



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD  
CARRERA DE COMUNICACIÓN  
TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE: LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

**TEMA**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO EN LOS SOCIOS DE  
LA COOPERATIVA DE TAXIS JESÚS DEL GRAN PODER DEL CANTÓN  
LA LIBERTAD.**

**AUTOR**

**HERNÁN JOSUÉ BELTRÁN SUÁREZ**

**TUTOR**

**LCDO. GERZON ALFREDO COCHEA PANCHANA, MGTR.**

**DOCENTE ESPECIALISTA**

**LCDA. MARTHA YESENIA SUNTAXI ANDRADE, MGTR.**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

**SUB-LÍNEA**

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO**

**LA LIBERTAD – ECUADOR, SEPTIEMBRE 2022**

**TEMA**

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO EN LOS SOCIOS DE LA  
COOPERATIVA DE TAXIS JESÚS DEL GRAN PODER DEL CANTÓN LA LIBERTAD.

## **AGRADECIMIENTO**

Primero a Dios por siempre ser guía y protector de mi camino.

A mis padres por ser un apoyo fundamental en este largo viaje y a mi esposa que acompaña mis días siendo parte de los motores que motivan a seguir.

A la cooperativa de taxis “Jesús del gran poder” y sus socios que siempre me han brindado el apoyo y formaron parte de mi instrucción educativa y laboral.

A mis amigos, el grupo de hermanos que la vida me dio, por motivarme y no dejarme solo en los momentos más difíciles de la carrera y la vida.

**Hernán Josué Beltrán Suárez**

## **DEDICATORIA**


A Dios por alumbrarme hasta el fin de este camino.

A todos los que en algún momento perdieron la fe en mí y creyeron que no llegaría hasta aquí.

En general, para todos aquellos que necesiten un impulso, aquellos que pasan momentos de oscuridad y necesitan que alguien crea en ellos. No se rindan, no importa lo que diga la sociedad.

Y en especial a quienes inspiraron la elección de esta profesión.

**Hernán Josué Beltrán Suárez**

	<b>UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA</b> <b>FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA SALUD</b> <b>CARRERA COMUNICACIÓN</b>
<b>CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN UIC</b> <b>MODALIDAD PROYECTO DE INVESTIGACIÓN</b>	

(ANEXO 3)

La Libertad, 22 de Julio del 2022

Doctora

Lilian Susana Molina Benavides

**Directora de la Carrera de Comunicación**

En su despacho. –

En calidad de tutor asignado por la Carrera de Comunicación, informo a usted que la señorita: **Hernán Josué Beltrán Suárez** con cédula de identidad N°240003384-7 ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento de titulación de grado y postgrado de la UPSE (UIC).

**Art 14.- Actividades académicas del docente tutor.** - El docente tutor realizará un acompañamiento a los estudiantes en el desarrollo del proyecto del trabajo de integración curricular será de forma híbrida (presencial/virtual), quien presentará el informe correspondiente de acuerdo con la planificación presentada por el Docente Guía.

Debo indicar, que la señorita: Hernán Josué Beltrán Suárez, ha cumplido el Trabajo de Titulación en la (UIC) con el proyecto de investigación titulado: Comunicación organización y liderazgo en los socios de la cooperativa de taxis "Jesús del gran poder" del cantón La Libertad

Por lo ante expuesto, recomiendo se apruebe el Trabajo de Titulación; proyecto de investigación.

Para los fines académicos pertinentes, es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

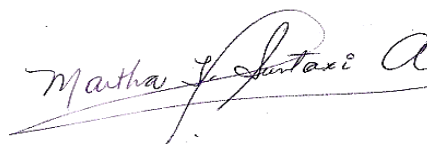

**Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana****Docente tutor/a****Trabajo Integración Curricular II****CI: 0921222972****Correo Institucional: g.cochea@upse.edu.ec****Cel: 098 551 8146**

**MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE  
INTEGRACIÓN CURRICULAR**



---

Dra. Lilian Susana Molina Benavides, PhD.  
**DIRECTORA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



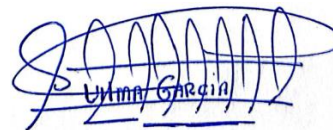
---

Lcda. Martha Yesenia Suintaxi Andrade, Mgtr.  
**DOCENTE ESPECIALISTA DE LA CARRERA  
DE COMUNICACIÓN**



---

Lcdo. Gerzon Alfredo Cochea Panchana, Mgtr.  
**DOCENTE TUTOR DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Lcda. García González Vilma Maribel, Mgtr.  
**DOCENTE GUÍA DE LA CARRERA DE  
COMUNICACIÓN**



---

Beltrán Suárez Hernán Josué  
**ESTUDIANTE**

## DERECHOS DE AUTORÍA

Quien suscribe; **Hernán Josué Beltrán Suárez**, con C.C; 2400033847, estudiante de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, declaro que el trabajo de titulación; **proyecto de investigación**, presentado a la Unidad de Integración Curricular (UIC), cuyo tema es: **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y LIDERAZGO EN LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE TAXIS JESÚS DEL GRAN PODER DEL CANTÓN LA LIBERTAD**, corresponde exclusiva responsabilidad del autor y pertenece al patrimonio intelectual de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

La Libertad, 26 de julio de 2022.

*Hernán Beltrán S.*

---

**Hernán Josué Beltrán Suárez**

**CI: 2400033847**

**Correo Institucional:** [herman.beltransuarez@upse.edu.ec](mailto:herman.beltransuarez@upse.edu.ec)

**Cel: 0986179538**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN .....	12
ABSTRACT.....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO.....	15
1.1. Descripción del problema .....	15
1.2. Formulación del problema .....	16
1.3. Preguntas de investigación.....	16
1.4. Justificación.....	17
1.5. Objetivos: general y específicos.....	18
Objetivo Generales .....	18
Objetivos Específicos .....	18
1.6. Hipótesis.....	18
1.7. Variables .....	18
Variable Independiente.....	18
Variable Dependiente .....	18
Variables operacionalización.....	19
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	20
2.1 Antecedentes .....	20
2.2 Marco conceptual .....	22
Comunicación organizacional .....	22
Estrategias de comunicación .....	23
Comunicación Interna.....	23
Comunicación Externa .....	24
Liderazgo.....	24
Generar Impulso .....	25
Guiar una organización.....	25



Participación.....	26
2.3 Marco Legal .....	26
3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	28
3.1 Tipo de investigación .....	28
3.2 Enfoque de la investigación .....	28
3.3 Diseño de la investigación .....	28
3.4 Métodos de investigación.....	28
3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos .....	29
3.6 Universo, población y muestra.....	29
4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	30
4.1. Procesamiento de la información .....	30
4.2. Análisis e interpretación de resultados.....	31
4.3. Discusión de resultados.....	47
5. CONCLUSIONES .....	50
6. RECOMENDACIONES .....	51
7. BIBLIOGRAFÍA .....	52
8. ANEXO.....	54

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1; Cuáles son los instrumentos que utiliza la cooperativa para informar a sus agremiados?.....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 2; Con que frecuencia se transmite información en su cooperativa? .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 3; Se consulta a los socios para tomar decisiones sobre la cooperativa? .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabla 4; La información que les da directiva de la cooperativa de taxis Jesús del gran Poder, llega con claridad? .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabla 5; Los socios de la cooperativa expresan sus ideas para aportar al desarrollo de la institución?.....</b>	<b>36</b>
<b>Tabla 6; La directiva transmite correctamente cuales son los objetivos de la institución? ..</b>	<b>37</b>
<b>Tabla 7; Existe un buen ambiente laboral generado por sus directivos?.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabla 8; Conoce usted los estatutos o reglamentos internos que rigen su institución? .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabla 9; Todos están capacitados para ocupar puestos directivos? .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabla 10; Después de las asambleas informativas usted queda informado sobre el manejo de su cooperativa?.....</b>	<b>41</b>
<b>Tabla 11; La información transmitida mediante los mensajes de WhatsApp es entendida? .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 12; En las asambleas usted toma la palabra y expone sus ideas y posturas? .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabla 13; Su postura es valorada después de realizar una opinión? .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 14; Considera usted que tiene la capacidad de tomar decisiones en beneficio de su cooperativa?.....</b>	<b>45</b>
<b>Tabla 15; Usted considera que está capacitado para asumir roles administrativos en la cooperativa?.....</b>	<b>46</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1¿Cuáles son los instrumentos que utiliza la cooperativa para informar a sus agremiados?.....</b>	<b>32</b>
<b>Figura 2¿Con que frecuencia se transmite información en su cooperativa?.....</b>	<b>33</b>
<b>Figura 3¿Se consulta a los socios para tomar decisiones sobre la cooperativa? .....</b>	<b>34</b>
<b>Figura 4¿La información que les da directiva de la cooperativa de taxis Jesús del gran Poder, llega con claridad? .....</b>	<b>35</b>
<b>Figura 5¿Los socios de la cooperativa expresan sus ideas para aportar al desarrollo de la institución?.....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 6¿La directiva transmite correctamente cuales son los objetivos de la institución? 37</b>	<b>37</b>
<b>Figura 7¿Existe un buen ambiente laboral generado por sus directivos? .....</b>	<b>38</b>
<b>Figura 8¿Conoce usted los estatutos o reglamentos internos que rigen su institución? .....</b>	<b>39</b>
<b>Figura 9¿Todos están capacitados para ocupar puestos directivos?.....</b>	<b>40</b>
<b>Figura 10¿Después de las asambleas informativas usted queda informado sobre el manejo de su cooperativa?.....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 11¿La información transmitida mediante los mensajes de WhatsApp es entendida? .....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 12¿En las asambleas usted toma la palabra y expone sus ideas y posturas? .....</b>	<b>43</b>
<b>Figura 13¿Su postura es valorada después de realizar una opinión? .....</b>	<b>44</b>
<b>Figura 14¿Considera usted que tiene la capacidad de tomar decisiones en beneficio de su cooperativa?.....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 15 ¿Usted considera que está capacitado para asumir roles administrativos en la cooperativa?.....</b>	<b>46</b>

## RESUMEN

La cooperativa de taxis “Jesús del gran poder” es una institución sin fines de lucro, cuyo objetivo es alcanzar un desarrollo propio y de sus agremiados. Esta investigación busca identificar los tipos de comunicación que existen dentro de la agremiación y a la vez corroborar si los métodos de comunicación son efectivos. Adicional a esto, se plantea analizar el nivel de capacitación en temas de liderazgo de los socios y determinar si es un factor determinante en su participación constante o a la hora de tomar roles administrativos. Para esto, se utilizó la encuesta como método para la obtención de información, teniendo como población a todos los miembros de la cooperativa. Con los resultados, se determinó que, la cooperativa utiliza los modelos de comunicación ascendente, descendente y horizontal además que existe poca efectividad en los métodos de comunicación empleados en los modelos detectados. Con respecto al liderazgo se determinó desconocimiento y poca preparación, lo que limita la participación dando cumplimiento a la hipótesis planteada en este proyecto debido a ello se procede a recomendar el uso de estrategias efectivas para la comunicación y capacitar a los agremiados en temas de liderazgo para que de esta forma logren sus objetivos institucionales.

**Palabras claves:** Comunicación organizacional, Liderazgo, Capacitación

## **ABSTRACT**

The taxi cooperative "Jesús del gran poder" is a non-profit institution, whose objective is to achieve its own development and that of its members. This research seeks to identify the types of communication that exist within the union and at the same time verify if the communication methods are effective. In addition to this, it is proposed to analyze the level of training in leadership issues of the partners and determine if it is a determining factor in their constant participation or when taking administrative roles. For this, the survey was used as a method for obtaining information, having as population all the members of the cooperative. With the results, it was determined that the cooperative uses ascending, descending and horizontal communication models, in addition to the fact that there is little effectiveness in the communication methods used in the detected models. With regard to leadership, ignorance and little preparation were determined, which limits participation, fulfilling the hypothesis raised in this project. Due to this, we proceed to recommend the use of effective strategies for communication and train members in leadership issues so that in this way they achieve their institutional objectives.

**Keywords:** Organizational communication, Leadership, Training

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación titulado Comunicación organizacional y liderazgo en los socios de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder del cantón La Libertad, analiza la importancia de la utilización correcta de una estrategia de comunicación además de la trascendencia de capacitar constantemente en temas de liderazgo a los miembros de una cooperativa, esto debido a que el desconocimiento o la falta de fundamentos limita la participación en la toma de decisiones y esto a su vez limita la iniciativa a la hora de asumir roles administrativos dentro de su institución.

Con respecto a la metodología, se aplica una metodología experimental por medio de encuestas que brinden la información requerida, a su vez cuenta con un diseño descriptivo pues luego de aplicar la metodología se obtiene una descripción de las variables.

La población corresponde a los socios de la cooperativa de taxis “Jesús del gran poder” ubicada en el cantón La Libertad – Santa Elena, dicha institución cuenta con sesenta y ocho socios activos, que se determinada como una población finita y se procede a aplicar la encuesta a todos los miembros. Finalmente, en la discusión y los resultados se procede a una comparación entre la bibliografía consultada y los resultados obtenidos para evaluar si la hipótesis es cumplida.

El capítulo uno empieza con una introducción a la problemática y su estructura debidamente ordenada, así mismo los objetivos, variables e hipótesis.

En el capítulo dos podemos encontrar la bibliografía consultada en puntos como marco teórico, marco conceptual y marco legal.

En el capítulo tres se plantea la metodología utilizada además del tipo de investigación, enfoque, diseño, técnicas e instrumentos para la obtención de datos.

Y para concluir se plantean los resultados, la visualización de estos, la discusión, conclusiones y recomendaciones en base a los resultados y la teoría consultada.

## 1. CAPÍTULO I. FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

### 1.1. Descripción del problema

La comunicación organizacional juega un papel importante dentro del funcionamiento correcto y armónico de una agrupación u organización. La comunicación no debe ser una exclusividad de los medios de comunicación para transmitir información, por contrario, debe estar presente en todos los grupos de individuos que buscan cumplir los objetivos de una organización. Por su parte el liderazgo es la capacidad de manejar una organización y tomar las decisiones correctas en busca del bien común de un grupo, esta característica que debe prevalecer en los dirigentes que están a cargo, pero no debe ser una virtud desarrollada por unos pocos, sino que, debe estar presente en todos los miembros del grupo para un flujo de ideas y toma de decisiones a la hora de dirigir.

En Ecuador existen las cooperativas o gremios de todo tipo. Las cooperativas se definen como sociedades que tienen derecho privado, están conformadas por personas naturales que tienen por objetivo planificar actividades o trabajos para beneficio de sus agremiados, estas son manejadas en común y formada con la aportación económica, intelectual y moral de sus socios. Al referirnos a cooperativas de taxis convencionales y ejecutivos, dentro de las cooperativas existen reglamentos y estatutos que rigen las normativas de la organización. Las mismas cuentan con figuras de autoridad que están a cargo del manejo de la agremiación por tiempos definidos, 2 o 4 años según la cooperativa lo establezca, y son elegidos en elecciones democráticas donde participan todos los miembros de la agrupación.

Dentro del cantón La Libertad en la provincia de Santa Elena, existen 16 cooperativas dedicadas al taxismo de manera organizada, en concreto la cooperativa de taxis “Jesús del Poder”, ubicada en el cantón ya mencionado, cuenta con 44 años de vida institucional y 68 socios activos en su grupo de trabajo. Los estatutos de la cooperativa determinan la figura de dirigentes que son los encargados del manejo de la agrupación teniendo como máximas figuras a presidente y vicepresidente, además la mesa de trabajo conformado por secretario, tesorero y vocales. Los dirigentes son los responsables por el funcionamiento institucional y a su vez encargados de la comunicación dentro de la organización. Los dirigentes se reúnen una vez al

mes y estos a su vez convocan a asambleas ordinarias a todos sus agremiados cada 60 días. Utilizan la asamblea y el discurso como vía directa de comunicación y el mensaje llega con claridad a sus agremiados, sin embargo, al momento del feedback o la retroalimentación, esta no fluye en todos los miembros de la sala. En la asamblea todos los socios tienen la potestad de hablar y exponer sus ideas a favor o en contra de los temas tratados, pero esto no ocurre rigiéndose a lo que pocos pronuncian y quedando sin expresar lo que opinan.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo puede afectar la falta de comunicación organizacional y liderazgo en el desarrollo de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder?

## **1.3. Preguntas de investigación**

¿Cómo mejorar la comunicación y las características de liderazgo de los socios de la cooperativa de taxis Jesús del gran Poder del cantón La Libertad?

- ¿Cuáles son los modelos de comunicación de los socios de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder?
- ¿Qué es la Comunicación ascendente?
- ¿Cuál es la estrategia de comunicación adecuada para mejorar la participación de los agremiados de la cooperativa?



#### **1.4. Justificación**

Este proyecto debe ser desarrollado para sugerir alternativas que solucionen una problemática de nuestro contexto provincial, la falta de participación de los miembros de una organización. En este sentido dentro de las organizaciones democráticas todos los miembros tienen la potestad de aportar con ideas o sugerencias ante una posible eventualidad, en concreto, la cooperativa de taxis Jesús del gran poder cuenta con 68 socios activos cuya participación es baja para este número de integrantes, aceptando la opinión de unos pocos y dentro de la comodidad evitando dar sus ideas.

Este estudio da la pauta a que la comunicación sea utilizada en todos los ámbitos de la vida, en este caso, la cooperativa de taxis Jesús del gran poder, ubicada en el cantón La Libertad, tiene 44 años de vida institucional dedicados al taxismo en la provincia de Santa Elena. Utilizan una política democrática en la que eligen a los representantes que guiarán a la institución por un periodo de 2 años, siendo estos los encargados de la comunicación en la institución, para ello convocan a asambleas informativas en la que se expone las novedades esperando una respuesta o aportes por parte de sus agremiados.

La idea es promover la comunicación entre los socios, sin bien es cierto no es posible lograr la participación de todos los socios de manera inmediata, la utilización de estrategias de comunicación organizacional motivan pequeñas iniciativas que luego se convertirán en propuestas que mejoraran el manejo de la asociación y promoverá el liderazgo de los demás agremiados naciendo así nuevos líderes que tomen las riendas en la institución y fomenten la participación de todos los socios de la institución.

## **1.5. Objetivos: general y específicos**

### **Objetivo Generales**

Identificar los tipos de comunicación organizacional y liderazgo en los socios de la Cooperativa Jesús del Gran Poder del cantón La Libertad.

### **Objetivos Específicos**

- Valorar las herramientas de comunicación organizacional utilizadas por la agremiación.
- Definir el grado de capacitación sobre Liderazgo y toma de decisiones de los socios de la institución.
- Sugerir el uso de las herramientas de comunicación organizacional adecuadas en los modelos identificados.

## **1.6. Hipótesis**

La falta de capacitación adecuada limita la participación y el liderazgo de los socios de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder.

## **1.7. Variables**

### **Variable Independiente**

Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre funcionarios de diferentes niveles, los jefes y subordinados y, los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida. (Castro, 2014)

### **Variable Dependiente**

Liderazgo

Para iniciar con este amplio tema es necesario conocer el significado de dirección y liderazgo; De acuerdo con lo anterior se dice que la dirección es la capacidad de aplicar los conocimientos en el momento de tomar determinada decisión que conlleve al logro de los objetivos trazados, pero esto solo es posible, si los subordinados están interesados en el mismo fin, debido a que facilitara conseguir las metas de la organización. (Rozo-

Sánchez, 2019)

## **Variables operacionalización**

**(Anexo 1)**

## 2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Antecedentes

El presente trabajo de investigación presenta una visión de la comunicación organizacional y el liderazgo en las instituciones que es la problemática abordada a nivel internacional, nacional y local, con el fin de determinar la importancia trascendencia de este proyecto de investigación. Según Domínguez (2019) en su investigación titulada “Los Tipos de Comunicación Organizacional Interna en Establecimientos

Educacionales”, concluye que:

Esta comunicación está direccionada a comprender las actividades de una institución, así como el compromiso de los miembros de la empresa y el funcionamiento de la misma, es importante incentivar las prácticas de comunicación horizontal que deben perfeccionar las estrategias comunicativas para el manejo de la información y al conocimiento.

La importancia de la comunicación organizacional aplicada a instituciones debe ser abordada de forma adecuada y determinar una ruta de investigación correcta. Según Robles (2018) en su investigación titulada “Comunicación Organizacional Revisión de su

Concepto y Prácticas”, resume que:

La comunicación es parte integral en las organizaciones, la comunicación está presente de manera interna o externa y esta debe fluir de manera formal e informal, así mismo se incorporan elementos que ayuden a una correcta estructura, organización jerárquica y comportamiento de los miembros de una institución.

En este resumen nos determina la importancia de la estructura y el comportamiento de los integrantes de la organización al momento de referirnos a la comunicación organizacional. Valdivieso (2018) en su investigación titulada “Liderazgo y comunicación, empresarial” finaliza que:

El desarrollo del liderazgo permite al líder y los colaboradores de una empresa mejorar habilidades y conocimientos de forma de forma eficaz además de los procesos de la organización para lograr sus objetivos, los líderes influyen en el comportamiento las personas a su cargo, innovan y fortalecen las habilidades creando nuevas estrategias de trabajo en equipo y de comunicación interna.

El liderazgo es un componente fundamental de esta investigación y este artículo nos define como una organización depende de un liderazgo eficaz para su correcto desarrollo. Arellano (2021) en su investigación titulada “Liderazgo como promotor cultural que influye en el desempeño laboral” concluye que:

Los líderes son personas que inspiran y promueven el trabajo colectivo, naturalmente siempre tienen personas que los siguen, son simpatizantes por sus ideales o sus metas. En todas las instituciones, debe existir un líder para que todo funcione de manera correcta, con el cual los miembros de la institución sientan que son importantes para la organización.

Esto no se logra solo, el líder debe ser la principal influencia sobre todas estas, conductas, valores y políticas, al tener todos estos aspectos bien establecidos según la visión del líder, se logra crear cultura. Pezo (2019) en su investigación titulada "La Comunicación Interna como Herramienta Estratégica para el Desarrollo Organizacional", resumen que:

Es primordial la comunicación interna para enfrentar grandes cambios en el ámbito laboral y por ellos se toma en consideración la visión empresarial de las organizaciones en temas de producción, administración, economía y primordialmente en la comunicación, como herramienta para mejorar relaciones entre los miembros y el público externo, de gran importancia en el desarrollo de las actividades de la organización.

La comunicación es importante para el desarrollo de toda organización, debido a que se centra en la transmisión de información, con la finalidad de que exista un proceso transversal dentro de ellas. Armijos (2018) en su investigación titulada “Comunicación Interna: un Análisis de la Cultura Organizacional” resume que:

El departamento de comunicación es el encargado de la comunicación interna y la efectividad que tienen para el sistema de producción y transmisión de mensajes en la

institución que ayuda en la toma de decisiones, en el pensamiento y las acciones del personal, a partir de programas siguiendo los lineamientos y estrategias que son elementos en el funcionamiento de esta comunicación.

Este tipo de comunicación pretende mejorar el desarrollo de las actividades laborales en el campo organizativo, relacionando al personal e impulsando el desarrollo las estrategias de trabajo.

## **2.2 Marco conceptual**

### **Comunicación organizacional**

La comunicación organizacional es aquella que permite el correcto manejo de una empresa o institución en temas de comunicación, que permitan una mejor productividad en las mismas. Para Egas y Yance (2018) la comunicación organizacional se direcciona a todos los colaboradores de la organización, sin importar su cargo, es necesario el seguimiento de los canales de comunicación horizontales o verticales en la institución para cumplir las metas (p. 4). La comunicación organizacional genera canales de comunicación que son efectivos para ejecutar planes de trabajo, mejorar la productividad y la calidad de trabajo en las organizaciones.

Entre las características de la comunicación que se presenta en las organizaciones están el intercambio de información pertinente para trabajar con los diferentes individuos que conforman una organización.

La correcta comunicación que tenga una organización se evidencia en el trabajo en equipo y en el cumplimiento de sus objetivos, existen factores como la diferencia de edad y costumbres entre las personas de una empresa y directivos que pueden crear desacuerdo, por eso es importante una comunicación fluida y que dimensione la importancia de la comunicación eficaz para solucionar conflictos. (Sabogal, 2020, p. 3)

Mantener una buena organización que permita la transmisión de información de una forma correcta o adecuada facilita el trabajo y el buen desenvolvimiento de los colaboradores de una empresa.

## **Estrategias de comunicación**

Las estrategias de comunicación son aquellas que pretenden influir en las percepciones del público al cual está dirigida. Una estrategia de comunicación es un proceso estructurado en el que existen elementos que proporcionan y dirigen la comunicación logrando inclusión, participación y expresión (Pinto 2017, p. 179). Por ello este proceso hace que los elementos de la comunicación proporcionen empoderamiento para el medio de comunicación.

Entre las características de las estrategias de comunicación se encuentra como la información ayuda a que las personas mantengan sus expectativas altas dependiendo del medio y su reputación. Benavent (2020) menciona que en las estrategias de comunicación está la accesibilidad de la información que es verificada por profesionales, que se difunde a través de sistemas como las bases de datos que permiten mantener una comunicación clara, fluida y veraz (p. 9). Cada estrategia empleada por los medios, instituciones u organizaciones para difundir información hace que el público al cual se dirige reciba el mensaje de forma clara contribuyendo o aclarándole algo referente a su contexto.

## **Comunicación Interna**

La comunicación interna es la que está dirigida al personal interno en una organizacional para que esta ejecute su trabajo de una forma efectiva. La comunicación interna institucional cumple una función importante para el fortalecimiento y desarrollo de las actividades comunicacionales que aporten en los lazos internos de la organización y que se reflejan en sus prácticas, actividades o deberes (Egas y Yance, 2018, p. 2). Fortalecer las empresas o instituciones depende de los procesos en donde la comunicación se ve inmersa en el ámbito laboral.

La comunicación interna permite que los trabajadores y funcionarios se conozcan entre sí para mejorar sus capacidades de trabajo en equipo según Castro y Díaz (2019) mencionan:

La comunicación interna es de gran valoración en el crecimiento del entorno empresarial por sus beneficios para aumentar el compromiso de cada uno de los empleados hacia su institución. La comunicación interna es un área de interés tanto para investigadores como para la red empresarial, que puede reproducir los logros de la organización. (p. 1)

Involucrarse en la organización de una empresa requiere de una eficiente comunicación interna que ayude a los empleados a estar comprometidos con su labor y la responsabilidad que tiene cada uno de ellos.

### **Comunicación Externa**

La comunicación externa presenta la imagen de una institución en relación con su público objetivo. La comunicación externa comprende todas esas herramientas y labores comunicativas en la que una empresa se dirige hacia el público externo y a través del cual, dichos públicos se comunican con la empresa” (Ruiz, 2018). Este tipo de comunicación está dirigido hacia clientes o grupos sociales.

Entre las características de la comunicación externa esta la forma en que la empresa o institución transmite información que tenga que ver con su imagen y percepción corporativa, según Pinto (2017):

La comunicación externa está compuesta por todos los elementos fuera de la organización que tienen influencia en ella. Los miembros interpretan los mensajes externos para obtener juicios acerca de las condiciones que los rodean, esta información que se recibe ayuda a identificar las posibles dificultades en la realización de actividades futuras. (p. 182)

El contexto de las empresas en la actualidad hace que planteen escenarios en donde la organización transmite su funcionamiento o sus formas de trabajar hacia las personas externas a ella.

### **Liderazgo**

El liderazgo es la capacidad que tienen algunas personas para influir en la búsqueda de objetivos y alcanzar metas, el liderazgo ayuda en el desarrollo de las capacidades y empoderamiento de otras personas. Un líder impulsa a las personas en la realización de actividades en una organización, transformando sus valores, visiones, acciones, además de innovar frente a los obstáculos y riesgos (Kouzes & Posner, 2017, p. 9). Los líderes poseen credibilidad y son considerados personas empáticas.

El liderazgo ayuda generalmente en prácticas destinadas a los asuntos de desarrollo que pueden ser laborales, educativos o personales, según Silva (2016):



El concepto liderazgo está en constante transformación y puede ser definido como un proceso de persuasión interactivo que ocurre en un determinado entorno, las personas son impulsadas por un líder para lograr sus metas, así mismo un líder puede tener seguidores con los cuales cumple con el proceso de liderazgo. (Silva, 2016, p. 4)

Definir el termino líder nos acerca a pensar que son personas que buscan un determinado objetivo impulsando a varias personas para perseguir ese interés en común

### **Generar Impulso**

Generar impulso hace que las personas se motiven para iniciar o comenzar a realizar alguna acción satisfactoria para ella, en los impulsos que dan las personas denominadas lideres, para Biler (2016) motivar ayuda a crear un buen ambiente laboral en el cual las personas trabajan de forma correcta y productiva, en toda organización tener trabajadores satisfechos mejoran el trabajo porque se obtiene resultado positivos y productivos. Generar el impulso en los colabores de la institución es primordial para la ejecución de actividades.

Los miembros de una empresa al sentirse motivados empiezan a mejorar los resultados y la calidad del trabajo que realizan. El grado de satisfacción de los trabajadores, direcciona el desempeño de la organización por los resultados positivos que puede llegar a tener en sus acciones de producción de la organización (Biler, 2016, p. 80). Toda empresa necesita de una persona que se encargue de impulsar al personal y motivarlo a realizar sus labores.

### **Guiar una organización**

Guiar es o direccionar a una persona u organización a una situación que sea favorables para ella por medios de una serie de técnicas que permitan alcanzar resultados excelentes. Según Vivanco (2017) menciona:

A nivel mundial todas las organizaciones tienen procesos y necesidades de controlar cada uno de los desarrollos que se aplican en los controles internos para los procedimientos o guías de operaciones que son asignadas a las personas que conforman la organización. (p. 247)

Guiar una organización requiere de procesos que están a cargo de una persona o también conocida como líder que ayuda a mantener e impulsar cada una de las metas. Si en una

empresa se presentan conflictos una buena guía ayudará a solucionarlos. La forma en que las organizaciones resuelven sus problemas, innovan y se proyectan a millones de personas de manera rápida y eficiente está cambiando muy considerablemente los ambiente laborales, comerciales y sociales (Kouzes & Posner, 2017, p. 3). Se debe considerar la creación de manuales para realizar procedimientos y control interno de las actividades que la organización realice.

### **Participación**

La participación es toda idea, expresión o intervención en un asunto el cual es de interés para la persona que realiza la acción de participar o comunicar. Participar para Pupo et al. (2017) es la “percepción sobre el grado de participación de los trabajadores en la toma de decisiones y en la fijación de metas y objetivos de trabajo” (p. 5). La participación en cada uno de los trabajadores de una institución ayuda a definir los objetivos que tiene y alcanzarlos con el trabajo en equipo.

Entre las características de la participación todos los miembros y colaboradores de un determinado grupo deben buscar y analizar sus situaciones para definir sus necesidades y fortalezas.

Los desafíos laborales requieren de una visión integral que no solo considere la necesidad de crear nuevos puestos de trabajos de calidad para despegar altos estándares de trabajo, sino lograr entender a aquellos elementos que intervienen en la participación laborar de las personas. (Esquenazi & Rosales, 2017, p. 170)

El campo laboral presenta grandes desafíos por lo tanto cada individuo perteneciente a este debe mostrar un interés en su entorno o área de desenvolvimiento por medio de la participación.

### **2.3 Marco Legal**

**(Ley Orgánica Del Economía Popular Y Solidaria, Art 28, 29,33, 2011)**

**Art 28.-** Cooperativas de servicios. - Son las que se organizan con el fin de satisfacer diversas necesidades comunes de los socios o de la colectividad los mismos que podrán tener la calidad de trabajadores, tales como: trabajo asociado, transporte, vendedores autónomos, educación y salud.

En las cooperativas de trabajo asociado sus integrantes tienen, simultáneamente, la calidad de socios y trabajadores, por tanto, no existe relación de dependencia.

**Art 29.-** Socios. - Podrán ser socios de una cooperativa las personas naturales legalmente capaces o las personas jurídicas que cumplan con el vínculo común y los requisitos establecidos en el reglamento de la presente ley y en el estatuto social de las organizaciones. Se excepcionan del requisito de capacidad legal a las cooperativas estudiantiles.

La calidad de socio nace con la aceptación por parte del consejo de administración y la suscripción de los certificados que correspondan, sin perjuicios de su posterior registro en la Superintendencia y no será susceptible de transferencia ni transmisión.

**Art 33.-** Asamblea General de Socios. - La Asamblea General es el máximo órgano de gobierno de la cooperativa y estará integrada por todos los socios, quienes tendrán derecho a un solo voto, sin considerar el monto de sus aportaciones y que podrá ser ejercido en forma directa o mediante delegación a otro socio. Sus decisiones y resolución obligan a todos los socios y a los órganos de la cooperativa.

### **3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Tipo de investigación**

Para empezar, el propósito de este proyecto está inducido a la investigación básica, según (Relat, 2010) “Se caracteriza porque se origina en un marco teórico y permanece en él. El objetivo es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlas con ningún aspecto práctico.” Denotando una relevancia del contexto local.

#### **3.2 Enfoque de la investigación**

Esta investigación tiene un enfoque mixto en donde se aplicarán la investigación cualitativa y cuantitativa, según Hernández (2014), la investigación mixta implica un conjunto de técnicas para la recolección, el análisis y vinculación de datos tanto cuantitativos y cualitativos en un estudio o investigaciones para poder responder al planteamiento de un problema (p. 532). Es necesario realizar este tipo de investigación para conocer el flujo de comunicación organizativa que existe dentro de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder del cantón La Libertad.

#### **3.3 Diseño de la investigación**

El diseño de investigación es descriptivo, según Arias (2012), explica que consiste en determinar características de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de instituir su estructura o su comportamiento (p. 24). Este diseño ayudara a conocer de manera descriptiva las 2 variables planteadas en la investigación que son la comunicación organizacional y el liderazgo.

#### **3.4 Métodos de investigación**

Para esta investigación se debe obtener la información basándose en el método experimental, (Relat, 2010) señala que “la información deriva totalmente de la intencionalidad de la propuesta científica dirigida a crear el fenómeno mismo a investigar, con la intervención del observador para la obtención de unas conclusiones”. Así los datos obtenidos serán procesados y analizados para plantear soluciones a la problemática.

### **3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

La técnica empleada para la obtención de datos será la encuesta que está constituida por preguntas con una escala de Likert, que van desde Nunca hasta Siempre, según lo que menciona Arias (2012) la encuesta se define como “una técnica que pretende obtener información suministrada por un grupo o muestra de sujetos de estudio acerca de sí mismos, o en relación con una temática en particular” (p. 72). Este instrumento fue validado por el experto académico asignado y será aplicado para el levantamiento de información de acuerdo con el tema planteado.

### **3.6 Universo, población y muestra**

El trabajo investigativo se desarrolla en el cantón La libertad considerando como población finita a los socios de la cooperativa de taxis Jesús del Gran Poder. Para Vara (2012) la población es un conjunto de sujetos de estudio que tienen ciertas propiedades en común y se encuentran en un determinado espacio que puede variar en el transcurso del tiempo (p. 221). La cooperativa está conformada por 68 socios que se tomara como población.

## **4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. Procesamiento de la información**

Para el desarrollo de las dos encuestas aplicadas a los 68 socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”, se ejecutó la transcripción y presentación de las preguntas formuladas para recopilar los datos necesarios que contribuyan a la fundamentación del proyecto de investigación en la plataforma “Google Forms”, se generó el respectivo enlace y se lo compartió con la población de la organización objeto de estudio.

Con la recopilación de la información, se trabajó con el programa Microsoft Excel, para la elaboración de los gráficos de sectores (o gráfico de diseño pastel), esto con la finalidad de, visibilizar los datos de forma más adecuada y tomando en consideración las pautas solicitadas para la construcción de este trabajo de indagación. En lo que refiere a las tablas de frecuencia, estas fueron generadas con las herramientas que dispone la aplicación Microsoft Word. Finalmente, se desarrolló el análisis e interpretación de las respuestas brindadas por los encuestados.

## 4.2. Análisis e interpretación de resultados

En este punto, se exponen los hallazgos encontrados, tras la realización de las encuestas a los socios de la Cooperativa de Taxis “Jesús del gran Poder”. Para una mejor comprensión, se dividirán los análisis e interpretaciones efectuados con relación a las 9 preguntas de la encuesta 1 (direccionada a conocer la realidad de la cooperativa) y las 6 preguntas de la encuesta 2 (la percepción de los socios respecto a si la situación – conflicto persiste o se evidencia algún cambio).

### Encuesta 1

*Tabla 1 ¿Cuáles son los instrumentos que utiliza la cooperativa para informar a sus agremiados?*

ESCALA	FRECUENCIA
Boletín Informativo	0
Asamblea Informativa	65
Videos informativos	0
Mesas de trabajo	0
Mensajes WhatsApp u otras plataformas digitales	por 3

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 1** ¿Cuáles son los instrumentos que utiliza la cooperativa para informar a sus agremiados?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

#### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 65 socios de la institución, equivalente al 96% de la población, marcaron la opción **Asamblea Informativa** y 3 socios, equivalente al 4%, marcaron la opción **Mensajes por WhatsApp u otras plataformas digitales**. Determinando que estos son los instrumentos que utiliza la cooperativa para informar a sus agremiados.



**Tabla 2: ¿Con que frecuencia se transmite información en su cooperativa?**

ESCALA	FRECUENCIA
Diaria	0
Semanal	0
Quincenal	0
Mensual	68
Anual	0

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 2: ¿Con que frecuencia se transmite información en su cooperativa?**



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 68 socios de la institución, equivalente al 100% de la población, marcaron la opción **Mensual**. Determinando la frecuencia de transmisión de información en su cooperativa.

**Tabla 3** ¿Se consulta a los socios para tomar decisiones sobre la cooperativa?

ESCALA	FRECUENCIA
Siempre	50
Frecuentemente	16
Ocasionalmente	2
Casi nunca	0
Nunca	0

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis "Jesús del Gran Poder"

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 3** ¿Se consulta a los socios para tomar decisiones sobre la cooperativa?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022.

#### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 50 socios de la institución, equivalente al 73% de la población, marcaron la opción **Siempre**, 16 socios, equivalente al 24%, marcaron la opción **Frecuentemente** y 2 socios equivalentes al 3% marcaron la opción **Ocasionalmente**. Determinando si se consulta a los socios para tomar decisiones sobre la cooperativa.

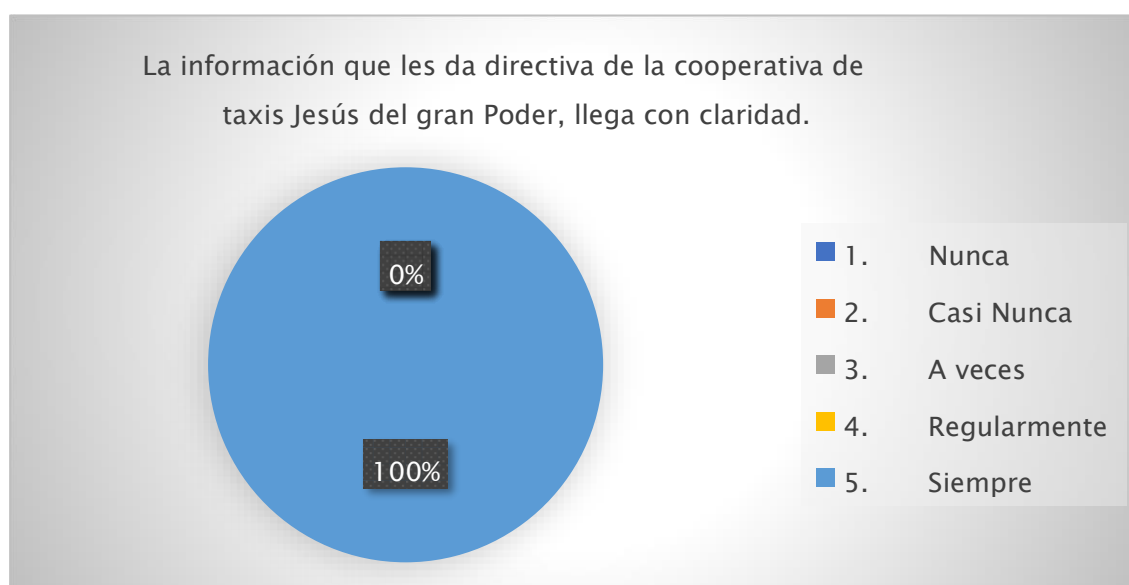
**Tabla 4:** La información que les da directiva de la cooperativa de taxis Jesús del gran Poder, llega con claridad?

ESCALA	FRECUENCIA
1. Nunca	0
2. Casi Nunca	0
3. A veces	0
4. Regularmente	0
5. Siempre	68

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis "Jesús del Gran Poder"

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 4:** La información que les da directiva de la cooperativa de taxis Jesús del gran Poder, llega con claridad?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

#### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 68 socios de la institución, equivalente al 100% de la población, marcaron la opción **Siempre**. Determinando que la información que les da directiva de la cooperativa de taxis Jesús del gran Poder, llega con claridad.

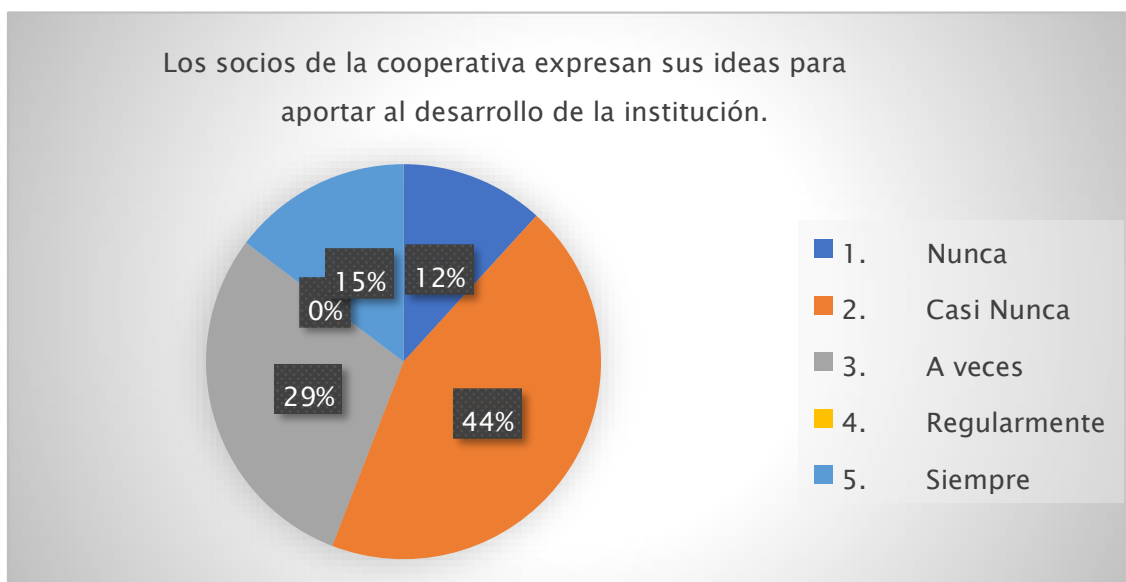
**Tabla 5** ¿Los socios de la cooperativa expresan sus ideas para aportar al desarrollo de la institución?

ESCALA		FRECUENCIA
1.	Nunca	8
2.	Casi Nunca	30
3.	A veces	20
4.	Regularmente	0
5.	Siempre	10

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 5** ¿Los socios de la cooperativa expresan sus ideas para aportar al desarrollo de la institución?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 30 socios de la institución, equivalente al 44% de la población, marcaron la opción **Casi nunca**, 20 socios, equivalente al 29%, marcaron la opción **A veces** y 10 socios equivalentes al 15% marcaron la opción **Siempre** y 8 socios equivalente al 12% marcaron la opción **Nunca**. Determinando si los socios de la cooperativa expresan sus ideas para aportar al desarrollo de la institución.

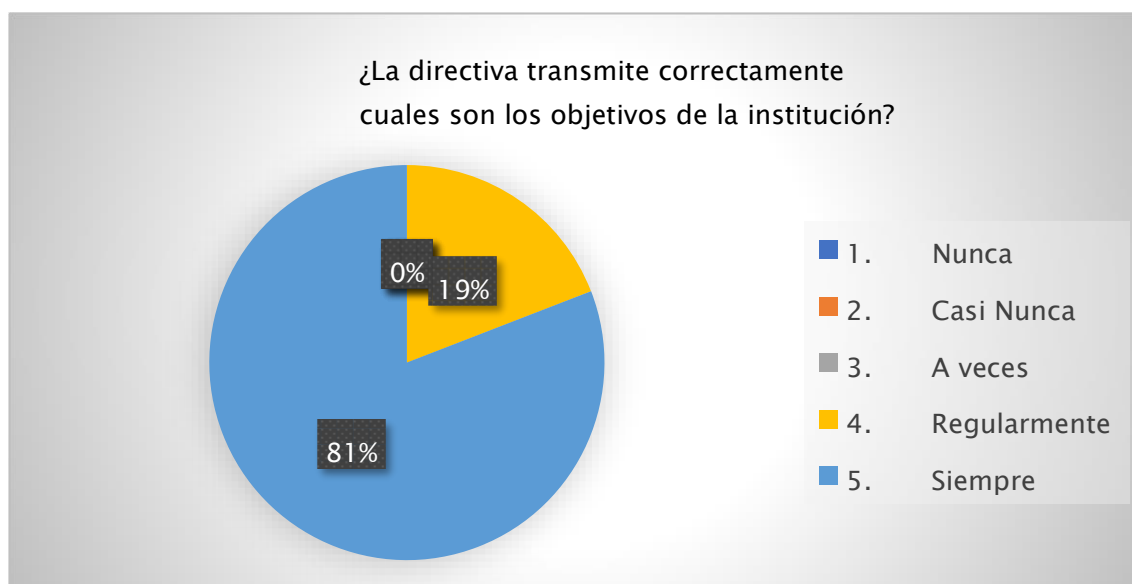
**Tabla 6** ¿La directiva transmite correctamente cuales son los objetivos de la institución?

ESCALA		FRECUENCIA
1.	Nunca	0
2.	Casi Nunca	0
3.	A veces	0
4.	Regularmente	13
5.	Siempre	55

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 6** ¿La directiva transmite correctamente cuales son los objetivos de la institución?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 55 socios de la institución, equivalente al 81% de la población, marcaron la opción **Siempre** y 13 socios, equivalente al 19%, marcaron la opción **Regularmente**. Determinando si la directiva transmite correctamente cuales son los objetivos de la institución.

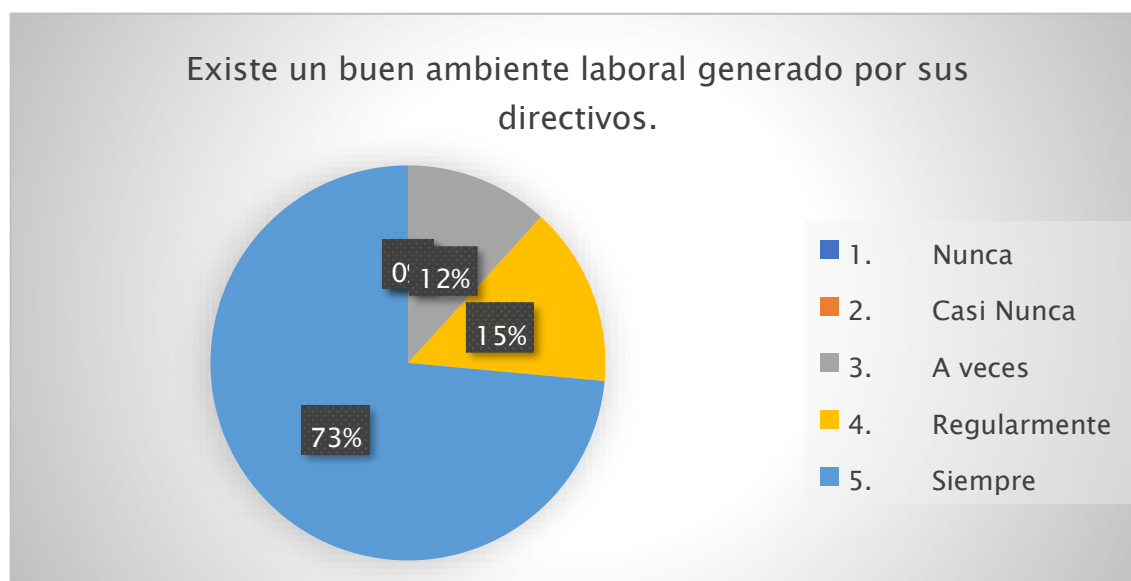
**Tabla 7** ¿Existe un buen ambiente laboral generado por sus directivos?

ESCALA	FRECUENCIA
1. Nunca	0
2. Casi Nunca	0
3. A veces	8
4. Regularmente	10
5. Siempre	50

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 7** ¿Existe un buen ambiente laboral generado por sus directivos?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 50 socios de la institución, equivalente al 73% de la población, marcaron la opción **Siempre**, 10 socios, equivalente al 15%, marcaron la opción **Regularmente** y 8 socios equivalentes al 12% marcaron la opción **A veces**. Determinando si existe un buen ambiente laboral generado por sus directivos.

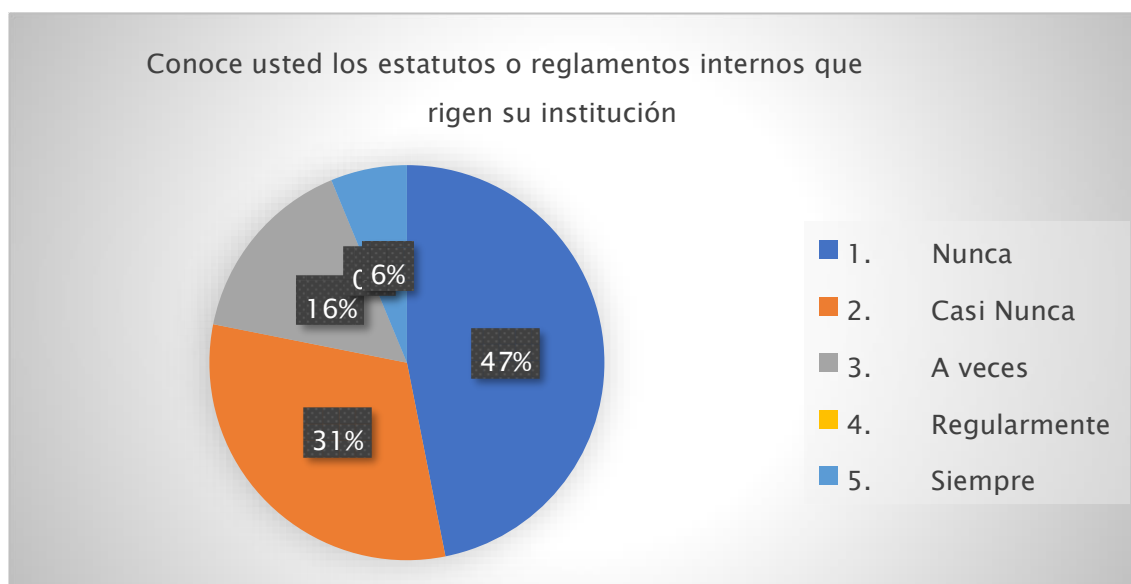
**Tabla 8; Conoce usted los estatutos o reglamentos internos que rigen su institución?**

ESCALA	FRECUENCIA
1. Nunca	30
2. Casi Nunca	20
3. A veces	10
4. Regularmente	0
5. Siempre	4

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis "Jesús del Gran Poder"

**Elaborado por:** Hernán Beltrán Suárez, 2022

**Figura 8; Conoce usted los estatutos o reglamentos internos que rigen su institución?**



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 30 socios de la institución, equivalente al 47% de la población, marcaron la opción **Nunca**, 20 socios, equivalente al 31%, marcaron la opción **Casi nunca** y 10 socios equivalentes al 16% marcaron la opción **A veces** y 4 socios equivalente al 6% marcaron la opción **Siempre**. Determinando si los socios conocen los estatutos o reglamentos internos que rigen su institución.

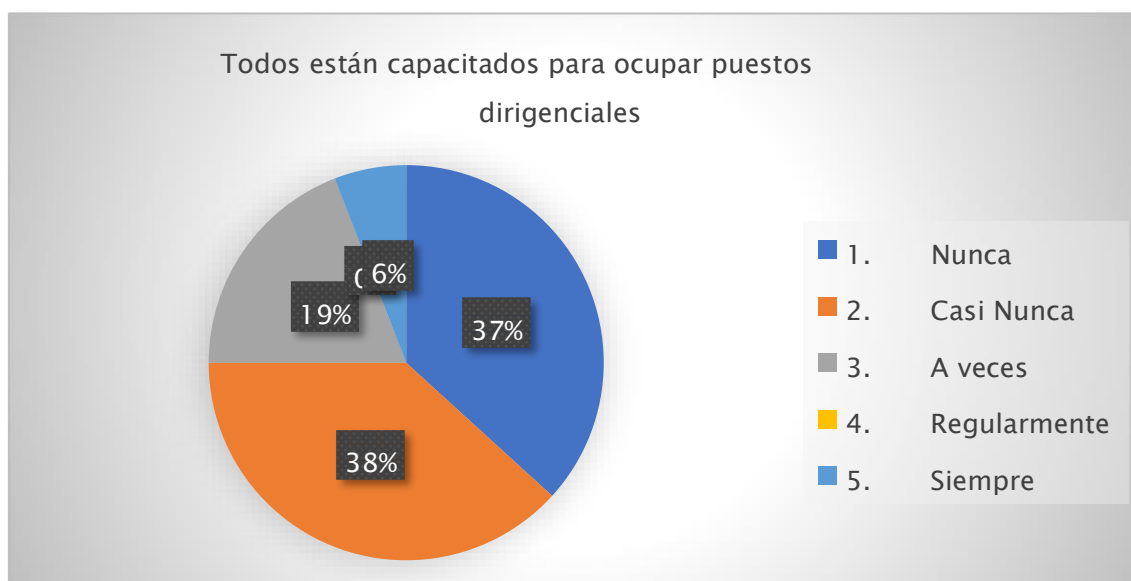
**Tabla 9** ¿Todos están capacitados para ocupar puestos directivos?

ESCALA	FRECUENCIA
1. Nunca	25
2. Casi Nunca	26
3. A veces	13
4. Regularmente	0
5. Siempre	4

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis "Jesús del Gran Poder"

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 9** ¿Todos están capacitados para ocupar puestos directivos?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 26 socios de la institución, equivalente al 38% de la población, marcaron la opción **Casi Nunca**, 25 socios, equivalente al 37%, marcaron la opción **Nunca** y 13 socios equivalentes al 19% marcaron la opción **A veces** y 4 socios equivalente al 6% marcaron la opción **Siempre**. Determinando si todos están capacitados para ocupar puestos directivos.



## Encuesta 2

**Tabla 10** ¿Después de las asambleas informativas usted queda informado sobre el manejo de su cooperativa?

ESCALA	FRECUENCIA
1. Nada	0
2. Poco	0
3. Suficiente	0
4. Mucho	3
5. Totalmente	65

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis "Jesús del Gran Poder"  
**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 10** ¿Después de las asambleas informativas usted queda informado sobre el manejo de su cooperativa?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.  
**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### Análisis:

El análisis de la encuesta refleja que 65 socios de la institución, equivalente al 96% de la población, marcaron la opción **Totalmente** y 3 socios, equivalente al 4%, marcaron la opción **Mucho**. Determinando si después de las asambleas usted queda informado sobre el manejo de su cooperativa.

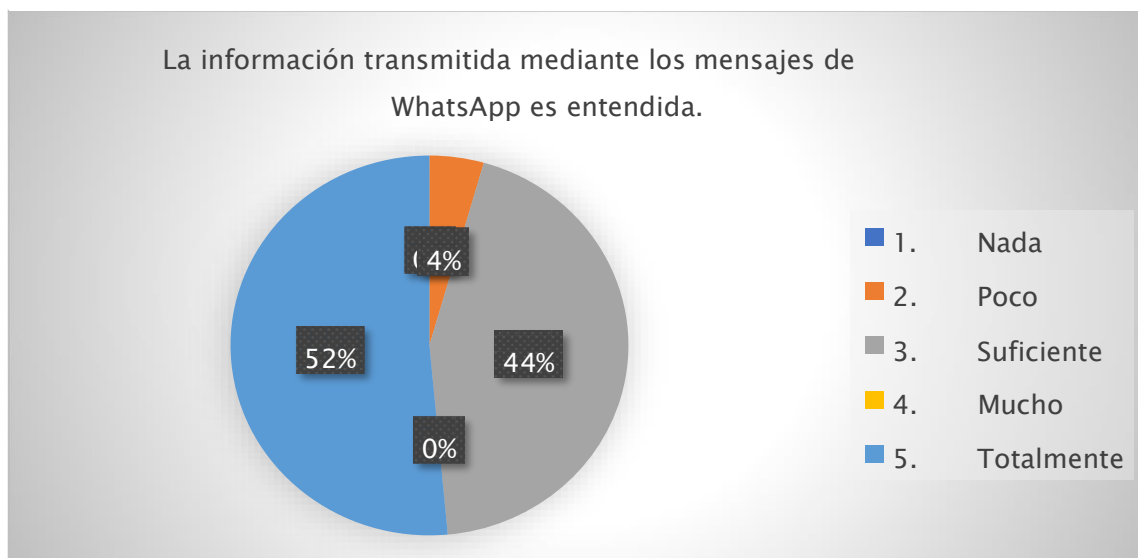
**Tabla 11** ¿La información transmitida mediante los mensajes de WhatsApp es entendida?

ESCALA		FRECUENCIA
1.	Nada	0
2.	Poco	3
3.	Suficiente	30
4.	Mucho	0
5.	Totalmente	35

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 11** ¿La información transmitida mediante los mensajes de WhatsApp es entendida?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 35 socios de la institución, equivalente al 52% de la población, marcaron la opción **Totalmente**, 30 socios, equivalente al 44%, marcaron la opción **Suficiente** y 3 socios equivalente al 4% marcaron la opción **Poco**.

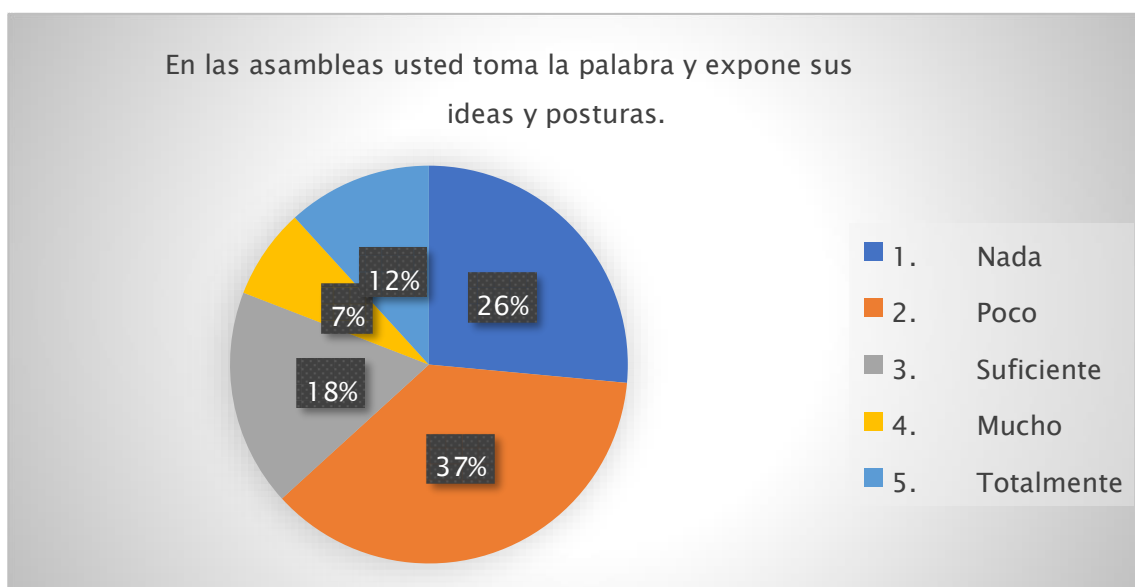
Determinando que la información transmitida mediante los mensajes de WhatsApp es entendida.

**Tabla 12** ¿En las asambleas usted toma la palabra y expone sus ideas y posturas?

ESCALA	FRECUENCIA
1. Nada	18
2. Poco	25
3. Suficiente	12
4. Mucho	5
5. Totalmente	8

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”  
**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 12** ¿En las asambleas usted toma la palabra y expone sus ideas y posturas?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 25 socios de la institución, equivalente al 37% de la población, marcaron la opción **Poco**, 18 socios, equivalente al 26%, marcaron la opción **Nada** y 12 socios equivalentes al 18% marcaron la opción **Suficiente**, 8 socios equivalente al 12% marcaron la opción **Siempre** y 5 socios, equivalente al 7% marcaron la

opción **Mucho**. Determinando que en las asambleas toman la palabra y expone sus ideas y posturas.

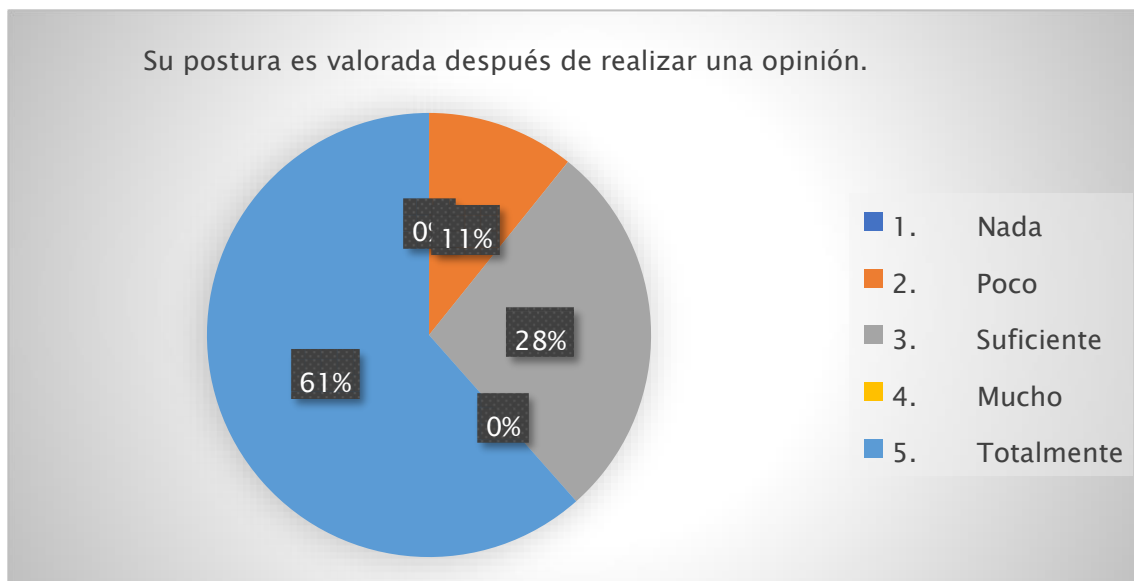
**Tabla 13** ¿Su postura es valorada después de realizar una opinión?

ESCALA		FRECUENCIA
1.	Nada	0
2.	Poco	7
3.	Suficiente	18
4.	Mucho	0
5.	Totalmente	40

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 13** ¿Su postura es valorada después de realizar una opinión?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 40 socios de la institución, equivalente al 61% de la población, marcaron la opción **Totalmente**, 25 socios, equivalente al 37%, marcaron la opción **Nunca**, 18 socios equivalentes al 28% marcaron la opción **Suficiente** y 7

socios equivalente al 11% marcaron la opción **Poco**. Determinando si su postura es valorada después de realizar una opinión.

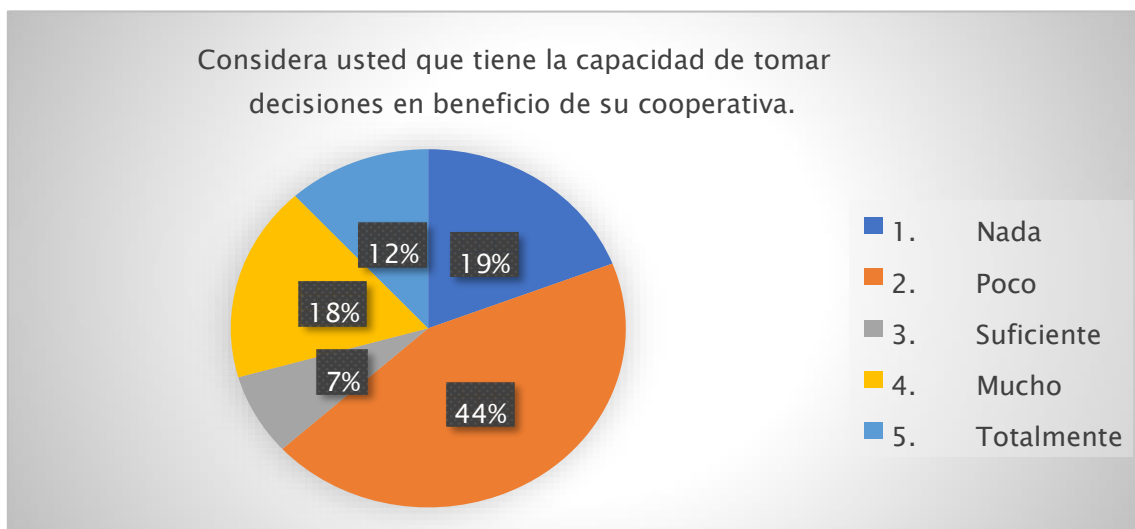
**Tabla 14** ¿Considera usted que tiene la capacidad de tomar decisiones en beneficio de su cooperativa?

ESCALA	FRECUENCIA
1. Nada	13
2. Poco	30
3. Suficiente	5
4. Mucho	12
5. Totalmente	8

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 14** ¿Considera usted que tiene la capacidad de tomar decisiones en beneficio de su cooperativa?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 30 socios de la institución, equivalente al 44% de la población, marcaron la opción **Poco**, 12 socios, equivalente al 18%, marcaron la opción **Mucho** y 13 socios equivalentes al 19% marcaron la opción **Nada**, 8 socios equivalente al 12% marcaron la opción **Totalmente** y 5 socios, equivalente al 7% marcaron la

opción **Suficiente**. Determinando si consideran que tiene la capacidad de tomar decisiones en beneficio de su cooperativa.

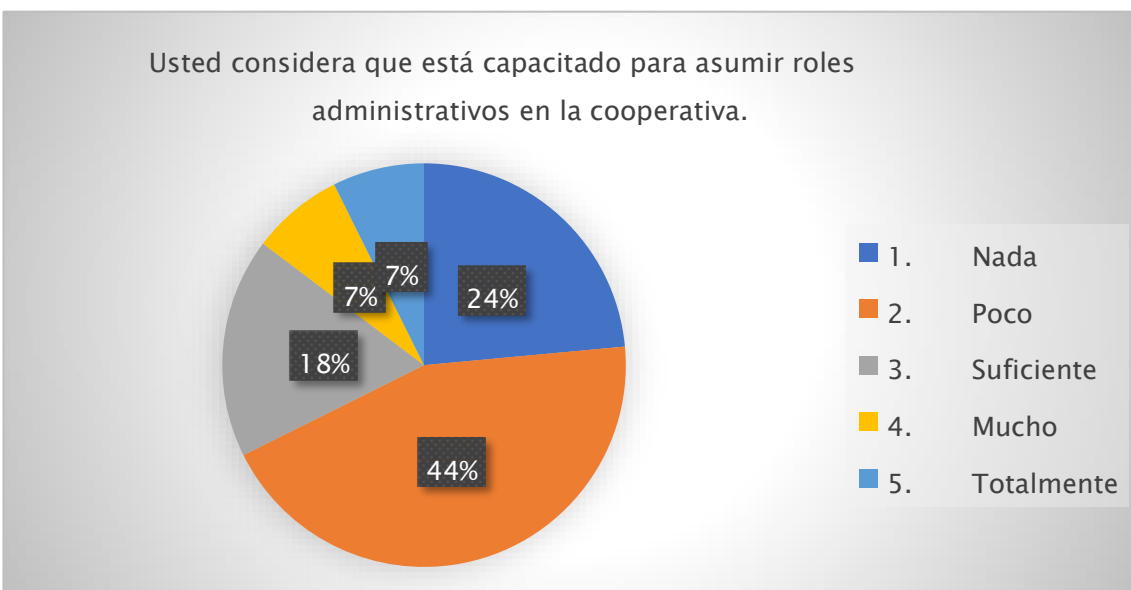
**Tabla 15** ¿Usted considera que está capacitado para asumir roles administrativos en la cooperativa?

ESCALA	FRECUENCIA
1. Nada	16
2. Poco	30
3. Suficiente	12
4. Mucho	5
5. Totalmente	5

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis "Jesús del Gran Poder"

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

**Figura 15** ¿Usted considera que está capacitado para asumir roles administrativos en la cooperativa?



**Fuente:** Tabla de frecuencia.

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022

### **Análisis:**

El análisis de la encuesta refleja que 30 socios de la institución, equivalente al 44% de la población, marcaron la opción **Poco**, 16 socios, equivalente al 24%, marcaron la opción **Nada** y 12 socios equivalentes al 18% marcaron la opción **Suficiente**, 5 socios

equivalente al 7% marcaron la opción **Mucho** y 5 socios, equivalente al 7% marcaron la opción **Totalmente**. Determinando si considera que está capacitado para asumir roles administrativos en la cooperativa.

### 4.3. Discusión de resultados

Para este apartado, se realizó el análisis de la pregunta 1, destinada a conocer detalles de forma generalizada de la cooperativa en el aspecto comunicativo - ¿Cuáles son los instrumentos que utiliza la cooperativa para informar a sus agremiados?, los encuestados respondieron que el mecanismo que se utiliza son las asambleas informativas y mensajes por WhatsApp u otras plataformas, por su inmediatez, esto determina que, la cooperativa debe aplicar otro tipo de formas para informar a sus miembros, actualizarse y buscar nuevas alternativas de comunicación; Pinto (2017), señala que las estrategias de comunicación son eficaces y permiten la inclusión de todos los agremiados de un determinado sector.

Procede a redactarse la interpretación de la pregunta 2 – variable independiente ¿La directiva transmite correctamente cuales son los objetivos de la institución?, aquí, se visualizaron los porcentaje 19% (Regularmente) y 81% (Siempre); si bien es cierto, resalta que para la mayoría de socios, la gestión comunicativa que efectúa la directiva es precisa, sin embargo, se debe considerar al resto de los encuestados que lo contrario, pues al tener opiniones divididas, en definitiva, existen ciertos problemas en este aspecto; Egas y Yance (2018) destacan que la comunicación organizacional, debe y está direccionada a la participación y entendimiento de todos los sujetos que formen parte de una organización para que se considere como exitosa y se alcancen los objetivos propuestos.

Se agrega que, con la pregunta 3 – variable dependiente, ¿Existe un buen ambiente laboral generado por sus directivos?, los resultados determinaron que, un 73% (Siempre) y 12% (A veces), la cooperativa “Jesús del Gran Poder”, posee una buena relación entre colegas y autoridades, lo cual, contribuye a una gestión interna correcta; Kouzes y Posner (2017), que la resolución de conflictos puede influir en el ambiente laboral, por ello, se debe saber manejar una situación de esta índole para evitar problemáticas y que el desempeño laboral se vea afectado, lo cual, dificulta los procesos internos/externos de comunicación en determinada asociación.

Ahora, se analizarán las otras cuatro preguntas de la encuesta 2 aplicada por el investigador, con una semana de diferencia, para conocer si la gestión comunicativa de la cooperativa se vio ligeramente perturbada o existieron ciertos cambios significativos.

Se considera para la interpretación a la pregunta 1 – variable independiente ¿Después de las asambleas usted queda informado sobre el manejo de su cooperativa?, las respuestas fueron favorables, con un 96% (Totalmente) y 4% (Mucho), esto indica que, los contenidos que se difunden por medio de esta red para mantener comunicados a los socios, han sido redactados de forma idónea para el entendimiento y comprensión de los agremiados, Egas y Yance (2018), insisten en que la comunicación interna, si se desarrolla de forma eficaz, es capaz de promover los lazos de una organización para motivar a los individuos que trabajan en conjunto y esto se evidencia en la ejecución de sus actividades.

Por otro lado, está la pregunta 2 – variable independiente ¿En las asambleas usted toma la palabra y expone sus ideas y posturas?, hubo una gran división en las respuestas, de modo que, se eligieron los porcentajes 37% (Poco) y 26% (Nada), nuevamente, refleja que en cuanto a la participación de los socios, aún se debe trabajar para que todos sean escuchados; Esquenazi y Rosales (2017) informa que, más allá de generar plazas de empleo dignas en las instituciones, se debe implementar espacios de diálogo y escucha activa para conocer las necesidades y aportes de los trabajadores, de tal forma que se obtengan datos que contribuyan al mejoramiento de la organización.

También se aborda la pregunta 3 – variable dependiente ¿Considera usted que tiene la capacidad de tomar decisiones en beneficio de su cooperativa?, el 44% (Poco) y 13% (Nada), esta situación, coincide con análisis anteriores, donde se describe que, en el área participativa, la cooperativa presenta dificultades directas, más allá de influir en la comunicación interna de la cooperativa, también se apunta a afectar a la comunicación externa; Ruiz (2018) enuncia que este proceso se caracteriza por dar a conocer la imagen de una institución a su público objetivo, por lo que, el trato que se genere entre los miembros debe ser satisfactorio para que esto sea visualizado por la comunidad y genere confianza, lo cual, la motivará a requerir del servicio de transporte que oferta la cooperativa “Jesús del Gran Poder”.



A modo de cierre, está la pregunta 4 – variable dependiente ¿Usted considera que está capacitado para asumir roles administrativos en la cooperativa?, los porcentajes que se recabaron, son 44% (Poco) y 24% (Nada), es decir, la capacidad de liderazgo en los socios, no es tan buena, pues no hay una motivación adecuada; Silva (2016) destaca que si se genera un entorno de líderes, donde se considere a cada trabajador para la ejecución de actividades y toma de decisiones, el producto o servicio que se brinde, será de calidad, por lo que, todos estarán ganando: la empresa, los trabajadores y por consiguiente, el público.

Una vez efectuado el espacio de discusión de resultados, se sostiene la validez y aporte de la información recabada a través de las encuestas, pues con esto, se evidencia el cumplimiento y la relación entre la hipótesis, preguntas de investigación y objetivos formulados, además, de recalcar el manejo que se tuvo con la problemática descubierta en los procesos comunicacionales de la cooperativa “Jesús del Gran Poder”.

## 5. CONCLUSIONES

- Con base a la aplicación del instrumento de recopilación de información (encuesta), se concluye que, la cooperativa sí se maneja con los tipos de comunicación organizacional: ascendente, descendente y horizontal, lo cual, contribuye a una adecuada gestión de información a través de canales y estrategias comunicativas.
- Tras dar seguimiento a la gestión de información que se lleva a cabo dentro de la Cooperativa “Jesús del Gran Poder”, se determinó que: la difusión de contenidos, se manejan con herramientas de comunicación tradicionales, como asambleas y boletines informativos, además de intercambiar informaciones mediante la plataforma WhatsApp.
- Los agremiados, indicaron que, no sentían que estuviesen totalmente capacitados para ocupar algún cargo administrativo en la cooperativa, por lo que, el nivel de liderazgo es inexistente dentro de la organización, también, se identificó que no consideran que sus opiniones sean tomadas en cuenta para contribuir al mejoramiento de la organización.
- De acuerdo con las debilidades encontradas en la cooperativa Jesús del Gran Poder, es necesario implementar canales de información que contribuyan a la gestión comunicativa de la institución
- Se evidenció que los procesos participativos e informativos en la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder” son deficientes, puesto a que, gran parte de los agremiados manifestó que no se considera en su totalidad, los aportes que estos pueden proponer para consolidar la imagen y reputación de la institución, así como, el cumplimiento de los objetivos de la organización.

## 6. RECOMENDACIONES

- Con relación a la comunicación organizacional, es necesario promover aún más la receptividad de información en los socios de la cooperativa “Jesús del Gran Poder”, de tal manera que se fortalezcan los procesos comunicativos internos de la institución y se generen espacios de diálogo y escucha activa.
- Los soportes de difusión son óptimos, pero deberían incluirse tecnologías digitales para mejorar estos procesos, es decir, utilizar recursos innovadores que permitan mantener informados a los agremiados a través de plataformas digitales o llevar a cabo reuniones virtuales.
- Resulta esencial, capacitar a los socios de la institución con talleres en donde se socialicen los estatutos y reglamentos de forma clara y precisa, así como, motivarlos en cuanto al desempeño y grado de liderazgo que todos deben poseer, pues si no se trabaja en este punto interno, será complicado proyectar y manejarse en el aspecto externo de la institución.
- Se debe comunicar eficientemente toda la información que concierne a la cooperativa, por esta razón, se sugiere hacer uso de un tablón de anuncios, donde se ubique todo tipo de contenido que sea de interés general para los agremiados y un buzón de sugerencias, para que estos, además de hablar en las sesiones, puedan dejar por escrito sus aportes, de tal forma que se cumpla con la participación de igual a igual.
- Es necesario comprender y asumir que se debe establecer un sistema de comunicación que permita receptor las opiniones de todas las personas, por esa razón, la institución deberá propiciar constantemente espacios de intercambio de criterios para consolidar las buenas relaciones entre los socios y los directivos.
- Se recomienda a la comunidad científica, tomando como eje este proyecto, investigar otros ámbitos de la comunidad donde la comunicación puede influir de manera positiva y mejorar los procesos para alcanzar los objetivos de cada institución.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación*. Caracas: EPISTEME.
- Benavent, R., Cogollos, L., & Valderrama, J. (2020). Información y comunicación durante los primeros meses de Covid-19. Infodemia, desinformación y papel de los profesionales de la información. *Profesional de la información*, 29(4). doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.08>
- Biler, S. (2016). El liderazgo como motor de impulso para una organización eficiente. *Polo del Conocimiento*, 1(2), 78-92 . doi:DOI:10.23857/pc.v1i2.365
- Castro, A. d. (2014). *Comunicación organizacional. Técnicas y estrategias*. Universidad del Norte.
- Castro, A., & Díaz, P. (2019). Análisis del ranking Great Place to Work y de los premios del Observatorio de Comunicación Interna: prácticas de comunicación interna en empresas españolas (2014-2018). *Dialnet*, 28(5). doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2019.sep.18>
- Egas, E., & Yance, K. (2018). Estrategias de comunicación interna para fortalecer la identidad corporativa de una empresa de seguridad ubicada en la ciudad de Guayaquil - Ecuador. *Espacios*, 39(24), 20.
- Esquenazi, A., & Rosales, S. (2017). Determinantes de la participación laboral en Cuba. *Scielo*, 158(2), 169-188.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación* (6 ed.).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGrawHillEducation.
- Kouzes , J., & Posner, B. (2017). El desafío del liderazgo. *Ebook* .
- Pinto , A. (2017). LA COMUNICACIÓN INTERNA-EXTERNA COMO ESTRATEGIA LA COMUNICACIÓN INTERNA-EXTERNA COMO ESTRATEGIA. *Dialnet*, 8(3), 179-186.
- Pupo, B., Velázquez, R., & Tamayo, M. (2017). Relación entre clima organizacional y satisfacción laboral en empresas holguineras. *Ciencias Holguin*, 23(4), 1-14.
- Relat, J. M. (2010). *Introducción a la investigación básica*. Centro de investigación biometrica.
- Robles, M. d. (2018). Comunicación organizacional, revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *DIALNET*.
- Rozo-Sánchez, A. (2019). *Liderazgo organizacional como elemento clave* . Universidad Simón Bolívar.

- Ruiz, R. (2018). La comunicación externa y digital de las empresas con más reputación en España. *Facultad de Ciencias y Comunicación*.
- Sabogal, M. (2020). Estrategias de comunicación interna y su eficacia para el cumplimiento de objetivos y metas organizacionales.
- Silva, A. (2016). What is Leadership? *Keiser University*, 8(5), 1-5.
- Valdivieso, A. (2018). Liderazgo y comunicación, empresa "Plásticos Reciclados del Sur.
- Vara, A. (2012). *Desde la idea hasta la sustentación: 7 pasos para una tesis exitosa* (Tercera Edición ed.).
- Vivanco, M. (2017). LOS MANUALES DE PROCEDIMIENTOS COMO HERRAMIENTAS DE CONTROL INTERNO DE UNA ORGANIZACIÓN. *Universidad y Sociedad*, 9(3), 247-252.

## 8. ANEXO

TEMA /TÍTULO	VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Comunicación organizacional y liderazgo en los socios de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder del cantón La Libertad.	<b>Variable Independiente</b> Comunicación organizacional	En las organizaciones la comunicación es integral, aun cuando existen medios de comunicación con diferentes propósitos y son utilizados en ámbitos internos o externos y ésta fluya de manera formal o informal, pues sus medios, ámbitos o tipos de comunicación deben ser vistos como	La comunicación organizacional es el conjunto de acciones que mejoran y permiten un correcto proceso de emisión y recepción de mensajes dentro de una organización completa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias de comunicación</li> <li>• Comunicación interna</li> <li>• Comunicación externa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mensaje</li> <li>• Contenido informativo</li> <li>• Posicionamiento</li> <li>• Reuniones</li> <li>• Organización</li> <li>• Objetivos</li> <li>• Relaciones publicas</li> <li>• Consumidores</li> <li>• Herramientas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ordinal</li> <li>• Escala de Likert</li> <li>• Es uno de los niveles de medición que nos otorga la clasificación y el orden de los datos.</li> </ul>

		complementos de algo global. (Robles, 2018)				
	<b>Variable Dependiente</b> Liderazgo	El desarrollo del liderazgo permite potencializar habilidades y conocimientos del líder y sus seguidores, también permite dirigir eficazmente sistemas y procesos como guía de la organización hacia el logro de los objetivos. (Valdivieso, 2018)	El liderazgo es el cúmulo de habilidades gerenciales un individuo tiene para influir en la forma de ser de los participantes en un grupo de trabajo, haciendo que este equipo trabaje con entusiasmo hacia el logro de sus objetivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar impulso</li> <li>• Guiar una organización</li> <li>• Participación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Influencia</li> <li>• Motivación</li> <li>• Autopercepción</li> <li>• Técnicas</li> <li>• Resultados</li> <li>• Identidad Corporativa</li> <li>• Ideales habilidades Trabajadores</li> <li>•</li> </ul>	

**Fuente:** Variables operacionalización

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022.

### Instrumento 1

**Técnica:** Preguntas de investigación

**Instrumento:** Encuesta – Instrumentos de comunicación y su efectividad.

**Tema:** Comunicación organizacional y liderazgo en los socios de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder del cantón La Libertad.

**Objetivo.** Levantar información sobre la comunicación organizacional y el liderazgo en los miembros de la organización.

**Modalidad:** Opción múltiple – marque su respuesta

#### Preguntas

1. ¿Cuáles son los instrumentos que utiliza la cooperativa para informar a sus agremiados?

- Boletín Informativo  
 Asamblea Informativa  
 Videos informativos  
 Mesas de trabajo  
 Mensajes por WhatsApp u otras plataformas digitales

2. ¿Con que frecuencia se transmite información en su cooperativa?

- Diaria  
 Semanal  
 Quincenal  
 Mensual  
 Anual

3. ¿Se consulta a los socios para tomar decisiones sobre la cooperativa?

- Siempre  
 Frecuentemente  
 Ocasionalmente  
 Casi nunca  
 Nunca

**Técnica:** Encuesta con escala de Likert

**Instrumento:** Encuesta - La comunicación organizacional

**Tema:** Comunicación organizacional y liderazgo en los socios de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder del cantón La Libertad.

**Objetivo.** Levantar información sobre la comunicación organizacional y el liderazgo en los miembros de la organización.

**Escala.** NUNCA 1, CASI NUNCA 2, AVECES 3, REGULARMENTE 4, SIEMPRE 5

Variable Independiente: Comunicación organizacional					
Variable más dimensión más indicador (directa e indirecta)	1	2	3	4	5
1 La información que les da directiva de la cooperativa de taxis Jesús del gran Poder, llega con claridad.					
2 Los socios de la cooperativa expresan sus ideas para aportar al desarrollo de la institución.					
3 La directiva transmite correctamente cuales son los objetivos de la institución.					
Variable dependiente: Liderazgo					
4 Existe un buen ambiente laboral generado por sus directivos.					
5 Todos los socios de la cooperativa son líderes y aportan con sus ideas en las asambleas					
6 Conoce usted los estatutos o reglamentos internos que rigen su institución					

**Fuente:** Encuesta a socios de la cooperativa de taxis “Jesús del Gran Poder”

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022.



### Instrumento 2

**Técnica:** Encuesta con escala de Likert

**Instrumento:** Instrumentos de comunicación y su efectividad.

**Tema:** Comunicación organizacional y liderazgo en los socios de la cooperativa de taxis Jesús del gran poder del cantón La Libertad.

**Objetivo.** Levantar información sobre la comunicación organizacional y el liderazgo en los miembros de la organización.

**Escala.** 1 nada, 2 Poco, 3 Suficiente, 4 Mucho, 5 Totalmente

<b>Preguntas</b>						
Variable más dimensión más indicador (directa e indirecta)		1	2	3	4	5
1	Después de las asambleas informativas usted queda informado sobre el manejo de su cooperativa.					
2	La información transmitida mediante los mensajes de WhatsApp es entendida.					
3	En las asambleas usted toma la palabra y expone sus ideas y posturas.					
4	Su postura es valorada después de realizar una opinión.					
<b>Variable dependiente: Liderazgo</b>						
5	Considera usted que tiene la capacidad de tomar decisiones en beneficio de su cooperativa.					
6	Usted considera que esta capacitado para asumir roles administrativos en la cooperativa.					

**Fuente:** Encuesta 2 a socios de la cooperativa de taxis "Jesús del Gran Poder"

**Elaborado por:** Hernán Josué Beltrán Suárez, 2022.