



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN LA FARMACIA FANNY DE LA
PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS.**

**COMPONENTE PRÁCTICO DE EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

Abel Isaías Macías Chele

LA LIBERTAD – ECUADOR

FEBRERO – 2022



LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN LA FARMACIA FANNY DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS.

AUTOR:

MACÍAS CHELE ABEL ISAÍAS

TUTOR:

VILLÓN PERERO SABINA

Resumen

El estudio realizado tiene como propósito analizar el liderazgo y comunicación en la farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa para conocer aspectos relacionados al tema como el tipo de liderazgo y la práctica comunicacional de los empleados y clientes. En el mundo de los negocios farmacéuticos, mejorar las relaciones humanas es fundamental para favorecer la producción, mediante el buen entendimiento de los diferentes estamentos donde interactúan los usuarios y trabajadores de una empresa. Se aplicó el tipo de investigación exploratoria con un enfoque cuantitativo utilizando la técnica de la encuesta. Los resultados reflejan que existe una buena comunicación entre el jefe y los subordinados a raíz de un buen liderazgo, generando como conclusión que el liderazgo en el emprendimiento es de libre iniciativa basándose en los principios de la confianza que hay entre los colaboradores, teniendo un dominio moderado de sus funciones, también permite que los empleados sean extrovertidos y de libre expresión, generando seguridad y confianza comunicacional interna y externa.

Palabras claves: Liderazgo, Comunicación, Tipos de liderazgo, tipos de comunicación.



**LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN LA FARMACIA FANNY DE LA
PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS.**

AUTOR:

MACÍAS CHELE ABEL ISAÍAS

TUTOR:

VILLÓN PERERO SABINA

Abstract

The purpose of the study carried out is to analyze the leadership and communication in the Fanny pharmacy of the Santa Rosa parish to learn about aspects of the subject such as the type of related leadership and the communication practice of employees and customers. In the world of pharmaceutical business, improving human relations is essential to favor production, through a good understanding of the different levels where users and workers of a company interact. The type of exploratory research was applied with a quantitative approach using the survey technique. The results reflect that there is good communication between the boss and the subordinates because of good leadership, resulting in the conclusion that leadership in entrepreneurship is of free initiative, much in the principles of trust that exists between the collaborators, having a domain moderation of its functions, it also allows employees to be extroverted and express themselves freely, generating internal and external communication security and trust.

Keywords: Leadership, Communication, Types of leadership, types of communication.

APROBACIÓN DEL PROFESOR TUTOR

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN LA FARMACIA FANNY DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS”**, elaborado por el Sr. Abel Isaías Macías Chele, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado de Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber dirigido científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científico, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,



ING. VILLÓN PERERO SABINA, MSC.

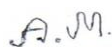
PROFESOR TUTOR

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente Trabajo de Titulación con el Título de “**LIDERAZGO Y COMUNICACIÓN EN LA FARMACIA FANNY DE LA PARROQUIA SANTA ROSA, CANTÓN SALINAS**”, elaborado por **Macías Chele Abel Isaías** declara que la concepción, análisis y resultados son originales y aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa. **Transferencia de derechos autorales.**

Declaro que, una vez aprobado el tema de investigación otorgado por la Facultad de **Ciencias Administrativas** carrera de **Administración de Empresas** pasan a tener derechos autorales correspondientes, que se transforman en propiedad exclusiva de la **Universidad Estatal Península de Santa Elena** y su reproducción, total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibida en cualquier instancia.

Atentamente,



Macías Chele Abel Isaías

C.I. No.: 092827396-0

AGRADECIMIENTOS

En honor a la SENESCYT por brindarme la beca y ofrecerme la gran oportunidad de seguir luchando por mis metas mientras obtengo los conocimientos y preparación necesarias en la universidad.

Además, agradezco a la profesora tutor por la guía y paciencia para realizar este trabajo por eso le dedico éxito en sus labores

Abel Macías

DEDICATORIA

Con todo corazón dedico la tesis a mi familia y en especial para aquellos seres queridos que ya no se encuentran en este mundo su bendición me protege y sus enseñanzas nunca serán olvidadas mientras tenga vida lucharé por mis sueños y anhelos.

Abel Macías

TRIBUNAL DE SUSTENTACION



Lic. José X. Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA



Lic. José X. Tomalá Uribe, MSc.
PROFESOR ESPECIALISTA



Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.
PROFESOR TUTOR



Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

INDICE

INTRODUCCIÓN	10
DESARROLLO	12
<i>Liderazgo</i>	13
<i>Tipos de liderazgos</i>	14
<i>Comunicación</i>	16
<i>Comunicación organizacional</i>	17
<i>Tipos de comunicación</i>	18
<i>Flujos de comunicación</i>	19
<i>Análisis de resultados de la encuesta a los empleados</i>	20
<i>Análisis de resultados de la encuesta a los clientes</i>	23
<i>Tabla 1 análisis de resultados</i>	23
CONCLUSIONES	24
RECOMENDACIONES	25
BIBLIOGRAFÍA	26
ANEXOS	29

INTRODUCCIÓN

El liderazgo y la comunicación es un tema de mucha importancia, dejando a las organizaciones en una constante lucha, para guiar y entender a los trabajos a raíz de un buen líder que se consigue a través de una comunicación verdadera y bidireccional con el fin de tener visión al cumplimiento de los objetivos de la empresa. No obstante, algunas de las organizaciones solo ven en el porvenir de la empresa y sus intereses, afectando de una forma significativa a la cultura integral de la empresa generando problemas en el manejo de los mensajes.

Goleman (2018) describe que en las empresas grandes el líder aspira a que los empleados sean felices y se cree armonía entre ellos, y lo consigue generando fuertes lazos emocionales y cosechando luego los beneficios de ello, esto es, una lealtad acérrima. Este estilo tiene un efecto marcadamente positivo en la comunicación, pues la gente que se cae bien habla mucho entre sí y comparte ideas e inspiración.

Respecto al liderazgo y comunicación Ordonez (2017) menciona que las empresas del Ecuador en el liderazgo se tornan en la confianza por parte de rasgos que muestra el líder y por tal motivo los trabajadores pueden realizar su trabajo en un ambiente agradable, en cambio cuando se trata de la comunicación es muy puntual en las diferentes jerarquías, pero los empleados pueden ejecutar ideas innovadoras que sean aprobadas por los jefes y mejorar el trabajo.

De acuerdo con Clemente Apolinario (2020), en las microempresas de Santa Elena la comunicación de ideas que muestran los empleados se realizan a través de la

supervisión, examinación y monitoreo siendo una razón para que los empleados puedan cumplir con sus actividades con un mejor desempeño en cambio en el liderazgo las tareas que se designan a los trabajadores se pueden realizar de manera conjunta y simultáneamente ofreciendo a los empleados un mejor rendimiento y resolución de problemas en las actividades siendo este una forma de guiarlos para alcanzar los objetivos propuestos.

Por lo antes expuesto, la investigación se realizó para conocer el liderazgo y la comunicación que se aplica en el emprendimiento farmacia Fanny, a través del uso de métodos o herramientas necesarias para el estudio.

Por tal motivo se plantea la siguiente interrogante: ¿Cómo es el liderazgo y la comunicación en el emprendimiento Farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa? Por consiguiente, el objetivo principal del estudio es: “Analizar el liderazgo y la comunicación en la Farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa”

La presente investigación aporta a un análisis exhaustivo sobre el liderazgo y la comunicación en el emprendimiento antes mencionado, permite conocer la importancia que tiene un buen liderazgo ligado a una comunicación armónica que se debe vincular en un negocio.

Para tal efecto, el trabajo investigativo comprende un estudio exploratorio mediante la búsqueda de información bibliográfica y documental, misma que permitió realizar el análisis de la base teórica; así como también el uso de métodos y técnicas que aportaron a la obtención de datos primarios a través de la encuesta, reflejando resultados importantes que contribuyeron al logro del objetivo propuesto.

DESARROLLO

Con la finalidad de conocer antecedentes del tema de análisis se ha realizado una revisión de trabajos de investigación similares, mismos que a continuación se describen.

García Rios (2020) en su tesis titulada “La inteligencia emocional fuente de fortalecimiento de la comunicación organizacional y el liderazgo eficaz en las organizaciones multinacionales” está basada para el desarrollo de habilidades para liderar y comunicar eficazmente las organizaciones del siglo XXI por lo cual su objetivo establecer la relevancia de la inteligencia emocional como una de las habilidades más necesarias para el fortalecimiento de la comunicación organizacional y el liderazgo eficaz por tal motivo se realizaron encuestas entrevistas a los empleados de las empresas multinacionales y como conclusión mencionan que la comunicación es un proceso de empatía en los diferentes niveles jerárquicos en cambio el liderazgo sirve como la persuasión de las emociones para influir en el comportamiento generando objetivos comunes dentro de los equipos de trabajo.

Torres Esteves (2020) en su tesis titulada “ La comunicación, el liderazgo, la motivación y el empoderamiento en las satisfacción laboral de los trabajadores” cuyo objetivo es determinar la influencia de la comunicación organizacional interna, el liderazgo organizacional, la motivación laboral, y el empoderamiento laboral en la satisfacción laboral de los trabajadores, por tal motivo se realizaron encuestas de percepción donde no se manipula la variable independiente y no es

experimental por conclusión mencionan que existe una influencia alta en las variables independiente comunicación, liderazgo, motivación, liderazgo y empoderamiento en la variable dependiente satisfacción laboral.

Méndez & Previdi (2015) en su tesis titulada: “Relación entre el nivel de inteligencia emocional y estilos de liderazgo en gerentes del sector farmacéutico del área metropolitana de caracas” está diseñada para medir el grado de relación existente entre inteligencia emocional y los estilos de liderazgo, su objetivo determinar la relación entre el nivel de inteligencia emocional y los estilos de liderazgo, en cuanto a los instrumentos de medición se utilizaron el inventario de inteligencia emocional Sojo y Steinkopf y el cuestionario multifactorial de liderazgo, suministrados a una muestra de 75 gerentes, concluyendo que las dos variables estudiadas, inteligencia emocional no presentan una relación fuerte con estilos de liderazgo en el caso de los gerentes por otra con los departamentos de ventas y recursos humanos existe mayor frecuencia al uso de un estilo de liderazgo.

Liderazgo

En los emprendimientos debe haber un gerente que tenga pleno conocimiento de cómo liderar, con un concepto sólido, por lo que, Hutchinson (2014) define al liderazgo como:

El liderazgo es el conjunto de habilidades de administración que tiene una persona para incidir en la forma de actuar de los individuos en un determinado encuentro, haciendo que se desenvuelva con afán, en torno al cumplimiento efectivo de las metas y objetivos propuestos.

El liderazgo de un emprendedor es la tarea más ardua que existe por lo que, Sopo, Salazar, Guzman, & Vera (2016) lo define de la siguiente manera:

El liderazgo transaccional el cual lo caracteriza como aquel que articula una visión que puede ser compartida con todos los integrantes de la empresa, estimulando intelectualmente a su equipo de trabajo y prestando atención a las diferencias individuales que hay entre las personas.

El liderazgo que debe tener todo dirigente de los diferentes negocios u organizaciones corresponden a prestar atención a las diferencias que pueden existir en el trabajo, con el fin de actuar de acuerdo con las necesidades del trabajador para mejorar la efectividad de lograr cumplir con la misión y visión.

Tipos de liderazgos

Autoritario

Un líder autoritario tiene su propio esquema de cómo llevar un negocio por lo que, manifiesta que: “Un líder cuya variedad de margen está limitada puede ser un pionero viable durante un largo período de tiempo si permanece en circunstancias en las que su estilo presenta una alta probabilidad de triunfar”. (Guillén, 2012)

Político

El liderazgo político está centrado en llevar a un grupo de personas al éxito, lo describe como:

El liderazgo político, entra en la comunicación del líder como un medio definición y consecución de los objetivos políticos y concibe al líder genuino, no al simple

jefe, como un sujeto creador de significado, como un individuo bendecido con una visión que es capaz de interactuar y comunicarse con sus trabajadores con el propósito de organizarlos, coordinarlos, movilizarlos y empoderarlos para lograr ciertos objetivos. (Collado, Jimenez, & Entrena, 2016)

Evaluador

Para un líder evaluador es necesario llevar un control de la empresa observando el desempeño de los trabajadores.

El líder evaluador ve la ejecución como una herramienta para asegurar el avance persistente de la capacidad humana de la organización, y a su vez, como una oportunidad para avanzar en la productividad, efectividad y viabilidad de cada una de las formas que se crean dentro de la misma. (Reina, 2020)

Participativo

La participación de la organización es un proceso fundamental para mejorar su liderazgo por lo que dice:

La administración participativa puede ser un marco de autoridad y conducta de personas y colectivos que incrementa su progreso y su compromiso con el desarrollo y el avance de la empresa. De acuerdo con los objetivos de la empresa, se basa en tomar en consideración las expectativas y aspiraciones de los trabajadores. (Francois, 2009)

Libre iniciativa

Según el libro National Minority Aids Council (2018) expresa: “El líder participa en la discusión con los diferentes grupos de trabajos, aceptando de antemano llevar a cabo cualquier disposición que tome el grupo. Los únicos límites que tiene el grupo son lo que recibe de los superiores”.

Los diferentes tipos de estilos de liderazgo puede ser empleado a la actividad económica a la que esté trabajando, por ello conocer como poder la empresa de una forma estable y estructurada se necesita conocer a sus trabajadores y comunicarse con ellos para cualquier o posibles cambios que se pueden dan en la organización.

Comunicación

La presencia de la comunicación en las farmacias es un nuevo y poderoso instrumento estratégico e indispensable para los emprendimientos por lo que, lo manifiesta de la siguiente forma:

La comunicación dentro de la organización permitirá, entre otras cosas, comunicar con precisión las metas de la empresa para que todas las partes se ajusten a las situaciones de trabajo, permitiendo el funcionamiento de los métodos utilizados por la empresa, hagan colaboraciones y refuercen los sistemas internos y externos, fomentando la estimación de metas y toma de decisiones. (Guevara C. , 2020)

Cada organización se encuentra estructurada de diferentes formas pero el crecimiento de ellas está en la comunicación por lo que, “La comunicación efectiva habla de un componente fundamental esencial para la integración e interacción de

los activos humanos alrededor del entorno operacional de las organizaciones, permitiendo una conexión vital con el funcionamiento de las técnicas”. (Traverso, Williams, & Palacios, 2017)

Para las organizaciones la comunicación es de vital importancia ya que esta es la que transmite mensajes dentro de la misma que puede mejorar el funcionamiento de esta, pero de una forma más eficiente y eficaz generando una gran mejora para la aceleración de procesos.

Comunicación organizacional

La comunicación se debe establecer de forma a las necesidades requeridas, manifestando lo siguiente:

La comunicación organizacional es aquella que establecen las instituciones y es parte de su cultura o estándares. Por ello, la comunicación entre autoridades de diversos niveles, jefes y sus subordinados, y directivos con el resto de la organización, debe ser fluida. (Castro, 2014)

Dentro de las formas de la comunicación se debe estructurar a raíz del sector económico a la que se esté trabajando para que la misma tenga un mejor progreso y fluidez, cumpliendo una excelente función a nivel jerárquico, enviando el mensaje de forma más clara y precisa para toda la organización.

Tipos de comunicación.

Comunicación interna

Toda comunicación en la organización es de ayuda para el requerimiento de actividades, así como que la comunicación interna es:

La comunicación interna es uno de los más ejercicios de la organización, porque a través de estas formas se facilitan las actividades básicas que le dan sentido a la organización, se ejecutan tareas, se hacen cambios, se sitúan los comportamientos interpersonales y se construyen los valores de la organización generando una cultura organizacional. (Oyarvide, Reyes, & Montaña, 2017)

Comunicación externa

Fuera de las organizaciones se debe llevar una comunicación fundamentada, así como lo expresa Vargas (2018) de la comunicación externa: “La comunicación externa es una práctica humana sostenida y que reacciona a una necesidad social que apoya las economías interdependientes que permiten la presencia y coexistencia social”

Comunicación oral

Dentro de las organizaciones se debe tener una buena comunicación oral por ello lo enuncia como:

El método que concede el intercambio de datos, ordenado y ajustado instantáneamente, basado en el impacto común, aplicado por los interlocutores, en el que se utilizan los componentes del código verbal y no verbal según la intención

comunicativa con la que se va a desarrollar. (Roque, Pulido, Dominguez, Echeverría, & Páez, 2018)

Comunicación escrita

En toda organización se debe llevar una comunicación escrita que respalde el trabajo realizado, así como Ballesteros (2016) opina lo siguiente: “La comunicación escrita tiene éxito en un marco importante y comunicativo, genera espacios de reflexión, discurso, ordenamiento de implicaciones, argumentación e investigación, todos ellos vitales para la convivencia y el apoyo social de la organización”

Dentro de los tipos de comunicaciones que existen van a ayudar a generar una buena relación y entendimiento entre los miembros de trabajos, generando así un buen sentido del mensaje que se quiera brindar, logrando una eficiencia y eficacia en el emprendimiento.

Flujos de comunicación

Según Petrone (2021) manifiesta que se dividen en 3 flujos comunicacionales y son:

- Comunicación descendente: La información se transmite desde las altas jerarquías hacia los subordinados
- Comunicación ascendente: La información es aportada desde los niveles de jerarquía más bajos a las dependencias superiores
- Comunicación horizontal o cruzada: Es la que se establece entre miembros que tienen niveles de jerarquía similares

Los flujos comunicacionales van a llevar las indicaciones de una forma ordenada, precisa y efectiva, de manera que el mensaje sea distribuido ordenadamente para que sea entendido por toda la organización y que esta trabaje de forma que se ha estructurada.

La presente investigación se centra en el tipo exploratorio con enfoque cuantitativo donde se pretende analizar la variable que interviene en los estilos de liderazgo y los tipos de comunicación adoptado por el emprendimiento, farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa.

La técnica utilizada fue la encuesta, que permitió conocer la realidad del liderazgo y la comunicación que se maneja en el emprendimiento, farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa.

Para el levantamiento de información de fuente primaria se consideró como población de estudio a los 6 trabajadores que forman parte de la farmacia Fanny y a sus clientes que se centran en un promedio de 70 consumidores por día.

Análisis de resultados de la encuesta a los empleados.

El jefe trabaja por la definición y descripción de los objetivos, tareas y actividades que deben alcanzar cada uno de sus colaboradores. De acuerdo con los datos recolectados el 83% de los colaboradores de la farmacia Fanny está de acuerdo que el jefe trabaje por la definición y descripción de las actividades que se deben desarrollar dentro del negocio debido a que utiliza los recursos disponibles y menciona hacia donde quiere llegar el negocio además establece claramente las tareas y actividades para estar siempre preparados para la solución de problemas.

El jefe sostiene buenas relaciones con sus colaboradores. De las encuestas realizadas el 100% de los colaboradores de la farmacia Fanny está de acuerdo que la relación que hay entre jefe y empleado se desarrolla de una forma agradable y comunicacional por lo cual las relaciones son necesarias para cumplir las metas y existe menos distanciamiento entre el jefe y empleados mejorando la productividad en el negocio.

La comunicación en la Organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los supervisores. De los datos obtenidos el 100% de los trabajadores de la farmacia Fanny está de acuerdo que se dé una comunicación que fluya de abajo hacia arriba, para que al jefe o gerente pueda encontrar problemas o inconvenientes que se puedan solucionar a través de un cambio significativo considerando que el jefe también puede ser un líder circunstancial que toma las decisiones en base a la situación de la empresa para el desempeño de los trabajadores

La recopilación de resultado con la comunicación que existe entre el superior inmediato y el subalterno, demuestra que el 67% de los empleados de la farmacia Fanny está satisfecho con la comunicación que existe entre el jefe y los trabajadores, generando comodidad en el trabajo, no obstante, el 33% restante manifiesta un desacuerdo por motivos que recién entraron a trabajar en el emprendimiento y no llevan una buena relación comunicacional esto tiene entorno a que los empleados que conforman la minoría solo están interesados en el pago mensual y realizar sus tareas de acuerdo a las asignaciones que deben cumplir de manera diaria.

La recopilación manifiesta que para plantear al superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo. La información recolectada demuestra que el 83% de los colaboradores de la farmacia Fanny está de acuerdo con la confianza que existe para mencionar sugerencias para mejorar procesos, actividades, y permita a los trabajadores, desempeñarse sin inconvenientes por lo cual genera eficacia de manera constante y es vital para que la empresa vaya creciendo mejoran su competitividad de manera interna.

Análisis de resultados de la encuesta a los clientes.

Tabla 1 análisis de resultados

N°	Pregunta	Excelente	Bueno	Debe mejorar	Malo	Total, clientes
1	Como es la bienvenida.	53	15	2	0	70
2	Como es la actitud del servicio	58	11	1	0	70
3	Evalúe la cortesía	52	18	0	0	70
4	Califique la atención en el stand	58	12	0	0	70
5	Califique la actitud con la que fue escuchado	59	11	0	0	70
6	Fueron contestadas sus preguntas de manera amable y fácil	49	19	2	0	70
7	Como fue el manejo de información	54	16	0	0	70
8	En cuanto a la fluidez, cómo calificaría la atención	52	17	1	0	70
9	Como calificaría la calidad de la atención	58	10	2	0	70
Total, promedio		55	14	1	0	70
Total, porcentaje		78,57%	20%	1,43%	0%	100%

Fuente: Consumidores de la Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa.

Elaborado por: Abel Isaías Macías Chele.

De acuerdo a los datos recolectados en la investigación el 78,57% de los clientes que tiene la farmacia Fanny, expresan y manifiestan un agrado de excelencia en la atención que les brinda, al igual que un 20% señalan lo bueno que fueron atendidos en la misma, todo esto gracias a la proporción de información de la que brindan, asimismo el carisma y paciencia de la atención que les brindan los empleados que se encuentran ubicados en los stands del emprendimiento, no obstante, un pequeño porcentaje del 1,43% de los consumidores expresaron que hay pocas cosas de las que puede mejorar el servicio.

CONCLUSIONES

El liderazgo que existe en el gerente del emprendimiento Fanny se lo puede definir como el tipo de líder participativo por la capacidad que tiene al tomar la iniciativa de cumplir con los principios y establecer confianza por lo cual es el factor fundamental para que la empresa vaya por el rumbo correcto, sin importar la circunstancia de la empresa, por consiguiente este debe de contar con una visión clara, una empatía que genere un buen clima laboral y una gran capacidad de formar equipos de trabajos para una mayor productividad.

La comunicación interna en el emprendimiento Fanny se basa en que los colaboradores de la empresa tienen un dominio moderado, dejando que los empleados sean extrovertidos y de libre expresión al compartir información para mejoras en el trabajo o procesos, generando una seguridad y confianza al momento de tener una comunicación externa, mejorando la competitividad y poder adaptarse a los cambios que se puedan generar en un tiempo determinado.

RECOMENDACIONES

Capacitar al líder con los diferentes tipos de liderazgo para poder aplicarlos de acorde a las situaciones que van sucediendo en la empresa tomando como punto de partida el liderazgo participativo que hasta ahora ha traído beneficio a la comunicación dentro de la empresa, llegando así con el cumplimiento de los principios y objetivos del negocio

Para que la empresa mejore la comunicación interna, en especial con los nuevos integrantes realizando actividades en equipo, establecidos en pequeños espacios dentro del horario para entablar conversaciones, unos con otros para mejorar las relaciones externas del emprendimiento.

BIBLIOGRAFÍA.

- Ballesteros, D. (2016). El lenguaje escrito como canal de comunicación y desarrollo humano. *Razón y Palabra*, 1-15.
- Castro, A. (2014). *Comunicación organizacional*. Barranquilla : Ecoediciones.
- Clemente Apolinario , R. A. (9 de Noviembre de 2020). *La dirección en las cooperativas de taxi en Montañita, Manglaralto Y Olón del cantón Santa Elena 2020*. Obtenido de Repositorio UPSE: En las distintas cooperativas estudiadas la supervisión que se
- Coca, J. (2018). *La comunicacion en el uso responsable de los medicamentos y la venta cruzada*. Madrid: Universidad complutense de Madrid.
- Collado, F., Jimenez, J., & Entrena, F. (2016). El liderazgo político en las democracias representativas: propuesta de análisis desde el constructivismo estructuralista. *Scielo*, 1-35.
- Cura, M., & Costa, M. (2015). Comunicación en la industria farmacéutica, del producto a la marca. *Desarrollando Ideas*, 1-3.
- Francois, J. (2009). *Google academico*. Obtenido de Instituto tecnológico y de estudios superiores de monterrey campus monterrey división de ingeniería y arquitectura programa de graduados en ingeniería modelo de liderazgo participativo para mejorar la calidad total:
<http://hdl.handle.net/11285/569389>
- García Rios , R. (2020). *La inteligencia emocional fuente del fortalecimiento de la comunicación organizacional y el liderazgo eficaz en las organizaciones multinacionales*. Obtenido de ean Universidad:
<http://hdl.handle.net/10882/10106>
- Goleman , D. (2018). *Inteligencia emocional*. Ecuador : Penguin Random House Grupo Editorial.

- Guevara, C. (2020). *La comunicación y el manejo del tiempo como herramientas de liderazgo para potencializar las capacidades de una microempresa comercializadora de postres*. Bogota: Universidad Militar Nueva Grarnada.
- Guevara, M. (2011). *Plan estratégico de comunicación interna para organización eclesial: iglesia evangelica de ñaquito (IEVI)*. Quito: Universidad Catolica del Ecuador.
- Guillén, M. (2012). *Liderazgo*. Madrid: Diaz de Santos.
- Hutchinson, S. (1 de Diciembre de 2014). *El liderazgo, un desempeño efectivo*. Obtenido de <https://mep.janium.net/janium/Documentos/liderazgo.pdf>
- Izquierdo, R., Novillo, L., & Mocha, J. (2017). El liderazgo en las microempresas familiares, desafíos y metas. *Scielo*, 1-6.
- Méndez, A., & Previdi, M. (2015). *Relacion entre el nivel de inteligencia emocional y estilos de liderazgo en gerentes del sector farmaceutico del area metropolitana de caracas 2014*. Caracas: Universidad Católica Andres Bello.
- National Minority Aids Council. (2018). *Desarrollo de liderazgo*. Washington: Technical Assistance, Training and Treatment Division.
- Ordonez , M., Bustamante , M., & Campos , R. (2017). Factores de Liderazgo en la Fiebre del Oro en la Región Sur del Ecuador. *SCIELO*, vol.28 no.3 La Serena 2017.
- Oyarvide, H., Reyes, E., & Montaña, M. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Dominio de las ciencias*, 1-14.
- Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. *Associate Professor of Surgery, NYU Long Island School of Medicine*, 1-5.

- Reina, J. (2020). *El espejismo del liderazgo en la evaluación del desempeño*. Arauca: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Roque, K., Pulido, A., Dominguez, I., Echeverría, N., & Páez, B. (2018). la comunicación oral pedagógica en la formación de profesionales. *Ciencias Medicas de Pinar del Río*, 1-10.
- Sopo, G., Salazar, M., Guzman, E., & Vera, L. (2016). Liderazgo como competencia emprendedora. *Espacios*, 1-9.
- Torres Esteves , S. (2020). *LA COMUNICACIÓN, EL LIDERAZGO, LA MOTIVACIÓN Y EL EMPODERAMIENTO EN LA SATISFACCION LABORAL DE TRABAJADORES* . Obtenido de Repositorio UJCM : <https://repositorio.ujcm.edu.pe/handle/20.500.12819/1160>
- Traverso, P., Williams, B., & Palacios, I. (2017). *La comunicación efectiva como elemento de éxito en los negocios*. Samborondón: Universidad Ecotec.
- Vargas, Y. (2018). *Relación de la comunicación externa como herramienta de relaciones publicas con la imagen corporativa de la empresa liderman, lima*. Lima: Universidad de San Martin de Porres.

ANEXOS
ANEXO 1. MATRÍZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Liderazgo y Comunicación para la Farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa	¿Cómo es el liderazgo y la comunicación efectiva en el emprendimiento, Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa?	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> Analizar el liderazgo y la comunicación en el emprendimiento, Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa 	Liderazgo y comunicación.	<p>Tipos de liderazgos</p> <p>Tipos de comunicación</p> <p>Flujos de comunicación</p>	<p>Autoritario Político Evaluador Participativo Libre iniciativa</p> <p>Comunicación interna Comunicación externa Comunicación oral Comunicación escrita</p> <p>Comunicación descendente: Comunicación ascendente: Comunicación horizontal o cruzada:</p>	La presente investigación se centra en el enfoque cualitativo con diseño descriptivo donde se pretende analizar la variable que interviene en los estilos de liderazgo y los tipos de comunicación adoptado por el emprendimiento, farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa

ANEXO 2. ENCUESTA

Trabajo de titulación: Liderazgo y Comunicación para la Farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa

Objetivo: Analizar el tipo de liderazgo y la comunicación efectiva en el emprendimiento, Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa

Encuesta dirigida a los empleados de la Farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas.

N°	Pregunta	Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	El jefe trabaja por la definición y descripción de los objetivos, tareas y actividades que deben alcanzar cada uno de sus colaboradores.				
2	El jefe logra la obediencia de sus colaboradores debido a su capacidad para otorgar recompensas o castigos.				
3	El jefe sostiene buenas relaciones con sus colaboradores.				
4	La comunicación en la Organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los supervisores.				
5	Me siento satisfecho con la comunicación externa que se da con los clientes.				
6	Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona.				
7	Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.				
8	Mi superior inmediato verifica la fluidez del cumplimiento de sus órdenes.				

ANEXO 3. ENCUESTA

Trabajo de titulación: Liderazgo y Comunicación para la Farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa

Objetivo: Analizar el tipo de liderazgo y la comunicación efectiva en el emprendimiento, Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa, Cantón Salinas.

Encuesta dirigida a los clientes de la, Farmacia Fanny de la parroquia Santa Rosa, Cantón Salinas.

N°	Pregunta	Excelente	Bueno	Debe mejorar	Malo
1	Como es la bienvenida que le brinda la persona encargada de atención al cliente				
2	Como es la actitud de servicio que tuvo la persona que la atendió en el stand				
3	Con respecto al lenguaje que utilizo la persona que le atendió evalúe la cortesía				
4	Califique el tono de voz que utilizo la persona que le atendió en el stand				
5	Califique la actitud con la que fue escuchado mientras pedía información				
6	Fueron contestadas sus preguntas de manera amable y fácil de entender				
7	Como fue el manejo de información por parte de la persona que le brindo asesoría o información				
8	En cuanto a la fluidez, cómo calificaría la atención				
9	Como calificaría la calidad de la atención				

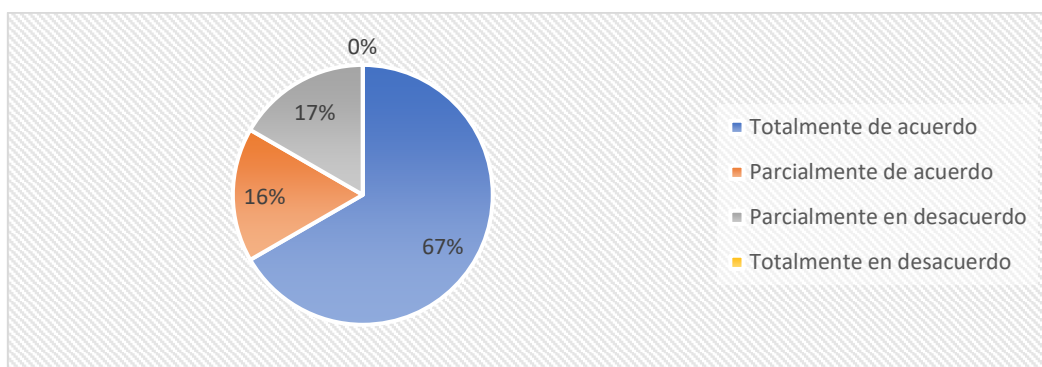
ANEXO 4. CRONOGRAMA DE TRABAJO.

MODALIDAD DE TITULACIÓN: COMPONENTE PRÁCTICO PARA EXÁMEN COMPLEXIVO

Actividades	Mayo 2021	Junio- Julio 2021	Agosto 2021	Septiembre 2021	Octubre 2021	Noviembre 2021	Diciembre 2021	Enero 2022	Febrero 2022
Idea y tema									
Desarrollo del Anteproyecto									
Presentación del anteproyecto									
Aprobación del anteproyecto									
Tutorías del proyecto:									
Argumentos teóricos									
Argumentos metodológicos									
Resultados									
Conclusiones y Recomendaciones									
Entrega (archivo digital) de trabajo final									
Sustentación y Defensa del Trabajo de Titulación									

ANEXO 5. GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS

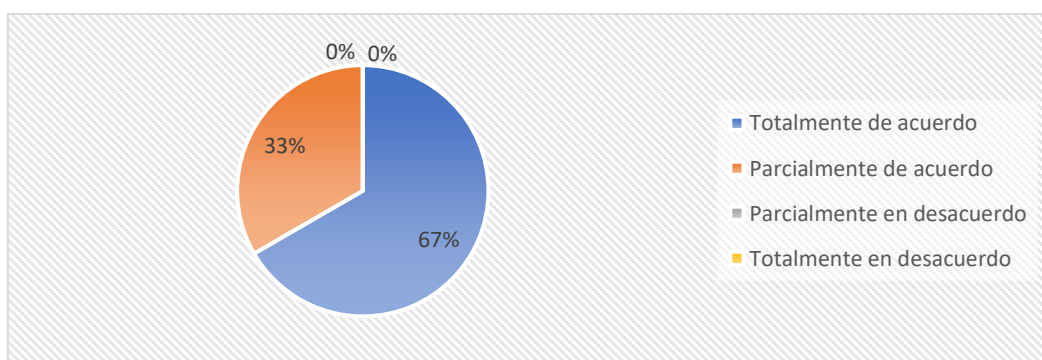
Gráfico 1 El jefe trabaja por la definición y descripción de los objetivos, tareas y actividades que deben alcanzar cada uno de sus colaboradores.



Fuente: Colaboradores de la Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa.

Elaborado por: Abel Isaías Macias Chele.

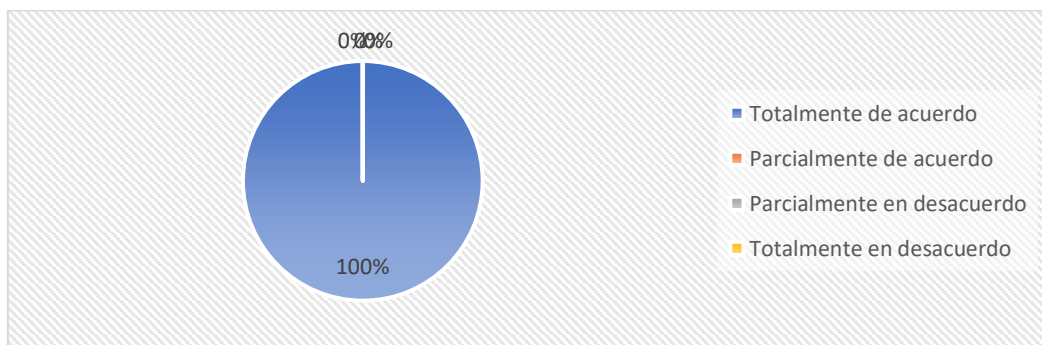
Gráfico 2 El jefe sostiene buenas relaciones con sus colaboradores.



Fuente: Colaboradores de la Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa.

Elaborado por: Abel Isaías Macias Chele.

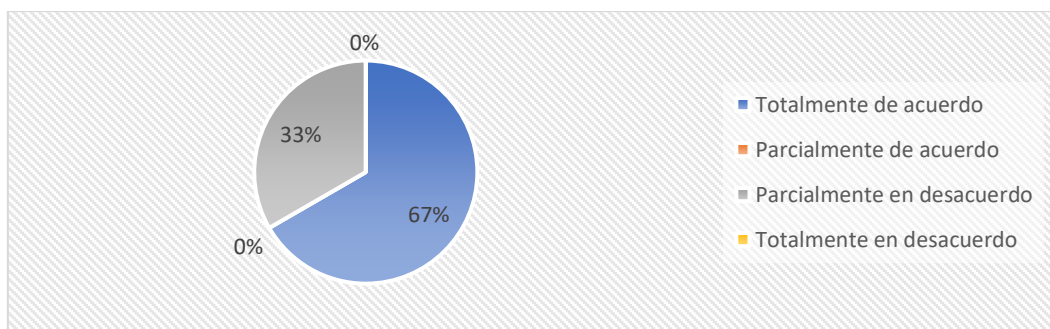
Gráfico 3 La comunicación en la Organización generalmente fluye de abajo hacia arriba, es decir, de los niveles base a los supervisores.



Fuente: Colaboradores de la Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa.

Elaborado por: Abel Isaías Macias Chele.

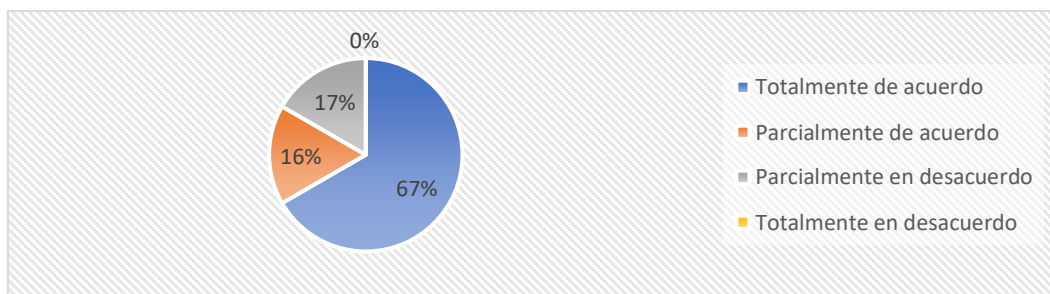
Gráfico 4 Me siento satisfecho con la comunicación que existe entre mi superior inmediato y mi persona.



Fuente: Colaboradores de la Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa.

Elaborado por: Abel Isaías Macías Chele.

Gráfico 5 Me siento en confianza para plantear a mi superior inmediato sugerencias para mejorar procesos o procedimientos de trabajo.



Fuente: Colaboradores de la Farmacia Fanny de la parroquia de Santa Rosa.

Elaborado por: Abel Isaías Macías Chele.