

Implementación de un liderazgo empresarial que mejore la comunicación efectiva en las empresas de una ciudad ecuatoriana

Orlando, Enderica-Armijos^{1*}; Kleber, Almeida-Lojas²; Silvia, Chamba-Ojeda³; Ericka, Tinoco-Pontón⁴

Resumen

Debido a que algunas empresas de la provincia de El Oro, no cuentan con una comunicación adecuada y liderazgo, surge la preocupación que podrían verse afectadas económicamente, provocando un daño profundo en el clima organizacional. Tanto la comunicación y el liderazgo por naturaleza son esenciales y fundamentales en cualquier tipo de entidad, puesto que constituyen el bienestar y desarrollo de la misma, además, con una excelente comunicación interna y externa se cumpliría rápidamente con los objetivos. El estudio fue realizado en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, Ecuador. La metodología planteada en el trabajo de investigación fue descriptiva y de carácter cualitativo, es decir se utiliza la observación y la revisión bibliográfica de artículos científicos y estudio de casos. Los métodos que se emplearon en el proyecto son exploratorios, inductivos. Se pudo llegar a la conclusión que las empresas en estudio no aplican un liderazgo tan esencial como lo es el transformacional, de la misma manera carecen de comunicación efectiva para el éxito y enriquecimiento de la entidad.

Palabras Clave: comunicación; empresa; líder; liderazgo.

Implementation of a business leadership that improves the effective communication in enterprises located in an Ecuadorian city

Abstract

Due to the fact that some companies located in the province of El Oro, Ecuador do not have adequate communication and leadership, concern arises that they could be economically affected, causing a deep damage in the organizational climate. Both the communication and the leadership by nature are essential and fundamental in any type of entity since they constitute its well-being and development, in addition, having excellent internal and external communication would help to fulfill the objectives in a faster way. The study was carried out in the city of Machala, El Oro province. The methodology proposed in the research was descriptive and qualitative, that is, observation and bibliographic review of scientific articles and case studies were used. Exploratory and inductive methods were used in the project. It was possible to conclude that companies in Machala, El Oro province do not apply the essential leadership as it is the transformational one, as well as they lack effective communication for the success and enrichment of themselves.

Keywords: communication; enterprises; leader; leadership.

Recibido: 20 de marzo de 2016
Aceptado: 28 noviembre de 2017.

¹Magister en Administración de Empresas, Docente de la Universidad Técnica de Machala-Ecuador. E-mail or_e55@hotmail.com.

²Magister en Gerencia en Salud para el desarrollo local. Universidad Técnica de Machala-Ecuador. E-mail kleberalmeida50@hotmail.com

³Magister en Tributación y Finanzas. Consejo de la Judicatura de El Oro. E-mail silviapilar123@hotmail.com

⁴ Ingeniera en Marketing. Sociedad Civil de Hecho MZ. E-mail erinoy19@hotmail.com

*Autor para correspondencia: or_e55@hotmail.com

I. INTRODUCCIÓN

El liderazgo transformacional en países europeos como España es el fundamento primordial para una empresa, porque los líderes transformacionales son verdaderos, inspiran y orientan a los empleados, mostrando confianza óptima para que realicen eficientemente el trabajo, creando un clima de innovación tanto interna y externa a la entidad. Así mismo, un líder transformacional proyecta su energía a todos los miembros del equipo para llegar al camino del éxito (Pons & Ramos, 2012).

En las instituciones alrededor del mundo todos y cada uno de los integrantes de la empresa tienen un papel fundamental, en las cuales se destacan los líderes transformacionales quienes dan un enfoque central al control interno en los entes; cada una de las actitudes que se proyectan en la formación e integración del personal llegan afectar de manera positiva o negativa, trayendo consigo resultados esperados y así mismo superando las expectativas. Estas muestras logran incrementar la producción, satisfacción y desarrollo de un liderazgo convincente, demostrando su originalidad e importancia (Bass, 1999).

El hecho de ayudar y colaborar con la sociedad permite mejorar en integridad e influenciar a las personas para que se conviertan en líderes, en un mundo global, en los últimos años ha existido cierta decadencia y un futuro incierto; el mundo evoluciona cada día, dándose así una transformación total. Es tanto así que siempre han existido líderes quienes guían y ayudan a la comunidad a desarrollarse y ser partícipes dentro de ella (Barroso & Salazar, 2010).

Se conoce que en los países alrededor del mundo toman como parte principal en una empresa la formación de individuos con un aprendizaje ideal, considerando al liderazgo una parte fundamental en el desempeño de la competencia continua, logrando un desenvolvimiento de las capacidades de estrategia y comprobando que un liderazgo ideal, audaz y comprometido con la sociedad, puede dar resultados con el aprendizaje (Hughes, Ginnett, & Curphy, 2007).

En localidades de España y Uruguay, observan como parte fundamental al desarrollo de habilidades desde la formación en los institutos de educación; preparando así a los individuos en cómo enfrentar a los agentes de cambio, con los cuales confrontarán en el futuro. Logran o generan en ellos nuevas expectativas u objetivos, los orientan o manejan a ciertas situaciones o

circunstancias, para que forjen nuevos conocimientos, e innoven así al emprendimiento constante en la sociedad de hoy, en la que se convive (Cabaleiro, Jiménez, Miles, & Horta, 2016).

En países de América Latina como Colombia, el líder debe tener una profunda personalidad, no superficial, para que pueda dar buenos resultados y tenga el deseo sincero de entender a las personas que colaboran para la empresa y se sienta empoderado por ella. El trato justo, el interés por los demás, las buenas decisiones y el buen carácter son rasgos fundamentales para que una empresa sea mejor y que no carezca de comunicación; por lo tanto, esto ayuda a mejorar la calidad del trabajo, ya que un buen líder debe ser la guía principal y tener buenas estrategias (Barros, 2014).

Así mismo en Bogotá, Colombia, el liderazgo es de suma importancia para las empresas de toda índole, estas empresas hacen grandes inversiones contratando personas especializadas en el tema, para capacitar a los colaboradores de cada área y éstas a su vez a sus subordinados, con el fin de cumplir a cabalidad cada una de las metas propuestas por sus altos gerentes. Últimamente se adopta el liderazgo en las ciencias administrativas debido a las necesidades de cada rama (Pautt, 2011).

Mediante investigaciones se ha determinado que México atraviesa una crisis de liderazgo transformacional, este es de vital importancia para el desarrollo de la estructura de la empresa, para que cada trabajador se sienta inspirado y con confianza al momento de realizar su labor profesional; además algunos países de América Latina presentan un déficit de liderazgo que ocasiona deterioros en el clima organizacional, provocando el incumplimiento de los objetivos de la entidad (Bennets, 2007).

La comunicación en Venezuela es imprescindible y efectiva para el correcto funcionamiento de la estructura de la empresa y para todo tipo de proceso político, gerencial y económico, por consiguiente si existe una buena comunicación y liderazgo los miembros de la entidad se sentirán en plena confianza y motivados por parte del líder, esto ocasiona el cumplimiento eficiente de los objetivos y metas propuestas; por lo tanto, habrá un clima de innovación y resultados deseados (Quero, Mendoza, & Torres, 2014).

Así mismo, Venezuela se basa en un estilo de liderazgo autocrático ya que el líder es adverso,

latente y evita constantemente las discusiones entre los miembros del equipo. Es una de las personas que puede guiar y tomar buenas decisiones al momento de presentar problemas laborales con los trabajadores de la organización, es capaz de llevar al éxito cada una de las metas planteadas para el correcto crecimiento económico y social de la empresa (Loaiza & Pirela, 2015).

En relación a Argentina, el supervisor juega un papel muy importante para la empresa en general, ya que su ocupación corresponde al entorno organizacional y financiero, se preocupa por el buen camino, propone bienestar físico como psicológico y entrega confianza a sus colaboradores, estos a su vez imparten sobre el liderazgo y la toma de decisiones para la empresa en la que laboran. El líder en Argentina se considera transformador para el crecimiento de la satisfacción del éxito en la entidad (Omar, 2011).

En Ecuador las empresas exportadoras se destacan por su producción, manera de actuar, comportamiento empresarial; todos estos factores facilitan al crecimiento tanto de la productividad y economía dando como resultado un clima organizacional factible, o no, a la empresa, ayudando a beneficiar la gestión, creando grupos de líderes o equipos de trabajo unidos que brinden cualidades, conocimientos y principalmente que tengan experiencia propia, y que sean capaces de trabajar eficazmente enfrentando la competitividad existente (Peraza & García, 2004).

Tanto la comunicación y el liderazgo son habilidades de vital importancia para las empresas ecuatorianas, ya que ayudan a mejorar la productividad y competitividad de la organización para el logro de los objetivos planteados. Una buena comunicación permite que la entidad se ubique en el mercado detectando los errores, por lo que es un elemento imprescindible para el correcto funcionamiento de la empresa (Ordoñez & Romero, 2016). Debido a que algunas empresas de El Oro no cuentan con una comunicación adecuada y liderazgo, surge la preocupación que podrían verse afectadas económicamente, provocando un daño profundo en el clima organizacional. La mayoría de las empresas necesitan la comunicación, ya que es esencial en cualquier tipo de establecimiento, es un factor imprescindible para que funcione.

Además, la comunicación es el pilar fundamental en una organización para, el correcto funcionamiento de los negocios, tener una competencia factible y el

logro de todos los objetivos establecidos. Si no existe una buena comunicación, no habría un buen liderazgo. Todos los seres humanos tienen necesidades sociales, como incluirse o ser parte de una sociedad, relacionarse entre sí.

Un factor clave para sobrellevar esta necesidad; las organizaciones actualmente están en comunicación constante, ya sea interna o externa. La principal cualidad de un líder es la comunicación, ya que es el único capaz de influenciar en los trabajadores, si no hay comunicación en una entidad, entonces no habrá seguidores, liderazgo, ni objetivos a favor de la empresa. Cualquier actividad que realicen las personas se mejora mediante la comunicación, uno de los elementos fundamentales para su efectivo desarrollo. Las consecuencias de la buena comunicación generan efectos positivos ya que son muy satisfactorios, porque habría la capacidad de la organización para adaptarse e interpretar los cambios que se producen en su ámbito.

El líder es el único capaz de difundir las estrategias planteadas y la visión de la empresa y así como los objetivos específicos del área o entidad, motivando al grupo de trabajo, ya que todo depende de la comunicación y confianza de los líderes hacia los colaboradores. Cuando hay una mala comunicación o en ocasiones no hay comunicación alguna, la motivación de los empleados disminuye y deciden en seguir o no al líder, esto crea una gran conmoción en la eficiencia y eficacia en el trabajo, suelen perder el sentido hacia los objetivos propuestos.

Si las empresas de El Oro no mejoran la comunicación ocasionaría inconvenientes en la labor profesional, así mismo, que el personal de la empresa no cumpla eficientemente los trabajos en el tiempo establecido e incluso la falta de comunicación y liderazgo podría provocar un total fracaso empresarial dejando a varios miembros de la entidad sin fuente de trabajo. De la misma manera, el liderazgo es muy fundamental para la estructura de las empresas porque sin un líder los empleados no conocerían el movimiento de la organización.

Es necesario tomar en cuenta que las instituciones que deseen sobresalir deben tener un correcto funcionamiento, estos son ciertos rasgos que permiten que el liderazgo sea una pieza exacta de motivación, excelencia y capacidad para pulir, colaborando con la sociedad y siendo siempre ejemplo para los demás. Lo que se destaca del liderazgo es que cada persona

que se transforma en líder empresarial logra también líderes que sean capaces de obtener lo que quieren, que trabajando en unión y compañerismo una empresa crece dentro y fuera de la misma, por lo tanto también pueden formar empresas.

Se plantea en este trabajo un estudio para determinar el tipo de liderazgo y de qué manera se da la comunicación en empresas de la ciudad de Machala, provincia de El Oro, Ecuador, mediante una investigación descriptiva, de enfoque cualitativo. Se utiliza la observación y revisión bibliográfica y el estudio de caso, los métodos utilizados fueron de tipo exploratorio e inductivo.

II. DESARROLLO

1. Metodología

Integrando información por medio de la observación científica y artículos científicos, se pretendió conocer acerca de la comunicación en las empresas; es necesario recalcar que el funcionamiento de las empresas permite conocer su sistema de relación dentro de la misma. Se analizó y elaboró información referente a lo observado, son las empresas que están en el campo comercial, de servicios, entre otros, las que se han destacado por su mayoría. Entre ellas hay empresas privadas comerciales y empresas públicas comerciales, establecidas, en su mayoría, en el centro de la ciudad. Por lo tanto, las empresas del cantón Machala, provincia de El Oro, Ecuador, están insertas en el campo comercial a diferencia de otros campos.

El estudio fue realizado en la ciudad de Machala, provincia de El Oro, la cual se encuentra situada en las tierras bajas próximas al golfo de Guayaquil, en el océano Pacífico, gracias a la unión con Puerto Bolívar. Machala se ubica en el extremo occidental de Archipiélago de Jambelí. Tiene 245.972 habitantes, posee un clima cálido tropical y temperaturas de 20 a 40° C promedio. Tiene subdivisiones de parroquias tanto rurales como urbanas. Es reconocida como “Capital Bananera del mundo” ya que las personas se dedican en gran parte a la actividad bananera. Es un cantón agrícola productivo y la actividad económica predominante recae en el movimiento comercial, es decir, comercialización de maquinarias, ropa, electrodomésticos, vehículos, entre otros.

La metodología planteada en el trabajo de investigación fue descriptiva y de carácter cualitativo, es decir se utiliza la observación y la revisión bibliográfica de artículos científicos y estudio de casos para obtener cifras o referencias de las clases de empresas que existen en la ciudad de Machala. Los métodos que se emplearon en el proyecto son exploratorios, inductivos. En la Tabla 1 se puede observar que en Ecuador existen 842.936 empresas de las cuales se dividen en: grandes con un total de 4.059, medianas con 12.889, pequeñas con un total de 61.987 y por último las microempresas con 764.001 (clasificadas de acuerdo con los criterios establecidos en la Tabla 2). En la provincia de El Oro, específicamente, existen 42.078 empresas.

Tabla 1. Clasificación de empresas según su tamaño, Año 2015

Tamaño de empresa	Nro. Empresas	% Total
TOTAL	842.936	100,0%
MICROEMPRESA	764.001	90,6%
PEQUEÑA EMPRESA	61.987	7,4%
MEDIANA EMPRESA "A"	7.733	0,9%
MEDIANA EMPRESA "B"	5.156	0,6%
GRANDE EMPRESA	4.059	0,5%

Fuente: (Directorio de Empresas - DICE 2015)

Tabla 2. Estratos de ventas anuales

Clasificación de las empresas	Volúmenes de ventas anuales	Personal ocupado
Micro empresa	Menor a 100.000	1 A 9
Pequeña empresa	De 100.001 a 1'000.000	10 A 49
Mediana empresa "A"	De 1'000.001 a 2'000.000	50 A 99
Mediana empresa "B"	De 2'000.001 a 5'000.000	100 A 199
Grande empresa	De 5'000.001 en adelante	200 en adelante

Fuente: (Directorio de Empresas - DICE 2015)

2. Resultados y discusión

2.1 Empresas comerciales

En la provincia de El Oro existen 42.078 empresas, siendo las empresas privadas las que tienen el mayor índice enfocado en el ámbito comercial, tanto de manera individual o colectiva. La mayoría de las organizaciones se dedican a actividades predominantes como el comercio al por mayor y

menor, reparación de vehículos, automotores y motocicletas, actividades de alojamiento así como también el servicio de comida y otras actividades de servicio.

El número total de las empresas mostradas a continuación en la Tabla 3 son unidades económicas que registraron las ventas en el SRI.

Tabla 3. Número de empresas por provincia

Provincia	Nro. Empresas	% Total
TOTAL	842.936	100,0%
Pichincha	198.600	23,6%
Guayas	163.243	19,4%
Manabí	67.729	8,0%
Azuay	50.537	6,0%
Tungurahua	43.183	5,1%
El Oro	42.078	5,0%
Los Ríos	29.607	3,5%
Chimborazo	27.638	3,3%
Imbabura	27.559	3,3%
Loja	27.035	3,2%
Cotopaxi	26.082	3,1%
Santo Domingo de los Tsáchilas	23.192	2,8%
Esmeraldas	17.925	2,1%
Cañar	15.995	1,9%
Santa Elena	12.113	1,4%
Bolívar	11.748	1,4%
Carchi	11.259	1,3%
Sucumbios	9.664	1,1%
Orellana	7.709	0,9%
Zamora Chinchipe	7.152	0,8%
Napo	7.024	0,8%
Morona Santiago	6.770	0,8%
Pastaza	6.137	0,7%
Galápagos	2.957	0,4%

Fuente: (Directorio de Empresas - DIEE 2015)

Al analizar la Tabla 4 resalta la provincia de El Oro con un porcentaje adecuado de empresas según su tamaño en el año 2015, también puede observarse que la mayoría de provincias que tienen un moderado porcentaje son las microempresas, pequeña empresas y mediana empresa "A", donde las personas acceden más para tener sus empresas. Al analizar las provincias con mejores porcentajes de empresas está Guayas con el porcentaje mayor 31,5% con grandes empresas y Pichincha 37,4%.

Además las provincias con menores porcentajes son Morona Santiago con 0,3% en medianas empresas "A" y "B", Napo 0,3% en medianas empresas "A" y "B", Pastaza 0,3% en medianas y grandes empresas, Zamora Chinchipe 0,2% en mediana empresa "A", Galápagos 0,2% en grandes empresas y Orellana 0,5% en medianas empresas "B".

También resalta la provincia de El Oro con un porcentaje adecuado de empresas, teniendo menor

porcentaje de grandes empresas y con mayor porcentaje la mediana empresa "A", igualmente esta la provincia de Azuay pero con mayores porcentajes en microempresa y pequeñas empresas, año 2015. Al observar la tabla de ubicación y comparar, se

destaca que en la provincia de El Oro, entre todas las asignaciones tiene un porcentaje muy parecido con todas, pero su preeminencia es un poco mayor en comparación a las otras provincias.

Tabla 4. Porcentaje de empresas según tamaño y por provincia, año 2015

Provincia	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa "A"	Mediana empresa "B"	Grande empresa
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Azuay	6,0%	6,0%	5,9%	5,7%	5,0%
Bolívar	1,5%	0,5%	0,3%	0,3%	0,4%
Cañar	2,0%	1,0%	0,9%	0,6%	0,6%
Carchi	1,4%	0,9%	0,6%	0,6%	0,5%
Cotopaxi	3,2%	2,3%	2,1%	1,9%	1,2%
Chimborazo	3,4%	2,2%	1,5%	1,3%	1,0%
El oro	5,0%	5,4%	5,8%	5,1%	3,5%
Esmeraldas	2,2%	1,8%	1,5%	1,1%	1,2%
Guayas	18,7%	24,3%	28,4%	29,3%	31,5%
Imbabura	3,4%	2,5%	1,8%	1,6%	1,5%
Loja	3,3%	2,4%	1,7%	2,0%	1,5%
Los ríos	3,6%	2,7%	3,1%	2,8%	2,8%
Manabí	8,3%	5,3%	4,6%	3,9%	4,1%
Morona Santiago	0,8%	0,5%	0,3%	0,3%	0,4%
Napo	0,9%	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%
Pastaza	0,8%	0,4%	0,3%	0,3%	0,3%
Pichincha	22,8%	30,3%	31,4%	33,6%	37,4%
Tungurahua	5,2%	4,4%	3,7%	3,8%	2,7%
Zamora Chinchipe	0,9%	0,4%	0,2%	0,4%	0,3%
Galápagos	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,2%
Sucumbíos	1,2%	1,0%	0,8%	0,8%	0,6%
Orellana	0,9%	1,0%	0,8%	0,5%	0,6%
Santo domingo de los Tsáchilas	2,8%	2,8%	2,3%	2,6%	1,7%
Santa Elena	1,5%	0,9%	1,3%	1,0%	0,6%

Fuente: (Directorio de Empresas - DIEE 2015)

En la Tabla 5 se presenta el porcentaje de empresas según su actividad, resaltando que las empresas grandes, pequeñas, medianas y

microempresas sobresalen con un alto porcentaje en la parte comercial.

Tabla 5. Porcentaje de empresas según su actividad

Actividad Económica	Microempresa	Pequeña empresa	Mediana empresa "A"	Mediana empresa "B"	Grande empresa
TOTAL	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	11,0%	7,3%	9,8%	9,7%	5,1%
Explotación minas y canteras	0,4%	0,5%	0,6%	1,0%	2,2%
Industrias manufactureras	8,6%	8,9%	8,8%	9,5%	16,1%
Suministro electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,0%	0,2%	0,1%	0,1%	0,6%
Distribución agua; alcantarillado, desechos y saneamiento	0,1%	0,2%	0,2%	0,4%	0,7%
Construcción	3,3%	5,6%	4,8%	4,0%	2,6%
Comercio, reparación automotores y motocicletas	37,6%	39,6%	42,9%	44,6%	37,3%
Transporte y almacenamiento	11,0%	6,3%	4,8%	4,6%	3,7%
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	8,0%	3,7%	2,3%	1,5%	1,2%
Información y comunicación	0,5%	1,5%	1,5%	1,5%	1,5%
Actividades financieras y de seguros	0,2%	1,0%	1,4%	1,9%	3,4%
Actividades inmobiliarias	2,4%	2,6%	1,8%	1,3%	1,0%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	6,2%	9,4%	6,5%	4,8%	3,0%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2,1%	2,9%	3,3%	3,6%	2,3%
Administración pública y defensa, seguridad social	0,1%	1,0%	1,6%	3,8%	12,6%
Enseñanza	1,1%	4,4%	6,2%	3,3%	2,3%
Actividades de atención a la salud humana y asistencia social	2,1%	2,2%	2,1%	2,7%	3,4%
Artes, entretenimiento y recreación	0,8%	0,6%	0,6%	0,5%	0,3%
Otras actividades de servicios	4,7%	2,0%	1,0%	1,1%	0,7%

Fuente: (Directorio de Empresas - DICE 2015)

Tabla 6. Empresas comerciales

NOMBRES DE EMPRESAS	ACTIVIDAD
COELSA CIA. LTDA.	Distribuidor exclusivo de tuberías y accesorios de: Plastigama, Eagle, Hansa, Osram, Sika, Teka.
FERREARMIJOS S.A.	Venta al Mayoreo de Madera y Otros Materiales de Construcción.
PLASDEC PLÁSTICOS DEL ECUADOR CIA. LTDA.	Comercialización de productos plásticos y descartables.
PLASQUIMIA S.A	Distribución de productos descartables y productos de limpieza
FERRETERÍA FEMCO	Servicios de seguridad, Servicios industriales
TUBESA EL ORO	Venta de Suministros para Proyectos Hidráulicos
MAQUINSUR CIA LTDA	Distribuidores de materiales de ferretería.
CALZADO PRETTY	Comercialización de todo tipo de calzado deportivo y escolar, carteras y cinturones.
TRIONICA COMPUTACIÓN CIA.LTDA.	Comercio al por menor de computadores, tecnología, electrodomésticos.
INDUSTRIA CARTONERA PALMAR INCARPALM – MACHALA	Empresa bananera.

Fuente: (Elaboración propia)

2.2 Liderazgo en las empresas comerciales

Al momento de realizar un análisis de los estilos de liderazgo que utilizan las empresas comerciales de la

ciudad de Machala, provincia de El Oro, se pudo verificar que la mayoría de las empresas usan un liderazgo empresarial, democrático, autocrático entre otros y no

tienden a usar el estilo de liderazgo transformacional. En concordancia con (Kliksberg, 2011) un liderazgo se debe formar desde la niñez, adolescencia y en el mundo de las universidades; es decir desde que la persona pueda tomar conciencia de sus actos, para la obtención de un futuro desafiante y formativo y alcanzar todos los objetivos propuestos.

El liderazgo se considera como una variable de interés en las habilidades directivas y personales. El papel fundamental de un líder demuestra como un facilitador de prácticas de cooperación organizacional dentro de una empresa. El trabajo primordial de un líder es ayudar al grupo de colaboradores a identificar sus metas personales como el de la empresa, organizando adecuadamente su trabajo y cumpliendo con sus responsabilidades.

El autor Groon (2003) señala que es importante recalcar que varias personas que ocupan un cargo pueden obtener el papel de líder, ya que el liderazgo es trabajar en armonía, compartiendo conocimientos e iniciativas con el grupo de equipo o de trabajo. De igual manera el liderazgo en equipo es fundamental para la entidad, ya que crea un clima organizacional para el éxito de la empresa.

El líder es un orientador y guía para sus colaboradores que muestra el camino a seguir a sus pasos para obtener una meta propuesta, proporcionando el apoyo incondicional y los recursos necesarios para que no se pierdan y se vayan acostumbrando, se lo considera como una más de las perspectivas en el panorama actual. Es decir, un líder brinda ayuda en cualquier alcance del trabajo a sus miembros e inclusive colabora para que el trabajo se cumpla de manera eficiente.

Las empresas en Machala, El Oro, deben aplicar un liderazgo transformacional ya que éste es un estilo clave para el éxito de la misma, en concordancia con (Meza & Flores, 2014) sostienen que el liderazgo transformacional es de vital importancia para la empresa ya que éste crea en los miembros de equipo una visión, personalidad y lo más importante admiración por ellos mismos. También este estilo de liderazgo mejora la confianza y desempeño en los empleadores, además ayuda a que la empresa crezca tanto económica y profesionalmente con un grado de compromiso, autoestima y ejemplo entre los individuos y grupos. como en el caso de las empresas que se muestran en la Tabla 6.

Hoy en día es necesario formar líderes jóvenes con responsabilidad y compromiso, dispuestos a luchar contra cualquier obstáculo pero cada país, región crea líderes según sus culturas, costumbres e intereses; en concordancia con Velasco (2014), la formación de líderes jóvenes depende del lugar donde habita, aunque existen muchos lugares que comparten la discriminación étnica transnacional. A pesar de esto, todos estamos en libertad de ejercer un liderazgo ya que se tiene un alto potencial de guiar a las demás personas, pero se debe tomar en cuenta su cultura al momento de transmitir tus experiencias.

Según los autores citados anteriormente es necesario la aplicación de un liderazgo en las empresas comerciales, ya que un líder puede ayudar a su equipo a que cumplan las metas propuestas y a crear un ambiente adecuado para cada empleado e incluso brinda confianza para la obtención de resultados positivos. En la Tabla 7, se presenta los estilos de liderazgo de las empresas comerciales de Machala, siendo la mayoría “situacional”.

Tabla 7. Estilos de liderazgo en las empresas comerciales

NOMBRES DE EMPRESAS	ESTILOS DE LIDERAZGO
COELSA CIA. LTDA.	EMPRESARIAL
FERREARMIJOS S.A.	EMPRESARIAL
PLASDEC PLÁSTICOS DEL ECUADOR CIA. LTDA.	SITUACIONAL
PLASQUIMIA S.A	EMPRESARIAL
FERRETERÍA FEMCO	AUTOCRÁTICO
TUBESA EL ORO	
MAQUINSUR CIA LTDA	DEMOCRÁTICO
CALZADO PRETTY	
TRIONICA COMPUTACIÓN CIA.LTDA.	EMPRESARIAL
INDUSTRIA CARTONERA PALMAR INCARPALM – MACHALA	LAISSEZ FAIRE

Fuente: (Elaboración propia)

2.3 Comunicación en las empresas comerciales

La comunicación es un instrumento fundamental para la práctica organizativa por lo mismo las empresas deben contar con una comunicación efectiva tanto externa como interna al entorno laboral. Por todo esto es necesario que un líder facilite una buena comunicación con sus colaboradores para evitar el fracaso de la empresa. A pesar de las consecuencias que puede ocasionar una ineficiente comunicación, a algunas empresas de estudio les hace falta mejorar la comunicación para el desarrollo organizacional de las mismas y así lograr un avance progresivo de mejora en el clima organizacional.

Si una empresa posee un líder transaccional puede causar efectos tanto positivos como negativos a la entidad y trabajadores, aunque una de las ventajas que tiene éste líder es la comunicación para lograr metas a corto plazo y el conocimiento de identificar a empleadores eficientes para la labor profesional. De acuerdo con Robles et al (2013), las motivaciones que brinda un líder a sus trabajadores permiten a éstos

encontrar fortaleza en los trabajos que realizan; es decir, que las pequeñas acciones por parte del líder en cuanto brindar retroalimentación, reconocimiento y obtención de logros son comportamientos que ayudan a sus trabajadores; todo esto son características del liderazgo transaccional.

El líder de la empresa INDUSTRIA CARTONERA PALMAR INCARPALM fomenta al logro de sus actividades diarias y objetivos propuestos a plazo. A este respecto, Hernández Castilla et al (2013) indican que por medio del líder se puede obtener la integración, el resguardo e inclusión de cada uno de sus miembros, puesto que éste tiene la potestad y facilidad de brindar prioridades y mejoras dentro y fuera de su grupo de trabajo. Así mismo ayuda a una mejor comunicación entre los miembros de trabajo para el logro de propósitos. Además, la comunicación de ambos líderes tiene mucha similitud ya que siempre tienen que estar en constante comunicación con el personal y líderes en otras áreas. ver Tabla 8.

Tabla 8. Tipos de comunicación en las empresas comerciales

NOMBRES DE EMPRESAS	¿CÓMO LLEVAN LA COMUNICACIÓN?
COELSA CIA. LTDA.	La comunicación dentro del departamento de ventas, cobranzas es excelente.
FERREARMIJOS S.A.	Tiene una comunicación muy constante entre departamentos y líderes.
PLASDEC PLÁSTICOS DEL ECUADOR CIA. LTDA.	La comunicación de los líderes hacia los colaboradores es muy buena porque hacen cumplir los objetivos propuesto a la fecha.
PLASQUIMIA S.A	La comunicación es regular ya que esta empresa no posee mucho personal.
FERRETERÍA FEMCO	La comunicación es buena en la empresa, aunque en las oficinas es excelente.
TUBESA EL ORO	Comunicación muy buena se entienden con la empresa Maquinsur Cía. Ltda. ya que son los mismos dueños
MAQUINSUR CIA LTDA	La comunicación es muy buena
CALZADO PRETTY	Su comunicación es buena, aunque faltan líderes para poder incrementar sus ventas.
TRIONICA COMPUTACIÓN CIA.LTDA.	Posee una comunicación regular.
INDUSTRIA CARTONERA PALMAR INCARPALM – MACHALA	La comunicación es muy necesaria por lo cual la consideran excelente.

Fuente: (Elaboración propia)

III. CONCLUSIONES

Tanto el liderazgo y la comunicación son opciones necesarias que ayudan a la empresa para el cumplimiento de las metas. Luego de haber realizado el trabajo de investigación se pudo llegar a la conclusión de que las empresas de la provincia de la ciudad de Machala, El Oro, Ecuador, no aplican un liderazgo tan esencial como lo es el transformacional, de la misma manera carecen

de comunicación efectiva para el éxito y enriquecimiento de la entidad.

Así mismo es necesario recalcar que si existiera una mejora en su tipo de liderazgo tendrían por consiguiente mejores resultados dentro y fuera de la empresa en la que labora, tal es la importancia del liderazgo y la comunicación entre los líderes y sus compañeros de trabajo, que su alianza es la parte esencial y fundamental

para que una empresa pueda progresar y continuar con el cumplimiento de sus metas. Si dentro de las empresas mencionadas de la Ciudad de Machala tuvieran el medio de afianzar su comunicación, tuviesen la oportunidad de expandirse por medio de sucursales hacia otros lugares del país y alrededor del mundo.

IV. REFERENCIAS

- Avolio, B., & Bass, B. (1995). Individual consideration viewed at multiple levels of analysis: a multi-level framework for examining the diffusion of transformational leadership. *Leadership Quarterly*. UK: Elsevier.
- Barros, S. (2014). Populismo, pueblo y liderazgo en América Latina. *Colombia Internacional*, 300.
- Barroso, F., & Salazar, J. (2010). Liderazgo y clima organizacional en maquiladoras textiles de exportación. *The Anáhuac Journal Business and Economics*.
- Bennets. (2007). El liderazgo transformacional y la evaluación de programas académicos universitarios en México. *Educación* 40.
- Cabaleiro, G., Jiménez, A., Miles, J., & Horta, R. (2016). Liderazgo e Innovación para un Mundo más Sostenible. *Journal of Technology Management & Innovation*, 4.
- Groon, P. (2003). *The New Work of Educational Leaders*. Londres: Paul Chapman. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13228832003>
- Hernández Castilla, R., Euán Ramírez, R., & Hidalgo Farran, N. (2013). Prácticas del liderazgo escolar implicado en la promoción de la Justicia Social: estudio de un caso en Educación Secundaria. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 265. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56729526016>
- Hughes, R., Ginnett, R., & Curphy, G. (2007). Liderazgo. Cómo aprovechar las lecciones de la experiencia. México: McGraw Hill.
- Kliksberg, B. (2011). *Emprendedores Sociales. Los que hacen la diferencia*. Argentina: Ed. Temas. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30524549009>
- Loaiza, T., & Pirela, L. (2015). Liderazgo en organizaciones venezolanas. *Revista Venezolana de Gerencia*, 153.
- Meza, M., & Flores, I. (2014). El liderazgo transformacional en el trabajo docente: Colegio Mier y Pesado, un estudio de caso. *Educación*, 103. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44030587005>
- Omar, A. (2011). Liderazgo Transformador y Satisfacción Laboral: El Rol de la Confianza en el Supervisor. *Liberabit*, 130.
- Ordoñez, K., & Romero, W. (2016). La comunicación organizacional como instrumento en la mejora de la productividad de la Hacienda Santa Cecilia. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 3.
- Pautt, G. (2011). Liderazgo y dirección: Dos conceptos distintos con resultados diferentes. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada*, 214.
- Peraza, Y., & Remus, M. (2004). Clima organizacional: Conceptos y Experiencias. *Transporte Desarrollo y Medio Ambiente*.
- Pons, F., & Ramos, J. (2012). Influencia de los Estilos de Liderazgo y las Prácticas de Gestión de RRHH sobre el Clima Organizacional de Innovación. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 84.
- Quero, Y., Mendoza, F., & Torres, Y. (2014). Comunicación efectiva y desempeño laboral en Educación Básica. *Negotium*, 23.
- Robles, V., Contreras, F., Barbosa, D., & Juárez, F. (2013). LIDERAZGO EN DIRECTIVOS COLOMBIANOS VS. MEXICANOS. UN ESTUDIO COMPARATIVO. *Investigación & Desarrollo*, 413. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26828939004>
- Velasco, L. (2014). Organización y liderazgo de migrantes indígenas en México y Estados Unidos. El caso del fiob. *Migración y Desarrollo*, 121. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=66038803004>