

## **La comunicación empresarial como herramienta de apoyo en la gestión y desarrollo de las empresas**

### **Business communication as a support tool in the management and development of companies**

Carlos Eduardo Moreno Poma

**E-mail:** [cemoreno\\_est@utmachala.edu.ec](mailto:cemoreno_est@utmachala.edu.ec)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-9288-4963>

Vinicio Mora Sánchez

**E-mail:** [nmora@utmachala.edu.ec](mailto:nmora@utmachala.edu.ec)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-2814-2751>

Andrés Pacheco Molina

**E-mail:** [apacheco@utmachala.edu.ec](mailto:apacheco@utmachala.edu.ec)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-5022-9044>

Universidad Técnica de Machala

#### **Resumen**

Las empresas dentro de sus gestiones generan una serie de actividades, las mismas que aportan al cumplimiento de los objetivos estratégicos, para lo cual desde el nivel superior se debe analizar, elaborar y socializar las políticas comunicacionales que se van a desarrollar dentro de la empresa. En este sentido, la importancia que toma la comunicación empresarial apuntala al buen uso de las normas comunicacionales, que es el eje motor de las acciones que debe realizar la empresa, por ende, se planteó como objetivo establecer los factores claves que permitan el desarrollo de la productividad de las empresas a través de la comunicación empresarial, consecuentemente se realizó la revisión bibliográfica del contexto de estudio y el análisis de las experiencias obtenidas en empresas de actividad comercial; la investigación es de tipo bibliográfica con enfoque cualitativo, la cual aporta con los determinantes necesarios para analizar su incidencia en la gestión de empresas. Los resultados establecieron que las empresas requieren activar protocolos comunicacionales que tributen al desarrollo de la información de manera directa, favoreciendo a la gestión de las empresas que da como resultado una eficiente productividad.

#### **Palabras claves:**

Comunicación empresarial, gestión de empresas, información.

#### **Abstract**

The companies within their managements generate a series of activities, the same ones that contribute to the fulfillment of the strategic objectives, for which from the higher level the communicational policies that will be developed within the company must be analyzed, elaborated and socialized. In this sense, the importance that business communication takes underpins the proper use of communication standards, which is the driving force behind the actions that the company must carry out, therefore, the objective was to establish the key factors that allow the development of the productivity of companies through business communication, consequently a bibliographic review of the study context and the analysis of the experiences obtained in commercial activity companies was carried out; The research is of a bibliographic type with a qualitative approach, which provides the necessary determinants to analyze its impact on business management. The results established that companies need to activate communication protocols that directly contribute to the development of information, favoring the management of companies that results in efficient productivity.

#### **Keywords:**

Academic writing, management, companies, information.

## Introducción

Las empresas a lo largo de los años han integrado elementos que aportan de manera favorable al cumplimiento de los objetivos y a la optimización de recursos. En este sentido, el aporte que ha generado los procesos ha dado respuesta favorable en la productividad de las organizaciones. Sin embargo, no ha sido la única variable que ha permitido su desarrollo, hoy la tecnología ha incidido en la automatización de las actividades como factor clave para el desarrollo organizacional y operativo (Chung, et al., 2017).

Dentro de este espectro amplio, se requiere de integrar factores claves como la comunicación empresarial, a fin de canalizar los medios necesarios para que la empresa camine de la mano del cumplimiento de los procesos, pero debidamente administrada en las actividades de comunicación. Esto favorece a la implementación de estándares de calidad aportando a la competitividad empresarial en un marco de estandarización de procedimientos (Vite, et al., 2018).

Consecuentemente, las actividades comunicacionales son el eje transversal para apuntalar el cumplimiento de los objetivos, buscando desarrollar una comunicación asertiva entre los colaboradores de la empresa (Saénz, 2017). No obstante, el ambiente de trabajo tiene como base un eficiente canal de comunicación entre los integrantes de una organización. Consecuentemente, las empresas requieren construir una cultura organizacional que garantice el normal desarrollo de los colaboradores, para lo cual la comunicación es un factor clave que incide en su correcta aplicación.

De la misma manera, la estructura organizacional apunta a un flujo interno comunicacional que de apertura a cada uno de los colaboradores. En el que se establece que cada uno de los miembros de las empresas son entes de transformación y proponentes de mejora continua a las actividades que se realizan. Por ende, la suma de los aportes de los diferentes colaboradores aporta con ideas claras, las cuales al momento de conectarse correctamente se convierten en estrategias de crecimiento.

Es así, a través de la gestión de las empresas se integran variables trascendentales como la comunicación empresarial, la cual busca que la información sea procesada de manera eficiente y en cumplimiento de las normas que la rigen (Yucra, 2016). Las variables se asocian al tipo de información que debe canalizarse por los flujos de relación organizacional que esté debidamente socializados. Esto favorecerá que el mensaje sea correctamente trasladado del emisor al receptor, lo que evita el procesamiento de mensajes erróneos.

Desde este ámbito, dentro de las actividades laborales, la falta de comunicación evidencia una serie de inconvenientes entre los colaboradores de una empresa, los cuales son producto de la falta de conocimiento en las formas y maneras de compartir la información (Preciado & Guzmán, 2017). En la actualidad una comunicación mal entregada puede generar inconvenientes laborales e incluso el incumplimiento de los objetivos estratégicos dentro de las grandes, medianas y pequeñas empresas.

Es menester de cada administrador aprovechar los recursos existentes dentro de cada organización, y buscar factores claves que permitan llegar de mejor manera a los colaboradores, con la finalidad de mantener un flujo direccional de comunicación, presentando información veraz y correctamente detallada (Ortega, 2017). Por ende, es importante conocer las ventajas que genera una comunicación empresarial efectiva, debido a la importancia de entender cómo aplicarla en las organizaciones, a fin de obtener beneficios que incidan favorablemente en la toma de decisiones en las empresas.

En este contexto, la tecnología a través de sus herramientas ha permitido que la comunicación fluya en el sentido que los administradores consideren, para esto la infraestructura tecnológica aporta a su correcta aplicación (Quispe, et al.,2017). No obstante, es fundamental que las organizaciones asignen los requerimientos necesarios a través de sus competencias, a fin de buscar estrategias que dinamicen el proceso comunicacional en las organizaciones.

Desde esta perspectiva, se plantea como objetivo establecer los factores claves que permitan el desarrollo de la productividad de las empresas a través de la comunicación empresarial, para lo cual se realizó, la revisión bibliográfica del contexto de estudio y el análisis de las experiencias obtenidas en diferentes empresas.

### **Comunicación empresarial**

La comunicación empresarial nace como un elemento que forma parte de manera directa de la estructura organizacional, la cual busca que los mensajes sean interpretados de acuerdo a lo entregado en el origen por el emisor, evitando cambios en que afecte a la recepción del destinatario (Galvis, 2016). Sin embargo, los procesos organizacionales deben ir de mano del cumplimiento de las políticas comunicacionales inmersas en cada actividad económica.

La estructura de trabajo sobre la cual se desarrolla la comunicación empresarial requiere cumplir con los elementos dispuestos en cada organización, respetando sus estructuras de liderazgo, la cual puede ser horizontal o vertical (Ayora, 2018). Por otro lado, algunos autores consideran que la competitividad de las empresas requiere de complementos necesarios como la comunicación empresarial.

Por consiguiente, las empresas para lograr que la comunicación empresarial sea efectiva y aporte de manera positiva al cumplimiento de los objetivos estratégicos, necesita de una eficiente estructura organizacional (Flores, 2017). Por ende, los flujos comunicacionales aportan en cada empresa el camino para lograr el cumplimiento de actividades, metas y objetivos.

La comunicación empresarial proyecta el control comunicacional de las actividades que se realizan, para esto es importante plantear directrices claras y específicas para desarrollar su implementación (Garcías, 2017). Asimismo, las buenas prácticas de comunicación, van de la mano del uso de herramientas tecnológicas, las cuales deben ser debidamente socializadas y compartidas entre los colaboradores.

### **Productividad de las empresas**

La productividad de las empresas se generan a través de la implementación de factores que aporten a la competitividad de las organizaciones (González, et al., 2017). Sin embargo, se requiere de contextualizar las necesidades propias de la organización, a fin de puntualizar y priorizar su implementación. Por otro lado, en el marco de convertirse en empresas sostenibles y sustentables, se requiere la utilización de canales de gestión empresarial, en el que se resalte aquellas herramientas que aporten valor a los procesos que se realizan.

En la actualidad, las empresas apuestan a diferentes factores como gestión de procesos, tecnología, comunicación empresarial, empoderamiento, entre otros, sin embargo, cada estructura requiere una prioridad de decisión para planificar su ejecución.

La productividad de las empresas se asocia directamente a la comunicación empresarial como ente de apoyo, que relaciona la decisión desde el punto de partida hasta el punto de llegada (Villalón, 2016). Su importancia en el mundo empresarial ha dado como resultados que los requerimientos de los clientes sean correctamente resueltos y las decisiones macro sean correctamente aplicadas.

## **Materiales y métodos**

La presente investigación es de tipo no experimental con enfoque cualitativo, el cual permitió establecer el contexto de la investigación, analizando los factores claves que han favorecido al desarrollo de la comunicación empresarial en las empresas; su enfoque permite a través del análisis síntesis identificar las diferentes investigaciones realizadas desde la academia, aplicando el método inductivo deductivo revisando las aproximaciones teóricas desde lo general a lo particular.

De la misma manera, se aplicó una guía de entrevista a empresarios de la ciudad de Machala que administren PYMES con más de 15 empleados y cuya actividad comercial se encuentre relacionada al comercio, estableciendo una unidad muestral de 10 personas, seleccionadas a través de un muestreo por conveniencia, tomando en cuenta las limitaciones presentadas por la pandemia.

La investigación desarrolló las siguientes actividades:

1.- A través de la revisión bibliográfica se procedió a dar evidencia científica que permita dar respuesta al objetivo planteado en la relación a comunicación empresarial y su relación en la productividad de las empresas. La revisión bibliográfica se enfoca al análisis de las diferentes publicaciones realizadas en los últimos 5 años, con el objeto de aportar elementos convincentes al entendimiento del objeto de estudio, para luego proponer estrategias que permitan aplicarlas en la gestión de las empresas.

La recolección de información es pieza fundamental en este tipo de investigaciones, por cuanto se nutre de los esfuerzos realizados por otros investigadores, no obstante, se debe analizar los aportes obtenidos, con el fin, de comparar los contextos y ver su aplicabilidad en el área de aplicación.

2.- La guía de entrevista ejecutada permitió analizar otros factores que no han sido considerados en las diferentes fuentes bibliográficas, a fin de generar un conjunto de factores apegados al contexto de estudio y a la realidad local.

3.- Una vez obtenido los aspectos relevantes del objeto de la investigación, se planteó una propuesta de factores claves que aporten al desarrollo de la comunicación empresarial como herramienta de apoyo en la gestión de las empresas.

## Resultados y Discusión

Los resultados de la revisión bibliográfica sobre la variable de comunicación empresarial se presentan en la tabla siguiente:

**Tabla 1:** Aportes de la comunicación empresarial

<b>Autor</b>	<b>Tema</b>	<b>Año</b>	<b>Detalle</b>
(Gordillo, 2017)	La comunicación empresarial: una revisión temática	2017	La comunicación empresarial ha adquirido relevancia en el nacimiento de la sociedad del conocimiento
(Bonnet & Gonzáliza, 2016)	La comunicación empresarial en las disciplinas: análisis del metadiscurso interpersonal	2016	La gestión de la información requiere de correctos canales de comunicación
(Padilla, 2016)	Desafíos epistémicos y argumentativos de la comunicación empresarial	2016	La información se enfrenta a desafíos que se generan de la escritura científica
(Mejía, 2016)	Análisis de la comunicación empresarial	2016	La gestión de las empresas involucra acciones concretas de comunicación
(Mazuera, 2015)	Comunicación empresarial y su desarrollo	2015	La escritura científica aporta al desarrollo de los flujos de comunicación

**Fuente:** Elaborado por los autores

Estos aportes evidencian la importancia de la comunicación empresarial dentro de los procesos de gestión, su argumento se basa en identificar correctamente los flujos de comunicación existentes, identificando correctamente la forma que debe circular los mensajes desde el emisor al receptor, tomando en cuenta el canal y el medio de comunicación.

De los diferentes aportes investigados, se puede mencionar que la comunicación empresarial debe considerar los siguientes elementos:

Canal de comunicación

Involucra a los miembros de la organización

Aporta al desarrollo de la empresa

Requiere el uso de canales oficiales de comunicación

Los elementos antes citados, establecen con claridad que la comunicación empresarial debe identificar un canal de comunicación, el cual debe estar socializado a los miembros de la organización; además cada uno de los miembros de la empresa debe conocer el flujo de dirección de la comunicación en la empresa.

Los resultados de la entrevista realizada plantean los siguientes resultados:

- La empresa debe estar correctamente estructurada y sus colaboradores deben conocer el flujo de actividades.
- La comunicación es un activo intangible que debe alinearse a los objetivos de la empresa.
- Se debe planificar actividades de fortalecimiento en el desarrollo de la comunicación.
- La empresa debe definir el canal de comunicación y los emisores, a fin de garantizar la ejecución del mensaje.

De la misma manera se plantea los factores claves para el desarrollo de la comunicación empresarial.

### **Factor 1: Tipo de comunicación**

En este factor se requiere establecer el tipo de comunicación que se va a realizar dentro de la empresa; si la comunicación es horizontal todos los integrantes de la recta tienen incidencia en la toma de decisiones; si la comunicación es vertical se establecen responsables de los procesos.

### **Factor 2: Protocolo de comunicación**

Este factor plantea que la comunicación dentro de las empresas debe ser clara y concisa, a fin de que todos los colaboradores puedan entender las orientaciones que da la empresa. No obstante, se debe elaborar los protocolos de comunicación, a fin de socializarlos y aplicarlos correctamente, tomando en cuenta las formalidades de los oficios, cartas, sugerencias, reclamos, etc.

Los protocolos de comunicación empresarial deben estar en armonía con los objetivos estratégicos, para lo cual se debe garantizar su correcta elaboración, con el objeto de garantizar la integridad de las actividades y evitar duplicidad de requerimientos.

### **Factor 3: Herramientas de comunicación**

En este factor se identifica con el objeto de dinamizar la comunicación empresarial el uso de diferentes herramientas, entre las más importantes se propone el uso de:

#### **Correo electrónico institucional**

El correo electrónico institucional se convierte en una herramienta que favorece al desarrollo de la comunicación empresarial, en tal sentido, su utilización debe estar normado, a fin de establecer que su utilización es un canal válido para el desarrollo de las actividades comunicacionales, no obstante, la empresa debe generar el instructivo correspondiente para su utilización.

Las comunicaciones, peticiones, entre otras, se pueden generar a través de este medio, sin embargo, se debe legalizar el uso de firma electrónica, con el objeto de legalizar las acciones que se realizan por este medio, a fin de cumplir con lo que establece la Ley de Comercio electrónico en el Ecuador.

## **Gestores documentales**

Los gestores documentos son aquellas aplicaciones que permiten ingresar y recibir información dentro de las empresas, para esto se debe configurar en cada empresa su utilización, siendo importante la capacitación en su utilización, a fin de garantizar su correcta aplicación.

En muchas empresas IBM Notes es una de las más utilizadas, y dentro del sector público su sistema de gestión documental QUIPUX permite recibir y enviar comunicaciones, las cuales pueden ir dirigidas a los miembros de la organización como al personal fuera de la institución. No obstante, esto favorece a mantener canales de atención con el personal interno y externo de la empresa.

## **Sistemas manuales**

Los sistemas manuales que cada empresa logre implementar, favorecen a que la comunicación se desarrolle de igual manera, dentro del marco que trabajo que cada empresa establece. Sin embargo, debe ser correctamente socializado, para de esta manera garantizar que los colaboradores establezcan las características principales que debe tener una comunicación, lo que favorecerá al cumplimiento de los procesos.

Como se puede evidenciar, los factores claves propuestos plantean una serie de consideraciones para aplicar correctamente la comunicación empresarial en empresas, cuya actividad está enfocada al comercio, no obstante, debe ser gestionada y apuntalada a través de estrategias administrativas como las propuestas en esta investigación. Consecuentemente, al momento de consolidarlas, las mismas aportan a la productividad de cada empresa, por cuanto de la comunicación se desprende la identificación correcta de las actividades que se deben cumplir y como el emisor que se convierte en las autoridades trasmite el mensaje, para que de esta manera llegue correctamente al receptor, evitando la pérdida o malinterpretación de la información, la cual afecta al performance institucional y cuantitativamente genera pérdida de recursos.

La investigación reconoce que la comunicación empresarial aporta al desarrollo de la empresa, por cuanto, es el medio que garantiza que la información sea correctamente transmitida, de la misma manera se establece los medios por donde se debería gestionar estos procesos. Sin embargo, las empresas de acuerdo a su tamaño, usan sistemas automatizados de comunicación, no obstante, en las empresas pequeñas, se debe establecer las herramientas a utilizar. Consecuentemente, todas aportan al desarrollo productivo, por cuanto, favorece a que no exista interpretaciones diferentes a lo que plantea el emisor. De la misma manera, la competitividad y el crecimiento de las empresas requieren de elementos claves para integrarlos, dentro del cual la comunicación efectiva dentro de la gestión empresarial, apuntala a fortalezas necesarias para la toma de decisiones.

En las MYPIMES el desarrollo de la comunicación empresarial ha ido en crecimiento paulatino, producto del uso de las tecnologías de información y comunicación (Rodríguez, 2016). Además, se debe considerar el uso de metodologías asertivas para lograr una participación evolutiva en los procesos comunicacionales (Sandí & Brenes, 2016). De la misma forma en el área de servicios los aportes que desarrolla la comunicación empresarial, tributan a mantener una relación directa con los clientes y personal interno (Ortega, 2017). Siendo importante el uso de canales virtuales que aporten al dinamismo de las comunicaciones, integrando la comunicación empresarial mediante la accesibilidad del internet. En efecto, la comunicación dentro de las empresas apuntala la gestión organizacional y directiva, siendo fundamental su estudio en diversas áreas del conocimiento.

## **Conclusiones**

La comunicación es un proceso que requiere del establecimiento de políticas internas, las cuales deben ser debidamente socializadas al personal de la empresa, no obstante, se debe agotar los esfuerzos necesarios por establecer una estructura organizacional a implementar, como eje de desempeño para el fortalecimiento de la productividad empresarial.

La gestión de las empresas requiere la aplicación de una serie de estrategias que den respuesta al desarrollo de la comunicación empresarial, para lo cual, el enfoque y la proyección como organización debe estar planificada por sus autoridades con el fin de tributar a fortalecer los procesos de relación y estructura comunicacional, en tal sentido, se requiere activar protocolos comunicacionales que tributen al desarrollo de la información de manera directa, favoreciendo a la gestión de las empresas que da como resultado una eficiente productividad.

Se recomienda a las empresas cuya actividad es enfocada al comercio, identificar los factores claves basado en su contexto a fin de consensuar un esquema comunicacional que sea conocido y aplicado por los colaboradores de la empresa, de la misma manera se debe generar espacios de capacitación para fortalecer el uso de herramientas que dinamicen los procesos comunicacionales en cada empresa.

## Referencias bibliográficas

- Ayora, C. (2018). La comunicación no verbal en discurso persuasivo empresarial. *Pragmalinguística*, 1(23). <https://revistas.uca.es/index.php/pragma/issue/view/253>
- Bonnet, M., & Gonzáliza, D. (2016). La escritura científica en las disciplinas: análisis del metadiscurso interpersonal en artículos científicos de química, biología y filosofía. *Signo y Pensamiento*, 35(69), 16–28. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-48232016000200016&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-48232016000200016&script=sci_abstract&tlng=pt)
- Chung, W.-Y., Yu, P.-S., & Huang, C.-J. (2017). Cloud computing system based on wireless sensor network. In *2013 Federated Conference on Computer Science and Information Systems, FedCSIS 2013* (pp. 877–880). Institute of Electronic Engineering, Chun-Yuan Christian University, Chun-Li, Taiwan. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-84892499416&partnerID=40&md5=9195528f6bf09756fb4c33efd58c03e3>
- Flores, O. (2017). La comunicación organizacional en la prevención de riesgos laborales. *Ingeniería e Innovación*, 1(34). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=123074>
- Galvis, Y. (2016). Comunicación: reputación y crecimiento empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 1(41). <https://www.redalyc.org/pdf/646/64650087009.pdf>
- Garcías, M. (2017). La comunicación de la marca en las pymes a través de sus sedes webs. El caso de las pymes extremeñas. *Ciencias Económicas*, 14(1). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=175454>
- González, J., Pérez, Y., & Altamirano, J. (2017). La gestión del conocimiento organizacional basado en las perspectivas del Balanced Score Card. *Revista Publicando*, 4(12 (2)), 640–657. [https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/746/pdf\\_539](https://www.rmlconsultores.com/revista/index.php/crv/article/view/746/pdf_539)
- Gordillo, A. (2017). La escritura científica: una revisión temática. *Signo y Pensamiento*, 36(71), 52–64. <https://www.redalyc.org/pdf/860/86054913003.pdf>
- Mazuera, R. (2015). La investigación y las revistas científicas. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 47, 1–3. <https://www.redalyc.org/pdf/1942/194244221001.pdf>
- Mejía, M. (2016). Consejos prácticos para iniciarse en el proceso de la escritura científica. *Senderos Universitarios*, 4. <http://rsu.unica.edu.ni/index.php/senderos/article/view/52>
- Ortega, B. (2017). Business acceptance of information and communication technologies: an study of the service sector. *JISTEM Journal of Information Systems and Technology Management*, 4(1), 3–22. <https://doi.org/10.4301/S1807-17752007000100001>
- Padilla, C. (2016). Desafíos epistémicos y argumentativos en la escritura de postgrado: *Traslaciones*, 3. <http://revistas.uncuyo.edu.ar/ojs/index.php/traslaciones/article/view/813>
- Preciado, A., & Guzman, H. (2017). Gestión de la comunicación estratégica en los sectores empresarial, de desarrollo y público. Estudio comparativo. *Palabra Clave*, 15(1). [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-82852012000100007&lang=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852012000100007&lang=es)
- Quispe, A., Padilla, M., & Telot, J. (2017). Tecnologías de información y comunicación en la gestión empresarial de pymes comerciales. *Ingeniería Industrial*, 38(1). [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362017000100008](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362017000100008)
- Rodríguez, A. (2016). La Comunicación Empresarial en regiones con un bajo desarrollo empresarial: el caso de las PYMES del sur de Europa. *Observatorio (OBS\*)*, 10(1).

- [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1646-59542016000100009&lang=es](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542016000100009&lang=es)
- Saénz, F. (2017). Conformación de equipos ágiles para el desarrollo de software: revisión de literatura. *Dimensión Empresarial*, 16(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15665/rde.v16i2.1042>
- Sandí, J., & Brenes, C. (2016). Metodología participativa evolutiva para el desarrollo de proyectos de inclusión de las tecnologías de la información y la comunicación (tic) en la gestión empresarial de sectores productivos no formales. *Intersedes*, 14(27). [https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2215-24582013000100005&lang=es](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2215-24582013000100005&lang=es)
- Villalón, K. (2016). La planificación y el modelo económico cubano. *Anuario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales*, 1(0), 37-47. <https://revistas.uo.edu.cu/index.php/aeco/article/view/659>
- Vite, H., Palomeque, I., & Romero, W. (2018). Análisis de calidad del servicio de atención al afiliado en Centros de Salud del IESS: Caso Santa Rosa y Pasaje. *Revista de Investigación Talentos*, 5(2), 68-78. <http://talentos.ueb.edu.ec/index.php/talentos/article/view/44>
- Yucra, Y. (2016). La responsabilidad social empresarial del sector de los medios de comunicación de la Ciudad de Puno. *Revista de Investigaciones Altoandinas - Journal of High Andean Research*, 18(4), 497. <https://doi.org/10.18271/ria.2016.242>