REFERENCIAS | 51 |
| ANEXOS | 57 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Niveles de confiabilidad | 20 |
| Tabla 2 Validación de juicio de expertos | 20 |
| Tabla 3 Estadística de fiabilidad comunicación | 21 |
| Tabla 4 Estadística de fiabilidad liderazgo | 21 |
| Tabla 5 Nivel y rango de la variable comunicación | 22 |
| Tabla 6 Nivel y rango de la variable liderazgo | 22 |
| Tabla 7 Niveles y porcentajes de la comunicación | 24 |
| Tabla 8 Niveles y porcentajes del liderazgo | 25 |
| Tabla 9 Niveles y porcentajes del control | 26 |
| Tabla 10 Niveles y porcentajes de la motivación | 27 |
| Tabla 11 Niveles y porcentajes de expresión de emociones | 28 |
| Tabla 12 Niveles y porcentajes de la información | 29 |
| Tabla 13 Niveles y porcentajes del liderazgo transformacional | 30 |
| Tabla 14 Niveles y porcentajes del liderazgo carismático | 31 |
| Tabla 15 Niveles y porcentajes de atribución y liderazgo | 32 |
| Tabla 16 Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo | 33 |
| Tabla 17 Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo transformacional | 34 |
| Tabla 18 Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo carismático | 35 |
| Tabla 19 Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y atribución y liderazgo | 36 |
| Tabla 20 Prueba de normalidad según kolmogorov - Smirnov de la comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. | 37 |
| Tabla 21 Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre la comunicación y el liderazgo. | 38 |
| Tabla 22 Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre comunicación y el liderazgo transformacional. | 39 |
| Tabla 23 Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre comunicación y el liderazgo carismático. | 40 |
| Tabla 24 Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre comunicación y la atribución y liderazgo. | 41 |

Índice de figuras

| | | |
|-----------|--|----|
| Figura 1 | Percepción de la comunicación | 24 |
| Figura 2 | Percepción del liderazgo | 25 |
| Figura 3 | Percepción del control | 26 |
| Figura 4 | Percepción de la motivación | 27 |
| Figura 5 | Percepción de expresión de emociones | 28 |
| Figura 6 | Percepción de la información | 29 |
| Figura 7 | Percepción del liderazgo transformacional | 30 |
| Figura 8 | Percepción del liderazgo carismático | 31 |
| Figura 9 | Percepción de atribución y liderazgo | 32 |
| Figura 10 | Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo | 33 |
| Figura 11 | Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo transformacional | 34 |
| Figura 12 | Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo carismático. | 35 |
| Figura 13 | Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y atribución y liderazgo | 36 |

Resumen

En la presente investigación cuyo objetivo fue determinar la relación entre la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. La metodología estuvo basada en una investigación de tipo sustantiva, descriptiva, correlacional; con un diseño no experimental. La población estuvo conformada por un total de 50 colaboradores del equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank Lima; la muestra de análisis fue probabilística, considerándose la misma cantidad de personas que la población ya que el segmento es pequeño. La técnica del análisis que se empleó en la investigación es la encuesta y el instrumento es el cuestionario, de la cual se obtuvo información de la relación existente en la entidad, con el fin de obtener conclusiones y sugerir recomendaciones. Siendo los resultados de la prueba Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es $r = 0.808$ lo que indica una correlación positiva alta, y un $\text{sig} = 0.00$ siendo menor a 0.05 y una relación significativa al 95%, concluyendo que existe relación significativa entre la comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

Palabras claves: Comunicación, liderazgo, dirección.

Abstract

In the present investigation whose objective was to determine the relationship between communication and leadership in the team of the loan area of the interbank bank - Lima 2021. The methodology was based on a substantive, descriptive, correlational type research; with a non-experimental design. The population consisted of a total of 50 employees of the team of the effective loan area of the interbank bank Lima; the analysis sample was probabilistic, considering the same number of people as the population since the segment is small. The technique of analysis used in the investigation is the survey and the instrument is the questionnaire, from which information was obtained of the existing relationship in the entity, in order to obtain conclusions and suggest recommendations. Of the results obtained in the Spearman's Rho test, where the value of the correlation coefficient is $r = 0.808$ which indicates a high positive correlation, and a $\text{sig} = 0.00$ being less than 0.05 and a significant relation to 95%, concluding that there is a significant relationship between communication and leadership in the team of the loan area of the interbank bank - Lima 2021.

Keywords: Communication, leadership, direction.

I. INTRODUCCIÓN

El éxito en las organizaciones se ha logrado mediante ciertas habilidades sociales las cuales contribuyen a efectos positivos en las personas dentro de una empresa, estas habilidades han contribuido al progreso emocional y profesional ya que permite alcanzar la superación de sí mismo y obtener excelentes resultados laborales, sin embargo, genera gran dependencia en la capacidad de gestionar estratégicamente ciertas habilidades, específicamente en la comunicación, el cual permite impulsar el correcto desarrollo del liderazgo en un equipo de trabajo. Según Defferrari (2021) indicó que el liderazgo es aquella actividad en la cual se busca influir, entusiasmar y guiar a las personas para que se comprometan incondicionalmente a desarrollar las metas e intereses de la organización.

A nivel global, la tecnología ha empezado a tener gran significancia debido a la coyuntura del COVID-19 el cual ha permitido a las organizaciones a cambiar su perspectiva en el mundo de los negocios. Con respecto a lo anterior, Pérez (2020) sostuvo que se necesita un gran equilibrio entre habilidades sociales y profesionales para alcanzar los objetivos fundamentales de cada organización, en referencia a esto menciona que el liderazgo, los recursos humanos y la tecnología son los pilares fundamentales que necesita cumplir cada organización para ser productivo y generar competencia en el mercado. Asimismo, la tecnología ha causado gran revuelo al personal de cada empresa ya que rompe el paradigma presencial y se optimiza la modalidad a distancia de los procesos de la organización, cabe recalcar que, con ayuda de la tecnología, es posible optimizar la comunicación entre todo el personal de la empresa ya que consta de comunicación automática por medio de correo electrónico, reuniones virtuales con la finalidad de compartir ideas y expresar un mismo objetivo.

A nivel nacional, las restricciones que impuso el régimen gubernamental para frenar el alcance del COVID-19 ocasionó que se abran nuevos objetivos para las organizaciones en relación con la comunicación existente en colaboradores, ya que obtuvo gran importancia con la llegada del teletrabajo, muchas empresas tuvieron que reestructurar sus estrategias para poder sobrevivir en estos tiempos de pandemia, por ello se tuvo que reforzar la sensibilización del valor de la comunicación empresarial, ya que esto permite

que exista un ambiente muy sano para seguir trabajando conjuntamente, para lograr esto, las empresas practicaron la empatía, asertividad y tolerancia, de modo que ayude a mejorar la relación de la empresa con los colaboradores. Resaltando lo anterior descrito, Gil (2020) indicó que la comunicación busca reforzar el ambiente virtual y lograr que los empleados se sientan vinculados e identificados en un mismo equipo, sin embargo, para que la comunicación fluya positivamente dentro de un equipo de trabajo, es necesario practicar el liderazgo, el cual es la habilidad de cierto individuo en guiar, motivar y dirigir a su equipo de trabajo con la finalidad de lograr un desarrollo más productivo en los procedimientos o actividades de la compañía.

A nivel local se realizó un estudio en el equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank, de la oficina ubicada en el distrito de Lima, av. Garcilaso de la Vega 1337 interior 2401 puerta número 6, el cual está representado por 50 trabajadores, el cual se fundó el 1 de mayo de 1897, e inició sus operaciones el 17 del mismo mes, tiene una fuerza de ventas vía telefónica, se ofrecen préstamos de efectivo por tarjeta, compra de deuda, préstamos personales, ventas de tarjetas de crédito, entre otros; la visión consta de brindar una excelente atención al cliente y como misión mejorar la calidad de vida del público en general mediante la usabilidad de un sistema ágil y amigable. Sin embargo, se pudo analizar que presentan problemas de comunicación, ya que al no ser clara y precisa no se logra que el mensaje llegue a través de los diferentes niveles y se pueda concebir claramente lo que precisa la idea, no se percibe un liderazgo, ya que no se trata solo de influenciar o dirigir un grupo de personas, más bien debe tener ideas y objetivos claros, es posible que las decisiones tomadas no sean las correctas y esto afecte la estabilidad del área y por ende a la empresa, el líder no cuenta con el carisma, ni aceptación del grupo al cual representa, su influencia no es positiva en ellos, o al menos no se advierte un compromiso sincero.

Esta investigación se realizó debido a las diversas problemáticas presentadas en el área tales como la carencia de comunicación y liderazgo, los cuales se han puesto en manifiesto por la falta de motivación en los colaboradores, falta de compromiso, presentando mensualmente 10% en las quejas constantes que se ven reflejadas en libro de reclamaciones correspondientes a la sucursal y esto a su vez en el desempeño y en las metas

inconclusas que se ha ido registrando, las cuales son evaluadas cada mes y los informes se muestran desastrosos. De tal modo se percibe un comportamiento en la organización muy desordenado, precisando que los grupos internos de trabajo sin incluir a los equipos designados no muestran compañerismo ni trabajo en equipo ya que no existe apoyo entre los colaboradores, debido a esto las personas no están acostumbradas a expresar sus emociones, también se resalta la carencia de apoyo a los líderes, debido a que este no ha demostrado suficiente empatía ni capacidad de dirigir de manera estable y segura al equipo de trabajo. Por otra parte, existe también una sobre carga de trabajo e ineficiencia en las actividades de gestión de la organización y provoca caos en el manejo de la comunicación.

Tomando como referencia lo anterior mencionado en la presente investigación se consideró como probl. gen.: ¿Cuál es la relación entre la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021?; continuando como probl. específico se consideró: (a) ¿Cuál es la relación entre la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021?; (b) ¿Cuál es la relación entre la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021?; (c) ¿Cuál es la relación entre la comunicación y la atribución y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021?

Además, como justificación teórica, se relacionó la propuesta de Canalé (2019), donde sostiene que la interpretación humana es generada por medio de constante evolución de la información, de tal forma este trabajo de investigación ayuda a generar más conocimientos, asimismo reforzar temas sociales mediante las variables mencionadas.

En relación con la justificación práctica, según Hernández (2018), se mencionó que la investigación posee la intención de probar la relación existente entre la comunicación y el liderazgo, por medio de una gran cantidad de información tomando como referencia el comportamiento de los colaboradores, fortaleciendo la confianza dentro del equipo y resaltar la capacidad que un líder requiere para guiar y motivar a su equipo de trabajo.

El presente trabajo de investigación tuvo como justificación metodológica viable, la acción de generar un instrumento de investigación llamado

cuestionario, con la finalidad de asegurar información verídica, el cual es muy beneficioso para el correcto desarrollo de la investigación.

El objetivo general de la presente investigación fue: Determinar la relación entre la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021; mientras que los objetivos específicos han sido: (a) Determinar la relación entre la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021; (b) Identificar la relación entre la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021; (c) Determinar la relación entre la comunicación con la atribución y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

La hipótesis general presentada para la investigación fue: Existe relación significativa entre la comunicación y el liderazgo del equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. Las hipótesis específicas planteadas fueron: (a) Existe relación significativa entre la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021; (b) Existe relación significativa entre la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021; (c) Existe relación significativa entre la comunicación y la atribución y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Según, Escobedo & Segovia (2020) indican que la finalidad de su trabajo de investigación es establecer en qué medida la comunicación asertiva como técnica colabora a un liderazgo efectivo en la Municipalidad Distrital de Aguas Verdes, Región Tumbes, Provincia de Zarumilla, 2019. Para ello, se superpuso un diseño no experimental de tipo transversal, de investigación descriptiva, haciendo uso de una encuesta aplicada a una muestra de 57 empleados. Una vez realizado esta recogida de datos se procedió a la validación, por consiguiente, pasar a la codificación correspondiente, hasta llegar a la introducción de datos, para inmediatamente proceder con la tabulación y análisis estadísticos.

Finalmente llegar con los resultados que determinan que la comunicación asertiva es uno de los métodos más útiles e imprescindibles dentro del liderazgo efectivo, debido a que aprecia al ser humano, fomenta la confianza y vigoriza afinidad personal. La comunicación tiene en base los siguientes indicadores: control de emociones (49.33%), lenguaje (50.00%), retroalimentación (49.66%), examen de señales no verbales (50.00%) y escucha activa (48.33%), contemplándose que no tiene avances tan significativos. Además, el liderazgo se encuentra estructurada por medio de dimensiones como: poder (46.75%), seguridad (48.25%), sabiduría (52.00%) y guía (53.25%); demostrándose que la cabida del liderazgo no se encuentra de manera profunda. Por lo que es recomendable que las autoridades municipales deban proponer y elaborar un proyecto estratégico basado en la comunicación asertiva y el liderazgo efectivo; en donde se comprometa a altos directivos y empleados de la Municipalidad Distrital de Aguas Verdes para mejorar la situación actual.

De igual manera Schlamp, Gerpott & Voelpel (2020) sostienen que la finalidad del trabajo de investigación consistió en la investigación del rol del género en la vinculación de los actos comunicativos que ocurren en las interacciones de equipos autogestionados con el liderazgo emergente. Específicamente, este estudio muestra un marco que diferencia entre agentes y tareas comunales e indicadas a las relaciones de comunicación como predictores del liderazgo emergente, partiendo con la hipótesis en la que se manifiesta que los hombres y las mujeres no difieren en lo que dicen, no obstante, si difieren en cómo son indemnizados por sus declaraciones. Para ello,

se manejó la sistematización de interacción para aprehender la comunicación de la reunión de 116 miembros de 41 equipos autogestionados. Asimismo, un enfoque de codificación innovador y detallado para reunir datos que se suman a estudios previos. Los resultados de estudios revelaron de que los hombres y las mujeres manifestaron la misma cantidad de tareas agentes y comunales, evidenciaron comunicación orientada a las relaciones y exhibieron la probabilidad que emergieran como líderes. Esta averiguación evidencia así la diferencia de los hombres; las mujeres experimentan una desventaja en términos de adscripciones de liderazgo.

Por otro lado, Talledo (2019) mantiene que su trabajo de investigación detalla como meta primordial establecer de qué manera las estrategias de liderazgo intervienen con la comunicación organizacional interna de los empleados pertenecientes a una empresa de servicios localizado en la ciudad de Lima. La investigación consto de un enfoque explicativo y un diseño comparativo, esto se demuestra en su aplicación de pruebas a dos grupos de empleados con distintas características y estilos, por otro lado, se utilizó como instrumentos: el Cuestionario de Estilos de comunicación y la prueba de Kurt Lewin. Como producto de los resultados obtenidos por medio de las encuestas, se puede finalizar que la aplicación de las estrategias de liderazgo como de implementación de indicadores, propósitos de difusión y proyecto de estrategias de mejoras de clima laboral, contribuirán y favorecerán a reforzar la comunicación de la empresa de manera interna en servicios de la ciudad de Lima. De igual manera, se recomienda que se deben efectuar variaciones de acuerdo a la concientización para la divulgación de información empresarial.

Mientras tanto, Martínez, Hernández, Torres, García & Montaña (2018) indican que su trabajo de investigación pretende examinar el predominio que tienen el Liderazgo en el Clima Organizacional y la Comunicación Organizacional de las Pymes en el rubro de la Industria textil del Estado de Hidalgo. Por ello, se desarrolló una indagación de tipo cuantitativo y descriptivo, además de sección colateral, el cual utilizo como muestra a 250 empleados que trabajan en microempresas dentro del sector textil en la jurisdicción del estado de Hidalgo, obteniendo un ejemplar representativo y específico que consta de 150 personas desde un nivel de confianza con un porcentaje de 95%, un error permisible del 5% y máxima variabilidad. A quienes se le proporciono un formulario de tipo

multifactorial el cual fue creado por Mellado en el año 2005, dicho formulario está dividido en dos: en la primera se requiere información de carácter demográfica, para comprender a los trabajadores estudiados y conocer si aquello influye o marca desigualdades.

En la segunda comprende un formulario de 50 preguntas con puntuación basado en la escala de Likert, teniendo como base 7 dimensiones involucradas a al clima laboral y la comunicación organizacional. Los resultados del estudio de investigación establecen que los empleados conciben un bajo clima entretanto los superiores conciben un buen clima, en este contexto se decreta que por el lado de los empleados se considera lo personal, motivacional o emocional y en cambio los superiores, expresan sus percepciones teniendo como consideración los puntos de la organización que vienen hacer los objetivos, el compromiso organizacional y las metas. Por lo que se sugiere promover la vanguardia en las empresas industriales, para enriquecer el entorno laboral y los resultados empresariales emergentes cuando se bifurcan del comportamiento estereotipado esperado.

Por otra parte, Martínez M., Martínez V., Martínez V. & León (2018) señalan que su investigación tiene como propósito averiguar la manera de como un líder describe los rasgos esenciales y la manera como interacciona con su equipo a través de los rasgos, comunicación y actividades que manifiesta un líder a cargo de una organización humana por medio de su experiencia. Se basa en el paradigma científico cualitativo, la investigación se aproxima a la comunicación, herramienta del liderazgo responsable experimentado por los líderes de los grupos en el entorno de la complicación. Esta investigación comenzó con la elaboración de entrevistas que fueron efectuadas a 26 informantes de profesiones y sexos diferentes pertenecientes a ambos sectores del mercado tanto público como privado.

Los resultados fueron examinados y estudiados en base a las teorías de comunicación y liderazgo y analizados tomando como referente distintos criterios relacionados a dichas experiencias. Se llegó a la conclusión un comunicador efectivo presenta las siguientes características personales como cualidades: se vincula con los demás compartiendo la comunicación, domina atender a la gente, utiliza la retroalimentación y sostiene unido a los demás por medio de la comunicación. Las situaciones de la organización que favorecen el liderazgo

responsable están en base a la existencia de una comunicación clara, abierta y amplia. Los ofrecimientos de los líderes noveles se construyen por su capacidad de diálogo y el empleo de las nuevas tecnologías.

Sin embargo, Trujillo (2017) sostiene que la intención de su investigación consistió en diagnosticar de qué forma la comunicación interna predomina e influye en la calidad del clima organizacional de los trabajadores en las instituciones públicas descentralizadas pertenecientes del sector de energía y minas localizadas en la provincia de Lima. Para ello, se realizó un estudio de tipo descriptivo, de diseño no experimental, explicativo en base a un enfoque cuantitativo y colateral con semblantes correlacionales.

En la investigación, las instituciones elegidas contaron con una población de 627 trabajadores. Pero se laboró con una muestra que consto de 238 trabajadores, que fueron elegidos por medio del muestreo probabilístico, teniendo como margen de error un porcentaje de 5%. Se desarrolló el método de la encuesta con la ayuda de un formulario que contuvo 36 preguntas, configurado con la escala de Likert y de referencia la metodología 1A de Manuel Tessi. Se consiguió como resultado un grado de fiabilidad de 0.977, igualmente una percepción de comunicación intrapersonal (69.3%), moderada percepción de comunicación interpersonal (52.9%), baja percepción de comunicación institucional (33.2%), moderada percepción de liderazgo (43.3%), moderada percepción de trabajo en equipo (32.4%) y baja percepción de motivación (33.2%). Para la prueba de las hipótesis se utilizó el Chi-cuadrado de Pearson, obteniendo un alto nivel de 0.000 y para realizar la cruzada de las variables se utilizó la prueba de Pearson, que dio de resultado 0.872. Por lo tanto, se determinó que la comunicación interna interviene de forma positiva en el ámbito del clima de una organización, sugiriéndose tener una comunicación constituida en donde se respete y estime a todos los miembros que conforman la organización.

También Argandoña (2017) menciona que el propósito de su investigación fue reconocer los aportes de la comunicación, el liderazgo y el trabajo colaborativo influyentes en el interior del clima organizacional en el BCB tanto como las condiciones y características que se atribuyen. Por ello, su presente estudio investigativo fue de tipo explicativo-descriptivo y con enfoque mixto con parte cuantitativo y cualitativo, a su vez teniendo en cuenta como instrumento de

base las encuestas estructuras, las cuales tienen 20 ítems y estas abarcan 3 tipos de dimensiones. Dentro de ello las preguntas fueron de base cerrada es decir presenta opciones de respuesta en elección múltiple, con la evaluación en base a la escala de Litwin y Stringer que consta de cuatro puntos calificativos. Los resultados demostraron que existe un tipo de liderazgo democrático, considerando que sus líderes muestran peculiaridades transcendentales que decretan una aplicación de gestión positiva, asimismo las peculiaridades de las dimensiones conocidas para objeto de estudio, como se hallan y cómo inciden cada una de estas en el entorno del clima organizacional.

Consecuentemente, Pachas (2016) indica que su trabajo de investigación se desarrolló con la finalidad de establecer el vínculo entre la Comunicación Empresarial y el Liderazgo Participativo en el Call Center Allus Global BPO Center. Para ello, se abarcó en consideración una población de estudio que consto de 135 trabajadores de la Cuenta Entel Chile, Segmento de Cuenta Controlada del área de Atención al Cliente y la muestra en estudio fue formado por 100 trabajadores. Los datos fueron conseguidos con el instrumento de un cuestionario y de la técnica de la encuesta. La evaluación de los datos obtenidos se efectuó con el apoyo del programa estadístico SPSS.V20, el cual concedió alcanzar resultados de tablas y gráficos de frecuencias que inmediatamente se comprendieron fácilmente con los especialistas. Finalmente se llegó a la conclusión, de que hay un vínculo significativo en medio de la Comunicación Empresarial y el Liderazgo Participativo, por lo que se recomienda elaborar reuniones y actividades que logren garantizar su estabilidad para poder conseguir el logro de los objetivos planteados.

Continuando con la descripción de variables, se alega la variable comunicación a Escandell (2020) quien sostiene que la comunicación es el proceso por el cual se hace un intercambio o compartimiento de información de tipo verbal o no verbal, entre uno que desea expresarse y el otro entenderlo. Este proceso es fundamental dentro de la experiencia humana y el entorno social de manera diaria porque es un atributo del ser humano y que de una forma u otra se encuentra siempre envuelto en uno o varias formas del proceso. (p.34). Por otro lado, se describirán las dimensiones de la variable, la primera vendría ser (a) Control, en el cual Sánchez (2017) lo representa como el proceso que verifica, cerciora y mide los resultados con relación a los planes e identifica las

debilidades y los errores con la finalidad de rectificarlas para obtener una evaluación de conformidad, con resultados propicios y positivos. Se ha desfragmentado esta dimensión en los siguientes indicadores: (a.1) Comportamiento de la organización, según Alles (2018), indica que el comportamiento de la organización es la representación de la conducta del factor humano dentro de la organización, la cual puede ser influenciada por sus relaciones interpersonales, el ambiente psicológico, el entorno social, económico, laboral y entre otros que prevalecen al momento de presentarse la conducta, por otro lado Díaz & Rodríguez (2016) aclaran que un comportamiento saludable en las organizaciones consisten en el progresivo nexo y respaldo igualitario entre colaboradores e instituciones, se considera una disciplina que se inició como agrupación multidisciplinaria encargada en el manejo de información y conocimientos para poder administrar y estudiar el comportamiento del ser humano en las empresas.

Por otro lado, continuaremos con el siguiente indicador que vendría ser el (a.2) Grupos, el cual Molero, Lois, García & Gómez (2020) lo definen como un conjunto individuo que poseen una relación de tipo: formal, informal, de mando, de interés o de amistad, que como consecuencia hacen a estas ser independientes en algún grado significativo para alguna finalidad e intereses comunes. Seguidamente se definirá el siguiente indicador, el cual es la (a.3) Personas, según Molero, Lois, García & Gómez (2020), lo definen como los únicos individuos que disponen de la razón de manera innata y sensatos de sí mismos, que poseen una identidad propia, una plena capacidad mental y responsabilidad de sus acciones; conllevando a ser un ser social con derechos y obligaciones.

En ese sentido, continuaremos con la segunda dimensión (b) Motivación, en la cual Napolitano (2018) lo describe como la disposición positiva que impulsa a una persona a realizar determinadas actividades de importancia y significado porque conllevan al cumplimiento de objetivos planteados. En otras palabras, la motivación es un activador de la conducta humana para alcanzar ciertas metas. Para ello se dividió en los siguientes indicadores: (b.1) Desempeño, según Alles (2017), el desempeño se relaciona con las acciones o las conductas que realizan los trabajadores que son sobresalientes para el éxito de las metas de una organización, siente así la fortaleza más crucial dentro una compañía; además

el desempeño va de la mano con las destrezas y conocimientos que soportan las actividades de una persona para afianzar su capacidad y estas puedan ser medidas por medio de calificaciones y grado de aportación, asimismo Lucciarini (2016) manifiesta que el desempeño son las actividades o conductas resaltantes de los empleados que sobresalen en beneficio y estricto logro de las metas de la empresa.

Como siguiente indicador, podemos visualizar la (b.2) Metas, según Baumgarten (2016), menciona que son como una serie de actividades que se deben seguir y terminar para lograr cumplir el objetivo general planteado; el logro de metas se percibe como una especie de superación personal en diferentes campos puesto que se ha realizado un esfuerzo con eficacia y eficiencia. Continuando con los indicadores, podemos indicar al (b.3) Objetivos, según Raymond (2020), afirma que los objetivos son el producto que se desea obtener y que se ambiciona conseguir con la realización de los trabajos que están relacionados a las metas que integran un proyecto, empresa o entidad. Dichos objetivos deben cumplir con las siguientes características: medibles, realistas, realizables, precisas y limitadas. Los objetivos sirven de base para realizar una evaluación de éxito o fracaso, así como direccionar correctamente las actividades. Por otro lado, Marulanda & González (2017) infieren que los objetivos son aquellos resultados perseguidos con anhelo y sirven de base concreta para el desarrollo de tácticas o estrategias, con la finalidad de beneficiar a la organización correspondiente.

Asimismo, se puede dar paso con la tercera dimensión (c) expresión de emociones, en la cual Orón (2019) lo define como la forma en que se manifiestan, ocultan o regulan las diferentes reacciones afectivas que puede sentir una persona en el interior. Estas emociones son experiencias que de acuerdo con el entorno de la situación pueden ser cambiantes y alterados, pero todos son expresables mediante gestos o movimientos. Para ello se dividió en los siguientes indicadores: (c.1) Sentimientos, según Rojas (2020), los sentimientos son un desarrollo interno que produce sensaciones de afecto dirigido a una persona, animal o cosa; estas son el producto de una emoción en el cual una persona es consciente por su propia voluntad. Continuamente alegamos a Logan (2019) que indica que el sentimiento es un estado de armonía donde prevalecen emociones de afecto, miedo y tristeza, representados por cada persona, estos

sentimientos tienden a ser duraderos y se manifiestan en situaciones alicientes del exterior. Por lo tanto, los sentimientos nacen de la percepción de las emociones que puede sentir la persona además de las causas que interfieren. Continuando con los indicadores, podemos indicar al (c.2) Satisfacción, según Rojas (2020), afirma que la satisfacción es una percepción grata que prueba un ser humano al conseguir la mejora de la estabilidad de una necesidad. En conclusión, es la apreciación de satisfacción de un estímulo que consiguió sus objetivos. Tomando como referencia a Drela (2018) indica que la satisfacción es un estado de placer en la cual intervienen factores laborales como los sentimientos de estadía, determinación de las actividades y las evaluaciones periódicas que ayudan a optimizar las actividades asignadas a cada colaborador, por lo cual se necesita estar en constante comunicación con el trabajador para establecer medidas y protocolos permitiendo que obtenga identidad y satisfacción por trabajar en la empresa. Por otra parte, continuaremos con el siguiente indicador que vendría ser el (c.3) Necesidades sociales, el cual Ontoria (2018) sostiene que este indicador se define como exigencias humanas que conceden un significado de carácter social a la persona, produciendo oportunidades que le permitan desenvolverse en su papel activo y beneficioso al grupo humano al cual pertenece, además son imprescindibles porque el vínculo social es un gran factor en nuestras emociones y sentimientos personales. Asimismo, se puede alegar a Ribotta (2021) donde menciona que las necesidades sociales suelen conectarse de forma natural y anexado a escenas sociales, culturales y políticas en el que se encuentran las personas.

En tal sentido, continuaremos describiendo la siguiente dimensión (d) Información, en la cual Ferrell & Hirt (2016) expresan que es una totalidad compuesta de datos que pasan por un proceso que obtener un significado con relevancia, propósito y contexto. Las personas tienen a usarlo para un aumento de conocimiento o para llevar a cabo una decisión, reconociendo también a Musin, Bystritskaya, Zhemchug, Sokolov, Gryaznov & Savchenko (2020) añaden que la información es considerada un activo muy importante en el mundo empresarial, en la cual nos permite mejorar la organización y manejo de los datos de los clientes y colaboradores en una empresa, alcanzando un estilo de vida confortable y beneficioso para el negocio. Por lo que la información es un bien

preciado para la humanidad que puede influenciar en las conductas o decisiones a futuro siendo así un avance revolucionario.

Asimismo, se ha dividido en los siguientes indicadores: (d.1) Decisiones individuales, según Delgado (2019), se infiere que dicho indicador, es aquella que resulta de la determinación de una persona usando su raciocinio en medio del paradigma de opciones en que se encuentre y este será basado en sus propios convencimientos, peculiaridades y personalidad puesto que el único punto de vista a considerar es el suyo asimismo el beneficio. Por otro lado, tenemos al siguiente indicador, que viene a ser la (d.2) Decisiones grupales, según Delgado (2019) sostiene que dicho indicador es la toma de decisiones a un problema en el cual están vinculadas dos a más personas; por lo que el resultado de la decisión tomada será compartida y distribuida a todos los que compete, y es por ello que para ser tomada pasa por varios puntos de vista en debate por cada miembro del grupo para reducir o eliminar posibles riesgos. Como siguiente indicador tenemos al (d.3) Decisiones alternativas, el cual Warner (2020), afirma que son un conjunto de acción posibles que se presentan como opciones de solución de acuerdo con el análisis del problema dado. Para elegir la mejor decisión se requiere seguir un criterio de evaluación y un sustento veraz de información.

Siguiendo con la descripción de variables, se alega la variable Liderazgo a Cosme (2018) quien indica que el liderazgo es un proceso de relación en medio de personas en el cual habrá una en el grupo que va a marcar, conducir e influenciar las actividades a realizar para alcanzar una meta común. Además, es una fuerza capaz de mejorar el entorno y potenciar el desempeño de las personas a una dirección determinada (p. 12). Por otro lado, se describirán las dimensiones que se encuentran dentro de la variable mencionada anteriormente, (a) Liderazgo Transformacional, en la cual Salcedo (2018) denota como una peculiaridad de liderazgo en cual consiste en que los líderes confortan, fomentan y motivan a los miembros de la institución o empresa a modernizar y realizar cambios, de manera que contribuyan al crecimiento y den forma al éxito futuro dentro del competitivo mercado, además se puede incluir a Asgari, Mezginejad & Taherpour (2020) quienes sostienen que el liderazgo transformacional va relacionado con el comportamiento que los colaboradores representan dentro de una organización adicionándole satisfacción laboral y apoyo constante influyen

de manera significativa en el comportamiento de las personas enriqueciéndola de valores y ética pertenecientes a la compañía mencionada.

No obstante, esta dimensión se ha fragmentado en los siguientes indicadores: (a.1) Dirigir para el cambio, según Maxwell (2019), esto se refiere a que los líderes y la organización en su conjunto, aborden nuevas expectativas, creencias y actitudes mentales para entrar sin temor a la evolución y la vanguardia, desarrollando de la mano las prácticas y comportamientos que ayuden a las personas a adaptarse al cambio y tengan claro a donde se desea llegar.

Seguidamente se definirá el siguiente indicador, el cual es la (a.2) Dirigir para la estabilidad, según Maxwell (2019), lo define en una situación en que los líderes y la organización en conjunto establezcan planes con medidas de acción para que la empresa o institución se mantenga en equilibrio y no pase ningún cambio de inestabilidad e incertidumbre. Por otro lado, se definirá el siguiente indicador, el cual es la (a.3) Trabajo, según Kondo & Sonenshein (2020), indican que es la medición del esfuerzo realizado por una persona, considerándose así una actividad productiva que es desarrollada por cuenta propia o por conseguir una remuneración. La noción de la fuerza del trabajo está asociado a un esfuerzo tanto físico como mental de acuerdo con la actividad asignada, por otro lado, Maia, Maia, Soares & Mendonça (2021) aclaran que el trabajo es un símbolo de participación de tipo significativo el cual proporciona resultados en los ambientes de trabajo, ya que posibilita la ejecución de prácticas profesionales con la finalidad de invertir en el desarrollo psicosocial y emocional de un trabajo en equipo. Como siguiente indicador de esta dimensión, se tiene a la (a.4) Cultura de la organización, según Bayón (2019), se puede inferir que dicho indicador se relaciona al conjunto de apreciaciones, emociones, actitudes, convicciones y maneras de correlación personal y grupal, presentes en todas las organizaciones. La cultura facilita el clima laboral por lo que las relaciones internas y las políticas son cumplidas de manera eficiente obteniendo así resultados positivos vinculados a la actividad de la empresa.

En tal sentido, continuaremos describiendo la siguiente dimensión (b) Liderazgo Carismático, en la cual Salcedo (2018) expresa que es la capacidad que tiene un líder de originar y producir entusiasmo en los colaboradores, siendo competente en cambiar hasta las necesidades, valores, objetivos o aspiraciones

de ellos con su aptitud de seducción y admiración. Por lo que puede cooperar a facilitar el cambio y el progreso regular en una empresa. Asimismo, se ha dividido en los siguientes indicadores: (b.1) Carisma, según Velasco (2019), se infiere que dicho indicador, es una cualidad innata que posee un ser humano para lograr captar y repercutir a las personas de su alrededor con su apariencia, lenguaje y temperamento, sin la necesidad de forzar las situaciones. Desde otro punto de vista, Maçaneiro (2019) menciona que el carisma consiste en adquirir emociones tales como afecto y respeto hacia los colaboradores de la empresa, para alcanzar esa habilidad es fundamental quererse a sí mismo y realizar actos con confianza y seguridad. Por otro lado, tenemos al siguiente indicador, que viene a ser la (b.2) Apoyo, según Barrón & Sánchez (2016) sostiene que dicho indicador es aquel elemento, objeto o acto que sirve de soporte, cooperación y ayuda ante alguna dificultad o que favorece la mejora de una situación. De la misma manera, Salazar, Sánchez & Peña (2021) catalogan al apoyo como una agrupación de bienes o servicios con la finalidad de expresar emociones frente a jóvenes y adolescentes en una comunidad, para establecer señales de confianza. Como siguiente indicador tenemos al (b.3) Aceptación, el cual Bourbeau (2020), afirma que es el acto en el que una persona da la aprobación, el visto bueno o aceptación a algo de manera voluntaria fuera de controversias, de lo que se esté planteando. Continuando con el siguiente indicador, llamado (b.4) Influencia, donde Luxor (2017) infiere que la influencia es el arte e ingenio de desempeñar dominio sobre alguien de cualquier forma e incluso controlar y modificar sus acciones y pensamientos; sin pretextos o evasivas, una persona influyente inspira de forma natural.

Por consiguiente, se describirá la última dimensión (c) Atribución y Liderazgo, en la cual Cosme (2018) indica que la atribución es el proceso de producir las causas de los sucesos, eventos o comportamientos y el liderazgo es una cualidad innata o desarrollada en la vida de una persona para delegar, dirigir y motivar a un grupo de personas en un determinado grupo de trabajo para el logro de metas. La relación existente es que el liderazgo es una atribución que las personas asumen. Por ende, se ha catalogado en los siguientes indicadores: (c.1) Comportamiento, según Alles (2018), sostiene que es el modo en que una persona o individuo se procede o actúa en la vida o ante cualquier situación social de manera consciente, voluntaria o pública. En otras palabras, el

comportamiento es la manera de seguir que tienen los seres humanos frente a estímulos que admiten y toman de su entorno. Además, Rybnikova (2021) indica que el comportamiento frente a las organizaciones es de suma importancia ya que existe de por medio un fortalecimiento en las conexiones entre colaboradores y agrupaciones con la organización, y es muy fundamental que estos estén sincronizados para reflejar los valores y principios éticos que la empresa lo demande. Por otro lado, el siguiente indicador, denominado (c.2) Delegar, donde Acosta (2018), sostiene que consiste en otorgar a una persona una responsabilidad, función o poder determinado. Esta acción la realiza un líder, teniendo como base un análisis de las aptitudes, personalidad o experiencia de las personas. Por último, tenemos al indicador llamado (c.3) Seguridad, donde Kondo & Sonenshein (2020), explican que la seguridad es un estado ideal, donde el hombre se complementa asimismo y con el ambiente que lo rodea considerando una ausencia de riesgos y una calidad de protección. Dicho estado implica la salud, integración física, satisfacción de necesidades y entre otras, estando aseguradas, por otro lado, Heimerdinger (2020) lo define como un sistema de protección que, desde el punto de vista jurídico, es usada como un seguro en las organizaciones, ya que cubre hechos contingentes tales como la vejez, discapacidades, desempleos, salud preventiva, etc.

III. METODOLOGÍA

De acuerdo con Baena (2017) una vez identificado el objeto de estudio se debe encaminar hacia algún propósito, por lo que la metodología nos orienta tanto en el análisis, descripción y valoración crítica de métodos, desde aquí inicia que sea algo indispensable, ayudándonos a sistematizar y organizar los datos evitando que se presenten obstáculos que entorpezcan el estudio. (p.31), por lo que la presente investigación identificó la muestra y diseño correlacional descriptivo a su vez demostró la asociación entre las variables planteadas dentro del contexto del área de ventas del banco Interbank.

III.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación: Es aplicada, porque está direccionada a dar como resultado el conocimiento, los medios métodos, normas y tecnología por estos se puede suplir una gran necesidad y especificarla. Se utilizó conocimientos teóricos ya estudiados para la variable, de esta forma actuar en base a los conocimientos. Según el esquema que se utiliza en este diseño es la táctica que sigue el investigador para contestar la pregunta propuesta. Según Valbuena (2017) este tipo de investigación está sujeta a una búsqueda fundamental ya que depende de los hallazgos y descubrimientos que pueda brindar. Manifiesta que está orientado en obtener solución a problemas que se formulan por las teorías permitiendo así resultados rápidos a los investigadores.

Desde este punto de vista, Hernández (2018) indicó que la averiguación científica manifiesta diferentes estrategias y tácticas con la finalidad de proponer y verificar investigaciones. Aquellas estrategias y tácticas son procedentes del punto de vista científico y es muy riguroso según la modalidad en la que es empleado. La investigación fue establecida como diseño no experimental, de tipo transversal, ya que contiene características descriptivas y no hay rasgos de manipulación de variables.

Por otro lado, Hernández (2018) estableció que los diseños de exploración transversales acumulan los datos en una sola congruencia y en una época única. Su utilidad es narrar variables y examinar su acontecimiento e interrelación en un tiempo dado. Es como formar una fotografía de algo que sucede

Enfoque de la investigación

Según Membrado (2018) manifestó que el enfoque cuantitativo usa la recopilación de información para sustentar hipótesis, con fundamentos en la validación numérica y el estudio estadístico, para instaurar modelos de conducta y experimentar teorías. En otras palabras, se considera enfoque cuantitativo cuando es necesario realizar análisis matemáticos y estadísticos, no solo confiar en datos cualitativos, esto necesita ser comprobado mediante el instrumento de investigación.

El método utilizado fue el hipotético – deductivo, en el cual manifiesta Robbins y Coulter (2019) que consiste en un recurso que parte de unas aseveraciones en característica de hipótesis y busca rebatir o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos.

III.2. Variables y operacionalización

Las variables son aquellas que se les realizará los diversos cálculos, búsquedas, intervenciones y estudios en la presente investigación. Una variable que no puede ser medido, registrado u observado, es considerado poco útil para el conocimiento científico. La variable es lo contrario de la constante, la constante no varía, no cambia, es aquella que se mantiene tal como es. La variable, por lo inverso, si varía, cambia y fluctúa entre una categoría determinada, el conocimiento operacional, indica las características y procedimientos pertinentes para manejar o calcular una variable. También, otorga la coherencia a un concepto, especificando las acciones, pasos u operaciones necesarios para la medirla, examinarla o registrarla.

La población se conceptualiza como el total del fenómeno a investigar donde las unidades de población poseen una particularidad común la cual se estudia y da comienzo a los datos de la investigación, entonces es el conjunto de todos los elementos que concuerdan con una serie determinada de definiciones. El censo es el recuento de todos los elementos de una población.

La investigación fue desarrollada en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. Los integrantes de la población por ser pequeña y

debido a las necesidades de analizar la población total fueron los 50 colaboradores.

III.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.

Se tomaron en cuenta, en la presente investigación únicamente al personal del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021 con su contribución voluntaria e incondicional apoyo que optaron en realizar con la mayor brevedad posible la encuesta.

No fueron tomados en cuenta, en la presente investigación los demás miembros de la empresa tales como supervisores, jefes de equipos y gerentes comerciales.

Por otro lado, Hernández (2018) sostuvo que la muestra es una agrupación reducida de la población propuesta y cada uno de los individuos pertenecientes en ella representa una unidad de análisis. En otras palabras, representa una pequeña parte de la población con habilidades y cualidades semejante. En este caso la muestra es censal debido a que la población es menor a 50 unidades de análisis. Teniendo una muestra para la investigación de 50 colaboradores.

III.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnica de recolección de datos.

Se aplicará el instrumento del cuestionario con contenido de preguntas con respuestas múltiples, para así obtener información pertinente a la investigación y, es aquel conjunto de interrogantes que guardan relación con una o más variables que se pretenda medir. De tal manera, Hernández (2018) comentó que se formularán preguntas relacionadas con el objeto de estudio de esa manera lograr obtener información que busquen responder nuestros objetivos de investigación.

Instrumentos de la recolección de datos.

Para el presente estudio de investigación, *la técnica que se aplicaran es la encuesta.* La encuesta en un aglomerado de ítems presentados en manera de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la respuesta de los participantes. Es claro indicar que Hernández (2018) presentó que cada aseveración y se solicita al sujeto que externe su renuencia eligiendo uno de los cinco puntos o

categorías del grado.

Esta técnica empleada a través de la encuesta permitirá reclutar información con preguntas cerradas y de nivel ordinal, las cuales podremos cuantificarlas ya que los datos serán trasladados a una progresión numérica.

Validez.

Según Hernández (2018) sostiene que la validez es tomada en cuenta al nivel de veracidad que pertenece un instrumento de investigación, la cual pretende hacer la medición correspondiente a las variables. Se pudo establecer a través del juicio de los expertos, ya que estos se encargaron de evaluar diferentes criterios de apreciación, tales como la integridad, claridad, actualidad, capacidad, consistencia, conexión, aptitud y metodología con un 65% conforme en torno a las variables proporcionadas.

Tabla 1

Niveles de confiabilidad

| Valores | Nivel |
|----------------|------------------------|
| De -1 a 0 | No es confiable |
| De 0,01 a 0,49 | Baja confiabilidad |
| De 0,5 a 0,75 | Moderada confiabilidad |
| De 0,76 a 0,89 | Fuerte confiabilidad |
| De 0,9 a 1 | Alta confiabilidad |

Nota. Esta tabla contiene la relación de los valores de confiabilidad y el nivel correspondiente.

Tabla 2

Validación de juicio de expertos

| Nº | Experto | Determinación |
|--------------|--------------------------------|---------------|
| Experto N° 1 | Dr. Cama Sotelo Manuel | Aplicable |
| Experto N° 2 | Dr. Janampa Acuña Nerio | Aplicable |
| Experto N° 3 | Mg. Cerafin Urbano Virginia A. | Aplicable |

Nota. Esta tabla contiene el porcentaje de validación por parte de los expertos.

Confiabilidad

Según Hernández (2018) indicó que la confiabilidad es el grado donde su aplicación reiterada al mismo objeto o elemento da iguales resultados los mismos que permiten conocer el grado de confiabilidad. La confiabilidad tiene la capacidad de discriminar de manera firme entre la valoración que tiene un resultado y otro. Donde se puede confiar cuando la escala obtiene resultados iguales al aplicarse en una muestra.

Tabla 3

Estadística de fiabilidad comunicación

| Alfa de Cronbach | N° de ítems |
|------------------|-------------|
| ,929 | 30 |

Nota. Esta tabla indica el resultado del alfa de Cronbach aplicado a los 30 ítems de la variable comunicación.

En el resultado obtenido de la primera variable, se pudo estimar que, en el análisis de confiabilidad interna a través del alfa de Cronbach, es superior a ,929 según muestra la tabla 1 el grado de confiabilidad es fuerte confiable, lo que significa que las dimensiones son consistentes.

Tabla 4

Estadística de fiabilidad liderazgo

| Alfa de Cronbach | N° de ítems |
|------------------|-------------|
| ,719 | 30 |

Nota. Esta tabla indica el resultado del alfa de Cronbach aplicado a los 30 ítems de la variable liderazgo.

En el resultado de la primera variable, se pudo apreciar que, en el análisis de confiabilidad interna a través del alfa de Cronbach, es superior a ,719 según muestra la tabla 1 el grado de confiabilidad es fuerte confiable, lo que significa que las dimensiones son consistentes.

Tabla 5

Nivel y rango de la variable comunicación

| Dimensiones | Nivel por dimensiones | Rango de la variable |
|------------------------|-----------------------|----------------------|
| Control | (1) Malo | 7-8 |
| | (2) Regular | 9-11 |
| | (3) Bueno | 12-15 |
| Motivación | (1) Malo | 8-9 |
| | (2) Regular | 10-11 |
| | (3) Bueno | 12-14 |
| Expresión de emociones | (1) Malo | 8-9 |
| | (2) Regular | 10-11 |
| | (3) Bueno | 12-14 |
| Información | (1) Malo | 7-9 |
| | (2) Regular | 10-12 |
| | (3) Bueno | 13-16 |

Nota. Esta tabla indica los niveles por dimensión y el rango de los ítems conformados por cada dimensión de la variable comunicación.

Tabla 6

Nivel y rango de la variable liderazgo

| Dimensiones | Nivel por dimensiones | Rango de la variable |
|----------------------------|-----------------------|----------------------|
| Liderazgo transformacional | (1) Ineficiente | 11-20 |
| | (2) Eficiente | 21-32 |
| | (3) Muy eficiente | 33-50 |
| Liderazgo carismático | (1) Ineficiente | 12-14 |
| | (2) Eficiente | 15-17 |
| | (3) Muy eficiente | 18-23 |
| Atribución y liderazgo | (1) Ineficiente | 10-15 |
| | (2) Eficiente | 16-21 |
| | (3) Muy eficiente | 22-30 |

Nota. Esta tabla indica los niveles por dimensión y el rango de los ítems conformados por cada dimensión de la variable liderazgo.

III.5. **Procedimientos**

Para este proyecto de investigación se desarrolló un cuestionario con la aplicación del instrumento de 30 preguntas para cada variable a los 50 colaboradores del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

Para realizar dicha aplicación del instrumento se solicitó la autorización al jefe de área de préstamos.

III.6. **Método de análisis de datos**

Para el análisis de los datos de cada una de las variables se utilizó el software SPSS versión 24 y para el examen de hipótesis se utilizó el ensayo de normalidad, por intermedio de la cual se realizó la contratación de hipótesis y se determinó las conclusiones.

Según Hernández (2018) sostiene que, para evidenciar las hipótesis o análisis inferencial, se consideró y utilizó la prueba de coeficiente de correlación de Spearman en panorama que las variables estudiadas son de entorno cualitativo, los coeficientes rho de Spearman, son medidas de correlación para variables en un horizonte de medición ordinal, de tal manera que los individuos u objetos de la muestra pueden ordenarse por rangos.

Donde D es la diferencia entre los correspondientes estadísticos de orden de x - y. N es el de colaboradores, esto a razón, argumentó del objetivo e hipótesis de investigación que busca establecer y determinar la relación entre dos variables. El nivel, señal de significación: Se efectuó e hizo uso del nivel de significancia $\alpha = 0.95$ de 0.05.

III.7. **Aspectos éticos**

Tomando como referencia a las apreciaciones éticas y morales de esta investigación se ha tomado la decisión de mantener un perfil anónimo a las personas que colaboraron en la investigación. Por ello es garantizado que el trabajo es verdadero y transparente rechazando la copia o mentiras, por ello se posee un gran respeto y admiración por el contenido intelectual de los autores referenciados, por lo tanto, se elaboró una táctica muy estricta aclarando el plagio en los trabajos de investigación.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis descriptivo

Tabla 7

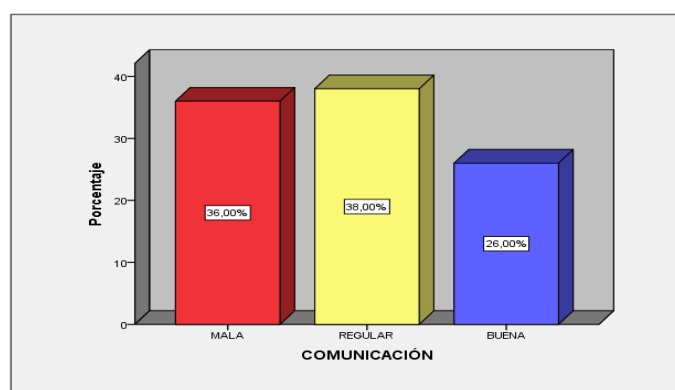
Niveles y porcentajes de la comunicación

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|-------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido MALA | 18 | 36,0 | 36,0 | 36,0 |
| REGULAR | 19 | 38,0 | 38,0 | 74,0 |
| BUENA | 13 | 26,0 | 26,0 | 100,0 |
| Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes de comunicación, donde se puede encontrar que el 38% indica una relación regular en comunicación.

Figura 1

Percepción de la comunicación



Nota. El gráfico representa el porcentaje de los niveles de la variable comunicación.

En la tabla 7 y la figura 1, el 38,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del cercado de Lima, responde que la comunicación es regular, seguido de un el 36,0% de los colaboradores indican que es mala y un 26.0% indicó que la comunicación es buena. Lo que hace suponer que no existe una buena comunicación entre los jefes de equipos y el personal que allí labora, porque está afectando el desempeño y la

productividad de la empresa, generando que sus ganancias no sean las esperadas.

Tabla 8

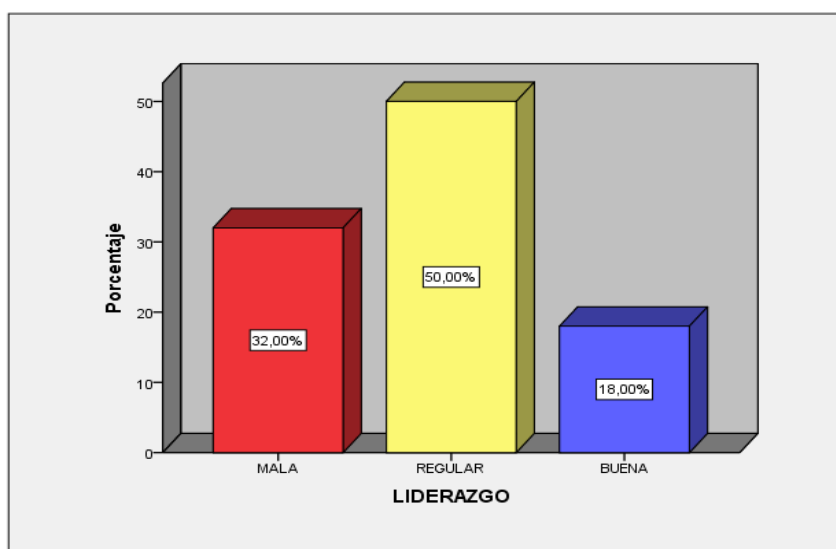
Niveles y porcentajes del liderazgo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 16 | 32,0 | 32,0 | 32,0 |
| | REGULAR | 25 | 50,0 | 50,0 | 82,0 |
| | BUENA | 9 | 18,0 | 18,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes de liderazgo, donde se puede encontrar que el 50% indica una relación regular en liderazgo.

Figura 2

Percepción del liderazgo



Nota. El gráfico representa el porcentaje de los niveles de la variable liderazgo.

En la tabla 8 y la figura 2, el 50,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que el liderazgo es regular, seguido de un el 32,0% de los colaboradores indican que es mala y un 18,0% indicó que el liderazgo es bueno. Lo que hace suponer que

no existe un buen liderazgo entre los jefes del equipo y el personal que labora allí que viene afectando en la motivación y satisfacción de los empleados.

Tabla 9

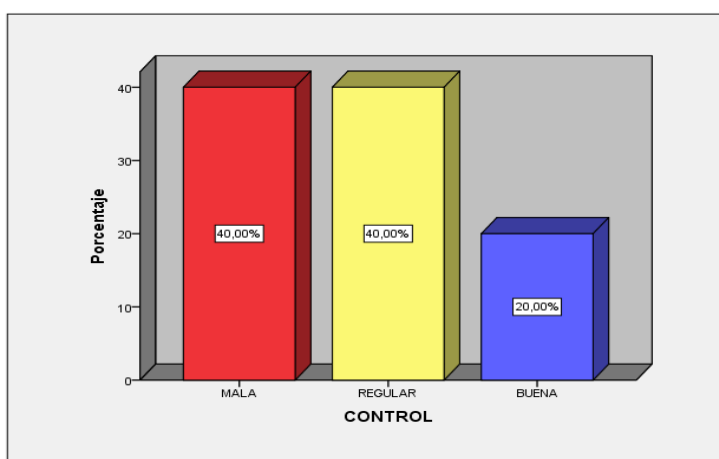
Niveles y porcentajes del control

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 20 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| | REGULAR | 20 | 40,0 | 40,0 | 80,0 |
| | BUENA | 10 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes de control, donde se puede encontrar que el 40% indica una relación regular en control.

Figura 3

Percepción del control



Nota. El grafico representa el porcentaje de los niveles de la dimensión control.

En la tabla 9 y la figura 3, el 40.00% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que el control es regular, seguido de un el 40,0% de los colaboradores indican que es mala y un 20,0% indicó que el control es bueno. Lo que nos hace suponer que no existe un buen control debido a q los trabajadores no siguen las normas y procedimientos como se le brindo la comunicación inicialmente; no estando bien dirigidos ni motivando a otras personas para que actúen y mejoren su posición actual.

Tabla 10

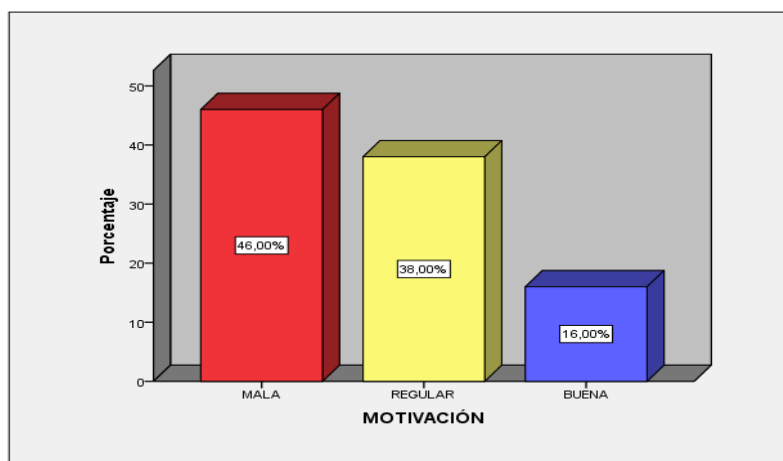
Niveles y porcentajes de la motivación

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 23 | 46,0 | 46,0 | 46,0 |
| | REGULAR | 19 | 38,0 | 38,0 | 84,0 |
| | BUENA | 8 | 16,0 | 16,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes de motivación, donde se puede encontrar que el 46% indica una mala relación en motivación.

Figura 4

Percepción de la motivación



Nota. El grafico representa el porcentaje de los niveles de la dimensión motivación.

En la tabla 10 y la figura 4, el 46,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que la motivación es mala, seguido de un el 38,0% de los colaboradores indican que es regular y un 16,0% indicó que la motivación es buena. Lo que nos hace suponer que no existe una motivación adecuada en el centro de labores debido a una baja retroalimentación sobre su desempeño y guía orientados hacia nuevos resultados generando el compromiso del trabajador.

Tabla 11

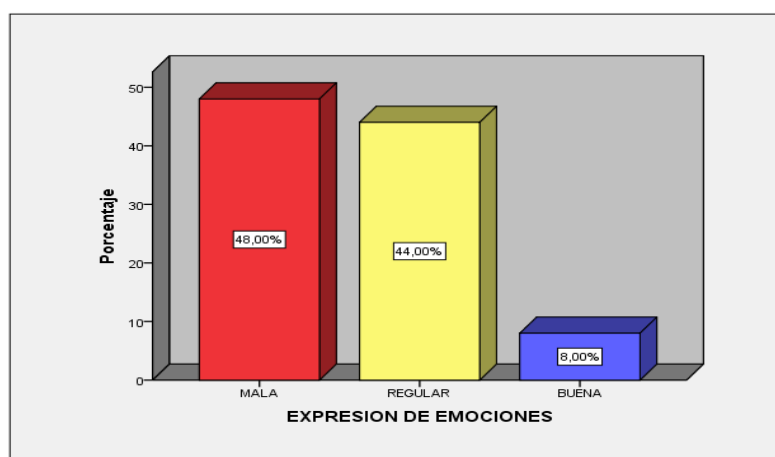
Niveles y porcentajes de expresión de emociones

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 24 | 48,0 | 48,0 | 48,0 |
| | REGULAR | 22 | 44,0 | 44,0 | 92,0 |
| | BUENA | 4 | 8,0 | 8,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes en la expresión de emociones, donde se puede encontrar que el 48% indica una mala relación en el mismo.

Figura 5

Percepción de expresión de emociones



Nota. El gráfico representa el porcentaje de los niveles de la dimensión expresión de emociones.

En la tabla 11 y la figura 5, el 48,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que la expresión de emociones es mala, seguido de un el 44,0% de los colaboradores indican que es regular, seguido de un 8,0% indicó que la expresión de emociones es buena. Lo cual nos hace suponer que no existe una buena expresión de emociones por partes de los superiores de equipo (supervisores y jefes) que permitan que las personas expresen sus emociones y determinar si estas satisfechos e insatisfechos con los objetivos de la organización.

Tabla 12

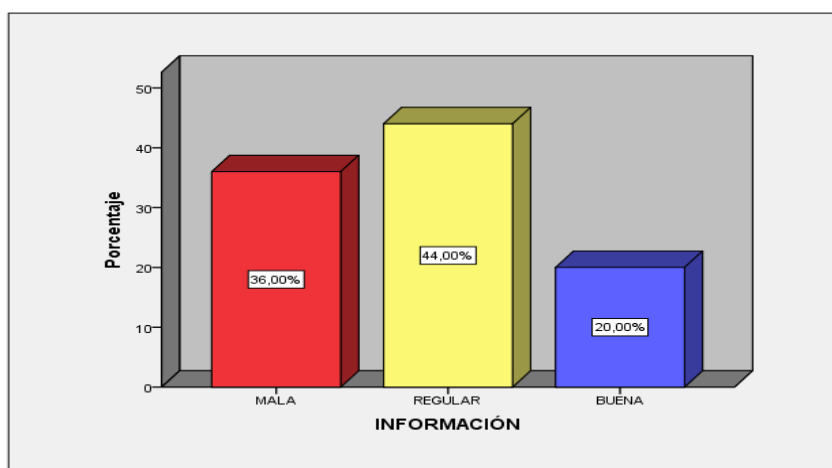
Niveles y porcentajes de la información

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|----------------------|-------------------------|
| Válido | MALA | 18 | 36,0 | 36,0 | 36,0 |
| | REGULAR | 22 | 44,0 | 44,0 | 80,0 |
| | BUENA | 10 | 20,0 | 20,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes en la información, donde se puede encontrar que el 44% indica una relación regular en el mismo.

Figura 6

Percepción de la información



Nota. El grafico representa el porcentaje de los niveles de la dimensión información.

En la tabla 12 y la figura 6, el 44,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que la información es regular, seguido de un el 36,0% de los colaboradores indican que es mala y un 20,0% indicó que la información es buena. Lo cual hace indicar que no existe una adecuada transmisión de información que permita la comprensión de lo que se comenta con los trabajadores y permita mantener un clima laboral adecuado y así tomar decisiones adecuadas.

Tabla 13

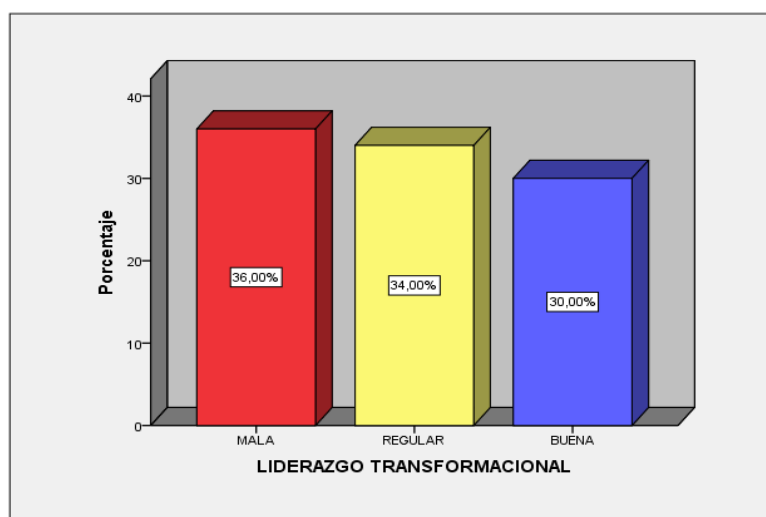
Niveles y porcentajes del liderazgo transformacional

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 18 | 36,0 | 36,0 | 36,0 |
| | REGULAR | 17 | 34,0 | 34,0 | 70,0 |
| | BUENA | 15 | 30,0 | 30,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes en liderazgo transformacional, donde se puede encontrar que el 36% indica una mala relación en el mismo.

Figura 7

Percepción del liderazgo transformacional



Nota. El grafico representa el porcentaje de los niveles de la dimensión liderazgo transformacional.

En la tabla 13 y la figura 7, el 36,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que el liderazgo transformacional es malo, seguido de un el 34,0% de los colaboradores indican que es regular y un 30,0% indicó que el liderazgo transformacional es bueno. Lo cual nos hace indicar que no existe un líder transformacional que evalué el desempeño y haga un seguimiento adecuada de cumplimiento de los trabajadores para la toma de decisiones.

Tabla 14

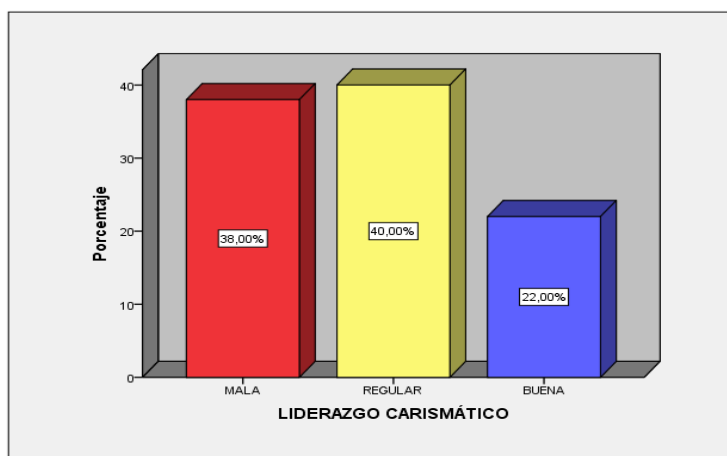
Niveles y porcentajes del liderazgo carismático

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 19 | 38,0 | 38,0 | 38,0 |
| | REGULAR | 20 | 40,0 | 40,0 | 78,0 |
| | BUENA | 11 | 22,0 | 22,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes en liderazgo carismático, donde se puede encontrar que el 40% indica una relación regular en el mismo.

Figura 8

Percepción del liderazgo carismático



Nota. El gráfico representa el porcentaje de los niveles de la dimensión liderazgo carismático.

En la tabla 14 y la figura 8, el 40.00% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que el liderazgo carismático es regular, seguido de un el 38,0% de los colaboradores indican que es malo y un 22,0% indicó que el liderazgo carismático es bueno. Lo cual nos hace indicar que no existe un líder carismático que genere confianza y aceptación por el equipo de trabajo y lo más importante su influencia con todos para generar entusiasmo orientado hacia buenos resultados para la empresa.

Tabla 15

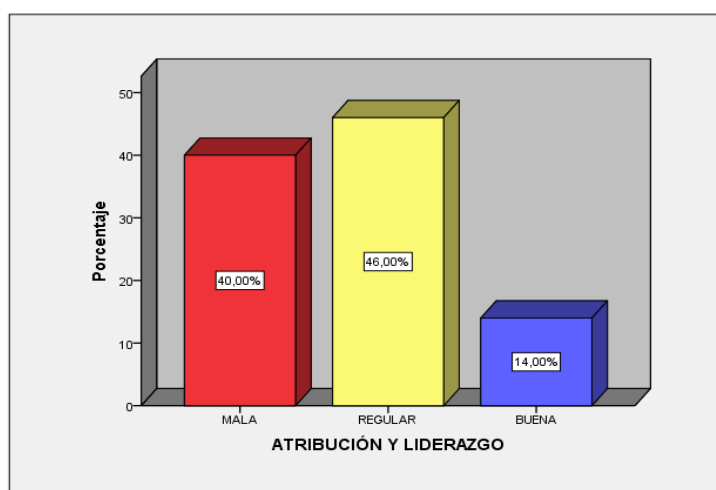
Niveles y porcentajes de atribución y liderazgo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 20 | 40,0 | 40,0 | 40,0 |
| | REGULAR | 23 | 46,0 | 46,0 | 86,0 |
| | BUENA | 7 | 14,0 | 14,0 | 100,0 |
| | Total | 50 | 100,0 | 100,0 | |

Nota: La tabla indica los niveles y porcentajes existentes en atribución y liderazgo, donde se puede encontrar que el 46% indica una relación regular en el mismo.

Figura 9

Percepción de atribución y liderazgo



Nota. El gráfico representa el porcentaje de los niveles de la dimensión atribución y liderazgo.

En la tabla 15 y la figura 9, el 46,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que la atribución y liderazgo es regular, seguido de un el 40,0% de los colaboradores indican que es malo y un 14,0% indicó que opina que la atribución y liderazgo es buena. Lo cual nos hace indicar que no existe una buena atribución y liderazgo en la organización debido al poder que ejerce el liderazgo se atribuyen a ciertas conductas y afectan al individuo de comportarse como un buen líder.

Tabla 16

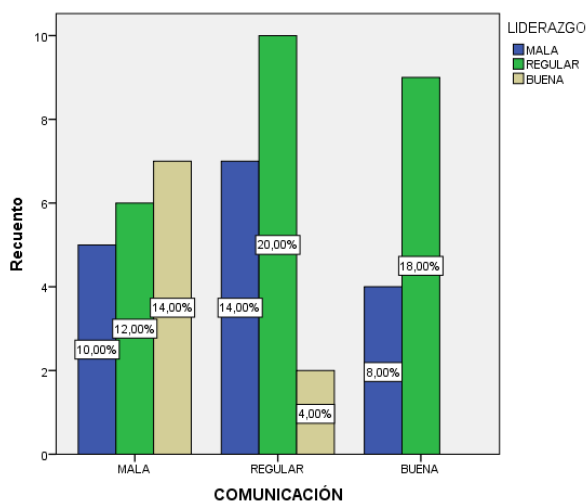
Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo

| | | LIDERAZGO | | | | Total |
|--------------|---------|-------------|---------|-------|-------|--------|
| | | MALA | REGULAR | BUENA | | |
| COMUNICACIÓN | MALA | Recuento | 5 | 6 | 7 | 18 |
| | | % del total | 10,0% | 12,0% | 14,0% | 36,0% |
| | REGULAR | Recuento | 7 | 10 | 2 | 19 |
| | | % del total | 14,0% | 20,0% | 4,0% | 38,0% |
| | BUENA | Recuento | 4 | 9 | 0 | 13 |
| | | % del total | 8,0% | 18,0% | 0,0% | 26,0% |
| Total | | Recuento | 16 | 25 | 9 | 50 |
| | | % del total | 32,0% | 50,0% | 18,0% | 100,0% |

Nota: La tabla indica el resultado de la comparación de la variable comunicación y liderazgo, donde existe una relación regular entre ambas variables.

Figura 10

Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo



Nota. El grafico representa el porcentaje de los niveles de la comparación entre las dos variables.

Tabla 17

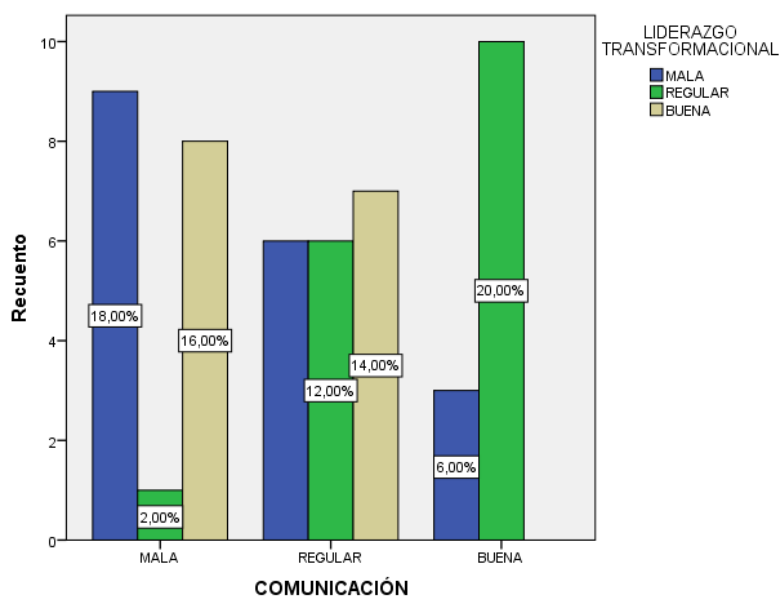
Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo transformacional

| | | LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL | | | Total | |
|--------------|---------|----------------------------|---------|-------|-------|--------|
| | | MALA | REGULAR | BUENA | | |
| COMUNICACIÓN | MALA | Recuento | 9 | 1 | 8 | 18 |
| | | % del total | 18,0% | 2,0% | 16,0% | 36,0% |
| | REGULAR | Recuento | 6 | 6 | 7 | 19 |
| | | % del total | 12,0% | 12,0% | 14,0% | 38,0% |
| | BUENA | Recuento | 3 | 10 | 0 | 13 |
| | | % del total | 6,0% | 20,0% | 0,0% | 26,0% |
| Total | | Recuento | 18 | 17 | 15 | 50 |
| | | % del total | 36,0% | 34,0% | 30,0% | 100,0% |

Nota: La tabla indica el resultado de la comparación de la variable comunicación y liderazgo transformacional, donde existe una mala relación entre ambas variables.

Figura 11

Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo transformacional



Nota. El grafico representa el porcentaje de los niveles de la comparación entre la comunicación y el liderazgo transformacional.

Tabla 18

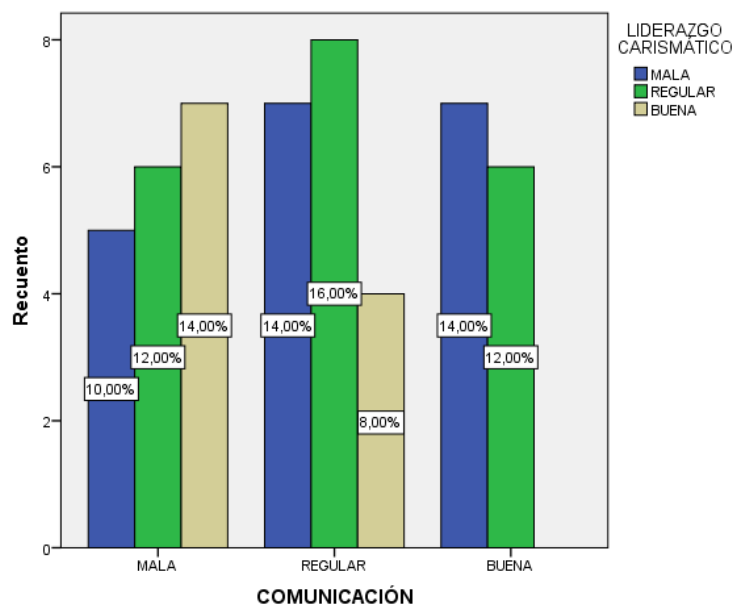
Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo carismático

| | | LIDERAZGO CARISMÁTICO | | | Total | |
|--------------|---------|-----------------------|---------|-------|-------|--------|
| | | MALA | REGULAR | BUENA | | |
| COMUNICACIÓN | MALA | Recuento | 5 | 6 | 7 | 18 |
| | | % del total | 10,0% | 12,0% | 14,0% | 36,0% |
| | REGULAR | Recuento | 7 | 8 | 4 | 19 |
| | | % del total | 14,0% | 16,0% | 8,0% | 38,0% |
| | BUENA | Recuento | 7 | 6 | 0 | 13 |
| | | % del total | 14,0% | 12,0% | 0,0% | 26,0% |
| Total | | Recuento | 19 | 20 | 11 | 50 |
| | | % del total | 38,0% | 40,0% | 22,0% | 100,0% |

Nota: La tabla indica el resultado de la comparación de la variable comunicación y liderazgo carismático, donde existe una relación regular entre ambas variables.

Figura 12

Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y el liderazgo carismático.



Nota. El grafico representa el porcentaje de los niveles de la comparación entre la comunicación y el liderazgo carismático.

Tabla 19

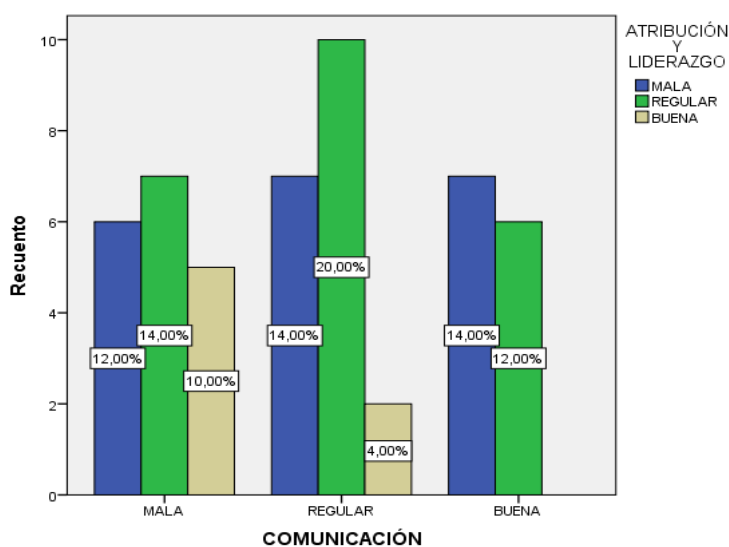
Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y atribución y liderazgo

| | | ATRIBUCIÓN Y LIDERAZGO | | | Total | |
|--------------|---------|------------------------|---------|-------|-------|--------|
| | | MALA | REGULAR | BUENA | | |
| COMUNICACIÓN | MALA | Recuento | 6 | 7 | 5 | 18 |
| | | % del total | 12,0% | 14,0% | 10,0% | 36,0% |
| | REGULAR | Recuento | 7 | 10 | 2 | 19 |
| | | % del total | 14,0% | 20,0% | 4,0% | 38,0% |
| | BUENA | Recuento | 7 | 6 | 0 | 13 |
| | | % del total | 14,0% | 12,0% | 0,0% | 26,0% |
| Total | | Recuento | 20 | 23 | 7 | 50 |
| | | % del total | 40,0% | 46,0% | 14,0% | 100,0% |

Nota: La tabla indica el resultado de la comparación de la variable comunicación y atribución y liderazgo, donde existe una relación regular entre ambas variables.

Figura 13

Comparación de la distribución porcentual de la comunicación y atribución y liderazgo



Nota. El grafico representa el porcentaje de los niveles de la comparación entre la comunicación y la *atribución y liderazgo*.

3.2 Análisis inferencial

Prueba de normalidad

Tabla 20

Prueba de normalidad según kolmogorov - Smirnov de la comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | |
|--------------|---------------------------------|----|------|
| COMUNICACIÓN | ,270 | 50 | ,000 |
| LIDERAZGO | ,270 | 50 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Nota. Esta tabla representa los valores obtenidos por la prueba de normalidad kolmogorov de cada variable.

Se verifica que el resultado obtenido en la prueba de normalidad nos brinda un nivel de significación asintótica superior a 0.000; para la primera variable 0.000 y la segunda variable 0.000, en ambos casos menor que 0,05; lo que obliga procesar la prueba de hipótesis mediante el uso de los estadígrafos no paramétricos; es decir, mediante el uso del coeficiente de correlación de Rho de Spearman.

3.2.1 Prueba de hipótesis general

H₀: No existe relación entre la comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

H_a: Existe relación entre la comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

Cuadro Estadístico de los resultados de la Prueba de Hipótesis SPSS

Tabla 21

Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre la comunicación y el liderazgo.

| | | Comunicación | Liderazgo | |
|-----------------|--------------|----------------------------|---------------------|---------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,801 ^{***} |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Liderazgo | Coeficiente de correlación | ,801 ^{***} | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 50 | 50 |

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

Nota. Esta tabla muestra el coeficiente de correlación obtenido en la comparación de las dos variables.

La conclusión de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.801$) lo que indicó una correlación positiva alta, además el valor de $P = 0,000$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (H₀) asumiendo que existe relación directa entre la comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

3.2.2 Prueba de hipótesis específicos 1

H₀: No existe relación entre la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

H_a: Existe relación entre la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

Tabla 22

Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre comunicación y el liderazgo transformacional.

| | | Comunicación | Liderazgo transformacional |
|----------------------------|----------------------------|--------------|----------------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación | 1,000 | ,712*** |
| | | | |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 50 | 50 |
| Liderazgo transformacional | Liderazgo transformacional | ,712*** | 1,000 |
| | | | |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 50 | 50 |

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

Nota. Esta tabla muestra el coeficiente de correlación obtenido en la comparación de la variable comunicación con la dimensión liderazgo transformacional.

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.712$) lo que indicó una correlación positiva alta, además el valor de $P = 0,000$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (H₀) asumiendo que existe relación directa entre comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

3.2.3 Prueba de hipótesis específicos 2

Ho: No existe relación entre la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

Ha: Existe relación entre la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

Tabla 23

Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre comunicación y el liderazgo carismático.

| | | | <i>Comunicación</i> | <i>Liderazgo carismático</i> |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------|---------------------|------------------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,619** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,004 |
| | | N | 50 | 50 |
| | Liderazgo carismático | Coefficiente de correlación | ,619** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,004 | . |
| | | N | 50 | 50 |

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

Nota. Esta tabla muestra el coeficiente de correlación obtenido en la comparación de la variable comunicación con la dimensión liderazgo carismático.

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.619$) lo que indicó una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,004$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (Ho) asumiendo que existe relación directa entre comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

3.2.4 Prueba de hipótesis específicos 3

Ho: No existe relación entre la comunicación y la atribución y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

Ha: Existe relación entre la comunicación y la atribución y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

Tabla 24

Relación de la muestra no paramétricas, según Rho Spearman entre comunicación y la atribución y liderazgo.

| | | Comunicación | Atribución y liderazgo |
|-----------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|
| Rho de Spearman | Comunicación | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,588** |
| | | N | 50 |
| | Atribución y liderazgo | Coefficiente de correlación | ,588** |
| | | Sig. (bilateral) | 1,000 |
| | | N | 50 |

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

Nota. Esta tabla muestra el coeficiente de correlación obtenido en la comparación de la variable comunicación con la dimensión atribución y liderazgo.

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman, en donde el valor del coeficiente de correlación es ($r = 0.588$) lo que indicó una correlación positiva moderada, además el valor de $P = 0,000$ resulta menor al de $P = 0,05$ y en consecuencia la relación es significativa al 95% y se rechaza la hipótesis nula (Ho) asumiendo que existe relación directa entre comunicación y la atribución y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

V. DISCUSIÓN

En esta presente investigación elaborada sobre las variables comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank Lima; tuvo como objetivo relacionar la comunicación con el liderazgo en el equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank Lima; asimismo se planteó como objetivo específico relacionar la comunicación con el liderazgo transformacional en el equipo, de igual manera relacionar la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo y por ultimo relacionar la comunicación con la atribución y liderazgo en el equipo.

Para declarar la discusión de los resultados adquiridos como producto de la investigación elaborada está enfocada en primera instancia a la hipótesis general, la cual prioriza demostrar la existente relación en medio de la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank Lima; la cual se interpretó y evaluó mediante las evidencias internacionales y nacionales que han sido investigadas y puestas en los antecedentes de esta investigación. Los resultados descriptivos recopilados del análisis sobre la variable comunicación indicó que el 38,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Localizada en el distrito del centro de Lima, responde que la comunicación es regular, seguido del 36,0% de los colaboradores que indican que es mala y un 26.0% que indicó que la comunicación es buena. Lo que hace suponer que no existe una buena comunicación entre los jefes de equipos y el personal que allí labora, porque está afectando el desempeño y la productividad de la empresa, generando que sus ganancias no sean las esperadas.

Por otro lado, en caso de la variable liderazgo se indicó que el 50,0% de los colaboradores del equipo de trabajo de Interbank. Ubicada en el distrito del centro de Lima, responde que el liderazgo presenta una calificación regular, seguido del 32,0% por parte de los colaboradores que expresan que es mala y un 18,0% que indicó que el liderazgo es bueno. Lo que hace suponer que no existe un buen liderazgo entre los jefes del equipo y el personal que labora allí que viene afectando en la motivación y satisfacción de los empleados. Debido a estas evidencias o resultados se pudo afirmar que existía una relación alta en

medio de la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank Lima.

En el cruce de las variables en medio de la comunicación y el liderazgo, el resultado mostró un coeficiente de correlación de 0.801 lo cual indica una correlación positiva alta, asimismo el valor de $P = 0,000 < 0,05$ y en inferencia la relación elocuente al 95% y se refuta la hipótesis concluyendo que hay vínculo directo en medio de la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. El resultado contiene una correlación positiva alta en medio de las variables estudiadas, por modo que menciono al teórico Talledo (2018), quien manifestó que la comunicación es una de las variables definitivas en el progreso y repercusión dentro de los objetivos que se pueden plantear las organizaciones y empresas; por lo que se requiere comprender que un apropiado empleo de la comunicación será la causa de que exista cultura organizacional apta, impulsara la lealtad y el sentido de formar parte importante de algo dentro los colaboradores hacia la empresa, lo cual proporcionara a los líderes comprender en primer lugar el incierto referente al recurso humano, de igual manera también sus conocimientos y sugerencias, generando al final un progreso en el clima laboral organizacional.

La presente investigación correspondió a un carácter explicativo-comparativo aplicado a 2 grupos de empleados de características y estilos diferentes, por otro lado, se utilizó como instrumentos: el Cuestionario de Estilos de comunicación y la prueba de Kurt Lewin. Dando como resultado similitud en relación con la comunicación encontrada en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. Asimismo, nombro a Escobedo & Segovia (2020) quienes rescatan que el liderazgo viene a ser el transcurso en el que una persona desempeña dominio encima de los demás, infunde, motiva y conduce su prontitud para apoyarlos en obtener las metas propuestas de un grupo u organización. De tal forma, el liderazgo indaga prosperar ideas con una visión, basando de los valores que son de apoyo, predominando en otros para que se consiga a largo plazo crear una propia conducta que sea capaz de dominar situaciones difíciles durante las circunstancias que se presenten.

La presente investigación fue de diseño no experimental-transversal, tipo descriptivo, de la mano con la utilización de una encuesta aplicada a 57 colaboradores. Finalmente llegar con los resultados que determinan que el

liderazgo se encuentra estructurada con la seguridad, guía, sabiduría y poder. A fin de que el análisis del liderazgo resulte un buen nivel se debe tomar en cuenta el desarrollo de la comunicación, el cual estimula a afianzar la relación entre las personas, generando así resultados provechosos a la organización. Para optimizar esta variable también se puede recurrir al carisma puesto que influye de manera positiva los resultados en el liderazgo porque es una cualidad que atrae por presencia, palabra o personalidad; estos métodos permitirán alcanzar resultados óptimos en relación con el liderazgo existente en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

En relación con la primera hipótesis alterna, se manifestó que la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. Los resultados descriptivos sobre la dimensión, la comunicación muestra que el 26,0% demostró que la determinación de la comunicación presenta una buena relación con el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank – Lima.

Por otro lado, el 38,0% demostró que la determinación de la comunicación presenta una relación regular con el liderazgo transformacional. También se reportó que el 36,0%, existe una mala relación entre la comunicación y el liderazgo transformacional. Los resultados obtenidos después de analizar la estadística inferencial confirman un coeficiente de correlación 0.712 lo cual indica una correlación positiva alta, asimismo el valor de $P = 0,000 < 0,05$ y en inferencia la relación elocuente al 95% y se refuta la hipótesis concluyendo que hay vínculo directo en medio de la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

El resultado de Lujan (2019) sostiene que es real el vínculo alto en medio de la variable comunicación con el liderazgo transformacional de los docentes de una universidad pública. Al aplicar el estadígrafo de Rho Spearman, le resulto un coeficiente de correlación de 0,740, por consiguiente, se tiene como resultado un vínculo directo de nivel alto, y revelador en medio de las mencionadas variables, además de un poseer un nivel de valor de $p < 0,05$, en consecuencia, se refuta la hipótesis y se asume la hipótesis intermitente.

En conclusión, que manifiesta que existe un vínculo directo de nivel alto, verdadero y elocuente en medio de las variables. La investigación estuvo

sustentada por Melgarejo, Pajuelo & Tonder (2020), los cuales sustentan que la comunicación a un nivel muy específico se puede conceptualizar como un aporte específico del liderazgo transformacional, donde se encuentran evidencias de interacción psicológica del trabajador en medio con la disposición a la cual forma parte. En conclusión, los resultados conseguidos en la comparación de la correlación entre las variables mencionadas alcanzaron una relación alta, el cual se evalúa a partir del análisis descriptivo. Para que la comunicación y el liderazgo transformacional contengan una buena relación se debería incentivar y desarrollar capacitaciones y reforzar la cultura organizacional para que las personas logren proteger, acompañar y generar confianza en beneficio de la organización.

En relación con la segunda hipótesis alterna, se manifestó que la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. Los resultados descriptivos sobre la dimensión, la comunicación muestra que el 26,0% demostró que la determinación de la comunicación presenta una buena relación con el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank – Lima. Por otro lado, el 38,0% demostró que la determinación de la comunicación presenta una relación regular con el liderazgo carismático. También se reportó que el 36,0%, existe una mala relación entre la comunicación y el liderazgo carismático.

Los resultados obtenidos después de analizar la estadística inferencial confirman un coeficiente de correlación con el valor de 0.619 lo cual indica una correlación positiva moderada, asimismo el valor de $P = 0,004 < 0,05$ y en inferencia la relación elocuente al 95% y se refuta la hipótesis concluyendo que hay vínculo directo en medio de la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. El resultado de Lujan (2019) sostiene que es real el vínculo alto en medio de la variable comunicación con el liderazgo carismático de los docentes de una universidad pública. Al aplicar el estadígrafo de Rho Spearman, le resultó un coeficiente de correlación de 0,680, por consiguiente, se tiene como resultado un vínculo directo de nivel alto, y revelador en medio de las mencionadas variables, además de un poseer un nivel de valor de $p < 0,05$, en consecuencia, se refuta la hipótesis y se asume la hipótesis intermitente. En conclusión, que manifiesta que existe un vínculo directo de nivel alto, verdadero y elocuente en medio de las variables.

La investigación estuvo sustentada por el teórico llamado Huamani (2016), el cual sustenta que el liderazgo carismático es una mezcla de liderazgo y carisma con el cual se tiene mayor control debido a que logra cautivar y hacer que las personas te apoyen y sigan más debido a quién eres. Por lo que la relación con la comunicación hace más factible las acciones y se logra persuadir más a las personas para la mejora de las actividades que al final favorecen para el logro y éxito dentro de los objetivos. En consecuencia, la interpretación de los resultados conseguidos en la comparación de la correlación entre las variables mencionadas alcanzó una relación alta, el cual se evalúa a partir del análisis descriptivo. Para que la comunicación y el liderazgo carismático contengan una buena relación se debería otorgar capacitaciones laborales para que fluya la comunicación entre las personas y se desarrolle un liderazgo carismático innato durante el tiempo, ya que se demuestra que a mayor socialización y carisma dentro de las actividades o labores es más eficaz los resultados al final.

En relación con la tercera hipótesis alterna, se manifestó que la comunicación y la atribución y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021. Los resultados descriptivos sobre la dimensión, la comunicación muestra que el 26,0% demostró que la determinación de la comunicación presenta una buena relación con la atribución y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank – Lima. Por otro lado, el 38,0% demostró que la determinación de la comunicación presenta una relación regular con la atribución y el liderazgo. También se reportó que el 36,0%, existe una mala relación entre la comunicación y la atribución y el liderazgo. Los resultados obtenidos después de analizar la estadística inferencial confirman un coeficiente de correlación con el valor de 0.0588 lo cual indica una correlación positiva moderada, asimismo el valor de $P = 0,000 < 0,05$ y en inferencia la relación elocuente al 95% y se refuta la hipótesis concluyendo que hay vínculo directo en medio de la comunicación y la atribución y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021.

El resultado de Lujan (2019) sostiene que es real el vínculo alto en medio de la variable comunicación con el liderazgo transformacional de los docentes de una universidad pública. Al aplicar el estadígrafo de Rho Spearman, le resulto un coeficiente de correlación de 0,620, por consiguiente, se tiene como resultado un vínculo directo de nivel alto, y revelador en medio de las mencionadas

variables, además de un poseer un nivel de valor de $p < 0,05$, en consecuencia, se refuta la hipótesis y se asume la hipótesis intermitente. En conclusión, que manifiesta que existe un vínculo directo de nivel alto, verdadero y elocuente en medio de las variables.

La investigación estuvo sustentada por el teórico llamado Argandoña (2017), el cual sustenta que la variable de la comunicación suma a cualquier clase de actividad que desempeñemos e incluso de cualquier tipo de proceso, teniendo en cuenta que existen circunstancias que establecen la comunicación y los resultados que genera son la calidad de fluidez dentro de ello; siendo así un vínculo alto con la atribución y el liderazgo que promueven al significado dirigido a la colaboración y flexibilidad en una organización. Se interrelacionan para conseguir una labor estratégica que concede originar un valor agregado a la organización y sea competitivo en sus funciones. En conclusión, los resultados conseguidos en la comparación de la correlación entre las variables mencionadas alcanzaron una relación regular, el cual se evalúa a partir del análisis descriptivo. Para que la comunicación y la atribución y el liderazgo contengan una buena relación se debe reforzar el valor de reciprocidad entre los miembros y a su vez una retroalimentación proactiva para hacer más fluida la interacción entre ellas y una mejora continua.

VI. CONCLUSIONES

Entorno a tales objetos formulados en este estudio y en par con el diagnostico de las hipótesis, se pudieron deducir relativas conclusiones:

Primera: Se determinó que el coeficiente de correlación estadísticamente significativa entre la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank Lima - 2021, siendo el valor de 0.801; en consecuencia, es una correlación positiva alta; a su vez existiendo también una correlación a nivel de la población; puesto que $p < 0.05$. De los resultados obtenidos, se concluye que la comunicación resulta ser uno de los factores esenciales para un buen liderazgo, facilitando información en el momento oportuno para lograr los objetivos como equipo de trabajo.

Segunda: Se estableció el coeficiente de correlación estadísticamente directa entre la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank Lima - 2021, siendo el valor de 0.712; en consecuencia, es una correlación positiva alta; a su vez existiendo también una correlación a nivel de la población; puesto que $p < 0.05$. De los resultados obtenidos se concluye que mediante una adecuada comunicación se puede lograr que el líder dirija para lograr cambios en el ambiente de trabajo, y este influya en la cultura de la organización.

Tercera: Se identificó el coeficiente de correlación estadísticamente adecuada entre la comunicación y el liderazgo carismático en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021., siendo el valor de 0.619; en consecuencia, es una correlación positiva moderada; a su vez existiendo también una correlación a nivel de la población; puesto que $p < 0.05$. De los resultados obtenidos se concluye que los sentimientos de los trabajadores están afectados por la influencia del carisma del líder y el apoyo que este les pueda brindar para lograr integrarse al equipo de trabajo.

Cuarta: Se determinó el coeficiente de correlación estadísticamente favorable entre la comunicación y la atribución y liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2021., siendo el valor de 0, 588; en consecuencia, es una correlación positiva moderada; a su vez existiendo también una correlación a nivel de la población; puesto que $p < 0.05$. De los resultados obtenidos se concluye que el comportamiento de los colaboradores es en función a las acciones que toma el líder, el cual implica la falta de seguridad para tomar decisiones individuales.

VII. RECOMENDACIONES

Primero: Se recomienda al jefe de equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank, establecer estándares adecuados de comunicación entre él y su equipo con la finalidad de hacer llegar los valores, la misión y visión de la empresa para poder brindar una estabilidad por medio de reforzar la cultura, valorar el trabajo mediante bonos e incentivos, haciendo sentir al trabajador que tiene interés en que su labor y que esta sea efectiva facilitando información en el momento oportuno para que ellos logren sus metas personales y grupales, brindando las herramientas necesarias respecto a avances de las cuotas a mitad de quincena y así ellos puedan trabajar más en sus debilidades con sus clientes.

Segundo: Se recomienda al área de recursos humanos del banco Interbank, en base a los resultados obtenidos que deben realizar encuestas sobre satisfacción en el ambiente de trabajo, con la finalidad de conocer las causas del bajo rendimiento de los trabajadores, asimismo, capacitar a los líderes de diferentes áreas, esto mejorará su relación con el equipo, generará y fortalecerá la fidelidad y lealtad del trabajador por las actividades que realiza.

Tercero: Se recomienda al coordinador de equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank. contribuir en la integración de sus miembros, realizando reuniones semanales, permitiendo que expresen sus sentimientos y que sus opiniones sean tomadas en cuenta para las mejoras del grupo, además brindar la seguridad de que sus metas personales también son parte del éxito de la empresa, realizar programas de integración con la finalidad de fomentar la amistad y fortalecer los lazos de compañerismo para que todos trabajen en función a un solo objetivo

Cuarto: Se recomienda al jefe de equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank, que el comportamiento de los colaboradores respecto a su negativa por integrarse con facilidad a la empresa puede mejorar o incluso desaparecer si el líder se compromete a brindar seguridad mediante el acercamiento de este a su equipo de manera sincera y empática, asimismo delegar funciones y respaldar su trabajo, de esta forma brindará seguridad al equipo.

REFERENCIAS

- Acosta, J.M. (2018). *Dirigir: Liderar, motivar, comunicar, delegar, dirigir reuniones* (6ta edición). Madrid - España: Editorial ESIC.
- Alles, M. (2018). *Comportamiento Organizacional: Cómo lograr un cambio cultural a través de gestión por competencias* (6da edición). Buenos Aires - Argentina: Granica.
- Alles, M. (2017). *Desempeño por competencias: Estrategia, desarrollo de personas y evaluación de personas 360°* (3ra edición). Buenos Aires - Argentina: Granica
- Argandoña, R.A. (2017). *Liderazgo, comunicación y trabajo en equipo*. [Tesis de Grado, Universidad Mayor de San Andrés]. <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/handle/123456789/14878>.
- Asgari, A., Mezginejad, S. & Taherpour, F. (2020). The Role of Leadership Styles in Organizational Citizenship Behavior through the Mediation of Perceived organizational Support and Job satisfaction. *Innovar* (87). DOI:10.15446/innovar.v30n75.83259
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (3a. ed.). Grupo editorial Patria. <https://www.proquest.com/docview/2148604640/25820556CD84BD9PQ/1>.
- Barrón, A. & Sánchez, E. (2016). Estructura social, apoyo social y salud mental. *Psi-cothema*, 13: 17-23
- Baumgarten, J. (2016). *Metas: Secretos y técnicas para alcanzar tus sueños y metas* (1ra edición). EE. UU: Babelcube Incorporated.
- Bayón, J. (2019). *Cultura Empresarial* (1ra edición). España: Editorial Elearning.
- Bourbeau, L. (2020). *El poder de la aceptación: Reconciliarse con el otro, perdonarse a uno mismo* (1ra edición). España: Editorial Sirio.
- Chiavenato, I. (2015). *Comportamiento organizacional*. (3.ª ed.). México, D.F.: McGraw Hill.
- Cosme, J.C. (2018). *Liderazgo* (1ra edición). España: Editorial Elearning.
- Defferrari, F. (2021). LIDERANÇA MOVIDA POR PROPÓSITO: DESAFIOS E CAMINHOS PARA LIDERANÇA COM PROPÓSITO EM ORGANIZAÇÕES. *Revista GETS, Sete Lagoas*, v. 3 (Edição Especial): p.41-62, 2020.

- Delgado, I. (2019). *Dinamización Grupal* (1ra edición). España: Paraninfo.
- Díaz, O. & Rodríguez, C. (2016). Organizacions saludables: models d'actuació i beneficis associats. *Anuari de Psicologia de la Societat Valenciana de Psicologia* 16(2). DOI: 10.7203/anuari.psicologia.16.2.77
- Drela, K. (2018). Work satisfaction and happiness at work. *European Journal of Service Management* 27:81-87. DOI: 10.18276/ejasm.2018.27/1-10.
- Escandell, V. (2020). *La Comunicación: Lengua, Cognición y Sociedad*. (4ta edición). España: Akal.
- Escobedo, M.R. & Segovia, L.A. (2020). *Comunicación asertiva como técnica del liderazgo efectivo en la municipalidad distrital de Aguas Verdes, provincia De Zarumilla, región Tumbes, 2019*. [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Tumbes]. <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/UNITUMBES/2089>
- Ferrell, O. C. & Hirt, G. (2016). *Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante* (6ta Edición). España: McGraw-Hill.
- Gil, F. (2020). *Teletrabajo: importancia de la comunicación interna se triplicó desde que trabajamos en casa*. *Diario Gestión*.
- Griffin R. y Moorhead G, I. (2010). *Comportamiento organizacional*. (9.ª ed.). México, D.F.: Cengage Learning.
- Heimerdinger, A. (2020). *Seguridad Social*. *Gaceta medica de caracas*. DOI: 10.47307/GMC.2020.128.3.5
- Hernández, R. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mc Graw Hill.
- Huamani, A. (2016). *Liderazgo carismático como motivación intrínseca y el desempeño directivo en el INPE Santa Mónica Chorrillos-Lima*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán Y Valle]. <https://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/1006>
- Kondo, M. & Sonenshein, S. (2020). *La felicidad en tu trabajo* (3ra edición). México: Editorial Aguilar.
- Kultalahti, S. & Viitala, R. (2016). Sufficient challenges and a weekend ahead – Generation Y describing motivation at work. *Journal of Organizational Change Management*, 27(4), 569 – 582. <http://dx.doi.org/10.1108/JOCM-05-2014-0101>.

- Logan, O. (2019). Carlotta Sorba, Il melodrama della nazione. Politica e sentimenti nell'età del Risorgimento. *European History Quarterly* 49(3):534-536. DOI: 10.1177/0265691419860743w.
- Lucciarini, S. (2016). POLITICHE DEL LAVORO E AZIONI REGIONALI: MODELLI DI CAPITALISMO TRA EREDITÀ STORICA E CAPACITÀ DI INNOVAZIONE. *Cambio*. 49-65. DOI:10.13128/cambio-20400
- Lujan, P.M. (2019). Liderazgo transformacional y comunicación asertiva en docentes de una Universidad Pública. [Tesis de Doctorado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/27125>
- Luxor, J. (2017). El pequeño libro de la influencia y la persuasión (2da edición). España: Editorial Elearning.
- Maçaneiro, M. (2019). Misericórdia, carisma e missão. *Revista Eclesiástica Brasileira* 70(280). DOI: 10.29386/reb.v70i280.1105.
- Maia, J., Maia, C., Soares, N. & Azevedo, I. (2021). Envolvimento com o trabalho em diferentes situações de trabalho. *Research Society and Development*. DOI: 10.33448/rsd-v10i5.15265
- Martínez, E., Hernández, T. J., Torres, D., García, M. del R., & Montaña, O. (2018). La realidad comunicacional, liderazgo y clima laboral de la pequeña empresa industrial textil en el Estado de Hidalgo. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones Y Negocios)*, 5(1), 76-90. <https://doi.org/10.22579/23463910.15>
- Martínez, O. A., Martínez, O. A., Martínez, R. A., & León, M. N. (2018). Comunicación para el Liderazgo en las Instituciones Educativas en el Contexto de la Complejidad. *Revista Scientific*, 3(9), 190-213. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.9.10.190-213>.
- Marulanda-Grisales, Natalia & González-Gaitán, Henry H. (2017) Objectives and operational strategic decisions as support for lean manufacturing. *Dimensión Empresarial*, 16(1), 29-46. DOI:10.15665/dem.v16i1.1233
- Maxwell, J.C. (2019). Los cambios en liderazgo: Los once cambios esenciales que todo líder debe abrazar (1ra edición). EE. UU: Grupo Nelson.
- Melgarejo, M.Y., Pajuelo, A.D. & Tonder, M.M. (2020). Liderazgo transformacional y la comunicación organizacional en una universidad privada de lima norte en el 2019. [Tesis de Maestría, Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/25323>.

- Membrado, J. (2018). Evolució dels usos del sòl a Benicàssim (País Valencià). De l'estiueig elitista al turisme de masses. Treballs de la Societat Catalana de Geografia, núm. 85. p. 197-216. DOI: 10.2436/20.3002.01.155. <http://revistes.iec.cat/index.php/TSCG>
- Molero, F., Lois, D., García, C. & Gómez, A. (2020). Psicología de Grupos. Madrid-España: Uned.
- Musin, O., Bystritskaya, E., Zhemchug, Y., Sokolov, V., Gryaznov, I. & Savchenko, T. (2020). Ecosistema de información relacionado con el monitoreo del estilo de vida saludable de los adultos. Apuntes Universitarios. DOI:10.17162/au.v10i3.477
- Napolitano, G. (2018). Motivación en el ámbito laboral: El caso de Procter & Gamble (3ra edición). EE. UU: Babelcube Incorporated.
- Normas Apa: Normas APA 2017 – 6ta (sexta) edición (enero 2017).
- Ontoria, M.A. (2018). Contextos sociales de intervención comunitaria (1ra edición). Málaga-España: IC Editorial.
- Orón, J.V. (2019). Neuropsicología de las emociones (2da edición). México: Ediciones Pirámides
- Pachas, L.R. (2016). La comunicación empresarial y su relación con el liderazgo participativo en el Call Center Allus Global BPO Center, Lima, 2016. [Tesis de Licenciatura, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/18075>
- Perez, F. (2020). Lecciones de flexibilidad y liderazgo para entender la nueva realidad del trabajo. ABC. Madrid.
- Raymond, A. (2020). Cómo Establecer Objetivos con Los Metodos Ikigai y Kaizen. España: Amazon Digital Services.
- Ribotta, S. (2021). Condiciones materiales para el ejercicio de la autonomía. El jaque de la desigualdad a la libertad. Revista Derecho del Estado. (168). DOI:10.18601/01229893.n48.06
- Rybnikova, I. & Fornfeist, A. (2021). Kritische Fallstudien zum Verhalten in Organisationen. De Gruyter Oldenbourg. <https://doi.org/10.1515/9783110697308>.

- Robbins y Coulter, T. (2019). *Administración* (12^a ed.). México, D.F.: Pearson educación.
- Rojas, E. (2020). *Todo lo que tienes que saber sobre la vida* (1ra edición). Argentina: Editorial Espasa.
- Salazar, C., Sánchez, A. & Peña, C. (2021). Percepción del apoyo social en jóvenes preuniversitarios de Colima, México. DOI: 10.18041/2745-1453/rac.2020.v1n1.6280.
- Salcedo, A. (2018). *Liderazgo transformacional, Qué es y cómo medirlo* (1ra edición). España: Editorial ESIC.
- Sánchez, W. (2017). *Teoría del control: Control, SCI & Auditoría* (1ra edición). Colombia: Editorial de la U.
- Schlamp, S., Gerpott, F.H. and Voelpel, S.C. (2020). Same Talk, Different Reaction? Communication, Emergent Leadership, and Gender. *Journal of Managerial Psychology*, 36(1), 51-74. <https://doi.org/10.1108/JMP-01-2019-0062>
- Talledo, K.S. (2019). *Estrategias de liderazgo y su influencia en la comunicación organizacional interna de una empresa privada de servicios de Lima*. [Tesis de Maestría, Universidad Ricardo Palma]. <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/2533>
- Trujillo, L. (2017). *influencia de la comunicación interna en el clima organizacional de los empleados de las instituciones públicas descentralizadas del sector energía y minas, 2017*, (Tesis Licenciatura). Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima Perú.
- Valbuena, R. (2017). *La Investigación Científica Avanzada: Con Introducción A Los Programas De Investigación científica, La Investigación Inter nivel Y El Razonamiento Artificial*. Roiman Valbuena.
- Velasco, J.L. (2019). *Entrena tu Carisma: La Clave del Éxito del Entrenador Personal* (1ra edición). México: Editorial CapitanPT.
- Wacker, R., & Dziobek, I. (2018). Preventing empathic distress and social stressors at work through nonviolent communication training: A field study with health professionals. *J Occup Health Psychol.*, 23(1), 141 - 150. doi: doi:10.1037/ocp0000058. https://www.researchgate.net/publication/311679401_Preventing_Empat

hic_Distress_and_Social_Stressors_at_Work_Through_Nonviolent_Communication_Training_A_Field_Study_With_Health_Professionals

Warner, J. (2020). Toma de decisiones y solución de problemas: Perfil de competencias (2da edición). España: Editorial Universitaria Ramón Areces.

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia.

| PROBLEMA PRINCIPAL | OBJETIVO PRINCIPAL | HIPOTESIS PRINCIPAL | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS | ESCALA |
|--|---|--|--|--|----------------------------|-----------------------------------|-------|--|
| ¿Cuál es la relación entre la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2017? | Determinar la relación entre la comunicación y el liderazgo en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2017 | Existe relación significativa entre la comunicación y el liderazgo del equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2017 | La comunicación es un elemento clave, porque los administradores no trabajan con cosas, sino con información acerca de ellas. Además, todas las funciones administrativas, como la planeación, la organización, la dirección y el control solo pueden funcionar en la práctica mediante la comunicación. Chiavenato (2015 pg. 308) | Para operar la variable de estudio de la Comunicación, se aplicará una encuesta al equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank., se evalúa cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón se debe seguir ciertos criterios, ya que estos se presentan como indicadores, los cuales permiten elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra será censal puesto que se seleccionará al 100 % del equipo y está conformada por 45 personas a los que se les aplica un cuestionario con escala de Likert. | Control | Comportamiento de la organización | 1 | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre |
| | | | | | | Grupos | 2 | |
| | | | | | | Personas | 3 | |
| | | | | | | | 4 | |
| | | | | | | | 5 | |
| | | | | | | Desempeño | 6 | |
| | | | | | | | 7 | |
| | | | | | | Metas | 8 | |
| | | | | | | | 9 | |
| | | | | | | Objetivos | 10 | |
| | 11 | | | | | | | |
| Sentimientos | 12 | | | | | | | |
| | 13 | | | | | | | |
| Satisfacción | 14 | | | | | | | |
| | 15 | | | | | | | |
| Necesidades sociales | 16 | | | | | | | |
| | 17 | | | | | | | |
| Decisiones individuales | 18 | | | | | | | |
| | 19 | | | | | | | |
| Decisiones grupales | 19 | | | | | | | |
| Acciones alternativas | | | | | | | | |
| VARIABLE 2: LIDERAZGO | | | | | | | | |
| ¿Cuál es la relación entre la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2017? | Establecer la relación entre la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2017 | Existe relación significativa entre la comunicación y el liderazgo transformacional en el equipo del área de préstamos del banco Interbank - Lima 2017 | Define liderazgo en términos tanto del proceso como de la propiedad. Como proceso, el liderazgo es el uso de la influencia no coercitiva para dirigir y coordinar las actividades de los miembros del grupo para alcanzar una meta. Como propiedad es el conjunto de características atribuidas a quienes, según se percibe, utilizan la influencia del éxito. Griffin y Moorhead (2010 pg. 107) | Para operar la variable de estudio del Liderazgo, se aplicará una encuesta al equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank., se evalúa cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón se debe seguir ciertos criterios, ya que estos se presentan como indicadores, los cuales permiten elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra será censal puesto que se seleccionará al 100 % del equipo y está conformada por 45 personas a los que se les aplica un cuestionario con escala de Likert. | Liderazgo transformacional | Dirigir para el cambio | 1 | 1= Nunca 2= Casi nunca 3= A veces 4= Casi siempre 5= Siempre |
| | | | | | | | 2 | |
| | | | | | | Dirigir para la estabilidad | 3 | |
| | | | | | | Trabajo | 4 | |
| | | | | | | | 5 | |
| | | | | | | Cultura de la organización | 6 | |
| | | | | | | | 7 | |
| | | | | | | Carisma | 8 | |
| | | | | | | | 9 | |
| | | | | | | Apoyo | 10 | |
| | 11 | | | | | | | |
| Aceptación | 12 | | | | | | | |
| | 13 | | | | | | | |
| Influencia | 14 | | | | | | | |
| | 15 | | | | | | | |
| Comportamiento | 16 | | | | | | | |
| | 17 | | | | | | | |
| Delegar | 17 | | | | | | | |
| | 18 | | | | | | | |
| Seguridad | 18 | | | | | | | |

Fuente: elaboración propia.

Anexo 2. Matriz de operacionalización de las variables.

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítem | Escala de medición |
|---------------------|--|--|------------------------|-------------------------------------|--------------|--------------------|
| Comunicación | La comunicación es un elemento clave, porque los administradores no trabajan con cosas, sino con información acerca de ellas. Además, todas las funciones administrativas, como la planeación, la organización, la dirección y el control solo pueden funcionar en la práctica mediante la comunicación. Chiavenato (2015 pg. 308) | Para operar la variable de estudio de la Comunicación, se aplicó una encuesta al equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank, se evalúa cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón se debe seguir ciertos criterios, ya que estos se presentan como indicadores, los cuales permiten elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra será censal puesto que se seleccionó al 100 % del equipo y está conformada por 30 personas a los que se les aplica un cuestionario con escala de Likert | Control | . Comportamiento de la organización | 01 – 02 – 03 | Ordinal |
| | | | | . Grupos | 04 – 05 | |
| | | | | . Personas | 06 – 07 – 08 | |
| | | | Motivación | . Desempeño | 09 – 10 – 11 | |
| | | | | . Metas | 12 – 13 | |
| | | | | . Objetivos | 14 – 15 – 16 | |
| | | | Expresión de emociones | . Sentimientos | 17 – 18 | |
| | | | | . Satisfacción | 19 – 20 – 21 | |
| | | | | . Necesidades Sociales | 22 – 23 – 24 | |
| | | | Información | . Decisiones individuales | 25 – 26 | |
| | | | | . Decisiones Grupales | 27 – 28 | |
| | | | | . Decisiones Alternativas | 29 – 30 | |

Fuente: Elaboración propia

| Variable | Definición conceptual | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítem | Escala de medición |
|------------------|--|---|----------------------------|-------------------------------|--------------|--------------------|
| Liderazgo | Define liderazgo en términos tanto del proceso como de la propiedad. Como proceso, el liderazgo es el uso de la influencia no coercitiva para dirigir y coordinar las actividades de los miembros del grupo para alcanzar una meta. Como propiedad es el conjunto de características atribuidas a quienes, según se percibe, utilizan la influencia del éxito. Griffin y Moorhead (2010 pg. 107) | Para operar la variable de estudio del Liderazgo, se aplicó una encuesta al equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank., se evalúa cada dimensión con precisión y detalle, por esa razón se debe seguir ciertos criterios, ya que estos se presentan como indicadores, los cuales permiten elaborar una encuesta y así procesar los datos. La muestra será censal puesto que se seleccionó al 100 % del equipo y está conformada por 30 personas a los que se les aplica un cuestionario con escala de Likert. | Liderazgo transformacional | . Dirigir para el cambio | 01 – 02 – 03 | Ordinal |
| | | | | . Dirigir para la estabilidad | 04 – 05 | |
| | | | | . Trabajo | 06 – 07 – 08 | |
| | | | Liderazgo carismático | . Cultura de la organización | 09 – 10 – 11 | |
| | | | | . Carisma | 12 – 13 – 14 | |
| | | | | . Apoyo | 15 – 16 – 17 | |
| | | | Atribución y liderazgo | . Aceptación | 18 – 19 | |
| | | | | . Influencia | 20 – 21 – 22 | |
| | | | | . Comportamiento | 23 – 24 – 25 | |
| | | | | . Delegar | 26 – 27 | |
| | | | | . Seguridad | 28 – 29 – 30 | |

Fuente: elaboración propia.

Anexo 3. Instrumento 1

CUESTIONARIO SOBRE COMUNICACIÓN



Lea atentamente y responda con honestidad marcando con un aspa o una “X” en la escala ordinal que se encuentra a la derecha de cada una de las premisas, de acuerdo a su nivel de percepción.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------|------------|-----------|-------|-----------|
| Muy deficiente | Deficiente | Aceptable | Bueno | Muy bueno |

| COMUNICACIÓN | | | | | | | | | |
|----------------------------------|--|--|--|--|---------------|----------|----------|----------|----------|
| 1. CONTROL | | | | | Escala | | | | |
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 01. | Me siento satisfecho con la trayectoria de la organización. | | | | | | | | |
| 02. | Los grupos de trabajo cuentan con el respaldo de un líder preparado. | | | | | | | | |
| 03. | Percibo que los grupos solo se motivan por intereses personales. | | | | | | | | |
| 04. | Las personas dentro la empresa saben controlar sus emociones. | | | | | | | | |
| 05. | El equipo de personas sabe lo importante que es el factor humano en la empresa. | | | | | | | | |
| 2. MOTIVACIÓN | | | | | Escala | | | | |
| 06. | Tengo beneficios económicos que satisfacen mis necesidades. | | | | | | | | |
| 07. | Soy reconocido por mi buen desempeño laboral. | | | | | | | | |
| 08. | Al cumplir con la meta mensual me siento recompensado. | | | | | | | | |
| 09. | Me gustaría recibir motivación afectiva por el logro de mis metas. | | | | | | | | |
| 10. | Mis compañeros aportan para llegar a las meta del equipo. | | | | | | | | |
| 3. EXPRESIÓN DE EMOCIONES | | | | | Escala | | | | |
| 11. | Puede expresar sus sentimientos dentro de la empresa. | | | | | | | | |
| 12. | La empresa se preocupa por brindarte una adecuada estabilidad emocional. | | | | | | | | |
| 13. | Los beneficios que percibo satisfacen mis necesidades. | | | | | | | | |
| 14. | Me siento satisfecho al recibir reconocimiento por parte de mi jefe. | | | | | | | | |
| 15. | La empresa ofrece actividades de camaradería para la integración del personal. | | | | | | | | |
| 4. INFORMACIÓN | | | | | Escala | | | | |
| 16. | El líder toma buenas decisiones en el ámbito laboral. | | | | | | | | |
| 17. | Si tuviera la oportunidad de ejecutar un proyecto tendría el apoyo del equipo. | | | | | | | | |
| 18. | Mis opiniones son consideradas por mis compañeros. | | | | | | | | |
| 19. | La empresa me brinda capacitación adecuada para la realización de mis funciones. | | | | | | | | |

Fuente: elaborado por la tesis de Bernal (2019), anexo 4

Anexo 4. Instrumento 2

CUESTIONARIO SOBRE LIDERAZGO



Lea atentamente y responda con honestidad marcando con un aspa o una “X” en la escala ordinal que se encuentra a la derecha de cada una de las premisas, de acuerdo a su nivel de percepción.

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-------|------------|---------|--------------|---------|
| Nunca | Casi nunca | A veces | Casi siempre | Siempre |

| LIDERAZGO | | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|---------------|----------|----------|----------|----------|
| 1. INVOLUCRAMIENTO CON EL PUESTO | | | | | Escala | | | | |
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. | El líder de área tiene la capacidad de dirigir al equipo de trabajo. | | | | | | | | |
| 21. | La empresa cuenta con personal capacitado para dirigir las campañas de trabajo. | | | | | | | | |
| 22. | Si tuviera la oportunidad de direccionar a un equipo de trabajo, lo aceptaría. | | | | | | | | |
| 23. | La empresa me brinda estabilidad laboral. | | | | | | | | |
| 24. | La empresa me capacita para la adecuada realización de mi trabajo. | | | | | | | | |
| 25. | Me siento orgulloso(a) de formar parte de la organización. | | | | | | | | |
| 2. COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN | | | | | Escala | | | | |
| 26. | El carisma de su jefe es insuficiente para las buenas relaciones en el equipo. | | | | | | | | |
| 27. | Cuento con el apoyo del líder en situaciones adversas. | | | | | | | | |
| 28. | Tiene el apoyo esperado en por parte de su empresa para la realización de sus metas. | | | | | | | | |
| 29. | El líder tiene la necesidad de ser aceptado. | | | | | | | | |
| 30. | Acepta con facilidad a los nuevos integrantes de su equipo de trabajo. | | | | | | | | |
| 31. | El líder influye en las decisiones de su equipo. | | | | | | | | |
| 32. | El líder le genera confianza lo que influye en su estabilidad emocional. | | | | | | | | |
| 3. ESTADOS DE ANIMO DEL TRABAJADOR | | | | | Escala | | | | |
| 33. | Mis compañeros cumplen con las normas impuestas por la empresa. | | | | | | | | |
| 34. | El comportamiento adecuado del equipo es por la influencia de su líder. | | | | | | | | |
| 35. | El jefe se toma atribuciones que no le corresponden. | | | | | | | | |
| 36. | La empresa y su jefe se encargan de delegar correctamente sus funciones. | | | | | | | | |
| 37. | La empresa tiene bien establecidas las normas de salud y seguridad en el trabajo. | | | | | | | | |
| 38. | Siento seguridad en el ambiente en el que labora. | | | | | | | | |

Fuente: elaborado por la tesis de Bernal (2019), anexo 4

Anexo 5. Validación de expertos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SOBRE COMUNICACIÓN

| Nº | DIMENSION/ITEMS | PERTINENCIA 1 | | | | RELEVANCIA 2 | | | | CLARIDAD 3 | | | | SUGERENCIAS |
|--|--|------------------|---|---|----|-----------------|---|---|----|---------------|---|---|----|-------------|
| | | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | |
| VARIABLE: COMUNICACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN: CONTROL | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Me siento satisfecho con la trayectoria de la organización. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 2 | Los grupos de trabajo cuentan con el respaldo de un líder preparado. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 3 | Percibo que los grupos solo se motivan por intereses personales. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 4 | Las personas dentro la empresa saben controlar sus emociones. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 5 | El equipo de personas sabe lo importante que es el factor humano en la empresa. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| DIMENSIÓN: MOTIVACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Tengo beneficios económicos que satisfacen mis necesidades. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 7 | Soy reconocido por mi buen desempeño laboral. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 8 | Al cumplir con la meta mensual me siento recompensado. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 9 | Me gustaría recibir motivación afectiva por el logro de mis metas. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 10 | Mis compañeros aportan para llegar a las meta del equipo. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| DIMENSIÓN: EXPRESIÓN DE EMOCIONES | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Puede expresar sus sentimientos dentro de la empresa.. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 12 | La empresa se preocupa por brindarte una adecuada estabilidad emocional. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 13 | Los beneficios que percibo satisfacen mis necesidades. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 14 | Me siento satisfecho al recibir reconocimiento por parte de mi jefe. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 15 | La empresa ofrece actividades de camaradería para la integración del personal. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| DIMENSIÓN: INFORMACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | El líder toma buenas decisiones en el ámbito laboral. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 17 | Si tuviera la oportunidad de ejecutar un proyecto tendría el apoyo del equipo. | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Mis opiniones son consideradas por mis compañeros. | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | La empresa me brinda capacitación adecuada para la realización de mis funciones. | | | | X | | | X | | | | | X | |

Observaciones: Es suficiente para la aplicación.

Opinión de aplicabilidad: aplicable (X) aplicable después de corregir () no aplicable ()

Apellido y nombres del juez validador: Dra. Lupe Esther Graus Cortez DNI: 07539368

1 Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

3 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE
METODOLÓGICO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SOBRE COMUNICACIÓN

| Nº | DIMENSION/ITEMS | PERTINENCIA 1 | | | | RELEVANCIA 2 | | | | CLARIDAD 3 | | | | SUGERENCIAS |
|--|--|---------------|---|---|----|--------------|---|---|----|------------|---|---|----|-------------|
| | | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | |
| VARIABLE: COMUNICACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN: CONTROL | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Me siento satisfecho con la trayectoria de la organización. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 2 | Los grupos de trabajo cuentan con el respaldo de un líder preparado. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 3 | Percibo que los grupos solo se motivan por intereses personales. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 4 | Las personas dentro la empresa saben controlar sus emociones. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 5 | El equipo de personas sabe lo importante que es el factor humano en la empresa. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| DIMENSIÓN: MOTIVACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Tengo beneficios económicos que satisfacen mis necesidades. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 7 | Soy reconocido por mi buen desempeño laboral. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 8 | Al cumplir con la meta mensual me siento recompensado. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 9 | Me gustaría recibir motivación afectiva por el logro de mis metas. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 10 | Mis compañeros aportan para llegar a las meta del equipo. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| DIMENSIÓN: EXPRESIÓN DE EMOCIONES | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Puede expresar sus sentimientos dentro de la empresa. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 12 | La empresa se preocupa por brindarte una adecuada estabilidad emocional. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 13 | Los beneficios que percibo satisfacen mis necesidades. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 14 | Me siento satisfecho al recibir reconocimiento por parte de mi jefe. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 15 | La empresa ofrece actividades de camaradería para la integración del personal. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| DIMENSIÓN: INFORMACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | El líder toma buenas decisiones en el ámbito laboral. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 17 | Si tuviera la oportunidad de ejecutar un proyecto tendría el apoyo del equipo. | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Mis opiniones son consideradas por mis compañeros. | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | La empresa me brinda capacitación adecuada para la realización de mis funciones. | | | | X | | | X | | | | | X | |

Observaciones: Es suficiente para la aplicación.

Opinión de aplicabilidad: aplicable (X) aplicable después de corregir () no aplicable ()
 Apellido y nombres del juez validador: Mg: Luis Alberto Torres Cabanillas DNI: 08404690

- 1 Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 2 Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
 3 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE
 ESTADÍSTICO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE SOBRE COMUNICACIÓN

| Nº | DIMENSION/ITEMS | PERTINENCIA 1 | | | | RELEVANCIA 2 | | | | CLARIDAD 3 | | | | SUGERENCIAS |
|--|--|---------------|---|---|----|--------------|---|---|----|------------|---|---|----|-------------|
| | | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | |
| VARIABLE: COMUNICACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| DIMENSIÓN: CONTROL | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Me siento satisfecho con la trayectoria de la organización. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 2 | Los grupos de trabajo cuentan con el respaldo de un líder preparado. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 3 | Percibo que los grupos solo se motivan por intereses personales. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 4 | Las personas dentro la empresa saben controlar sus emociones. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 5 | El equipo de personas sabe lo importante que es el factor humano en la empresa. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| DIMENSIÓN: MOTIVACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Tengo beneficios económicos que satisfacen mis necesidades. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 7 | Soy reconocido por mi buen desempeño laboral. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 8 | Al cumplir con la meta mensual me siento recompensado. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 9 | Me gustaría recibir motivación afectiva por el logro de mis metas. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 10 | Mis compañeros aportan para llegar a las meta del equipo. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| DIMENSIÓN: EXPRESIÓN DE EMOCIONES | | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Puede expresar sus sentimientos dentro de la empresa.. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 12 | La empresa se preocupa por brindarte una adecuada estabilidad emocional. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 13 | Los beneficios que percibo satisfacen mis necesidades. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 14 | Me siento satisfecho al recibir reconocimiento por parte de mi jefe. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 15 | La empresa ofrece actividades de camaradería para la integración del personal. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| DIMENSIÓN: INFORMACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 16 | El líder toma buenas decisiones en el ámbito laboral. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 17 | Si tuviera la oportunidad de ejecutar un proyecto tendría el apoyo del equipo. | | | | | | | | | | | | | |
| 18 | Mis opiniones son consideradas por mis compañeros. | | | | | | | | | | | | | |
| 19 | La empresa me brinda capacitación adecuada para la realización de mis funciones. | | | | X | | | | X | | | | | X |

Observaciones: Es suficiente para la aplicación.

Opinión de aplicabilidad: aplicable (X) aplicable después de corregir () no aplicable ()

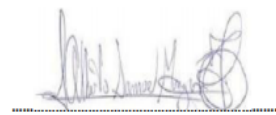
Apellido y nombres del juez validador: Dr. Alberto Monzón Troncoso DNI: 07482223

1 Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

3 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



FIRMA DEL ESPECIALISTA

CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE LIDERAZGO

| Nº | DIMENSION/ITEMS | PERTINENCIA 1 | | | | RELEVANCIA2 | | | | CLARIDAD3 | | | | SUGERENCIAS |
|---|--|---------------|---|---|----|-------------|---|---|----|-----------|---|---|----|-------------|
| | | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | |
| VARIABLE: LIDERAZGO | | | | | | | | | | | | | | |
| DIMENSION: INVOLUCRAMIENTO CON EL PUESTO | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | El líder de área tiene la capacidad de dirigir al equipo de trabajo. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 2 | La empresa cuenta con personal capacitado para dirigir las campañas de trabajo. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 3 | Si tuviera la oportunidad de direccionar a un equipo de trabajo, lo aceptaría. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 4 | La empresa me capacita para la adecuada realización de mi trabajo. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 5 | Me siento orgulloso(a) de formar parte de la organización. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| DIMENSION: COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | El carisma de su jefe es insuficiente para las buenas relaciones en el equipo. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 14 | Cuento con el apoyo del líder en situaciones adversas. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 15 | Tiene el apoyo esperado en por parte de su empresa para la realización de sus metas. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 16 | El líder tiene la necesidad de ser aceptado. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 17 | Acepta con facilidad a los nuevos integrantes de su equipo de trabajo. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 18 | El líder influye en las decisiones de su equipo. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 19 | El líder le genera confianza lo que influye en su estabilidad emocional. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| DIMENSION: ESTADOS DE ANIMO DEL TRABAJADOR | | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | Mis compañeros cumplen con las normas impuestas por la empresa. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 23 | El comportamiento adecuado del equipo es por la influencia de su líder. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 24 | El jefe se toma atribuciones que no le corresponden. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 25 | La empresa y su jefe se encargan de delegar correctamente sus funciones. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 26 | La empresa tiene bien establecidas las normas de salud y seguridad en el trabajo. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 27 | Siento seguridad en el ambiente en el que labora. | | | X | | | | X | | | | | X | |

Observaciones: Es suficiente para la aplicación.

Opinión de aplicabilidad: aplicable (X) aplicable después de corregir () no aplicable ()

Apellido y nombres del juez validador: Dra. Lupe Esther Graus DNI: 07539368

1 Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.

2 Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.

3 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



.....
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE
METODOLÓGICO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE LIDERAZGO

| Nº | DIMENSION/ITEMS | PERTINENCIA 1 | | | | RELEVANCIA 2 | | | | CLARIDAD 3 | | | | SUGERENCIAS |
|---|--|---------------|---|---|----|--------------|---|---|----|------------|---|---|----|-------------|
| | | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | |
| VARIABLE: LIDERAZGO | | | | | | | | | | | | | | |
| DIMENSION: INVOLUCRAMIENTO CON EL PUESTO | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | El líder de área tiene la capacidad de dirigir al equipo de trabajo. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 2 | La empresa cuenta con personal capacitado para dirigir las campañas de trabajo. | | | | X | | | | X | | | | | X |
| 3 | Si tuviera la oportunidad de direccionar a un equipo de trabajo, lo aceptaría. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 4 | La empresa me capacita para la adecuada realización de mi trabajo. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 5 | Me siento orgulloso(a) de formar parte de la organización. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| DIMENSION: COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | El carisma de su jefe es insuficiente para las buenas relaciones en el equipo. | | | X | | | | X | | | | | | X |
| 14 | Cuento con el apoyo del líder en situaciones adversas. | | | X | | | | X | | | | | | X |
| 15 | Tiene el apoyo esperado en por parte de su empresa para la realización de sus metas. | | | X | | | | X | | | | | | X |
| 16 | El líder tiene la necesidad de ser aceptado. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 17 | Acepta con facilidad a los nuevos integrantes de su equipo de trabajo. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 18 | El líder influye en las decisiones de su equipo. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 19 | El líder le genera confianza lo que influye en su estabilidad emocional. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| DIMENSION: ESTADOS DE ANIMO DEL TRABAJADOR | | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | Mis compañeros cumplen con las normas impuestas por la empresa. | | | X | | | | X | | | | | | X |
| 23 | El comportamiento adecuado del equipo es por la influencia de su líder. | | | X | | | | X | | | | | | X |
| 24 | El jefe se toma atribuciones que no le corresponden. | | | X | | | | X | | | | | | X |
| 25 | La empresa y su jefe se encargan de delegar correctamente sus funciones. | | | X | | | | X | | | | | | X |
| 26 | La empresa tiene bien establecidas las normas de salud y seguridad en el trabajo. | | | X | | | | X | | | | | | X |
| 27 | Siento seguridad en el ambiente en el que labora. | | | X | | | | X | | | | | | X |

Observaciones: Es suficiente para la aplicación.

Opinión de aplicabilidad: aplicable (X) aplicable después de corregir () no aplicable ()
 Apellido y nombres del juez validador: Mg: Luis Alberto Torres Cabanillas DNI: 08404690

- 1 Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 2 Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
 3 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



.....
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE
ESTADISTICO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DEL INSTRUMENTO QUE MIDE LA VARIABLE DE LIDERAZGO

| N° | DIMENSION/ITEMS | PERTINENCIA 1 | | | | RELEVANCIA 2 | | | | CLARIDAD 3 | | | | SUGERENCIAS |
|---|--|---------------|---|---|----|--------------|---|---|----|------------|---|---|----|-------------|
| | | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | MD | D | A | MA | |
| VARIABLE: LIDERAZGO | | | | | | | | | | | | | | |
| DIMENSION: INVOLUCRAMIENTO CON EL PUESTO | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | El líder de área tiene la capacidad de dirigir al equipo de trabajo. | | | | X | | | | X | | | | X | |
| 2 | La empresa cuenta con personal capacitado para dirigir las campañas de trabajo. | | | | X | | | | X | | | | X | |
| 3 | Si tuviera la oportunidad de direccionar a un equipo de trabajo, lo aceptaría. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 4 | La empresa me capacita para la adecuada realización de mi trabajo. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 5 | Me siento orgulloso(a) de formar parte de la organización. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| DIMENSION: COMPROMISO CON LA ORGANIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | El carisma de su jefe es insuficiente para las buenas relaciones en el equipo. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 14 | Cuento con el apoyo del líder en situaciones adversas. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 15 | Tiene el apoyo esperado en por parte de su empresa para la realización de sus metas. | | | X | | | | X | | | | | X | |
| 16 | El líder tiene la necesidad de ser aceptado. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 17 | Acepta con facilidad a los nuevos integrantes de su equipo de trabajo. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| 18 | El líder influye en las decisiones de su equipo. | | | | X | | | X | | | | X | | |
| 19 | El líder le genera confianza lo que influye en su estabilidad emocional. | | | X | | | | X | | | | X | | |
| DIMENSION: ESTADOS DE ANIMO DEL TRABAJADOR | | | | | | | | | | | | | | |
| 22 | Mis compañeros cumplen con las normas impuestas por la empresa. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 23 | El comportamiento adecuado del equipo es por la influencia de su líder. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 24 | El jefe se toma atribuciones que no le corresponden. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 25 | La empresa y su jefe se encargan de delegar correctamente sus funciones. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 26 | La empresa tiene bien establecidas las normas de salud y seguridad en el trabajo. | | | | X | | | X | | | | | X | |
| 27 | Siento seguridad en el ambiente en el que labora. | | | X | | | | X | | | | | X | |

Observaciones: Es suficiente para la aplicación.

Opinión de aplicabilidad: aplicable (X) aplicable después de corregir () no aplicable ()
 Apellido y nombres del juez validador: Dr. Alberto Monzón Troncoso DNI: 07482223

- 1 Pertinencia: el ítem corresponde al concepto teórico formulado.
 2 Relevancia: el ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
 3 Claridad: se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.



FIRMA DEL ESPECIALISTA

Anexo 6. Carta de Autorización



Lima 25 de enero del 2018

Señores:

Universidad cesar vallejo

Asunto

AUTORIZACION DE EJECUCION DE TESIS

Habiendo revisado el proyecto de tesis titulado: "Comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos efectivo del banco Interbank Lima -2017", por la autora Maribel Eraldina Martinez Poquioma, la empresa autoriza la ejecución del proyecto descrito, así mismo nos comprometemos a brindar la información necesaria para la realización de la misma.

Atte.

Pierella Castillo Montenegro

PIERELLA CASTILLO MONTENEGRO
SECRETARÍA DEL BANCO



Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, Martínez Poquioma Maribel Eraldina, estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales y Programa Académico de Administración de la Universidad César Vallejo, sede Lima Este, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan a la Tesis de titulada:

Comunicación y liderazgo en el equipo del área de préstamos efectivo

del banco Interbank - Lima, 2017

es de nuestra autoría, por tanto, declaramos que el Trabajo de Investigación:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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.

Lima, 27 de marzo del 2021

| | |
|--|--|
| Apellidos y Nombres del Autor: Martínez Poquioma ,Maribel Eraldina | |
| D.N.I.: 45328053 | |
| ORCID: 0000-0001-7662-8716 | |