



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**Medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional
en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Pardo Sosa, Aracelli Stefani (ORCID: [0000-0003-0617-4995](https://orcid.org/0000-0003-0617-4995))

ASESOR:

Mg. Montenegro Díaz, Denis José (ORCID: [0000-0001-7448-8051](https://orcid.org/0000-0001-7448-8051))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

A mis padres por haberme apoyado incondicionalmente y motivarme a superarme con mucha perseverancia, a mis tíos que son parte de este logro por sus consejos. Por último, quiero dedicar esta tesis a mis abuelitas Agripina y Demetria por el amor y la crianza en buenos valores que permitieron formarme.

Agradecimiento

A Dios por protegerme y guiarme en cada paso de mi vida.

A mi asesor Mag. Denis Montenegro Díaz por su exigencia y paciencia para la realización de la presente tesis.

A mi familia porque siempre está guiándome y apoyándome en todos mis proyectos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
ÍNDICE DE TABLAS	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	3
III. METODOLOGÍA	8
3.1 Tipo y diseño de investigación	8
3.2 Variables y operacionalización	8
3.3 Población, muestra y muestreo	11
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad ..	12
3.5 Procedimientos	14
3.6 Método de análisis de datos	14
3.7. Aspectos Éticos	15
VII. RECOMENDACIONES	32
Referencias	33
Anexos	38

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Distribución de la población de colaboradores de la empresa Overall ...	11
Tabla 2: Criterios de inclusión y exclusión	12
Tabla 4: Confiabilidad del instrumento	13
Tabla 5 : Fuente: George y Mallery	14
Tabla 8: Prueba de chi- cuadrado	17
Tabla 9: Prueba de Tau b Kendall.....	17
Tabla 10: Contingencia Medio oral y Liderazgo transaccional	20
Tabla 12: Prueba de Chi cuadrado hipótesis específica	21
Tabla 11: Prueba de Normalidad hipótesis específica 1	21
Tabla 13: Prueba de hipótesis específica 1	22
Tabla 14: Contingencia Medio escrito y Liderazgo transaccional.....	23
Tabla 15: Fuente: SPSS.....	24

Resumen

La presente investigación describe la relación entre los medios de comunicación descendente y el liderazgo transaccional de colaboradores de la empresa Overall en Lima durante el año 2020. Se trata de una investigación básica, de diseño no experimental y nivel correlacional, cuya población estuvo compuesta por 150 colaboradores de esta empresa, que participaron de una encuesta. Los resultados obtenidos determinaron que existe relación directa y significativa entre los medios de comunicación descendente y el liderazgo transaccional en los colaboradores de esta empresa, a partir de la aplicación de la prueba Chi cuadrado y Rho Spearman.

Palabras claves: comunicación descendente, liderazgo transaccional, medios.

Abstract

This research describes the relationship between the descending communication media and the transactional leadership of collaborators of the Overall company in Lima during 2020. It is a basic research, of non-experimental design and correlational level, whose population consisted of 150 employees of this company, who participated in a survey. The results obtained determined that there is a direct and significant relationship between the descending communication media and transactional leadership in the employees of this company, based on the application of the Chi square test and Rho Spearman.

Keywords: downward communication, transactional leadership, media

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los medios de comunicación descendente es la más utilizada en el área corporativa para poder dar feedback, metas y objetivos a los colaboradores, pues es la comunicación dada del puesto jerárquico más alto a los niveles de menor jerarquía. Por otro lado, el liderazgo transaccional es un tipo de liderazgo basado en otorgar premios y castigos establecidos a sus trabajadores, dando como resultado el desarrollo óptimo de su trabajo. En este caso nos enfocaremos en los medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional mediante un grupo de trabajadores de la empresa Overall. La corporación Overall es 100% peruana, inició sus operaciones en 1988 dando el servicio de soluciones de trade marketing, selección de personal, básicamente servicios de tercerización. Está constituida por los valores que se perciben día a día como la honestidad, compromiso y profesionalismo. Con la organización los clientes y los colaboradores corresponden el grado de identificación y fidelidad con el cumplimiento de objetivos, además a diferencia de otras empresas del mismo rubro Overall está encaminada a la realización de actividades con pro-acción en favor de los demás mostrando una cultura de servicio, todo el colaborador dentro de su estructura salarial cuenta con un bono por cumplimiento/productividad. La comunicación descendente está relacionada con el liderazgo transaccional ya que es la comunicación dada por el puesto jerárquico más alto sobre las directrices de cómo cumplir para llegar al bono de cumplimiento y no ser sancionados, el líder busca generar compromiso y llegar al objetivo; para ello la comunicación se dará por distintos medios. Esto lo confirma Fernández, M Cristina; Quintero, Nelson. (2017) en Venezuela, Carro-Suárez, J., Sarmiento-Paredes, S., & Rosano-Ortega, G. (2017) en Chile, Galvis Ardila, Y., & Silva Agudelo, M. C. (2016) en Colombia. El trabajo de investigación es relevante para el comportamiento de los colaboradores, brindando una solución a la problemática de las empresas con sus objetivos. Los medios donde se dará la comunicación descendente es un elemento de gran importancia para una buena relación entre jefe y colaboradores. Los colaboradores necesitan socializar y esto se logra a través de distintos medios como discursos, reuniones y llamadas telefónicas dirigidas por los jefes, el objetivo de toda empresa es que la información sea clara. Por otro lado, el liderazgo transaccional

genera mayor compromiso, llegando a un objetivo como empresa. La relación entre estas dos variables se fusionará como una propuesta guiada por decisiones. La aplicación de este trabajo de investigación tiene como objetivo probar la relación entre los medios de comunicación de arriba hacia abajo y el liderazgo transaccional. La comunicación es la columna vertebral del éxito de toda empresa porque depende de todos los que necesitan al desarrollo de la organización, por otro lado, el liderazgo transaccional a través de una estructura de recompensa punitiva genera un compromiso con la eficacia y mayor efectividad. Esta investigación contribuirá a la teoría de la contingencia y la teoría del liderazgo transaccional, y en cierta medida hará que la teoría se inunde de variables que reducen los medios de comunicación y el liderazgo transaccional. La investigación va a contribuir a la problemática que tienen muchas empresas que es la mejora en el liderazgo con el fin de obtener mejores resultados. La investigación justifica poner a alcance a las organizaciones una herramienta que permita evaluar variables relevantes para consecuencias positivas como efectividad, productividad y compromiso de los colaboradores. El problema de investigación general en la presente investigación se plantea del siguiente modo ¿Cuál es la relación de los medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020? Las empresas generan compromiso de gran significado para el trabajador, en este caso es que los colaboradores alcanzan sus objetivos a través de premios y castigos establecidos. En la presente investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre los medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020. Por otro lado, como objetivos específicos es determinar la relación de los medios comunicación descendente a través del medio oral y la recompensa contingente del liderazgo transaccional, como segundo objetivo es determinar la relación de los medios de comunicación descendente a través de medios escrito y la dirección por excepción del liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020. Como hipótesis general existe una relación significativa entre los medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020. Por otro lado, como hipótesis específicas existe una relación significativa entre los medios de comunicación descendente a través del medio escrito y la recompensa

contingente del liderazgo transaccional, como segunda hipótesis específica es determinar que existe relación significativa entre los medios de comunicación descendente a través del medio oral y la dirección por excepción del liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020.

II. MARCO TEÓRICO

Como antecedente nacional, Vásquez (2018) en su artículo el objetivo es incrementar el desempeño en los colaboradores. En el trabajo de investigación se tiene como muestra a 23 colaboradores que pasan una encuesta con el fin de recoger información y posteriormente analizarlo. Su metodología es de enfoque cualitativo, el diseño de investigación es preexperimental. Como resultado se logró incrementar el cumplimiento laboral en la organización. Esto indica que los colaboradores se desempeñan eficazmente en su centro de labores guiados por un líder transaccional, cabe resaltar que en el sector de retail donde se desarrolla la investigación el autor incremento notablemente el cumplimiento de objetivos y también indica sobre las recompensas que obtenían los colaboradores de electro tiendas del Perú S.A.C en Chiclayo. Guanilo (2017) en su artículo el objetivo era determinar la relación entre el líder y el desempeño de sus trabajadores. El artículo tomo como muestra a 44 colaboradores que pasan una encuesta para poder medir la correlación de sus variables. Su metodología es de enfoque cuantitativo donde requiere probar una hipótesis en base de análisis estadísticos y el diseño de la investigación es de tipo no experimental. Dando como resultado que existe una influencia de la remuneración económica con su desempeño laboral. De esta manera se demuestra que el líder transaccional a través de reglas ya establecidas para obtener un extra genera compromiso del colaborador. Por otro lado, los resultados evidencian que hay una activa participación de un líder transaccional dentro de la organización que tiene efecto positivo con el desempeño laboral. Este antecedente me va permitir analizar qué tan importante es tener un líder transaccional para obtener resultados en las metas establecidas y sobre todo generar una comunicación activa. Como antecedentes internacionales, Fernández & Quintero (2017) El objetivo es explicar sobre el tipo de liderazgo transaccional que aplican empresarios venezolanos que desarrollaron ideas de negocios exitosos. Las empresas mencionadas rediseñan la percepción de comunicación

que da el líder provocando en los trabajadores mayor expectativa. Los líderes transaccionales trabajan sobre la identidad de una organización y cuentan con tres factores: recompensa contingente, gerencia por excepción activa y pasiva. El primer factor es básicamente donde el líder utiliza recompensa o incentivo para un mejor resultado motivado, el segundo factor consiste en el nivel de conformidad teniendo una recompensa contingente activa donde el líder monitorea el comportamiento del colaborador y si es necesario usa métodos correctivos en ese mismo instante, el tercer factor es la recompensa contingente pasiva donde el líder espera que el problema se presente para poder actuar y corregirlos. El autor indica lo importante que es un líder transaccional dentro de una organización ya que la recompensa que se da a los colaboradores sirve como impulso para llegar al cumplimiento de objetivos. Los resultados obtenidos del trabajo de investigación, considera que ambas teorías de liderazgo son las que mejor describen a un líder exitoso ante un entorno global cambiante. Lunenburg (2017) en su artículo, tiene como objetivo analizar cómo la estructura de una organización afecta la forma de comunicación dentro de la organización. La estructura de la organización debe permitir la comunicación en tres direcciones diferentes: ascendente, descendente y horizontal. Estas tres nuevas direcciones constituyen el marco de comunicación en la organización. La estructura organizacional afecta la forma de comunicación dentro de la organización. La comunicación descendente incluye estrategias, reglas y procesos desde la alta dirección hasta los niveles inferiores. La comunicación ascendente incluye el flujo de informes de desempeño, quejas y otra información (de nivel bajo a nivel alto). La comunicación horizontal es de naturaleza coordinada y se produce entre departamentos o departamentos del mismo nivel. El autor infiere que en una organización se usan distintos medios de comunicación para poder llegar a una comunicación efectiva con sus colaboradores y recomienda que se usen distintos medios para trasladar el mensaje. Silva, Olsen, Pezzi & Sanjurjo (2016) en su artículo el objetivo es hacer una comparación entre ambas variables y aplicarlo en el centro de voluntariado. El trabajo de investigación indica que el líder transaccional busca motivar a sus colaboradores con el fin de negociar el resultado de la meta y lo que recibirán a cambio, con ello se muestra el concepto básico del líder transaccional que es alcanzar un objetivo a través de premios y castigos establecidos con reglas claras.

En los resultados del artículo los voluntarios jóvenes ejercen el tipo de liderazgo transformacional el cual consiste en motivar a las personas y las transforma, por otro lado, los voluntarios adultos ejercen el liderazgo transaccional que está basada en costo beneficio de los demás. Es importante resaltar que el proyecto de investigación se sostiene sobre la teoría de la contingencia de Fred Fiedler el cual indica que el máximo representante tiene una comunicación clara manejando un mensaje directo, la comunicación descendente busca llegar a una mejor coordinación entre los distintos niveles para mantener una armonía. Un claro ejemplo de esta teoría se da en el artículo de Baker (2018) la mayoría de las veces, los administradores se comunican de una forma u otra (reuniones, discusiones cara a cara, memorandos, cartas, correos electrónicos, informes, etc.). Además, los cambios fundamentales en la tecnología de la comunicación también han contribuido a la transformación del trabajo y la estructura organizativa. Por estas razones, la tecnología y la práctica de la comunicación se están volviendo cada vez más importantes en todas las organizaciones, pero quizás incluso más importantes en las organizaciones y departamentos intensivos en conocimientos. Abarca la comunicación a nivel micro, meso y macro; comunicación formal e informal; prácticas de comunicación organizativa interna (boletines, presentaciones, comunicación estratégica, gestión del trabajo, evaluación del desempeño, reuniones) y comunicación de orientación externa (público, medios, organización). También habló sobre innovación, aprendizaje organizacional, gestión del conocimiento, la gestión de conflictos, la diversidad y las tecnologías de la comunicación. Como nueva disciplina académica, la comunicación organizacional se esfuerza por desarrollar y transmitir un sentido de coherencia en todos estos campos. Según Bass y Riggio (2006), de acuerdo con esta teoría el líder indica las directrices o reglas para su cumplimiento, dejando claro cómo se obtendrá el premio y como será sancionado, en esta teoría es importante resaltar el trabajo en conjunto del líder con los miembros de la organización. El líder establece estructuras claras para que los colaboradores trabajen de manera óptima generando compromiso. De este modo los trabajadores ofrecen sus servicios con el fin de tener otros beneficios y el líder es claro con el objetivo. El proyecto de investigación tiene como primera variable la comunicación descendente donde los directivos transmiten el mensaje de manera directa con el fin de cumplir con el

objetivo como organización, pues es la comunicación descendente la que facilita una buena comunicación como estructura organizacional. Tiene como objetivo principal anunciar, liderar y situar el rol de los colaboradores, con el fin de medir el desempeño y con ello motivar el comportamiento deseado de ambas partes. Dentro de una organización la comunicación es un factor importante para llegar a un objetivo, por eso se usan distintas vías con el fin de llegar a todos los niveles jerárquicos. En la comunicación descendente emite el mensaje el nivel de mayor jerarquía direccionado a los niveles de menor jerarquía, usando distintos medios para que el mensaje llegue de manera clara, por la vía oral como: discursos, reuniones y vía telefónica, por el medio escrito como: el memorándum y los informes, todos los medios usados con el fin que el mensaje llegue a todos los colaboradores de las organizaciones (Sánchez et ál., 2010). La segunda variable es el liderazgo transaccional donde el líder mantiene informado a los colaboradores de la organización, para que quede claro las directrices, medirlos y poder dar una recompensa o sanción (Quispe et ál., 2011). El líder transaccional es la persona que motiva a los colaboradores a llegar a su meta establecida (Robbins y Judge, 2018, p.382). Teniendo el líder como rol más importante trabajar bajo el cumplimiento de objetivos de sus colaboradores, por ello trabajan con mayor fuerza y se da mayor importancia a la motivación de personal mediante recompensas condicionada a la meta, promoviendo la productividad del líder (Fischman, 2015, p.81). El líder transaccional establece reglas claras contando con tres características: La remuneración contingente, es decir, las recompensas cuando los empleados intentan cumplir instrucciones. Esto se puede dividir en el nivel de negociación con los empleados, el nivel de satisfacción y motivación de los empleados. La segunda característica es que la excepción de iniciativa de gestión incluye la observación activa del líder del socio, para sancionar las infracciones de las reglas que se han explicado en ese momento, que se pueden dividir en el grado de retención de la desviación de la regla, el grado de control del líder y el grado de control del líder. Cabe resaltar que el líder se mostrará atento a cualquier acción del seguidor con el fin de detectar el problema y alinear. La tercera característica del interés del líder es la gestión a través de excepciones pasivas, en las que el líder solo interviene cuando no se siguen las reglas, y se toman medidas correctivas al final del proceso. La aplicación de liderazgo

transaccional consolida a las organizaciones más aún si están cambiando de manera frecuente y necesitan tener a los colaboradores motivados a cumplir con la meta. Un líder es una persona que sirve como guía representativa y que influye en actitudes determinadas para beneficio de la organización. Los colaboradores a cambio del logro de objetivo obtienen una recompensa o por lo contrario no mostrará interés y obtendrá un castigo. El proceso de influencia de parte de un líder tiene características y conductas establecidas que permiten guiar a los demás. Por lo tanto, el líder transaccional es innovador, atento, responsable y es visto como un eje orientador con valores e ideales. Se entiende que el líder transaccional busca acuerdos entre la empresa y los trabajadores, con el fin de negociar que ambas partes se mantengan comprometidas con la meta, pero su preocupación fundamental es su interés propio, así que la relación que genera con los colaboradores es básicamente contractual, por ello las metas son fijadas en un contrato y se da la reciprocidad de ambas partes. Un líder de transacciones con una posición de liderazgo y la capacidad de influir a través del reconocimiento y las sanciones, para que los empleados puedan lograr las metas acordadas y mantener el comportamiento, el compromiso y la lealtad requeridos hacia la organización para buscar estatus o beneficios. Por otro lado, el socio intentará acatar la normativa para obtener recompensas y evitar futuras sanciones por parte del líder. El responsable de la transacción debe tener en cuenta los intereses personales tanto de los beneficiarios como de los socios, porque su deber es combinar intereses. Según el autor, es el liderazgo de transacciones lo que puede hacer que una organización sea más competitiva y avanzar hacia el valor organizacional. De esta manera, los líderes de transacciones tienen una base de integridad, lealtad y rentabilidad para la organización. El colaborador se muestra prometedor y se refleja en la meta u objetivo logrado, y obtiene recompensas a cambio. El líder transaccional busca generar mayor compromiso con los colaboradores, por ello las reglas son claras y busca que ellos cumplan con ello para evitar sanciones. Por otro lado, el colaborador se siente motivado por recibir una recompensa. (Gómez, et ál., 2008). Con ello la organización busca influenciar no solo en el colaborador sino también en el líder transaccional, manteniendo un ambiente de trabajo con mucha comunicación de ambas partes generando reciprocidad y obteniendo resultados.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 TIPO

Para Fernández, Fernández y Batista:

“La investigación de tipo básica es la que enriquece conocimientos y teorías” (2014, p.157).

Es relevante porque establece una conexión entre los medios de comunicación de arriba hacia abajo y los líderes de transacciones.

3.1.2 DISEÑO

Para Fernández, Fernández y Batista:

“El diseño de investigación es no experimental de corte transaccional, tendrá la particularidad de recolectar datos en un solo momento, como fin analizar las variables e interrelación” (2014, p.157).

El diseño no experimental no hace manipulación de las variables, para poder concluir el proyecto de investigación los autores observan los datos obtenidos y posteriormente analizarlos.

3.2 Variables y operacionalización

3.2.1 Medios de comunicación descendente

Definición conceptual:

La comunicación descendente es trasladar el mensaje a los niveles inferiores de la organización por distintos medios, teniendo como fin que todos los trabajadores estén informados dentro del horario laboral (Cervera, 2006).

La comunicación descendente dentro de una organización es trasladada por el más alto nivel jerárquico hacia los niveles inferiores, el mensaje se puede dar de manera escrita o verbal. Como medio verbal es el discurso y por el medio escrito memorándum, cartas, folletos, etc. (Sánchez, A., 2010).

Definición operacional:

La comunicación descendente, será medida teniendo en cuenta las dimensiones: el medio oral y escrito en los colaboradores de Overall.

Indicadores:**a) Medio oral**

Se define como la vía donde el nivel de mayor jerarquía, brinda un mensaje a los niveles de menor jerarquía de manera oral.

1. Reunión con los colaboradores
2. Vía telefónica
3. Entrevistas
4. Conferencias

b) Medio escrito

Se define como la vía donde el de mayor jerarquía mediante documentos

1. El memorándum
2. Los informes
3. Manuales de la empresa
4. Folletos de bienvenida
5. Tablones
6. Carta comercial

Escala de medición: Ordinal

3.2.2 Liderazgo transaccional

Hernández, Fernández & Baptista (2014) el diseño fue de carácter transversal, por ser la compilación de información en el momento mismo de la investigación.

Definición conceptual:

Hughes, Ginnett y Curphy (2007) El líder transaccional motiva a sus seguidores (colaboradores) a través de recompensas y castigos establecidos por el desempeño que generen en la organización. En este caso el líder es claro

con las directrices para cumplir con la meta establecida y los colaboradores siguen las reglas claras (Pedraja, Rodríguez y Rodríguez, 2006).

Definición operacional:

El líder transaccional en los colaboradores será medido teniendo en cuenta las dimensiones recompensa contingente, administración por excepción activa y administración por excepción pasiva.

Indicadores:

a) Recompensa contingente

El líder otorga recompensas al colaborador, cuando logra los resultados deseados o realizar el esfuerzo para alcanzar la meta.

1. Negociación con el personal
2. La satisfacción
3. Motivación del personal
4. Premiación al personal

b) Administración por excepción activa

Mediante la observación activa al colaborador, el líder busca una desviación a las reglas ya explicadas castigando el incumplimiento de las normas.

1. Desviaciones de las reglas
2. Control del líder
3. Interés del líder

c) Administración por excepción pasiva

El líder solo interviene si las reglas no se cumplen, toma la medida correctiva al finalizar el proceso.

1. Detención divergencias
2. Medidas correctivas
3. Controles

Escala de medición: Ordinal

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población

La presente investigación tiene una población finita compuesta por los colaboradores de la empresa Overall Lima, 2020.

Es la población finita la totalidad de todas las situaciones, correspondiente a una serie de especificaciones que deben ser totales (Hernández et al., 2018).

Tabla 1

Distribución de la población de colaboradores de la empresa Overall

Puestos	Colaboradores
Teleoperadores	80
Consultores de Belleza	50
Mercaderistas	70
Auditoria	150
Administrativa	140
Promotores de ventas	80
Montacarguistas	80
Total	650

Fuente: Base de datos Overall - 2020

- **Criterios de inclusión:** Es la característica que el investigador deberá incluir en su estudio (Ruíz et al., 2004).
- **Criterios de exclusión:** Son aquellos que indican que serán excluidas del estudio de la muestra (Ruíz et al., 2004).

Tabla 2

Criterios de inclusión y exclusión

Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Personas de 20 años a 45 años	Menores de 19 años y mayores a 45 años
Se incluyen los puestos de teleoperadores y mercaderismo	Se excluye al área de consultores de belleza, auditoria, administrativa, promotores de ventas y montacarguistas
Cuenta con supervisor	
Ambos sexos	Personas que están en recibo por honorarios

Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Muestra

La muestra está formada por 150 colaboradores que fueron tomados por interés del investigador.

La muestra está determinada por un subgrupo del universo y los datos se recopilan del subgrupo, que representa un proyecto de investigación. (Hernández et al., 2018).

3.3.3 Muestreo

El tipo de muestreo utilizado para el trabajo de investigación es avalancha o bola de nieve. Según Monje Álvarez (2011) es una técnica utilizada en identificar a sujetos potenciales que serán capaces de reclutar a nuevos participantes.

En cuanto a los criterios de inclusión y exclusión que se han considerado, se incluirán colaboradores que ocupen puestos de teleoperadores y comerciantes porque sus supervisores han capacitado sus actividades, y por ende instrumentos de investigación.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

3.4.1 Técnicas e instrumento:

Para la presente investigación se utilizará la técnica de la encuesta.

La encuesta consiste en un conjunto de preguntas relacionadas con una o más variables a medir. (Hernández et al., 2018).

El instrumento es un cuestionario de preguntas con escala de Likert. Esta escala consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la respuesta de la población. (Hernández et al., 2018).

3.4.2 Validez:

La validez del instrumento ha sido sometida a juicio de expertos integrados por tres expertos, quienes manifestaron estar de acuerdo con la estructura del instrumento, y opinaron que el instrumento era adecuado para su aplicación a muestras seleccionadas.

Tabla 3

Validez del Instrumento

EXPERTO	EXPERIENCIA PROFESIONAL	OPINIÓN
Yvy Mogollón	Magíster	Aplicable
Carlos Enrique	Magíster	Aplicable
Rubén Gómez	Magíster	Aplicable

Fuente: SUNEDU

3.4.3 Confiabilidad:

Se aplicó una prueba piloto de 20 ítems a 10 colaboradores de la empresa Overall.

Tabla 4

Confiabilidad del instrumento

Dimensión	Alfa de Cronbach
	0.820
Confiabilidad	Bueno

Fuente: confiabilidad Alfa de Cronbach

Con los datos obtenidos se ejecutó el coeficiente Alfa de Cronbach, como se evidencia en la Tabla 5, el cual presentó un valor de 0.820, significa un buen grado de confiabilidad del instrumento (George y Mallery, 2003).

Tabla 5

Valores de confiabilidad Alfa de Cronbach

Estado	
0,01 – 0,20	Muy baja
0,21 – 0,40	Baja
0,41 – 0,60	Moderada
0,61 – 0,80	Alta
0,81 – 1,00	Muy alta

Fuente: George y Mallery

3.5 Procedimientos

Se realizó la encuesta el mes de setiembre del 2020, a través de Google formulario durante el mes de setiembre cuya ruta se consigna <https://forms.gle/x9pRrbqw8MB3gbDT8>. Posteriormente se ha descargado en formato Excel y se tabuló los datos de acuerdo con ítems y dimensiones.

3.6 Método de análisis de datos

La presente investigación hizo uso del análisis no paramétrico o de distribución libre, a través de las pruebas de Chi cuadrado y las pruebas de correlación de Tau_b de Kendall y Rho de Spearman. Este análisis ayuda a obtener datos adecuados para el proyecto de investigación.

Para analizar los resultados obtenidos, se realizó un análisis estadístico mediante el software estadístico SPSS 23 versión.

La estadística descriptiva resume toda la información obtenida de la manera más sencilla. Por otro lado, la inferencial trabaja con muestras y a través de ella se sacan las conclusiones.

3.7. Aspectos Éticos

El proyecto de investigación consideró los siguientes estándares éticos: No se trata de plagio, se han enumerado en detalle diversas citas bibliográficas pertenecientes al marco teórico y conceptual. Por otro lado, al desarrollar proyectos de investigación, todas las instrucciones que brinda la Universidad Cesar Vallejo siguen las instrucciones detalladas del marco de referencia, análisis de datos e instrucciones detalladas del proyecto final. La recolección de datos se realizó a través de la aplicación de la encuesta. En cuanto a los resultados obtenidos, no se manipuló a beneficio de la investigadora.

IV. RESULTADOS

4. Prueba de hipótesis

4.1 Hipótesis general

Tabla 6

Contingencia medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional

			LIDERAZGO TRANSACCIONAL					
			totalme	ni de		totalme		
			nte en	en	ni en	de	nte de	
			desacu	desacu	desacu	acuerd	acuerdo	Total
			erdo	erdo	erdo	o	acuerdo	
MEDIOS DE	totalmente en	Recuento	4	1	0	0	0	5
COMUNICACI	desacuerdo	Recuento	,2	,4	1,1	2,5	,8	5,0
ÓN		esperado						
DESCENDEN		% del total	2,7%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%
TE	en	Recuento	1	9	3	0	0	13
	desacuerdo	Recuento	,4	1,1	2,9	6,4	2,1	13,0
		esperado						
		% del total	0,7%	6,0%	2,0%	0,0%	0,0%	8,7%
	ni de acuerdo	Recuento	0	3	22	9	1	35
	ni en	Recuento	1,2	3,0	7,9	17,3	5,6	35,0
	desacuerdo	esperado						
		% del total	0,0%	2,0%	14,7%	6,0%	0,7%	23,3%
	de acuerdo	Recuento	0	0	8	54	11	73

	Recuento	2,4	6,3	16,5	36,0	11,7	73,0
	esperado						
	% del total	0,0%	0,0%	5,3%	36,0%	7,3%	48,7%
totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	1	11	12	24
	Recuento	,8	2,1	5,4	11,8	3,8	24,0
	esperado						
	% del total	0,0%	0,0%	0,7%	7,3%	8,0%	16,0%
Total	Recuento	5	13	34	74	24	150
	Recuento	5,0	13,0	34,0	74,0	24,0	150,0
	esperado						
	% del total	3,3%	8,7%	22,7%	49,3%	16,0%	100,0

%

Fuente: SPSS

Interpretación: De acuerdo con los resultados obtenidos para el objetivo general, determinar la relación entre medio de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall Lima, 2020, se obtuvo como resultados que el 35% de los encuestados respondieron mostrarse “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, un 73% de acuerdo, un 13% en desacuerdo, un 5% totalmente en desacuerdo y un 24% totalmente de acuerdo. Se concluye así que la población encuestada considera estar de acuerdo en afirmar que existe relación entre medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional.

Tabla 7

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN DESCENDENTE	,287	150	,000	,860	150	,000
LIDERAZGO TRANSACCIONAL	,292	150	,000	,857	150	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS

Interpretación: Se analiza la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se concluye que la variable medios de comunicación descendente, tiene un valor de $p= 0,000$, mientras que la variable liderazgo transaccional un valor de $p= 0,000$, que son menores al límite de $p=0,05$. Por consiguiente, se rechaza la H_0 y acepta la H_a .

Tabla 8

Prueba de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	237, 509a	16	,000
Razón de verosimilitud	149,062	16	,000
Asociación lineal por lineal	95,475	1	,000
N de casos válidos	150		

a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5.
El recuento mínimo esperado es ,17.

Fuente: SPSS

Interpretación:

La tabla N°8 muestra que el valor de Chi-cuadrado calculado es de 237,509 y el nivel de significancia es menor a 0, 05 ($0,000 < 0,05$) con una razón de verosimilitud de 149,062 y 16 grados de libertad de 150 casos válidos. En tal sentido, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y acepta la hipótesis del investigador (H_i), concluyendo que existe relación entre la variable medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020.

Tabla 9*Prueba de Spearman y Tau b Kendall*

<i>Correlaciones</i>			COMUNICA CIÓN LIDERAZGO DESCENDE TRANSACCI NTE ONAL	
Tau_b de Kendall	MEDIOS	Coeficiente de	1,000	,688**
	COMUNICACIÓN	correlación		
	DESCENDENTE	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
Rho de Spearman	LIDERAZGO	Coeficiente de	,688**	1,000
	TRANSACCIONAL	correlación		
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150
Tau_b de Kendall	MEDIOS	Coeficiente de	1,000	,740**
	COMUNICACIÓN	correlación		
	DESCENDENTE	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
Rho de Spearman	LIDERAZGO	Coeficiente de	,740**	1,000
	TRANSACCIONAL	correlación		
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

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

Fuente: SPSS

Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos para el objetivo general se determinó hallar el grado de correlación entre la variable medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020, aplicando los coeficientes de correlación Tau_b de Kendall y Rho de Spearman. De este modo, se obtuvo un valor de correlación de 0,688 con Tau_b de Kendall y 0,740 con Rho de Spearman, que constituye que ambas variables presentan un excelente grado de relación. Así mismo, el nivel de significancia es menor a 0,05, con lo cual rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa

“existe relación significativa entre los medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020”.

4.1.1 Hipótesis específicas 1

Tabla 10

Contingencia Medio oral y Liderazgo transaccional

			LIDERAZGO TRANSACCIONAL					
			totalme		ni de			
			nte en	en	ni en	de	totalme	
			desacue	desacue	desacue	acuerd	nte de	
			rdo	rdo	rdo	o	acuerdo	
			Total					
MEDIO	totalmente en	Recuento	4	3	2	0	0	9
ORAL	desacuerdo	Recuento	,3	,8	2,0	4,4	1,4	9,0
		esperado						
		% del total	2,7%	2,0%	1,3%	0,0%	0,0%	6,0%
	en desacuerdo	Recuento	0	8	3	4	0	15
		Recuento	,5	1,3	3,4	7,4	2,4	15,0
		esperado						
		% del total	0,0%	5,3%	2,0%	2,7%	0,0%	10,0%
	ni de acuerdo	Recuento	0	1	10	15	2	28
	ni en	Recuento	,9	2,4	6,3	13,8	4,5	28,0
	desacuerdo	esperado						
		% del total	0,0%	0,7%	6,7%	10,0%	1,3%	18,7%
	de acuerdo	Recuento	1	0	17	34	12	64
		Recuento	2,1	5,5	14,5	31,6	10,2	64,0
		esperado						
		% del total	0,7%	0,0%	11,3%	22,7%	8,0%	42,7%
	totalmente de	Recuento	0	1	2	21	10	34
	acuerdo	Recuento	1,1	2,9	7,7	16,8	5,4	34,0
		esperado						
		% del total	0,0%	0,7%	1,3%	14,0%	6,7%	22,7%
Total		Recuento	5	13	34	74	24	150

Recuento	5,0	13,0	34,0	74,0	24,0	150,
esperado						0
% del total	3,3%	8,7%	22,7%	49,3%	16,0%	100,
						0%

Fuente: SPSS

Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos para el objetivo general, determinar la relación entre medio de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall Lima, 2020, se obtuvo como resultados que el 28% de los encuestados respondieron mostrarse “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, un 64% de acuerdo, un 15% en desacuerdo, un 5% totalmente en desacuerdo y un 34% totalmente de acuerdo. Se concluye así que la población encuestada considera estar de acuerdo en afirmar que existe relación entre medio oral y liderazgo transaccional.

Tabla 11

Prueba de Normalidad hipótesis específica 1

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico			Estadístico		
	o	gl	Sig.	o	gl	Sig.
MEDIO ORAL	,273	150	,000	,861	150	,000
LIDERAZGO TRANSACCIONAL	,292	150	,000	,857	150	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS

Interpretación: Se analiza la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se concluye que la variable medio oral, tiene un valor de $p = 0,000$, mientras que la variable liderazgo

transaccional un valor de $p= 0,000$, que son menores al límite de $p=0,05$. Por consiguiente, se rechaza la H_0 y acepta la H_a .

Tabla 12
Prueba de Chi cuadrado hipótesis específica 1

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	120,821 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	85,470	16	,000
Asociación lineal por lineal	54,470	1	,000
N de casos válidos	150		

a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,30.

Fuente: SPSS

Interpretación

La tabla N°12 muestra que el valor de Chi-cuadrado calculado es de 120,821 y el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) con una razón de verosimilitud de 85,470 y 16 grados de libertad de 150 casos válidos. En tal sentido, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y acepta la hipótesis del investigador (H_i), concluyendo que existe relación entre la variable medio oral y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020.

Tabla 13
Prueba de hipótesis específica 1

<i>Correlaciones</i>			COMUNICACIÓN	
			MEDIO ORAL	DESCENDENTE
			(Agrupada)	TE (Agrupada)
Tau_b de Kendall	MEDIO ORAL	Coefficiente de	1,000	,621**
	(Agrupada)	correlación		
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150

	COMUNICACIÓN DESCENDENTE (Agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,621** ,000 150	1,000 . 150
Rho de Spearman	MEDIO ORAL (Agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 150	,677** ,000 150
	COMUNICACIÓN DESCENDENTE (Agrupada)	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,677** ,000 150	1,000 . 150

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

Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos para el objetivo general se determinó hallar el grado de correlación entre la variable medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020, aplicando los coeficientes de correlación Tau_b de Kendall y Rho de Spearman. De este modo, se obtuvo un valor de correlación de 0,621 con Tau_b de Kendall y 0,677 con Rho de Spearman, que constituye que ambas variables presentan un excelente grado de relación. Así mismo, el nivel de significancia es menor a 0,05, con lo cual rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa “existe relación significativa entre los medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020”.

4.1.2 Hipótesis específicas 2

Tabla 14

Contingencia Medio escrito y Liderazgo transaccional

*Tabla cruzada MEDIO ESCRITO*LIDERAZGO TRANSACCIONAL*

		LIDERAZGO TRANSACCIONAL					Total	
		totalmente en desacuerdo	ni de acuerdo ni de desacuerdo	ni de acuerdo ni de desacuerdo	totalmente de acuerdo	totalmente de acuerdo		
MEDIO	totalmente	Recuento	5	1	1	0	0	7

ESCRITO en desacuerdo	Recuento	,2	,6	1,6	3,5	1,1	7,0
	esperado						
	% del total	3,3%	0,7%	0,7%	0,0%	0,0%	4,7%
en desacuerdo	Recuento	0	8	4	2	0	14
	esperado						
	% del total	0,0%	5,3%	2,7%	1,3%	0,0%	9,3%
ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	0	2	18	23	2	45
	esperado						
	% del total	0,0%	1,3%	12,0%	15,3%	1,3%	30,0%
de acuerdo	Recuento	0	2	11	36	9	58
	esperado						
	% del total	0,0%	1,3%	7,3%	24,0%	6,0%	38,7%
totalmente de acuerdo	Recuento	0	0	0	13	13	26
	esperado						
	% del total	0,0%	0,0%	0,0%	8,7%	8,7%	17,3%
Total	Recuento	5	13	34	74	24	150
	esperado						
	% del total	3,3%	8,7%	22,7%	49,3%	16,0%	100,0%

Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos para el objetivo general, determinar la relación entre medio de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall Lima, 2020, se obtuvo como resultados que el 35% de los encuestados respondieron mostrarse “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, un 73% de acuerdo, un 13% en desacuerdo, un 5% totalmente en desacuerdo y un 24% totalmente de acuerdo. Se concluye así que la población encuestada

considera estar de acuerdo en afirmar que existe relación entre medio escrito y liderazgo transaccional.

Tabla 15

Prueba de Normalidad hipótesis específica 2

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico			Estadístico		
	o	gl	Sig.	o	gl	Sig.
MEDIO ESCRITO	,273	150	,000	,861	150	,000
LIDERAZGO TRANSACCIONAL	,292	150	,000	,857	150	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS

Interpretación:

Se analiza la prueba de Kolmogorov-Smirnov, se concluye que la variable medio escrito, tiene un valor de $p=0,000$, mientras que la variable liderazgo transaccional un valor de $p=0,000$, que son menores al límite de $p=0,05$. Por consiguiente, se rechaza la H_0 y acepta la H_a .

Tabla 16

Prueba de Chi cuadrado hipótesis específica 2

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	192,787 ^a	16	,000
Razón de verosimilitud	110,425	16	,000
Asociación lineal por lineal	73,379	1	,000
N de casos válidos	150		

a. 15 casillas (60,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,23.

Fuente: SPSS

Interpretación:

La tabla N°16 muestra que el valor de Chi-cuadrado calculado es de 192,787 y el nivel de significancia es menor a 0,05 ($0,000 < 0,05$) con una razón de verosimilitud

de 110,425 y 16 grados de libertad de 150 casos válidos. En tal sentido, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y acepta la hipótesis del investigador (Hi), concluyendo que existe relación entre la variable medio oral y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020.

Tabla 17

Prueba de hipótesis específica 2

<i>Correlaciones</i>			MEDIO ESCRITO (Agrupada)	COMUNICACIÓN DESCENDENTE NTE
Tau_b de Kendall	MEDIO ESCRITO (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,696**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	COMUNICACIÓN DESCENDENTE	Coeficiente de correlación	,696**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150
Rho de Spearman	MEDIO ESCRITO (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,756**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	150	150
	COMUNICACIÓN DESCENDENTE	Coeficiente de correlación	,756**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	150	150

Interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos para el objetivo general se determinó hallar el grado de correlación entre la variable medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020, aplicando los coeficientes de correlación Tau_b de Kendall y Rho de Spearman. De este modo, se obtuvo un valor de correlación de 0,696 con Tau_b de Kendall y 0,756 con Rho de Spearman, que constituye que ambas variables presentan un excelente grado de relación. Así mismo, el nivel de significancia es menor a 0,05, con lo cual rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa “existe relación significativa entre los medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020”.

V. DISCUSIÓN

Este trabajo presentó como hipótesis la relación de los medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020. De acuerdo con los resultados obtenidos mediante la prueba Rho de Spearman, se encontró que la variable1 tiene relación con la variable2 ($Rho=0,533$), siendo el valor de significancia igual a $0,000(p<0,005)$.

El objetivo general planteado fue determinar la relación de medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020, para el cumplimiento de los objetivos de la investigación se aplicó los instrumentos de la variable medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional, estos fueron realizados de acuerdo a las dimensiones e indicadores. Considerando que esta relación lineal es positiva y estadísticamente importante, se puede interpretar como las características que tienen los trabajadores ante su organización a través de los medios de transmisión de información; de igual manera, estas características mantienen a los colaboradores satisfechos con su trabajo y mejoran la productividad. Lo cual guarda similitud con Armas (2014), concluyó que los medios de comunicación descendente son propicios para el liderazgo transaccional, pues existe un proceso de comunicación que permite explicar y compartir reglas e información relacionada para realizar las tareas diarias sin ningún inconveniente, lo que significa que existe una buena relación generando buenas interrelaciones personales. Menciona que el líder transaccional premia el esfuerzo y responsabilidad de los colaboradores, pero también es claro con el castigo impuesto por la falta de ello.

Asimismo, coincide con Wong (2014) concluyó que la comunicación jefe a colaborador de manera descendente es importante y es considerado base del sistema. Los medios en que se traslada la comunicación descendente deben mejorarse continuamente mediante un control adecuado. Esto permitirá a la empresa mantener su desarrollo y crecimiento. Para opiniones centradas en lo que la organización quiere expresar, se recomienda saber escuchar, saber hablar, saber hacer conexiones y saber elegir. La comunicación es fundamental para el

desarrollo social y, naturalmente, las empresas deben realizar sus funciones para lograr sus objetivos. La comunicación juega un papel importante en la relación interpersonal de una organización, porque a medida que los empleados comprendan a su empresa y se den cuenta de sus capacidades, intercambiarán experiencias y así ayudarán a lograr los objetivos marcados por la organización.

Según Robbins y Judge (2015), mencionó que la comunicación desde el nivel grupal u organizacional hacia el nivel inferior se llama comunicación descendente. Los líderes y gerentes de equipo lo usan para establecer metas, dar instrucciones de trabajo, explicar políticas y procedimientos, señalar los problemas que necesitan y brindar retroalimentación sobre el desempeño. Al comunicarse, los gerentes deben explicar las razones de la decisión. Un estudio mostró que después de explicar completamente las razones a los empleados, los empleados tienen el doble de probabilidades de comprometerse con los cambios, por lo que la comunicación descendente es esencial para el desarrollo organizacional. Los líderes son los encargados para que el equipo funcione en conjunto, debe contar con los recursos necesarios para su funcionamiento. En la situación más complicada, cuando se pone a prueba el rol del líder, el líder debe orientar y acompañar a todas las personas que forman el grupo, darles tolerancia a sus seguidores. Mencionaron la comunicación desde el nivel de grupo u organización a niveles inferiores como comunicación descendente. Los líderes y gerentes de equipo lo usan para establecer metas, dar instrucciones de trabajo, explicar políticas y procedimientos, señalar los problemas que necesitan y brindar retroalimentación sobre el desempeño. Al comunicarse, los gerentes deben explicar las razones de la decisión. Un estudio mostró que después de explicar completamente el motivo al empleado, el empleado tiene el doble de probabilidades de medir con el cambio propuesto, por lo que la comunicación descendente es esencial para el desarrollo organizacional. Luego de que el mediador es responsable de llegar a un acuerdo y una solución factible para ambas partes, se termina el proceso de explicar el manejo del conflicto comenzando a definir las reglas mínimas utilizadas para aclarar y probar las partes en conflicto e implementar la supervisión.

Medios de comunicación descendente se han convertido en una herramienta indispensable en la organización, involucrando estrategias de comunicación, desarrollando y difundiendo la imagen y cultura corporativa de la organización, contribuyendo así a la comunicación interna en el desarrollo de toda la organización. La comunicación descendente se encarga de informar la secuencia de establecimiento de tareas, formación, roles, directrices, formación, políticas, etc. Por otro lado, se considera la gestión del conocimiento para concienciar a los trabajadores de sus actividades en la empresa, para que se identifiquen con la empresa y traten amigablemente a cada trabajador.

En la teoría de la contingencia el líder es capaz de influir en sus seguidores para conseguir sus objetivos. Se concentra en el entorno externo de la empresa y prioriza la situación fuera de la organización antes de investigar los elementos internos de la estructura organizativa. Este enfoque busca un equilibrio entre estas dos situaciones, en este caso la organización intenta sacar el máximo provecho de su entorno para asegurar su éxito como empresa.

El azar se entiende como la posibilidad y el riesgo de que algo suceda, en este caso no hay nada específico en la organización, sino que depende de la relación funcional entre las condiciones de trabajo y las técnicas de gestión para lograr la organización objetivo. Lo más importante en esta teoría es el plan, en este plan se debe evaluar el plan registrado, se debe actualizar la teoría y se deben hacer revisiones continuas. Aquí, afecta la estructura y dirección de la organización, y se necesitan varias investigaciones para mejorar el marco teórico. Los empleados deben estar informados sobre lo que puede suceder en la organización y cómo crear condiciones y tomar medidas desde el principio. Según Robbins y Judge (2015), la comunicación es base del desarrollo que concede gran importancia al progreso de los empleados. Formas de participar y apoyar y promover el crecimiento. La base del desarrollo se centra en cómo las personas valoran su lugar de trabajo. Los factores de cambio pueden orientar el desarrollo, pero el apoyo es un aspecto relacionado. Algunos de los valores que representan la mayoría de los logros del desarrollo son: el respeto por las personas que son vistas como responsables y prudentes. Una organización sana se caracteriza por ser

confiable, por su originalidad, por su apertura, por un espacio de ayuda, por tener igualdad de poder. Las empresas eficientes no tienen mucho interés en las figuras de autoridad, y mucho menos en gestionar equipos o resolver conflictos de forma drástica. No es necesario ocultar el problema, al contrario, debe resolverse de manera abierta. Cada vez que alguien necesitado se involucra, se siente más comprometido con el cambio. El liderazgo transaccional es un tipo de liderazgo empresarial en el que el líder fomenta el desempeño de la tarea a través de un sistema de recompensa y castigo. A través de este sistema, los líderes recompensan a los empleados que realizan correctamente las actividades y castigan a los empleados que no siguen las reglas establecidas, motivando así a los empleados a realizar las tareas de manera adecuada. De esta manera se obtendrá el cumplimiento de metas.

Es importante la negociación con el personal con el fin de satisfacer y motivar, esto se puede dar mediante una premiación. El líder transaccional debe mantener el control de la situación e ir del par con el interés haciendo una administración por excepción activa que es actuar en el momento indicado y resolverlo. Por otro lado, las medidas correctivas ayudarán que no exista una desviación de la regla establecida entre líder – colaborador.

VI. CONCLUSIONES

El contenido expuesto en este trabajo nos lleva a las siguientes conclusiones:

Primera:

En relación con el objetivo general, determinar la relación de medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, se concluye que están relacionados aceptándose la hipótesis alterna y rechazándose la hipótesis nula confirmando que existe relación directa y significativa entre ambas variables según los colaboradores de la empresa Overall. Se ha probado con un valor de Rho Spearman= 0.74 y una $p= 0.000$ menor al nivel de 0.5 estadísticamente significativa, los medios de comunicación descendente están relacionadas de manera directa y significativa con el liderazgo transaccional.

Segunda:

En relación con el objetivo específico 1, determinar la relación de medios de comunicación descendente a través del medio escrito y recompensa contingente del liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Se concluye que se relacionan aceptándose la hipótesis alterna y rechazándose la hipótesis nula confirmando que existe relación directa y significativa entre ambas variables según los colaboradores de la empresa Overall. Con un valor Rho Spearman= 0.677 y una $p= 0.000$ menor al nivel de 0.05 estadísticamente significativa, los medios de comunicación descendente están relacionadas con el liderazgo transaccional.

Tercera:

En relación con el objetivo específico 2, determinar la relación de los medios de comunicación descendente a través del medio escrito y la recompensa contingente del liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, se concluye que se relacionan aceptándose la hipótesis alterna y rechazándose la hipótesis nula confirmando que existe relación directa y significativa entre ambas variables según los colaboradores de la empresa Overall. Con un valor Rho Spearman= 0.696 y una $p= 0.000$ menor al nivel de 0.05 estadísticamente significativa, la comunicación descendente está relacionada con el liderazgo transaccional según la teoría de la contingencia.

VII. RECOMENDACIONES

Primera:

En cuanto a medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional de la empresa Overall. Se recomienda mantener una escucha activa y así detectar los tipos de talleres acorde a los colaboradores. Por otro lado, ayudar a comprender la misión, visión de la organización y aclarar los objetivos de la organización, de modo que pueda lograr los compromisos pendientes entre todos o la mayoría de los trabajadores.

Segunda:

En cuanto a medios orales de la comunicación descendente y la recompensa contingente del liderazgo transaccional de la empresa Overall. Se recomienda establecer reuniones periódicas. Estas reuniones se llevarán a cabo entre departamentos para compartir información importante sobre las necesidades de cada uno. El propósito es interactuar entre los diferentes departamentos que integran la empresa y unificar la información de esta forma. Se seleccionará un representante de acuerdo con cada departamento o región. De acuerdo con la elección de la mayoría, el representante no puede ser el responsable de la región, pero el actuará como representante y mantendrá reuniones privadas para conocer los avances y sugerencias en su campo. Para fortalecer este método de encuentro privado, se brinde una idea o cuadro de opinión para cada departamento en el lugar elegido por cada departamento. De esta forma, los representantes elegidos a través de la junta general serán los encargados de recopilar la información y el departamento la presentará en las reuniones ordinarias y confirmará verbalmente la información escrita.

Tercera:

En cuanto a medios escritos de la comunicación descendente y la recompensa contingente del liderazgo transaccional de la empresa Overall. Se recomienda que los medios escritos como el manual de empresa, folletos, entre otros, cuenten con información definida de las funciones y procesos, logrando que los colaboradores reciban la información de manera clara y completa por parte de los jefes.

Referencias

- Armas, J. (2014). *Comunicación interna y clima laboral*. Quetzaltenango, República de Guatemala, Universidad Rafael Landívar. HTPPS
- Asmat, E. (2003). *Clima Laboral en las Organizaciones*. Editorial Ateneo.
- Andrade, H (2005). *Comunicación organizacional interna: procesos, disciplina y técnica*. Editorial Netbiblio.
- Baker, K. (2018). *Organizational Communication*. Calltutors Bioalimentar. Catálogo corporativo.http://www.bioalimentar.com/docs/BiOALiMENTAR_2013_catalogo_brochure.pdf
- Berrocal, P. (2016). *Influencia de la comunicación interna en el desempeño laboral de los trabajadores de la municipalidad provincial de Jauja – Junín durante el primer semestre del año 2016*. Editorial Universidad de San Agustín de Arequipa.
- Brandolini, A. y González, M. (2009). *Comunicación interna, claves para una gestión exitosa*. Buenos Aires: La Crujía.
- Briones, K. (2016). *Relación entre comunicación organizacional y manejo de conflictos en los colaboradores de la Región Sanidad PNP*. Cajamarca, 2016. Universidad Privada del Norte.
- Casas, A. y Roca, J. (2016). *Diagnóstico de la comunicación interna y la participación en sistemas de gestión de la calidad en dos entidades del sector público colombiano*. *Revistas Universidad Santo Tomás*, 8 (2), 39-63. <http://www.usantotomas.edu.co/index.php/signos/article/download/3796/3740>
- Calviño, M. (2004). *Actos de comunicación, desde el compromiso y la esperanza*. La Habana, Cuba. Edición Fermín Romero.

- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa*. Andros Impresores.
- Cervera, Á.L (2015). *Comunicación Total*. Editorial ESIC.
- Cristina; Quintero, Nelson. (2017). *Liderazgo transformacional y transaccional en emprendedores venezolanos* (22ª ed.). Editorial Universidad del Zulia Maracaibo Venezuela.
- Favaro, D. (2015). *Planificación de la comunicación en grupos y organizaciones*.
<http://www.creas.org/recursos/archivosdoc/pubcreas/comorg.pdf>
- Fernández, C. (2009). *La comunicación en las organizaciones*. Editorial Trillas.
- Fischman, D. (2009). *Liderazgo en práctica*. Editorial Aros. Sam Houston State University
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update*. Allyn & Bacon.
- Gómez, M. (2009). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*. Editorial Málaga.
- Guanilo, W. (2017). *El liderazgo transaccional y su relación con el desempeño laboral en la empresa conservas*. Editorial Ricofres.
- Hernández - Sampieri, R. & Mendoza, C (2018). *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc Graw-Hill Education.
- Hughes, R., Ginnett, R. y Curphy, G. (2007). *Liderazgo: Cómo aprovechar las lecciones de la experiencia*. Editorial McGraw-Hill.

- López, S. F. (2007). *Cómo Gestionar la Comunicación en las Organizaciones Públicas y no lucrativas*. Madrid: NARCEA
- Lunenburg, F. (2017). *Formal Communication Channels: Upward, Downward, Horizontal, and External*. Sam Houston State University
- Madroñero, G. Morales, F. Soler, P. (2008). *La planificación de la comunicación empresarial*. Editorial Pirámide S.A. Barcelona.
- Mejía, E. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Editorial UNMSM.
- Molero Alonso, F., Recio Saboya, P. y Cuadrado Guirado, I. (2010). *Liderazgo transformacional y liderazgo transaccional*. Editorial Universidad de Almería.
- Pasquali, A. (2005). *Comprender la Comunicación*. Editores, 2005
- Poma, S. (2019). *Valoración de la comunicación descendente de los Directivos del IESTP* Manuel Seoane Corrales, SJL. UCV. http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/36263/B_Poma_ASG.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quijada, V. y Torres, A. (2013). *Las barreras de comunicación*. <https://cuadernosdelprofesor.files.wordpress.com/2014/11/u-3-04-03-labarrerasenlacomunicacion.pdf>
- Ramos, A. (2016). *La comunicación interna y los conflictos laborales internos de la Agencia de Regulación y Control de Electricidad – ARCONEL, Quito, Ecuador*. Universidad Andina Simón Bolívar.
- Ramírez, L. y Sgambatti, M. (2008). *Liderazgo transformacional y transaccional en estudiantes de postgrados en gerencia del Área Metropolitana de Caracas*. Editorial Revista Visión Gerencial.

- Robbins, S. y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional* (15ª ed.). Editorial Pearson.
- Sanchez, P. (2010). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*. Editorial EDITEX.
- Sato T. (2012). *El impacto del Clima Laboral sobre la empresa*.
<http://www.infocapitalhumano.pe/informe-especial.php?id=4&>.
- Trani, J. (2015). *La Comunicación Interna, Una herramienta al servicio de las organizaciones*. Universidad de Barcelona.
- Valderrama, M, S. (2002). *Pasos para elaborar de investigación científica: Cuantitativo, cualitativo y mixto*. Editorial San Marcos.
- Vasquez, K. (2018). *Programa de liderazgo transaccional para mejorar el desempeño laboral en electro tiendas del Perú S.A.C.* UCV.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/25771/Perez_RYM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Werther, W., & Davis, K. (2000). *Administración de Personal y Recursos Humanos*. Mc Graw.
- Whetten, D. Cameron, K. (2005). *Desarrollo de Habilidades Directivas*. Editorial Pearson.
- Wong, W. (2014). *Pacífico Seguros Proyecto de mejora en la estrategia de comunicación corporativa interna*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Worlwy, C. (2011). *Desarrollo Organizacional y Cambio* (8ª ed.). Editorial Thomson.
- Zúñiga, A. (2008). *La Comunicación Organizacional en las Relaciones Humanas*.
<http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/rrhh/comu.html>

ANEXOS

ANEXOS

Anexo1: Captura de Turnitin

ev.turnitin.com/app/carta/es/

feedback studio Medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Medios de comunicación descendente y liderazgo transaccional en colaboradores de la empresa Overall, Lima 2020

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:
Pardo Sosa, Aracelli Stefani (ORCID: 0000-0003-0617-4995)

ASESOR:
Mag. Montenegro Díaz, Denis José (ORCID: 0000-0001-7448-8051)

LINEA DE INVESTIGACIÓN:
PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

Resumen de coincidencias

16 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

#	Fuente	Porcentaje
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	7 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
3	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
4	www.researchgate.net Fuente de Internet	<1 %
5	repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
6	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<1 %
7	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
8	theibfr.com Fuente de Internet	<1 %
9	www.sociedadbellaterr... Fuente de Internet	<1 %

Página: 1 de 20 Número de palabras: 5719 Text-only Report High Resolution Activado

Anexo 2: Operacionalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Medios de comunicación descendente	La comunicación descendente es trasladar el mensaje a los niveles inferiores de la organización, teniendo como fin que todos los trabajadores estén informados dentro del horario laboral (Cervera, 2006, p.59).	La comunicación descendente, será medida teniendo en cuenta las dimensiones: el medio oral y escrito en los colaboradores de Overall.	Medio oral	Reunión con colaboradores	1	Ordinal
				Entrevistas		
				Vía telefónica		
				Conferencias		
			Medio escrito	Memorándum	2	
				Informes		
				Manuales de la empresa		
				Folletos de bienvenida		
				Tablones de anuncios		
				Carta comercial		

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Liderazgo transaccional	El líder transaccional motiva a sus seguidores (colaboradores) a través de recompensas y castigos establecidos por el desempeño que generen en la organización (Hughes, Ginnett y Curphy, 2007).	El líder transaccional en los colaboradores será medido teniendo en cuenta las dimensiones recompensa contingente, administración por excepción activa y administración por excepción pasiva.	Recompensa contingente	Negociación con el personal	3	Ordinal
				Satisfacción		
				Motivación del personal		
				Premiación al personal		
			Administración por excepción activa	Desviaciones de las reglas	4	
				Control del líder		
				Interés del líder		
			Administración por excepción pasiva	Detención divergencias	5	
				Medidas correctivas		
				Controles		

Anexo 3: Instrumento

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

El siguiente cuestionario tiene como objetivo relacionar los medios de comunicación descendente y el liderazgo transaccional en los colaboradores de la empresa Overall. La escala está clasificada en 5 dimensiones con diferente número de indicadores.

Instrucciones:

Para responder marque una sola "X" a la respuesta que mejor se adecue a su realidad personal.

INDICADOR	ESCALA				
	TOTALMENTE DE ACUERDO (5)	DE ACUERDO (4)	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO (3)	EN DESACUERDO (2)	TOTALMENTE EN DESACUERDO (1)
1. El jefe directo traslada el mensaje a través de reuniones con los colaboradores.					
2. El jefe directo traslada los mensajes a los trabajadores en las entrevistas.					
3. Los mensajes se trasladan a los trabajadores a través de llamadas telefónicas de su jefe directo.					
4. En las conferencias se trasladan los mensajes que da el máximo representante de la empresa.					

<p>5. El memorándum es el medio que se usa para trasladar los mensajes a los trabajadores.</p>					
<p>6. Se traslada los mensajes a los niveles inferiores de la organización a través de los informes.</p>					
<p>7. Los manuales de la empresa cuentan con toda la información relevante para los trabajadores.</p>					
<p>8. Los trabajadores reciben un folleto de bienvenida con información precisa para su inicio de labores de parte del máximo representante de la organización.</p>					
<p>9. Los tableros de anuncio se encuentran con información actualizada de la organización.</p>					
<p>10. La carta comercial tiene información clara sobre la organización.</p>					
<p>11. El líder negocia el tipo de recompensa/ sanción que tendrá el colaborador.</p>					
<p>12. El líder es capaz de generar satisfacción a los miembros de su equipo, proporcionando significado a su trabajo.</p>					

<p>13. Se refiere a los líderes que son capaces de motivar a los miembros de su equipo, proporcionando significado a su trabajo. Asimismo, el líder formula una visión de futuro atractiva para los empleados y la organización.</p>					
<p>14. El líder cumple con la premiación establecida por el desempeño del colaborador.</p>					
<p>15. Este tipo de líderes se centra en corregir los fallos y desviaciones de los empleados a la hora de conseguir los objetivos propuestos por la organización.</p>					
<p>16. El líder corrige en el momento las acciones del colaborador.</p>					
<p>17. El líder brinda feedback de presupuesto semanal, mensual y objetivos alcanzados.</p>					
<p>18. El líder realiza seguimiento a las tareas asignadas.</p>					
<p>19. El líder deja las cosas como están y, en todo caso, sólo intervienen cuando los problemas se vuelven serios.</p>					
<p>20. El líder muestra control ante una situación de respuesta inmediata.</p>					

Anexo 4: Validaciones



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Carlos Enrique Fernandez Garcia
 Título y/o Grado: Licenciado en Ciencias de la Comunicación y Magíster en Educación

Ph. D..... () Doctor..... () Magister.... Licenciado.... () Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad Nacional Mayor de San Marcos

Fecha: _____ TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“COMUNICACIÓN DESCENDENTE Y LIDERAZGO TRANSACCIONAL EN COLABORADORES DE LA EMPRESA OVERALL, LIMA 2020”

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “x” en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.



ÍTEM	PREGUNTA	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadirá alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es clara, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
12	¿El indicador espacio temporal es relevante para la investigación?	X		
TOTAL				

SUGERENCIAS:.....

NOMBRE Y APELLIDOS:

FIRMA



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: MOGOLLÓN CRUZ, YVY ELIZABETH

Título y/o Grado:

B.A. D.....) Doctor.....) Magister....(X) Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora: Universidad César Vallejo, Universidad Peruana Cayetano Heredia

Fecha: 22-06-2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ÍTEM	PREGUNTA	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilita el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted elimina alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtenga los datos requeridos?	X		
	TOTAL			

SUGERENCIAS:.....
.....

Firma del experto:

Nombres y apellidos

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: RUBÉN GÓMEZ DÍAZ

Título y/o Grado: Magister

Ph. D..... () Doctor..... () Magister.... (X) Licenciado.... () Otros. Especifique

Universidad que labora: UCV

Fecha: 15/06/2020

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?		X	
10	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
	TOTAL			

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas el estilo periodístico.

SUGERENCIAS:.....

NOMBRE Y APELLIDOS:



Anexo 5: Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,820	20

Rangos de α	Magnitud
> 0,90	Excelente
0,80 - 0,89	Bueno
0,70 - 0,79	Aceptable
0,60 - 0,69	Cuestionable
0,50 - 0,59	Pobre
< 0,50	Inaceptable

Anexo 6: Coeficiente de validación cuantitativa

Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	0	0	0	0	0%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
					91%

• COEFICIENTE DE V DE AIKEN

$$V = \frac{s}{n(c-1)}$$

Siendo:

S= la suma de si

Si= valor asignado por el juez i

n= número de jueces

c = número de valores de la escala de valoración (2 en este caso)

Anexo 7: Tamaño de la muestra

$$N = \frac{Z^2 \times N \times p \times q}{E^2 \times (N - 1) + Z^2 \times (p \times q)}$$

$$N = 242$$

- Margen de error= 5%
- Tamaño población= 650
- Nivel de confianza= 95%
- (N)= 650 Trabajadores.
- p y q: Son las probabilidades de éxito y fracaso que tiene cada integrante de la población
- (0.7). Margen de error
- (E): 0.05 (5%)