



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO SOPORTE DE GESTIÓN
PARA LA MEJORA CONTINUA DEL PERSONAL**

Autora:

Marquina, Esther

Cédula 22.223.598

esthermarquina007@gmail.com

Bárbula, Mayo 2024.

ACTA

Conforme a la designación del Consejo de la Escuela de Relaciones Industriales, en su Sesión Ordinaria N° 702, celebrada el día 21.03.2024, como **COMISIÓN REVISORA DE LOS RECAUDOS DENOMINADOS A ESTE EFECTO "ARTÍCULO CIENTÍFICO" COMO CREDENCIAL DE MÉRITO PARA EL TRABAJO DE GRADO**; y, de acuerdo a lo establecido en el artículo 2 de la Gaceta 548 y el artículo 4 modificado por el Consejo de Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, en su Sesión Ordinaria No. 1351 de fecha 28/06/2018.

La comisión designada a los fines pertinentes, **solo se circunscribe al trámite administrativo de revisar el cumplimiento de los recaudos señalados en la normativa mencionada, más no se compromete con el contenido descrito en el documento, respetando la revisión de los árbitros que aprobaron su publicación.**

RECAUDOS:

Artículo Científico: "LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO SOPORTE DE GESTIÓN PARA LA MEJORA CONTINUA DEL PERSONAL"

Nombre / Apellido: Marquina Esther

Cedula de Identidad N°: 22.223.598.

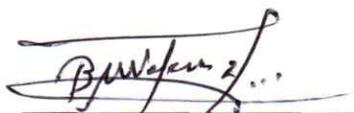
Constancia: N° 2024-002 DIPI - Arbitraje doble ciego aprobado para publicación

Datos de la Revista: Revista de Investigación Estudiantil TALENTO de la FaCES

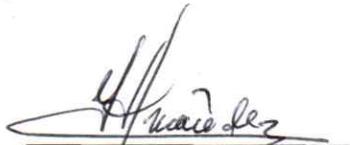
Datos de publicación: Volumen 4, año 2024. ISSN 1856-7177

En este sentido, se considera que la bachiller arriba mencionada **CUMPLE** con lo indicado en la normativa como **CREDENCIAL DE MÉRITO PARA EL TRABAJO DE GRADO**.

Firman la Comisión Revisora, a los 29 días del mes de abril del 2024:



Bruno Valera
Nombre/Apellido
CI: 2575154



Gladys Y. Hernández
Nombre/Apellido
CI: 7174605



Thania Oberto
Nombre/Apellido
CI: 7100050



ACTA

Conforme a la designación del Consejo de la Escuela de Relaciones Industriales, en su Sesión Ordinaria N° 702, celebrada el día 21.03.2024, como **COMISIÓN REVISORA DE LOS RECAUDOS DENOMINADOS A ESTE EFECTO "ARTÍCULO CIENTÍFICO" COMO CREDENCIAL DE MÉRITO PARA EL TRABAJO DE GRADO**; y, de acuerdo a lo establecido en el artículo 2 de la Gaceta 548 y el artículo 4 modificado por el Consejo de Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, en su Sesión Ordinaria No. 1351 de fecha 28/06/2018.

Título del Artículo Científico: "LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO SOPORTE DE GESTIÓN PARA LA MEJORA CONTINUA DEL PERSONAL"

Constancia: N° 2024-002 DIPI - Arbitraje doble ciego aprobado para publicación

Datos de la Revista: Revista de Investigación Estudiantil TALENTO de la FaCES

Datos de publicación: Volumen 4, año 2024. ISSN 1856-7177

Nombre / Apellido: Marquina Esther

Cedula de Identidad N°: 22.223.598.

La comisión designada a los fines pertinentes, **solo se circunscribe al trámite administrativo de revisar el cumplimiento de los recaudos señalados en la normativa mencionada, más no se compromete con el contenido descrito en el documento, respetando la revisión de los árbitros que aprobaron su publicación.** En este sentido, se considera que la bachiller arriba mencionada **CUMPLE** con lo indicado en la normativa como **CREDENCIAL DE MÉRITO PARA EL TRABAJO DE GRADO.**

Firman la Comisión Revisora, a los ____ del mes de ____ del 2024:

Bruno Valera
Nombre/Apellido
Ci: 7575154

Gladys Y. Hernández
Nombre/Apellido
Ci: 774605

Thania Oberto
Nombre/Apellido
Ci: 7100050



LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO SOPORTE DE GESTIÓN PARA LA MEJORA CONTINUA DEL PERSONAL

RESUMEN

El hombre siempre ha buscado, a través de múltiples métodos comunicarse, para obtener la socialización y la unión con otras personas, La investigación tiene como objetivo: Analizar la comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal, la misma se sustentó en la Teoría de la Comunicación Organizacional. En este orden de ideas, la investigación es de tipo descriptiva, basada en un diseño de campo, analizando problemas en la realidad. Con el propósito de llevar a cabo la investigación fue preciso estudiar en detalle un grupo de personas o colectivo, la misma estar representada por 40 personas. Para garantizar una comunicación organizacional efectiva para la mejora de la gestión empresarial, todos los empleados deben participar en las habilidades básicas de comunicación, empezando por desarrollar las siguientes: escuchar, comunicar y el diseño de un mecanismo eficaz de preguntas y respuestas, dentro de sus comunicaciones internas o externas, trabajando como un solo equipo para lograr los objetivos.

Palabras Clave: Comunicación Organizacional, Canales, Redes, Dimensiones.

ABSTRACT

Man has always sought, through multiple methods to communicate, to obtain socialization and union with other people, The research has as objective: Analyze organizational communication as management support for the continuous improvement of personnel, it was based on Andrade's Theory of Organizational Communication. In this vein, the research is descriptive, based on a field design, analyzing problems in reality. In order to carry out the investigation, it was necessary to study in detail a group of people or collective, which would be represented by 40 people. To guarantee effective organizational communication for the improvement of business management, all employees must participate in basic communication skills, starting with developing the following: listening, communicating and the design of an effective question and answer mechanism, within their internal or external communications, working as a single team to achieve the objectives.

Keywords: Organizational Communication, Channels, Networks, Dimensions.

INTRODUCCIÓN

Haciendo retrospectiva en la historia de la humanidad, el hombre siempre ha buscado, a través de múltiples métodos comunicarse, para obtener la socialización y la unión con otras personas, en este orden de ideas, con el devenir de los años han ido surgiendo organizaciones de familia, trabajo y grupos con propósitos comunes, cabe destacar que uno de los objetivos principales es la comunicación, organización, la alimentación, asimismo, la seguridad, la salud entre otros. En concordancia a lo anterior, las organizaciones fueron adquiriendo forma transformándose en complejas, adaptándolas a los diversos avances de la ciencia, la tecnología y de la filosofía.

En referencia, Góngora y Cicatelli (2013:7) define la organización de la siguiente manera: “la organización está compuesta por un conjunto de personas con una o más funciones asignadas”. En concordancia, con lo citado; la organización en sí misma, es una entidad cuya existencia obedece a una finalidad, constituida por individuos que trabajan sujetos a una relación, debe existir comunicación entre ellos para lograr actividades coordinadas, mediante la interacción con el medio ambiente y al mismo tiempo un clima interno característico. Es importante señalar que la comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal, tiene como finalidad garantizar un entendimiento claro de los objetivos de una organización, asimismo sus relaciones interpersonales lo que conlleva a tener un ambiente de trabajo agradable y que las actividades fluyan de manera satisfactoria.

En Venezuela para el año 2023, las personas son conscientes que las empresas se preocupan cada vez más porque el trabajador o trabajadora, se sienta bien dentro de las organizaciones, proporcionándole un excelente ambiente laboral; por tal razón, existe una clara tendencia de estas a buscar estrategias que puedan contribuir para su logro, entre esas esta la comunicación organizacional, que ha sido uno de los ejes fundamentales para enfrentar los retos concernientes a expansión en los mercados y la competitividad, asimismo, la nueva era de la tecnología, en este sentido, con una buena comunicación la forma de pensar y actuar a nivel interno y externo de la organización genera un cambio en el comportamiento humano, tales como: actitudes positivas, decisiones acertadas, soluciones de problemas y trabajo colaborativo, para dar frente a un mundo globalizado.

En este mismo orden de ideas, la comunicación organizacional; pasó a formar parte importante para el fortalecimiento y desarrollo de las instituciones, transformando los vínculos, proyectando la práctica, el trabajo cooperativo, como un proceso transversal, que hace una mejor gestión y apropiación de la cultura organizacional, mediante la interacción de los empleados alrededor de las actuaciones de la organización. Haciendo referencia en el estado Carabobo, la comunicación se ha convertido en uno de los ejes centrales de las empresas, ya que por medio de ella existe una mejora en las relaciones comunicativas, que se ve reflejada en el desenvolvimiento del personal mostrando una mejor imagen e identidad propia.

La investigación tiene como objetivo: Analizar la comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal, la misma se sustentó en la Teoría de la Comunicación Organizacional. Andrade (2005:17) expresa que la comunicación organizacional: “es el medio fundamental para el hombre, puesto que a partir de cierto límite de edad debe ser partícipe de una sociedad donde pueda obtener beneficio económico que lo hace poder subsistir hoy en día”. Como lo indica el autor, el tema de la comunicación toma diferentes perspectivas para muchos, lo que hace que se generen diferentes puntos de vista hacia esta temática.

Es importante señalar, que es un proceso social, una disciplina y un conjunto de técnicas que impulsan a las personas a crear vínculos generando un lazo de forma natural, donde serán capaces de transmitir lo que desean expresar. Por tal razón, el saber comunicarse, expresar adecuadamente ideas, conocer las formas correctas de hablar, escribir y leer, forma parte de habilidades esenciales para la convivencia social y el desempeño tanto escolar como profesional.

Comunicación organizacional

En referencia Chiavenato (2000:248) señala que: “la comunicación implica la transferencia de información y significado de una persona a otra. Es el proceso de transmitir información y comprensión entre individuos”.

La manera de relacionarse con datos, ideas, valores, entre otros. Una transacción entre un mínimo de dos personas. Implica la capacidad de transmitir, comprender y recibir ideas, pensamientos u otros de manera verbal o no verbal para transferir información con exactitud.

Importancia de comunicación organizacional

De acuerdo a Robbins (2009:355), define la comunicación “como la transferencia y comprensión de significados”. Cualquier idea, por buena que sea, es estéril hasta que se transmite y los demás la comprenden. La comunicación perfecta, se daría cuando un concepto o idea se transmitiera en forma tal que la imagen mental del receptor fuese exactamente la misma que concibió el emisor. La comunicación trasmite los mensajes de un grupo a través de tres tipos de comunicación: oral, escrita y no verbal. Principalmente nos comunicamos por el medio oral con discursos, rumores y/o chismes. Permite ser veloz y obtener una retroalimentación en tiempo mínimo sobre la comprensión del mensaje.

La comunicación escrita puede darse a través de memos, cartas, correo, mensajería u otro medio que permita símbolos o palabras escritas. Usualmente es preferible como medio tangible que se transmitió un mensaje, permite realizar consultas sobre el mismo contenido enviado y hacer referencias en base al mensaje. No obstante, puede tomar mayor tiempo en realizar el mensaje antes de enviarlo a un receptor y la retroalimentación puede no ser inmediata a diferencia de la comunicación oral.

Por último, está la comunicación no verbal; puede entenderse como una mirada, un gesto de manos, una expresión corporal, tono de voz u otras muestras físicas. El lenguaje corporal como también se le conoce, como un agregado a la comunicación verbal y con frecuencia agrega complejidad a la comunicación, pues no es preciso y puede o no tener un significado asociado.

En referencia Hellriegel y Slocum (2009:11) existe también la comunicación asertiva, “expresar con confianza lo que se siente, piensa y cree, al tiempo que respeta el derecho de otros a tener puntos de vista diferentes”. Este tipo de comunicación no es mencionado por otros autores, pues se sobreentiende como un requisito existente para mantener una comunicación eficiente y transparente entre emisor y receptor.

Canales y redes de comunicación organizacional

Así como existen tipos de comunicación, también la dirección de donde nace el mensaje y el canal a utilizar. Según Chiavenato (2000), existen tres tipos de canales formales:

- La comunicación descendente, procede de la dirección o alta gerencia (el tope de la jerarquía). Se suele utilizar para transmitir instrucciones, políticas, servicios o temas de carácter obligatorio. Como, por ejemplo: lineamientos, procedimientos, políticas, instrucciones u otra información obligatoria.
- La comunicación ascendente, la cual circula desde la base de la empresa hacia arriba, suele ser el diálogo diario, un buzón de información o las encuestas de clima o satisfacción que se toman cada cierto periodo. Su objetivo es obtener información que el empleado no manifiesta en ambientes formales, pero pueden repercutir en su desempeño o el clima laboral.
- La comunicación horizontal. Este tipo se efectúa entre personas de jerarquías similares, busca la coordinación y armonía de sus miembros. Este estilo a su vez, puede replicarse entre personas de distintas jerarquías, manteniendo el sentido de igualdad. (p.1)

Dimensiones de la comunicación organizacional

En referencia Restrepo (1995), plantea el establecimiento de cuatro (4) Dimensiones, las cuales están presentes en los procesos de comunicación al interior de una organización, a saber:

1. Información: en el configurador de las operaciones que son objeto de cada organización. Esta dimensión hace referencia a todas y cada una de las transacciones de planificación y control, que se realizan para que la organización entre en funcionamiento.

2. Divulgación: son todas las actividades estructuradas para exteriorizar a la organización en su entorno.

3. Generador de Relaciones: las cuales están encaminadas a la formación, la socialización y /o el refuerzo de procesos culturales.

4.Participación: en donde explícitamente se le da la palabra al otro, se le escucha y se le reconoce. (p.78)

METODOLOGÍA

La presente investigación permite estudiar la realidad expuesta, en cuanto a la comunicación organizacional posee carácter social, porque vincula personas con diferentes roles dentro y fuera de la organización. Al mismo tiempo, el aspecto técnico de la comunicación organizacional gestiona el flujo de información dentro de la organización, así como su entorno, la transmisión de ideas y mensajes es cada vez más eficiente, debido al avance tecnológico de las últimas décadas.

Es importante señalar que, la comunicación organización para una mejor gestión, es ese conjunto de acciones, y actividades que se llevan a cabo para transmitir o recibir una información determinada a través de diversos medios, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados dentro de una institución u organización empresarial. En este orden de ideas, la investigación es de tipo descriptiva, en referencia Delgado de Smith (2008:249) “están dirigidas a reseñar las características primordiales de un fenómeno, siendo obligatoria una precisión en el momento de la medición de las dimensiones objeto de estudio”. Vale decir, este tipo de investigación da un gran aporte al medir, aunque sea de manera independiente, los conceptos, variables o dimensiones, ello permite saber cómo es y cuáles son las maneras que estos tienen de manifestarse, en el caso particular en la comunicación.

En este sentido, las investigaciones de tipo descriptivo, trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta, además sirve para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. En concordancia a lo anterior, se encuentra basada en un diseño de campo, analizando problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y los factores constituyentes en la comunicación.

Según Martínez (2006:88) el diseño de campo “es aquella actividad que consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables.”. Es decir, estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

Con el propósito de llevar a cabo la investigación fue preciso estudiar en detalle un grupo de personas o colectivo determinados, por lo cual Picón y Melian (2014:103) señalan “la unidad de análisis puede configurarse como una integración de dos o más cuerpos teóricos que en forma complementaria ofrezcan mejores respuestas al problema planteado”. La misma está representada por 40 personas.

Cabe destacar, que, para la recolección de datos, se empleó la técnica encuesta, la misma, encierra un conjunto de recursos destinados a recoger, proponer y analizar informaciones para lo cual hace uso de un cuestionario u otro tipo de instrumento. Delgado de Smith (2008:284) “es la recopilación de datos que se realizan de forma escrita por medio de preguntas abiertas, cerradas, dicotómicas, por rasgos, de opinión múltiple”.

Cabe destacar, que se realizó a través de preguntas abiertas, brindando la oportunidad a los participantes de expresar de forma amplia sus opiniones, donde inicialmente se explicó la importancia del presente estudio, así como el objetivo; seguido a esto se les pidió que valoraran sus percepciones con respecto a la comunicación organizacional, dando las respuestas a los ítems planteados en el instrumento. La investigación fue realizada en una empresa fabricante de pinturas ubicada en Valencia estado Carabobo.

La validez de contenido de acuerdo a Delgado de Smith, Colombo y Orfila (2002:72) “...está representada por el grado en que una prueba representa el universo de estudio”. Por tal motivo, deben seleccionarse los indicadores e ítems de tal manera que estos respondan a las características peculiares del objeto de estudio

RESULTADOS

Para Scheinsohn (1993:3) afirman “la comunicación, es un hecho fundante de las relaciones en las organizaciones, las cuales se entablan, mantienen y fomentan a través de ella”. Es importante señalar que, el acto comunicativo faculta el entendimiento entre la alta gerencia y los empleados, en la medida en que trata de articular los diversos intereses, expectativas y necesidades conducentes.

Tabla 1. Encuesta

La comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal	
N°	Ítems
1	¿Para usted qué es la comunicación?
2	¿Qué elemento considera indispensable para que exista la comunicación?
3	¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza con más frecuencia para realizar sus actividades de trabajo?
4	¿Por cuál medio de comunicación usted se entera de los cambios que se dan en la organización?
5	¿Considera usted que cuenta con las destrezas necesaria para comunicarse?
6	¿Cómo califica las habilidades de los gerentes para comunicarse con su equipo de trabajo?
7	¿Cuáles son los problemas de comunicación en la empresa y cómo podrían ser resueltos?

Fuente: Propia (2023)

Por lo anterior descrito, mediante la encuesta realizada al grupo de personas participantes en la investigación, se obtuvieron los siguientes resultados: La comunicación es un proceso social destinado a satisfacer necesidades de la población, basado en la interacción con la finalidad de transmitir información a dos o más personas. Es importante mencionar, que para que se dé el proceso de comunicación, debe existir, emisor, mensaje y receptor del mismo.

En este orden de idea, para que exista una buena comunicación dentro de la organización, las personas deben desarrollar habilidades, ser mente abiertas, asertivos, tener empatía, claridad y concisión al expresar ideas, respeto por la opinión de los demás, contacto visual, porque dentro del proceso comunicativo, no solo es importante saber comunicar bien el mensaje, sino que en algún momento se quiere sentirse escuchado.

Respeto a las habilidades gerenciales, expresan que tienen buen trato, el ambiente laboral es de buena calidad, sin embargo, falta desarrollar estrategias de comunicación para la mejora de las relaciones organizacionales. Haciendo énfasis que la comunicación organizacional ayudaría en la transformación de la gestión empresarial.

En este sentido, para que se dé el proceso de comunicación debe existir emisor, mensaje y receptor, son conceptos que nos ayudan a comprender la complejidad de los procesos comunicativos presentes en las interacciones sociales. Por consiguiente, son los pasos que se deben tomar para lograr una comunicación exitosa. La comunicación es un proceso, y si este proceso se rompe, entonces fallará la misma.

Para garantizar una comunicación organizacional efectiva para la mejora de la gestión empresarial, todos los empleados deben participar en las habilidades básicas de comunicación, empezando por desarrollar las siguientes: escuchar, comunicar y el diseño de un mecanismo eficaz de preguntas y respuestas, dentro de sus comunicaciones internas o externas, para este fin se necesita un plan de comunicación para asegurarse que sus empleados trabajan como un solo equipo para lograr los objetivos.

Cabe destacar, que poniendo en práctica una buena comunicación organizacional, hará una excelente gestión, con la práctica de estas habilidades hará que los empleados se sientan importantes, que su opinión es valorada, quedando evidente en el aumento de su rendimiento laboral.

Dentro de esta premisa, el trabajo en equipo tiene el propósito de promover la participación activa, exhortando a todos los involucrados a propiciar cambios y transformaciones que den respuesta a los problemas como a las exigencias del entorno, transformando a la organización.

De este modo las empresas se enfrentan al reto de transformar su modelo organizacional para adaptarlo a las nuevas condiciones de competencia, por lo que resulta cada vez más necesario conocer y poner en práctica los instrumentos de dirección y gestión empresarial.

Para Torrent y Ficapal (2010) expresan:

La inversión y el uso de las TIC no se generalizan en avances de productividad sino hasta que las empresas y sus trabajadores alcanzan las competencias tecnológicas, formativas, organizativas, laborales y culturales necesarias. (p. 5).

El uso de las novedades tecnológicas se ha extendido considerablemente en los últimos años. Los desafíos que plantea la era digital hacen que las tecnologías de la información y la comunicación sean las herramientas indispensables para obtener y compartir el conocimiento.

REFLEXIONES

Como resultado de este artículo de reflexión del trabajo empírico realizado en Pinturas Everest C.A, ubicada en Valencia estado Carabobo, se puede afirmar, que la comunicación organizacional, es de vital importancia para una mejor gestión del personal. Ya que la misma facilita la interacción dentro de las relaciones interpersonales, el trabajo cooperativo, asimismo, el logro de metas pautadas de una manera asertiva.

Es decir, la comunicación es fundamental en el trabajo, ya que sin ella no existiría el trabajo en equipo, ni el liderazgo, ni feedback alguno dentro o fuera de la organización, de allí su importancia. Todo ello contribuye a la creación de un ambiente de trabajo óptimo para la empresa porque la vincula con el entorno y permite el intercambio de información entre todos los miembros de los diversos niveles y entornos laborales existentes en la organización.

Por tal razón, es de vital importancia para las relaciones y la gestión de los seres humanos; en lo que se refiere al ambiente laboral, ya que facilita el intercambio de ideas, la generación de objetivos comunes para el avance de la organización.

Desde hace muchos años la comunicación ha ido en progreso, ya que siempre el hombre por naturaleza ha buscado la forma de siempre estar comunicado, hoy en día con la era digital está siendo fluido el mantenerse comunicados con familiares, compañeros de trabajo y a nivel social.

La mayoría de los problemas que se presentan tanto en las organizaciones empresariales como a nivel individual, tienen su origen en la falta de comunicación al momento de dialogar y relacionarse los unos con los otros. Gran cantidad de personas enfrentan momentos difíciles en la vida debido a la dificultad que tienen para realizar reclamos cuando enfrentan algún suceso, pues tienen dificultades para reconocer y expresar gratitud por el buen trabajo realizado por los demás.

En el contexto actual, los cambios a todo nivel se dan de manera acelerada, por ello es imprescindible que las organizaciones empresariales cuenten con estrategias adecuadas que les permita adaptarse a dichos cambios, no solo con la idea de difundirlos, sino con la finalidad de que los miembros de la organización los conozcan, los interpreten y los integren a sus objetivos personales generando sinergia para alcanzar los logros organizacionales.

La comunicación, es indispensable para satisfacer la necesidad de coordinar apropiadamente la interdependencia entre las diferentes estructuras y puestos de trabajo, para evaluar procedimientos y resultados. Mientras mayor sea la independencia mayor será la necesidad de una comunicación oportuna y eficiente.

Este intercambio de información, es completo cuando el receptor logra reproducir mentalmente el mensaje de igual manera que la persona que lo transmite. La posibilidad de que un grupo logre existir sin comunicación es nula, ya que esta permite el contacto entre seres.

Las funciones más importantes de la comunicación son enseñar, informar, controlar, expresar, evitar algún malentendido, confusión y servir como una plataforma para las relaciones entre las personas.

Es por esto que los procesos comunicativos, son en muchas ocasiones los indicadores de los avances o el funcionamiento de las actividades, tareas y demás acciones individuales o grupales. Es un sistema que implica un subsistema técnico y humano, es decir, los medios que se utilizan para enviar información y las personas que se comunican entre sí directamente, están interrelacionados y son interdependientes.

En conclusión, los canales de comunicación son los medios a través de los cuales las personas se comunican al interior de una organización. Si se utilizan los canales inapropiados para una determinada tarea o interacción es probable que se produzcan consecuencias negativas. Son los medios los recursos utilizados para establecer un intercambio de mensajes entre emisores y receptores.

Esto facilita un mecanismo de interpretación, inducción y relación entre los miembros de la organización, a final de poder ofrecerles respuestas a sus inquietudes, dudas e incertidumbres, en torno a las acciones o grupo de acciones que puedan representar de modo objetivo y subjetivo, ventajas, oportunidades, debilidades o amenazas para sus intereses, anhelos y expectativas dentro de la organización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade, Horacio. (2005). **Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica**. Ediciones Netbiblo. Madrid España.

Chiavenato, Idalberto (2000). **Administración de Recursos Humanos**. Quinta Edición. Bogotá, Editorial McGraw Hill.

Delgado de Smith, Yamile (2008). **La Investigación Social en Proceso: ejercicios y respuestas**. Editorial Universidad de Carabobo. Valencia, Venezuela.

Delgado de Smith, Yamile; Colombo, Leyda y Orfila, Rosmel (2002). **Conduciendo la Investigación**. Editorial Comala. Caracas, Venezuela.

Góngora, Norberto y María Florencia Cicatelli (2013). **Diagnóstico y evaluación organizacional: repensando su abordaje**, S/D. Argentina.

Hellriegel, Don y Slocum, John (2009). **Comportamiento Organizacional**. Ediciones Cengage Learning. México D.F.

Martínez, Miguel (2006). **Ciencia y arte en la Metodología Cualitativa**. Editorial Trillas. Caracas, Venezuela.

Picón, Darío y Melian, Yanina (2014). La unidad de análisis en la problemática enseñanza aprendizaje. **UNPA** (14), 1-17.

Restrepo J. Mariluz. (1995). **Comunicación para la dinámica organizacional**. Signo y pensamiento N° 26. Universidad Javeriana. Bogotá Colombia.

Robbins, Stephen. (2009). **Comportamiento Organizacional**. Pearson Educación. Decimotercera Edición. México

Scheinsohn, David (1993). Comunicación estratégica. Management y fundamentos de la imagen corporativa. Ediciones Macchi. Argentina.

Torrent Joan, Ficapal Pilar. (2010). Nuevas fuentes co-innovadoras de la productividad empresarial. **Revista innovar**, Vol. 20 (38). (pp. 111-124).



UNIVERSIDAD DE CARABOBO



FACES

Nº 2024- 002 DIPI

CONSTANCIA

Por medio de la presente se hace constar que la bachiller **Esther Marquina**, titular de la Cédula de Identidad N° **22.223.598** presentó un artículo en el marco del V Congreso Nacional de Investigación e Innovación de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, el trabajo titulado: **La Comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal**, el cual fue sometido a arbitraje doble ciego, juicio de pares, resultando **APROBADO** para ser publicado en la Revista de Investigación Estudiantil TALENTO de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales I.S.S.N Nro.1856-7177 para el volumen 4 año 2024.

Constancia que se expide a petición de la parte interesada en Bárbula a los dieciséis días del mes de enero de 2024.

Atentamente

dipi

Karla Torres
Karla Torres



Directora
Dirección de Investigación y Producción Intelectual (DIPI)
Campus Bárbula

#HaciaLaNuevaVisiónDeUniversidad



FACES_UC



FACES_UC



FACES_UC



FACES_UC



FACES.UC.EDU.VE

V
CONGRESO NACIONAL
De Investigación e Innovación
en Ciencias Económicas y Sociales
RESPONSABILIDAD UNIVERSAL
Promoviendo el cambio para el desarrollo
sostenible para una Venezuela Próspera
26 Y 27 DE
OCTUBRE 2023

CERTIFICADO DE PONENTE

Que se otorga a
Esther Marquina

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Por su participación con el trabajo: **La Comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal**

Benito Hamidian
Benito Hamidian
Presidente

Williams Aranguren
Williams Aranguren
Coordinador General

Karla Torres
Karla Torres
Coordinadora Académica

@congresofacesuc
#HaciaLaNuevaVisiónDeUniversidad

Link de la publicación : <http://riuc.bc.uc.edu.ve/handle/123456789/9888>