



Uleam

Modalidad: Artículo Académico

Tema:

Comunicación Organizacional en la rentabilidad de los emprendimientos del Cantón San Vicente.

Autora:

Marubenia Yamilex Ponce Vélez

Extensión Sucre 1016E01 Bahía de Caraquez

Licenciatura en Administración de Empresas

Tutor:

Mejia Ruperti Luis Miguel

Agosto 2025 – Bahía de Caráquez

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Extensión Sucre de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría del estudiante Ponce Vélez Marubenia Yamilex legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2025 - 2026, cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es "Comunicación Organizacional en la rentabilidad de los emprendimientos del Cantón San Vicente."

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad de este, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, Bahía de Caráquez, 4 de agosto de 2025.

Lo certifico,



Ing. Luis Mejía Ruperti
Docente Tutor
Área: Administración

Declaración de autoría

La responsabilidad de la investigación, resultados y conclusiones emitidas en este trabajo pertenecen exclusivamente a la autora.

El derecho intelectual de esta investigación corresponde a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí Extensión Sucre 1016E01 – Bahía de Caráquez.



Ponce Vélez Marubenia Yamilex
Autora

APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal de grado aprueban el trabajo de titulación de acuerdo con los reglamentos emitidos por la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, otorga la calificación de:

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
CALIFICACIÓN

.....
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

.....
CALIFICACIÓN

.....
S.E. Ana Isabel Zambrano Loor
SECRETARIA DE LA UNIDAD ACADÉMICA

Dedicatoria

En primer lugar, agradezco a Dios que me dio una familia maravillosa, que pasé este trabajo, que es mi apoyo básico en este proceso.

Mi amada madre, el continuo apoyo de mi existencia. Cada línea de este trabajo, cada concepto se ha desarrollado y cada conclusión tiene una parte de su espíritu, su estabilidad e inteligencia que ha sembrado en mí desde mi infancia. Recuerdo que siempre me decías que haga realidad mi sueño, incluso si dudaba de mis habilidades. Tu creencia en mí es y será siempre lo que me permita superar todos los obstáculos. Este logro refleja principalmente su apoyo incondicional y los valores importantes de los significados que solo las dos sabemos.

A mi hermosa hija, mi luz, la razón más pura de mis esfuerzos y dedicación. Cada vez que te miro a los ojos, considero la motivación para seguir siendo mejor, construir un mundo con grandes habilidades y dejar una señal importante. Eres una promesa de un futuro maravilloso, curiosidad que me da mi continuación de la educación y un recordatorio constante de que el conocimiento es una herramienta poderosa para cambiar. Espero que este trabajo y mi camino científico te inspire a darte cuenta de mi propia pasión por el coraje y la determinación. Que siempre sepa que no hay restricción para lo que se puede lograr. Este artículo es un grano cultivado con la esperanza de que su generación encuentre una ruta más pronunciada proporcionada por el conocimiento. Ambas son la esencia de mi vida, mi mayor tesoro y la fuerza que me impulsa a seguir adelante. Gracias por ser mi todo."

Reconocimiento

Quiero expresar mi más gratitud a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Extensión Bahía, por darme la oportunidad de graduarme oficialmente. La participación de la educación y la educación superior es el pilar básico en mi desarrollo indispensable. Me gustaría expresar mi reconocimiento especial sobre mi maestro Luis Miguel Mejía Ruperti, quien tiene consejos, paciencia y apoyo continuo en el proceso de investigación que es necesario para superar los problemas y enriquecer este trabajo. Su experiencia y dedicación, junto con su consejo y propuesta, promovieron mi desarrollo personal y mejora. Este reconocimiento es un ligero reflejo de la influencia apropiada que tanto mi organización como mi maestro tienen en mi aprendizaje y capacitación humana. Realmente aprecio que soy parte de este camino y por su contribución decisiva a mi progreso profesional.

**Comunicación Organizacional en la rentabilidad de los emprendimientos del
Cantón San Vicente.
Organizational Communication in the profitability of San Vicente Canton
businesses.**

Autores:

Luis Miguel Mejia Ruperti

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

luis.mejia@uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-6019-9969>

Bahía de Caráquez, Manabí, Ecuador

Marubenia Yamilex Ponce Vélez

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

e1313971358@live.uleam.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-2302-621X>

Bahía de Caráquez, Manabí, Ecuador

Resumen

La comunicación organizacional fue un factor determinante en el éxito y la rentabilidad de los emprendimientos en el Cantón San Vicente, según el estudio realizado. Se analizó cómo los procesos y canales de comunicación impactaron la eficiencia operativa, el clima laboral y las relaciones con clientes y proveedores, reflejándose en un mejor desempeño económico de los negocios. Los resultados indicaron que una comunicación interna clara y efectiva incrementó la productividad y redujo los conflictos dentro de las organizaciones, mientras que la comunicación externa, especialmente a través de medios digitales y tiendas virtuales, amplió el alcance comercial y fortaleció la imagen de los emprendimientos. Más del 80% de los emprendedores reconocieron la relevancia de la digitalización y el uso de canales virtuales para potenciar su rentabilidad. No obstante, también se detectan desafíos relacionados con la carencia de capacitación y recursos para implementar sistemas comunicativos adecuados, lo que limitó las posibilidades de crecimiento. Por esta razón, se recomienda promover estrategias de formación en comunicación organizacional y fomentar el uso de tecnologías digitales, consideradas como herramientas esenciales para mejorar la competitividad y la sostenibilidad de los emprendimientos locales. Esto evidencia que la adopción de prácticas comunicativas eficientes y modernas contribuyó significativamente al desarrollo económico y social del Cantón San Vicente.

Palabras claves: Competitividad, Comunicación organizacional, Emprendimientos, Productividad y Rentabilidad.

Abstract

Organizational communication was a determining factor in the success and profitability of businesses in the San Vicente Canton, according to the study. The study analyzed how communication processes and channels impacted operational efficiency, the work environment, and relationships with customers and suppliers, reflecting improved business performance. The results indicated that clear and effective internal communication increased productivity and reduced conflicts within organizations, while external communication, especially through digital media and virtual stores, expanded commercial reach and strengthened the businesses' image. More than 80% of entrepreneurs recognized the importance of digitalization and the use of virtual channels to boost their profitability. However, challenges related to a lack of training and resources to implement adequate communication systems were also identified, which limited the possibilities for growth. For this reason, it is recommended to promote training strategies in organizational communication and encourage the use of digital technologies, considered essential tools for

improving the competitiveness and sustainability of local businesses. This demonstrates that the adoption of efficient and modern communication practices significantly contributed to the economic and social development of the San Vicente Canton.

Key words: Profitability, Entrepreneurship, Productivity, Competitiveness and Organizational Communication.

1. Introducción

La comunicación organizacional es un factor clave en el éxito de cualquier tipo de organización, incluyendo los emprendimientos. En un contexto global cada vez más interconectado y competitivo, las pequeñas y medianas empresas (PYMES), que son motor de crecimiento económico en muchos países, estas deben adaptarse rápidamente a las demandas del mercado. La capacidad para comunicar de manera efectiva tanto dentro como fuera de la organización no solo influye en la eficiencia operativa, sino también en la percepción de los clientes, proveedores y otros actores clave. (Coca et al., 2024)

Puede ser una de las principales causas de agotamiento laboral, afectando la moral y la productividad de los empleados. La comunicación efectiva no solo mejora el clima organizacional, sino que también promueve la confianza y la transparencia entre los miembros del equipo. (Vergara et al., 2019)

El Cantón San Vicente tiene una población diversa y en desarrollo, contribuyendo a la creatividad y el desarrollo de las empresas. Sin embargo, muchas de estas empresas enfrentan problemas, como la falta de planificación estratégica y la implementación efectiva de sistemas de comunicación efectivos, que limitan el potencial de crecimiento y las ganancias.

Además, este estudio desarrollará prácticas y un enfoque adaptativo acorde al contexto socioeconómico de San Vicente. Los resultados serán valiosos para los empresarios y autoridades del gobierno local interesados en promover el crecimiento económico del estado. Asimismo, esta investigación científica contribuirá a la organización del campo de la comunicación académica, evidenciando cómo la percepción y el contexto influyen en las ganancias y el desarrollo sostenible de las empresas en regiones con características similares a las de San Vicente. (Rodríguez et al., 2024)

Los empresarios son proyectos o iniciativas económicas, generalmente pequeñas o acaban de tratar de desarrollar un producto o servicio nuevo o creativo. Los empresarios se caracterizan por la flexibilidad y la capacidad de adaptarse a las necesidades del mercado, pero también encuentran problemas para lograr y mantener las ganancias. (Vergara A. , 2020)

“Un negocio es el núcleo económico de la sociedad, estos puntos de vista tienen una cierta característica, según el informe preparado por el supervisor de inicio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) durante el período de investigación, Ecuador tiene 54 países participando.” (Chaves, 2024)

Según (Contreras et al., 2020), los medios mencionaron un proceso sistemático, a través del cual se mencionó y controló la información en la organización, incluida la comunicación interna y externa. Esta comunicación es la clave para coordinar actividades, organizar la cultura, fortalecer la identidad empresarial y mantener relaciones efectivas con diferentes objetos interesantes.

La investigación determinó que "La organización puede entenderse como un sistema estratégico y estructurado para cumplir con los objetivos de la organización con la información y las necesidades de los miembros y los destinatarios afuera". (Pineda, 2019)

La investigación de Zendesk (2024) enfatizó que la falta de comunicación puede ser una de las principales razones del agotamiento de la fuerza laboral que afecta la moralidad y la eficiencia de los empleados. La comunicación efectiva no solo mejora el entorno organizacional, sino que también contribuye a la confianza y la transparencia entre los miembros del grupo.

La comunicación no es solo un canal de información, sino que también crea un espacio de diálogo y fortalece las relaciones sociales para administrar organizaciones

relacionadas, este enfoque es muy importante para crear organizaciones abiertas y más responsables contra la sociedad y el medio ambiente. (Jiménez, 2019),

En su ensayo Jaimes (2024), lanzó una imagen panorámica del desarrollo e investigación sobre la comunicación celebrada en Venezuela, enfatizando tanto los logros como los problemas que representa esta región, de las condiciones socioeconómicas del país. Su enfoque enfatiza la necesidad de ajustar la estrategia de comunicación para aumentar la efectividad de la organización y promover la cultura cultural y la comprensión entre los diferentes temas de las organizaciones.

"Esta investigación tiene en cuenta la estabilidad de las empresas en Ecuador y su capacidad para crear empleos e impuestos, enfatizando los problemas que enfrenta la pandemia y su impacto en las ganancias". (Almeida et al., 2024)

"La buena comunicación interna no solo mejora el entorno laboral, sino que también es muy importante para lograr los objetivos de la organización, en los mejores indicadores comunes de las empresas, promoviendo el entorno que los empleados se sienten valiosos y motivados". (Ayachi et al., 2024)

La comunicación debería desempeñar un papel activo en la promoción del hábito de contribuir al desarrollo sostenible. Esto significa no solo aviso, sino que también incluye grupos de interés en un diálogo constructivo que contribuye a las responsabilidades sociales y ambientales en las organizaciones. (Sánchez, 2019)

"El Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que describe el desarrollo de la relación de la Compañía en Ecuador en detalle, muestra un aumento en la estabilidad de las empresas reconocidas, que pueden estar relacionadas con ganancias más largas". (Orozco, 2024)

2. METODOLÓGIA

Según la investigación determino que "En esta etapa, las herramientas del método propuesto de acuerdo con el enfoque mixto se presentarán en detalle combinando métodos de cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión indispensable de este fenómeno." (Toledo et al., 2019)

Este método se basa en la lógica formal, donde si las premisas son verdaderas, la conclusión también debe serlo. Se describe como un razonamiento descendente, ya que se inicia con una teoría o un conjunto de hipótesis y, a través de deducciones lógicas, se infieren resultados concretos. (Alan et al., 2019)

"La encuesta por muestreo es la técnica más empleada en las investigaciones realizadas en las ciencias sociales. La encuesta es un método complementario que utiliza cuestionarios para obtener opiniones y valoraciones sobre temas específicos de un grupo seleccionado." (Macías et al., 2020)

"Esta operación estadística busca proporcionar información sobre el uso del tiempo en actividades laborales y no laborales, con un enfoque en la metodología de recogida de datos y un aumento significativo en el tamaño de la muestra." (Instituto Nacional de Estadística, 2024)

La encuesta se realizará a 70 de los emprendedores del cantón san Vicente.

La población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le denomina la población. (Moreno, 2021)

"Este proporciona estimaciones y proyecciones de la población nacional, provincial y cantonal de Ecuador, abarcando desde 1950 hasta 2050. Es fundamental para la planificación y evaluación de políticas sociales y económicas." (INEC, 2014)

De acuerdo con el estudio que se debe realizar, ya que no hay una cifra disponible sobre la población específica de los emprendedores, se debe considerar la población del Cantón San Vicente que actualmente consta de una población de 24,997 habitantes.

"Frente a la imposibilidad de analizar toda la población, se elige un subconjunto de elementos que representan la población, lo que se conoce como muestra". (Condori, 2020)

San Vicente, tiene un total de 24,997 Habitantes, por lo tanto, se tomará como muestra 70 emprendedores, que se determinó mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)

p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p

Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q

N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)

e = Error de estimación máximo aceptado

n = Tamaño de la muestra

Datos:

Z= 1,65

p = 0,5

q = 0,5

N = 24,997 (población)

e = 0,10

$$n = \frac{24,997 * (1,65)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,10)^2 * (24,997 - 1) + (1,65)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{24,997 * (2,72) * 0,5 * 0,5}{(0,01) * (24,997 - 1) + (2,72) * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{16,997,96}{250,64}$$

$$n = 67,82 \approx 68 \approx 70 \text{ individuos}$$

Mediante la fórmula se pudo determinar el tamaño de la muestra, la cual dio como resultado un total de 70 individuos.

3. Resultados

Tabla 1.

Estadísticas de fiabilidad

<i>Alfa de Cronbach</i>	<i>N de elementos</i>
,993	9

Como indicador para medir la fiabilidad del instrumento aplicado se utilizó el Alfa de Cronbach, cuyo resultado debe compararse con la unidad, entendiéndose que mientras el valor más se acerca a la unidad, mayor es el grado de confiabilidad del instrumento. La tabla 1 muestra un Alfa de Cronbach de 0,993 lo que significa que el instrumento aplicado es altamente confiable.

Tabla 2.*¿Cómo calificaría la comunicación interna dentro de su emprendimiento?*

		F	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	12,7	12,7	12,7
	En desacuerdo	4	5,6	5,6	18,3
	Neutral	6	8,5	8,5	26,8
	De acuerdo	17	23,9	23,9	50,7
	Totalmente de acuerdo	35	49,3	49,3	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

El 73,2% están de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la comunicación interna es buena, lo que indica una percepción mayoritariamente positiva, un 8,5% se mantiene neutral, lo que puede reflejar indiferencia o falta de información suficiente para evaluar y el 18,3% no está de acuerdo, a mejorar los campos de la comunicación interna.

La comunicación interna en el espíritu de los negocios se considera buena para la mayoría de los miembros, pero hay una relación significativa que no se cumple, esto muestra la necesidad de implementar una estrategia para mejorar el brillo, la liquidez y la eficiencia de la comunicación interna para mejorar el dominio y la eficiencia laboral de rendimiento.

Tabla 3.*¿A menudo recibe información relevante sobre los objetivos y objetivos de comenzar un negocio?*

		F	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	11,3	11,3	11,3
	En desacuerdo	12	16,8	16,8	28,8
	Neutral	18	25,4	25,4	53,5
	De acuerdo	18	25,4	25,4	78,9
	Totalmente de acuerdo	15	21,1	21,1	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

El 46.5% están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que reciben información relevante sobre los objetivos y metas de su emprendimiento, un 25.4% se mantienen neutrales lo que indica incertidumbre o falta de opinión clara sobre la frecuencia o calidad de la información recibida y el 28.1% están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que sugiere que una proporción significativa no siente que recibe información adecuada sobre los objetivos y metas.

Aunque casi la mitad de los encuestados creen que reciben información apropiada sobre sus objetivos, existe una tasa significativa de insatisfacción con la comunicación interna. Esto muestra la necesidad de mejorar los canales y la frecuencia de comunicación para garantizar que todos los participantes estén claramente informados, lo que puede afectar positivamente la gestión y las ganancias del espíritu comercial.

Tabla 4.

¿Considera que la comunicación en su emprendimiento facilita la coordinación de tareas y proyectos?

		F	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	15,5	15,5	15,5
	En desacuerdo	13	18,3	18,3	33,8
	Neutral	12	16,9	16,9	50,7
	De acuerdo	19	26,8	26,8	77,5
	Totalmente de acuerdo	16	22,5	22,5	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

El 49.3% están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la comunicación facilita la coordinación, lo que indica que casi la mitad de los encuestados perciben la comunicación como un factor positivo para la organización y gestión de tareas y proyectos, el 33.8% están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que sugiere que una proporción significativa enfrenta dificultades o no percibe la comunicación como efectiva para la coordinación y el 16.9% se mantienen neutrales, lo que puede indicar incertidumbre o falta de experiencia clara en la comunicación dentro del emprendimiento.

Aunque una parte importante aprecia la conexión, hay una relación significativa que no lo considera una persona de apoyo, esto muestra el campo de mejora. Por lo tanto, es aconsejable implementar estrategias de comunicación más claras, como reuniones regulares, utilizar herramientas digitales populares y capacitación de comunicación efectiva. Finalmente, mejorar la comunicación puede aumentar la coordinación, la eficiencia y, por lo tanto, la ganancia de iniciar un negocio.

Tabla 5.

¿Cree que la comunicación efectiva influye en la motivación y el compromiso de los empleados en su emprendimiento?

		F	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	16	22,6	22,6	22,6
	En desacuerdo	12	16,9	16,9	39,4
	Neutral	12	16,9	16,9	56,3
	De acuerdo	15	21,1	21,1	77,5
	Totalmente de acuerdo	16	22,5	22,5	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

El 43.6% está totalmente de acuerdo o de acuerdo en la que casi la mitad de los encuestados considera que la comunicación efectiva influye positivamente, en la que el 16.9% es neutral ya que es un grupo considerable se mantiene indiferente o no tiene una opinión clara y, por último, el 39.5% en desacuerdo o totalmente de desacuerdo ya que no cree que la comunicación efectiva influya en la motivación y compromiso.

Aunque hay una división marcada en las opiniones, la mayoría casi el 44% reconoce el valor de una comunicación efectiva para motivar y comprometer a los empleados. Esto sugiere que fortalecer las habilidades comunicativas dentro de los emprendimientos podría mejorar el ambiente laboral y, por ende, la productividad y rentabilidad.

Tabla 6.

¿Qué tan de acuerdo está con la comunicación externa de su emprendimiento (clientes, proveedores, comunidad)?

		F	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	14,1	14,1	14,1
	En desacuerdo	9	12,7	12,7	26,8
	Neutral	16	22,5	22,5	49,3
	De acuerdo	21	29,6	29,6	78,9
	Totalmente de acuerdo	15	21,1	21,1	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

El 50,7% están de acuerdo o totalmente de acuerdo con la comunicación externa de su emprendimiento, lo que indica una percepción mayoritariamente positiva, 22,5% se mantiene neutral, lo que puede reflejar incertidumbre o falta de una opinión clara sobre la comunicación externa y por el ultimo, 26,8% están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que señala que casi un tercio de los encuestados percibe deficiencias o problemas en la comunicación externa.

Aunque la mayoría tiene una percepción favorable sobre la comunicación externa, existe un porcentaje significativo que no está satisfecho. Esto sugiere que los emprendimientos del Cantón San Vicente podrían beneficiarse de mejorar sus canales y estrategias de comunicación con clientes, proveedores y la comunidad para aumentar la efectividad y, por ende, la rentabilidad.

Tabla 7.

¿Considera que la comunicación con sus clientes es clara y efectiva?

		F	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	14,1	14,1	14,1
	En desacuerdo	15	21,1	21,1	35,2
	Neutral	12	16,9	16,9	52,1
	De acuerdo	15	21,1	21,1	73,2
	Totalmente de acuerdo	19	26,8	26,8	100,0
	Total	71	100,0	100,0	

El 47,9% de los encuestados consideran que la comunicación con sus clientes es clara y efectiva, suma de Totalmente de acuerdo y De acuerdo, un 35,2% tienen una percepción negativa sobre la comunicación suma de en desacuerdo y totalmente en desacuerdo y por último, el 16,9% restante se mantiene neutral.

La opinión está dividida, aunque una ligera mayoría considera que la comunicación con sus clientes es clara y efectiva. Sin embargo, el porcentaje significativo de desacuerdo indica que hay áreas de mejora en la comunicación organizacional para aumentar la satisfacción y efectividad en la relación con los clientes.

Tabla 8.

¿Ha notado un impacto directo de la comunicación en la rentabilidad de su emprendimiento?

		F	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	11,3	11,3	11,3
	En desacuerdo	16	22,5	22,5	33,8
	Neutral	10	14,1	14,1	47,9
	De acuerdo	12	16,9	16,9	64,8
	Totalmente de acuerdo	25	35,2	35,2	100,0
Total		71	100,0	100,0	

El 52,1% están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la comunicación tiene un impacto directo en la rentabilidad de su emprendimiento, el 14,1% se mantienen neutrales, lo que sugiere que no tienen una opinión clara o que no han observado un impacto evidente y, por último, el 33,8% están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que refleja que una parte considerable de los emprendedores no percibe la comunicación como un factor determinante en su rentabilidad.

La mayoría de los emprendedores del Cantón San Vicente reconocen que la comunicación organizacional influye positivamente en la rentabilidad de sus negocios, aunque existe una proporción significativa que no lo percibe así. Esto sugiere la necesidad de fortalecer la capacitación y sensibilización sobre la importancia de la comunicación efectiva para mejorar la gestión y los resultados económicos de los emprendimientos locales.

Tabla 9.

¿Está de acuerdo qué es importante cree que es la capacitación en habilidades de comunicación para los líderes y empleados de su emprendimiento?

		F	%	% V	% A
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	11,3	11,3	11,3
	En desacuerdo	16	22,5	22,5	33,8
	Neutral	10	14,1	14,1	47,9
	De acuerdo	16	22,5	22,5	70,4
	Totalmente de acuerdo	21	29,6	29,6	100,0
Total		71	100,0	100,0	

El 52,1% están de acuerdo o totalmente de acuerdo con la importancia de la capacitación en habilidades de comunicación, y el 47,9% están neutrales o en desacuerdo con la afirmación, lo que sugiere que existe una parte significativa que no percibe la capacitación en comunicación como una prioridad o no ha experimentado directamente sus beneficios.

La comunicación efectiva es fundamental para el éxito organizacional, especialmente en emprendimientos donde el liderazgo y la colaboración son claves para la rentabilidad y el crecimiento. La capacitación en habilidades comunicativas puede ser mejorar la coordinación interna, facilitar la resolución de conflictos y potenciar la relación con clientes y proveedores, fortalecer el liderazgo y la motivación del equipo.

Tabla 10.

¿Cómo cree que la imagen de su emprendimiento se ve afectada por su comunicación con la comunidad?

	F	%	% V	% A
Totalmente en desacuerdo	5	7,0	7,0	7,0
En desacuerdo	11	15,5	15,5	22,5
Válido Neutral	12	16,9	16,9	39,4
De acuerdo	19	26,8	26,8	66,2
Totalmente de acuerdo	24	33,8	33,8	100,0
Total	71	100,0	100,0	

El 60.6% están de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la comunicación con la comunidad afecta positivamente la imagen de su emprendimiento, el 16.9% se mantienen neutrales, lo que puede reflejar incertidumbre o falta de experiencia directa y, por último, el 22.5% están en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que sugiere que una parte considerable no percibe una relación clara entre la comunicación con la comunidad y la imagen de su emprendimiento.

La mayoría de los emprendedores del Cantón San Vicente reconocen que una comunicación efectiva con la comunidad mejora la imagen de su emprendimiento, lo cual es clave para aumentar la confianza, atraer clientes y fortalecer la rentabilidad. Sin embargo, existe un grupo que no percibe esta relación, lo que indica la necesidad de fortalecer las estrategias comunicativas y educar sobre su importancia para el éxito empresarial.

4. Discusión

La presente investigación demuestra que la comunicación interna y externa no solo es un componente operativo, sino un factor estratégico clave para el desarrollo y la sostenibilidad de las empresas en el Cantón San Vicente. Los resultados evidencian que la comunicación interna fomenta un ambiente laboral participativo y fortalece la identidad organizacional, lo que se traduce en mayor compromiso y menor rotación de personal.

La conexión interna se configura como un elemento importante de la coordinación de las acciones, la creación de relaciones y la promoción de la conciencia pertenece a órdenes de trabajo (Macetas et al., 2024).

“Esta interacción continua entre los miembros de la organización le permite coordinar metas y objetivos, facilitar la coordinación de tareas y proyectos, lo que lleva a un mejor trabajo.” (Martínez et al., 2020)

Además, la comunicación de desarrollo interno, permitiendo a los empleados expresar ideas, quejarse y proponer, contribuyendo a la participación del entorno de promoción, evitando la comunicación de una vía, lo que puede crear destrucción y sin información. (Campos, 2020)

Este aspecto es la clave para los empresarios del Cantón San Vicente, donde mejorar la comunicación interna fortalece la coherencia de la identidad y el equipo de la empresa, factores que aumentan el rendimiento y reducen la rotación de los empleados. La capacitación empresarial en habilidades de comunicación es muy importante para que los líderes y empleados desarrollen habilidades para mejorar el liderazgo, la resolución de conflictos y la gestión estratégica, aspectos que afectan directamente las ganancias.

La comunicación externa con clientes, proveedores y comunidad determina la estabilidad del espíritu comercial. Comunicación clara y efectiva con los clientes para mejorar la satisfacción y la lealtad, lo que lleva a un aumento en las ventas y las capacidades comerciales (Moreira et al., 2023).

En el Cantón San Vicente, donde muchas empresas rurales han aplicado herramientas digitales para vender, promover y comunicarse afuera para convertirse en un importante canal de expansión del mercado y consolidar la imagen de la marca.

La imagen de la empresa, que afecta la calidad de una conexión externa, que afecta la conciencia de la comunidad y puede mejorar el consentimiento de los clientes, como se observa en las organizaciones que mejoran su identidad visual y gestión de medios (Moreira et al., 2023).

Dicha mejora en la comunicación externa, junto con los medios internos, tiene un impacto positivo en las ganancias al promover la recolección y el mantenimiento de los clientes, así como para obtener nuevas oportunidades comerciales.

“Estudios recientes han demostrado una correlación significativa entre las estrategias de comunicación y las responsabilidades de la organización, afectando el mantenimiento y los resultados generales.” (Glowacka, 2025).

La comunicación fomenta efectivamente la motivación, la conciencia para pertenecer e identificarse con la misión de comenzar un negocio, factores que aumentan el rendimiento y la calidad del trabajo.

“Esta obligación conduce a un aumento en la eficiencia operativa y la capacidad de adaptarse a los cambios y problemas del mercado, los principales aspectos de las ganancias en el contexto de competitivo y dinámico.” (Toledo y otros, 2025)

Por lo tanto, mejorar la comunicación entre los empresarios del Cantón San Vicente es una estrategia importante para aumentar su eficiencia y garantizar el crecimiento económico.

La capacitación en el campo de las habilidades de comunicación para líderes y empleados es un factor decisivo para optimizar la gestión de la empresa. Esta capacitación no solo mejora la transferencia de información, sino que también desarrolla competencia de liderazgo, resolución de conflictos y planificación estratégica, contribuyendo a la estabilidad y las ganancias del inicio. (Ferro, 2020)

Invertir en capacitación para fortalecer las capacidades de los gerentes para tomar decisiones razonables, una gestión efectiva de recursos y adaptarse a los cambios ambientales, factores importantes de supervivencia y éxito comercial en el estado del Cantón San Vicente.

5. Conclusión

La comunicación interna y externa es un pilar fundamental para la coordinación, participación y fortalecimiento de la identidad empresarial en las empresas del Cantón San Vicente, lo que influye positivamente en su eficiencia y estabilidad.

La capacitación de habilidades comunicativas para líderes y empleados es esencial para mejorar el liderazgo, la resolución de conflictos y la planificación estratégica, asegurando la adaptabilidad y el éxito del negocio.

Fomentar una cultura organizacional que priorice la comunicación fortalece tanto la gestión interna como la relación con el entorno externo, aspectos imprescindibles para la supervivencia y crecimiento de las empresas en contextos competitivos.

6. Bibliografía

- Instituto Nacional de Estadística, (. (2024). *Encuesta de Empleo del Tiempo 2024/2025*.
https://doi.org/https://ine.es/normativa/leyes/cse/proyecto_Encuesta_EmpleoTiempo.pdf
- Alan, D., & Cortez, L. (2019). Proceso y fundamentos de la investigación científica . UTMACH.
<https://doi.org/https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14229/1/Cap.1-Investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica.pdf>
- Almeida, D., & Freijó, T. (2024). EMPRENDIMIENTOS SOSTENIBLES EN ECUADOR EN UN ESCENARIO POST PANDEMIA. *ECOCIENCIA*.
<https://doi.org/file:///C:/Users/HP/Downloads/845-Texto%20del%20art%C3%ADculo-2554-1-10-20240215.pdf>
- Araujo, L., Fernández, N., & Machado, D. (2021). Rentabilidad en las empresas de construcción y montaje. *IPSA Scientia*, 6.
<https://doi.org/https://www.booksandjournals.org/ojs/index.php/ipsa/article/view/102/181>
- Ayachi, M., Gonzales, K., Troya, D., & Guillen, K. (2024). Comunicación organizacional interna y trabajo en equipo una entidad administradora de servicios de salud. *San Gregorio*.
<https://doi.org/file:///C:/Users/HP/Downloads/2567-Texto%20del%20art%C3%ADculo-10524-1-10-20240905.pdf>
- Campos, J. (08 de 01 de 2020). *La importancia de la comunicación en la empresa*. Femxa:
<https://www.femxa.es/la-importancia-de-la-comunicacion-en-la-empresa/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20es%20esencial%20en%20cualquier%20tipo%20de%20actividad%20organizada>
- Chaves, S. (2024). Impacto de los emprendimientos en el desarrollo económico en el cantón Portoviejo, en contexto de pandemia por covid-19 año 2020. *Digital Publisher*.
<https://doi.org/file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-ImpactoDeLosEmprendimientosEnElDesarrolloEconomico-9398898.pdf>
- Coca, J., Ortiz, D., & Rosales , F. (2024). *Incidencia de las estrategias de comunicación organizacional en el rendimiento financiero de cooperativas de ahorro y crédito en Ecuador y Argentina*. European Public & Social Innovation Review.
<https://doi.org/https://epsir.net/index.php/epsir/article/view/1591/1027>
- Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. *Curso Taller*.
<https://doi.org/https://www.aacademica.org/cporfirio/18.pdf>
- Contreras, O., & Garibay, N. (2020). Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina.
https://doi.org/http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S1688-86262020000100043&script=sci_arttext
- Ferro, J. (2020). CAPACITACIÓN EN HABILIDADES GERENCIALES ENFOCADA EN EL LIDERAZGO Y LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL .
<https://doi.org/https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/75b1549c-bcec-4b11-908f-824715fec271/content>
- Glowacka, M. (21 de enero de 2025). *La importancia de la comunicación empresarial y sus beneficios para tu empresa*. Preply Business: <https://preply.com/es/blog/b2b-beneficios-comunicacion-empresarial/#:~:text=Una%20buena%20comunicaci%C3%B3n%20es%20fundamental%20en%20cualquier%20empresa>
- INEC. (2014). *Estimaciones y Proyecciones de Población*. Instituto nacional de estadística y censos.
<https://doi.org/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Jaimes, H. (2024). Comunicación organizacional en un clic. *Comunicación*.
<https://doi.org/https://comunicacion.gumilla.org/2019/07/17/comunicacion-organizacional-en-un-clic/>
- Jiménez , A. (28 de Mayo de 2019). *La Comunicación Organizacional frente al Desarrollo Sostenible*.
<https://doi.org/https://funcionc.com/2019/05/28/comunicacion-organizacional-desarrollo-sostenible/>

- Macetas, M., & Carhuanchu, I. (2024). Estrategias de comunicación y compromiso organizacional: Impulsores del desempeño laboral. *Revista Espacios*, 45(05). <https://doi.org/https://ve.scielo.org/pdf/espacios/v45n5/0798-1015-espacios-45-05-106.pdf>
- Macías, Y., Caro, M., Pozo, F., Lopez, A., & Navarro, L. (2020). Encuesta de seguridad ciudadana. 61. https://doi.org/https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=GVkVEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=encuestas&ots=IIZTcM8Zti&sig=uO6_NTKWEbb-yTxTw_42Y7g97El#v=onepage&q=encuestas&f=false
- Martínez, J., Calero, K., & Vallecillo, S. (2020). Comunicación como herramienta para alcanzar las metas organizacionales. *Facultad de Ciencias Económicas - Departamento de Administración de Empresas*. <https://doi.org/https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/14624/1/14624.pdf>
- Moreira, R., Vacacela, L., & Diaz, D. (2023). Mejoramiento de la identidad visual para emprendedores. *PH Pro Hominim Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 5(4). <https://doi.org/https://ve.scielo.org/pdf/prcsh/v5n4/2665-0169-prcsh-5-04-148.pdf>
- Moreno, E. (21 de marzo de 2021). *LA POBLACION EN UNA INVESTIGACION*. <https://doi.org/https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>
- Orozco, M. (11 de Junio de 2024). *Tasa de Emprendimiento y Estabilidad Empresarial en Ecuador*. Primicias el Periodismo Comprometido : <https://www.primicias.ec/noticias/economia/tasa-emprendimiento-caida-negocios/>
- Pineda, A. (16 de 12 de 2019). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el. *Revista GEON*. <https://doi.org/file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-LaComunicacionOrganizacionalEnLaGestionEmpresarial-7828548.pdf>
- Rodríguez, L., Pulla, D., & Balarezo, S. (2024). *AGENDA LOCAL PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO*. CEPAM – FONS VALENCIA – GADM SAN VICENTE. <https://doi.org/https://cepam.org.ec/wp-content/uploads/2025/01/AGENDA-LOCAL-PARA-LA-IGUALDAD-DE-GENERO-DEL-CANTON-SAN-VICENTE.pdf>
- Sanchez, S. (2019). La Comunicación Organizacional frente al Desarrollo Sostenible. *Funcion C*. <https://doi.org/https://funcionc.com/2019/05/28/comunicacion-organizacional-desarrollo-sostenible/>
- Toledo, C., González, E., García, R., & Miño, J. (2019). Metodología de la investigación: Origen y construcción de una tesis doctoral. *Revista Científica de la UCSA*, 6(76-87). <https://doi.org/http://scielo.iics.una.py/pdf/ucsa/v6n1/2409-8752-ucsa-6-01-76.pdf>
- Toledo, E., Cisneros, D., & Ramon, G. (2025). Innovación Tecnológica y Eficiencia Operativa en la Cooperativa de Ahorro. *Religacion*. <https://doi.org/file:///C:/Users/HP/Downloads/1427-Texto%20del%20art%C3%ADculo-3969-1-10-20250411.pdf>
- Valderrama, D. (2020). *Análisis de los factores que condicionan la rentabilidad de los emprendimientos sociales*. Colegio de Estudio Superiores de Administración. <https://doi.org/https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/4094>
- Vergara, A. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/journal/290/29063559024/29063559024.pdf>
- Vergara, A., González, A., & Pozo, C. (2019). *LA EFECTIVIDAD DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA*. <https://doi.org/https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/download/95/133/1283-1?inline=1>
- Zendesk. (05 de 02 de 2024). *Comunicación organizacional: tipos y 7 barreras para superar*. <https://doi.org/https://www.zendesk.com.mx/blog/comunicacion-organizacional/>