



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO COMPUTARIZADO

EL ROL DE LA SECRETARIA Y SU DESEMPEÑO EN LAS ACCIONES DE
DESARROLLO ORGANIZATIVO EN LAS EMPRESAS DE ÉXITO

FERNANDEZ CAMPOVERDE DIANA ESTEFANIA

MACHALA
2016



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO
COMPUTARIZADO

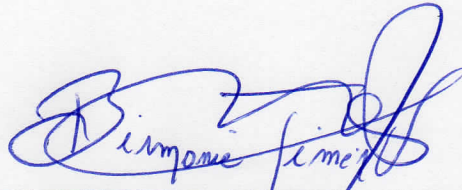
EL ROL DE LA SECRETARIA Y SU DESEMPEÑO EN LAS
ACCIONES DE DESARROLLO ORGANIZATIVO EN LAS
EMPRESAS DE ÉXITO

FERNANDEZ CAMPOVERDE DIANA ESTEFANIA

MACHALA
2016

Nota de aceptación:

Quienes suscriben JIMENEZ VILLAMAR BIRMANIA AGRIPINA, PERALTA MOCHA MARIA BEATRIZ y PIZARRO ROMERO JOHANNA MICAELA, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado EL ROL DE LA SECRETARIA Y SU DESEMPEÑO EN LAS ACCIONES DE DESARROLLO ORGANIZATIVO EN LAS EMPRESAS DE ÉXITO, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



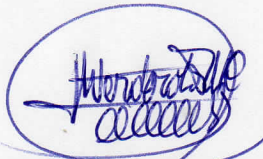
JIMENEZ VILLAMAR BIRMANIA AGRIPINA
0701661324
ESPECIALISTA 1



PERALTA MOCHA MARIA BEATRIZ
0702130600
ESPECIALISTA 2



PIZARRO ROMERO JOHANNA MICAELA
0703904615
ESPECIALISTA 3



VERDEZOTO REINOSO MARIANA DEL ROCÍO
0703553362
ESPECIALISTA SUPLENTE

Machala, 28 de septiembre de 2016

Urkund Analysis Result

Analysed Document: FERNANDEZ CAMPOVERDE DIANA ESTEFANIA.pdf (D21231895)
Submitted: 2016-07-28 06:13:00
Submitted By: dianitaesthefy@hotmail.com
Significance: 8 %

Sources included in the report:

FANNY CRUZ.docx (D16301784)
<http://organizational-behavior-business.blogspot.com/>

Instances where selected sources appear:

3

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, FERNANDEZ CAMPOVERDE DIANA ESTEFANIA, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado EL ROL DE LA SECRETARIA Y SU DESEMPEÑO EN LAS ACCIONES DE DESARROLLO ORGANIZATIVO EN LAS EMPRESAS DE ÉXITO, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que él asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 28 de septiembre de 2016



FERNANDEZ CAMPOVERDE DIANA ESTEFANIA
0705005312

FRONTISPICIO

**EL ROL DE LA SECRETARIA Y SU DESEMPEÑO EN LAS ACCIONES DE
DESARROLLO ORGANIZATIVO EN LAS EMPRESAS DE ÉXITO.**

AUTORA:

Diana Estefanía Fernández Campoverde

C.I. 0705005312

dianitaesthefy@hotmail.com

CERTIFICACIÓN

El comité evaluador, certificamos haber leído y aprobado el presente documento de titulación presentado por la egresada Diana Estefanía Fernández Campoverde.

Lic. Birmania A. Jiménez Villamar, Mg. Sc.

C.I. 0701661324

Lic. María Beatriz Peralta Mocha

C.I. 0702130600

Lic. Johanna Micaela Pizarro Romero

C.I. 0703904615

Lic. Mariana del Rocío Verdezoto Reinoso

C.I. 0703553362

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios por ser el creador y quien guía mi pasos día a día con sabiduría; a mis padres quienes me han sabido formar por el camino del bien y bajo su ejemplo me enseñaron a luchar y nunca dejarme vencer, llenándome siempre de conocimientos y consejos que me ha ayudado en mi porvenir, a mis hermanas, quienes con paciencia me han sabido incentivar para poder lograr este objetivo tan indispensable en mi formación; a mi hijo porque él es mi motor para salir adelante y ser un ejemplo para él, el día de mañana.

Diana Fernández

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecerle a Dios por darme la fuerzas para seguir adelante y para guiarme cada día, todo se lo debo a él, a pesar de tantas luchas y dificultades que he tenido que vencer siempre ha estado conmigo.

A mis padres, Jenifer Campoverde y Wilson Fernández porque me han brindado su apoyo incondicional, a mis hermanas Carolina y Andrea Fernández que siempre están a mi lado, a mi abuela Teresa Córdova que es muy importante para mi vida, a mí precioso hijo Adrielito Rodas que es mi motor de lucha por el cual estoy saliendo adelante día a día juntos, a mi esposo que es la persona que siempre está a mi lado, que con su amor, su apoyo y comprensión pude vencer todos los obstáculos y aprender que cada día con esfuerzo y dedicación siempre lograremos ser mejor, y siempre lo llevo en mi corazón y nuestro amor nos mantendrá unidos y dispuestos a luchar y alcanzar lo que queremos.

A mi coordinadora de carrera Lic. Birmania Jiménez gracias por compartir sus conocimientos conmigo y más que una maestra es una amiga para mí.

Diana Fernández

INDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
CARATULA.....	I
CESION DE DERECHOS DE AUTORIA.....	II
FRONTISPICIO.....	III
CERTIFICACION.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
INDICE DE	DE
CONTENIDOS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	9
DESARROLLO.....	10
RESULTADOS.....	17
CONCLUSIONES.....	18
BIBLIOGRAFIA.....	19

1. RESUMEN

EL ROL DE LA SECRETARIA Y SU DESEMPEÑO EN LAS ACCIONES DE DESARROLLO ORGANIZATIVO EN LAS EMPRESAS DE ÉXITO.

Existen muchas presiones para el cambio, las mismas que surgen como consecuencia del proceso de globalización, del uso cada vez mayor de las computadoras y la tecnología de la información así como el cambio de la naturaleza de la fuerza de trabajo.

El cambio organizacional es planeado, busca cambiar tanto el diseño como los procesos de la organización para volverla más eficiente y efectiva. Por lo general un cambio se torna efectivo cuando se realiza en toda la organización, además los empleados deben encontrarse conscientes de que urge un cambio, el cual es importante para la organización y también que los empleados se deben encontrar dispuestos a cambiar de comportamiento. Se debe realizar un adecuado y preciso diagnóstico del funcionamiento de la organización, es decir de las actividades que en ella se llevan a cabo, de igual manera de los problemas y en general de todo lo que la organización comprende, porque esto va a permitir que se convierta en una base importante para el cambio organizacional efectivo, que lógicamente es lo que buscan los gerentes. Debemos tener presente que en algunos casos los empleados se pueden resistir al cambio, esto sucede por diversas razones, porque por el temor al cambio, entre otros. En este sentido es labor de los gerentes incentivar a sus empleados para que superen esta resistencia al cambio; lo pueden realizar mediante una buena comunicación y mediante la participación de dichos empleados en el proceso de cambio.

PALABRAS CLAVES: Efectividad, Relaciones Humanas, Técnicas, Recursos Humanos, Empresa.

2. INTRODUCCION

Un rol que ha evolucionado en los últimos años a nivel empresarial es el de la Secretaria Ejecutiva o, como se le denomina ahora con más exactitud: la Asistente de Gerencia. Sin embargo, algo que no ha cambiado es el papel clave que cumplen estas profesionales, consideradas el brazo derecho de los altos ejecutivos. Por lo tanto, la Secretaria Ejecutiva debe poseer habilidades idóneas para que su desempeño sea eficiente y además permite llevar a la empresa hacia el éxito.

Por la “Permanencia eficiente del personal a través del tiempo”(NIEVES Zubillaga, 2013, pág. 120); lo cual en la actualidad estas personas necesitan haber obtenido formación académica, tener una visión de futuro, involucrarse con la cultura organizativa, saber administrar recursos, requieren capacidades matemáticas, también dominar lenguas extranjeras, tener una cultura más amplia, competencias gerenciales, y saber enfrentar con ética los desafíos del trabajo porque manejan información muchas veces confidencial.

El principal problema tiene que ver con la falta de capacitación que las empresas no otorgan a su personal de secretaría, porque no es importante para la organización preparar a este personal y actualizar constantemente técnicas e innovaciones, y también la ausencia de recursos humanos que debe existir en toda organización. Como principal objetivo se sugiere analizar el rol que enfrenta la Secretaria Ejecutiva frente a las nuevas tendencias administrativas en el campo profesional para mejorar su rendimiento laboral y pueda desempeñar sus funciones de forma correcta y confiable.

3. DESARROLLO

El comportamiento organizacional ayuda a que los empresarios observen el comportamiento de los individuos en la organización y facilita la comprensión de la complejidad de las relaciones interpersonales en las que interactúan los individuos. Por lo tanto, es importante “Para poder diseñar y desarrollar todas las acciones destinadas a conseguir los objetivos empresariales, la empresa necesita disponer de un profundo conocimiento del entorno y de todos los agentes que lo conforman” (MARTÍNEZ Troncoso & VALENZUELA Fernández, 2015, pág. 338).

Hoy en la actualidad, la potencia trabajadora es cambiante, lo que indica que los dirigentes han adquirido previamente habilidades y objetivos. Por eso, los gerentes deben estar dispuestos ante las situaciones en que algunas personas pretendan obligar que se haga su voluntad, y que se lleve a cabo su manera de trabajar, dejando de lado la responsabilidad con la organización y los objetivos de ella.

Las organizaciones no pueden evadir las situaciones del exterior. Ello afectará directa e indirectamente el proceder de los individuos y los requisitos del quehacer laboral, a parte que produce enfrentamientos por el mando y el poder. Sin duda alguna esto es muy importante y se debe tomar en cuenta en el análisis de la conducta humana en las empresas, ya que dependerá de las gestiones y productividad de la organización.

Las personas no son máquinas, ni fotocopias de un modelo único. Cada persona es única e irreplicable; por ello, el comportamiento organizacional atiende a la diversidad para integrar la diferencia como una suma de riqueza en tanto que en una empresa cada persona es importante. Sin embargo, existen muchas personas que en una empresa se sienten invisibles o sufren el síndrome del trabajador quemado.

Cuando existe una actitud positiva, característica esencial de un líder, es posible pasar por alto el lado oscuro de la organización y descubrir sus fortalezas. Con el respaldo del Gerente General, fundamental para todo proceso de transformación

organizacional, se logró identificar talentos, que habían permanecido ocultos y temerosos dado el ambiente poco propicio para una gestión técnica y transparente.

“El liderazgo y la innovación como factores definitivos en la resistencia de la organización”(TURBAY Posada, 2013, pág. VII). Para que la Secretaria ejecutiva aporte en la organización es también considerable que forme parte de las innovaciones, que sus habilidades sean competentes y conduzca hacia un liderazgo positivo; ya como se conoce la Secretaria Ejecutiva gestiona las actividades de toda la organización.

La Secretaria Ejecutiva debe manifestar vínculos laborales, lo cual implica el compromiso con todos los departamentos de la organización, lo que conlleva a sembrar demás actitudes que definan nuevas formas de comportamiento. Por tal razón, el rol que ejerce una secretaria, origina un constante trato con cualquier clase de personas ya que acudirá a reuniones y elaborando trámites dentro y fuera de la organización.

En toda organización se establecen relaciones interpersonales que se convierten en un elemento imprescindible en la vida cotidiana laboral, el buen compañerismo tiene que ver con mantener valores como la solidaridad y la tolerancia; es indispensable conocer su personalidad, sus preferencias y sus metas, esto se consigue con el trato diario y la actitud asertiva de ambas partes.

El éxito alimenta al éxito y que mientras más grandes sean nuestros triunfos, grande será nuestro apetito para seguir triunfando. El triunfo o el fracaso de las actividades que la secretaria desarrolla no tendrá que ver solamente de la eficiencia en su trabajo, dependerá también de su actitud, de saberse llevar y reconocer que aspectos de su personalidad impulsar y desechar.

Los cambios son una necesidad constante debido a la dinámica de los negocios que evolucionan muy rápidamente, integran cada vez mayor globalización de las organizaciones, esto significa que los administradores están sometidos a un bombardeo

de ideas, productos y desafíos cada vez mayores como nunca antes, para poder manejar un mayor volumen de información con menos tiempo disponible para tomar decisiones, deben mejorar la habilidad y desarrollar la capacidad de manejar el cambio.

Algunas instituciones cuentan con programas para administrar el cambio, buscando mejorar la capacidad del personal de toda la organización para anticiparse a los cambios que se presentan y aprender de ellos. Otras están probando estructuras organizativas más planas, propiciando el trabajo en equipo y una comunicación más rápida. La idea es que estas organizaciones creativas e innovadoras puedan reaccionar a los cambios lo más rápido posible.

La motivación con la finalidad debe saber porque trabaja la gente, como resultado de aquello, son más competitivas y una vez más adoptan nuevas estrategias y garantizar el éxito, estas dos variables hace que crezca la utilidad de la empresa al implementar acciones estratégicas que permitirá estar al frente de la competencia. Donde “El éxito depende de la inversión de tiempo apto en conocer y entender las oportunidades correspondientes”(ALARCÓN Ortiz, 2011, pág. 104)

Incluso seleccionan las herramientas de optimización, se basan en la orientación gerencial, trámite estratégico y un ejemplo de medición de gestión, en las hipótesis de calidad y de administración del servicio, alcanzando el éxito a corto, mediano y largo plazo con la determinación de establecerse metas que aprueben la importancia de los objetivos estratégicos de los negocios, orientados al desempeño de la visión, misión, valores, etc., fundamentos que coordinados implica tanto a trabajadores como gerencia a la identificación con la organización.

Es por ende importante, establecer un compromiso entre el capital humano y la alta gerencia, un vínculo de reciprocidad; de tal manera, que la capacitación se convierta en una inversión de largo plazo con resultados satisfactorios entre las partes, capital humano-alta gerencia-clientes. En las empresas, consideran al talento humano como capital, ya que es quien genera a través de su desempeño, rendimiento a la organización.

“El desempeño laboral se evalúa durante las revisiones del rendimiento, mediante las cuales un empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo y comunicación, la gestión del tiempo, las habilidades organizativas y la productividad para analizar a cada empleado de forma individual, pero con relación al rendimiento grupal” (MARTÍNEZ Pérez, 2015, pág. 34).

El desarrollo y desempeño laboral en las empresas, ha sido consecuencia de sus esfuerzos en conjunto y del éxito prácticamente obligado dentro de su campo de acción. No obstante las empresas han encarado problemas que engloban diversas variables influyentes en su desarrollo, lo cual requiere de un alto grado de competitividad, y a su vez exige la correcta planeación de sus actividades.

La gran mayoría de las empresas o negocios han encarado problemas que engloban diversas variables influyentes en su desarrollo, lo cual requiere de un alto grado de competitividad, y a su vez exige la correcta planeación de sus actividades. Es por eso, la importancia de tener un recurso humano preparado y competitivo, porque propone una fortaleza interna para las empresas y así poder competir con los desafíos coyunturales de las mismas.

Al considerar al recurso humano como fortaleza debido a que aportan conocimientos a la organización; es por eso, que se ha logrado alcanzar los objetivos propuestos y permitir el crecimiento empresarial. Por lo tanto, “son concebidas como sistemas de conocimiento que se mantienen en la cadena subjetiva del significado que los miembros de una organización comparten en diferentes grados” (PÁRAMO Morales, 2014, pág. IX).

En el mundo de hoy, la necesidad de ampliar los mercados y entrar a procesos de comercialización constituye la condición sea necesaria para mantenerse y lograr tasas más elevadas de crecimiento. Hoy la forma como se conciben las empresas y como se actúa en los negocios, ha variado profundamente. Y en el Ecuador no es ajeno a este desarrollo y debe ser capaz de confrontar los enfrentamientos que estas nuevas realidades implican.

El problema es más grave para el micro y pequeñas empresas, las que además de su inconveniente organizacional y constitutivo, deben encarar el desafío de la disputa, implica aumentar la producción y la productividad, mejorar la calidad, desarrollar nuevos servicios y productos y ajustar continuamente los padrones de una organización a un mercado cada vez más competitivo.

La secretaria de hoy en día debe tener excelentes relaciones con su jefe, compañeros de trabajo, clientes, usuarios y proveedores puesto que esto conlleva a una alta productividad para la empresa en que labora. No solo tiene que redactar excelentes documentos sino también hacer uso de sus cualidades de comunicadora social, manteniendo siempre esa línea imaginaria de RESPETO.

La creatividad de los empleados a menudo depende de su capacidad para comunicarse con otros empleados y de compartir ideas. Sin relaciones de trabajo de calidad, los empleados tienen menos probabilidades de ser capaces de desarrollar y compartir las soluciones que una empresa necesita para sobrevivir, por eso “la orientación al cliente, al competidor y la coordinación inter-funcional son también aspectos críticos para el éxito organizacional” (YNUZUNZA Cortés & IZAR Landeta, 2010, pág. 14).

En toda organización, existe la comunicación lo importante sería proyectar una imagen positiva haciendo que el público interno y externo experimenten simpatía, apoyo y comprensión hacia la empresa a la que pertenecemos. La secretaria debe manejarse perfectamente en cada circunstancia, es esencial que la secretaria aprenda a cultivar relaciones armoniosas y desarrolle habilidades de cortesía y buen trato dentro y fuera de las organizaciones.

La alta gerencia tiene que ir de la mano de un alto grado de comprensión de la administración como ciencia. En la actualidad los gerentes requieren desarrollar habilidades para poder crear diariamente el ambiente interno óptimo, y poder fusionar

todos los recursos existentes en la empresa, desarrollando fortalezas internas que permitan coadyuvar al éxito empresarial.

Las fortalezas y debilidades dentro del entorno organizacional deberán ser dirigidas para aplicar estrategias que permitan un desarrollo real, en busca de la ser competitivos y productivos. La imagen institucional deberá estar respaldados con infraestructura económica y elementos sólidos, capital humanos preparados, alto grado de preparación de la alta gerencia, entre otros; de tal manera, que el entorno externo de la empresa, tenga una imagen competitiva en el mercado donde se desarrolla.

“Las organizaciones requieren estrategias que contribuyan a optimizar sus procesos y agilizar la toma de decisiones para responder no sólo a las amenazas competitivas y tecnológicas” (YNUNZA Cortés, IZAR Landeta, & ÁVILA Acosta, 2014). Las estrategias que aplican las empresas permiten que se desarrolle tanto en procesos como estructura; por tal motivo, genera tomar decisiones correctas para alcanzar el crecimiento de la organización.

“la exigencia de apoyarse en la gestión por competencias muy importante porque busca tener el talento adecuado en los puestos de trabajo; de ahí que se deben definir, identificar y establecer perfiles competenciales que se requieren en la empresa, además de diseñar políticas que incrementen el nivel de compromiso de las personas que laboren en ella” (CHÁVEZ Hernández , 2012, pág. 147).

Las competencias que debe poseer la Secretaria Ejecutiva debe ser acorde con los requisitos que se exige para ocupar algún puesto de trabajo, para que pueda desempeñarse eficientemente, y de esta manera, gracias al compromiso que emanan permitirá que la organización alcance la cúspide; lo cual el desarrollo organizacional refleja su nivel conforme las operaciones de los empleados.

Para que una organización se encuentre en la cúspide es importante que todos se orienten a cumplir y seguir en la misma dirección. Es por esto, que “El éxito de cualquier emprendimiento depende principalmente del talento humano, puesto que de él depende la obtención de los objetivos organizacionales que conduzcan al éxito a cualquier empresa(NARANJO Arango , 2012, pág. 86).

4. RESULTADOS

Dar a conocer el desarrollo de la secretaria en general, enfocándonos en la secretaria ejecutiva moderna Dando a conocer las características básicas y específicas para el buen desarrollo profesional y actualizada con los beneficios de las redes sociales para la satisfacción de clientes, y las relaciones humanas que la secretaria debe saber manejar en el área laboral, y la construcción de una buena imagen secretarial y empresarial.

Llevar a cabo las normas de una secretaria ejecutiva moderna evitando así disgusto por parte de un cliente. Analizar el recorrido en el tiempo conociendo las diferencias de la secretaria tradicional a la secretaria ejecutiva. Buena atención al cliente evitando la insatisfacción de sus superiores o clientes en un trabajo profesional mal desempeñado.

También es muy importante saber o tener en cuenta los siguientes puntos claves para tener buenas relaciones humanas en la oficina:

- Ayudar a que los demás se conozcan e integren.
- Saludar y despedirse ayuda a establecer relaciones armónicas.
- Pensar en los demás y olvidarse un poco de uno mismo.
- Ser leal quiere decir apoyar a los demás y reservar las críticas y comentarios negativos para hacérselos a la persona en forma privada.
- Ser discreta en los asuntos de la empresa.
- La persistencia es una de las cualidades esenciales de las relaciones humanas esto se explica, por ejemplo a la cortesía, que se deben utilizar en la oficina hasta en los momentos de conflicto y presión.
- Cuidar los modales o lo que dice en las reuniones empresariales, es decir, sociales. · Ayudar a los empleados nuevos a integrarse a conocer las pautas y la mecánica del trabajo.

5. CONCLUSIONES

Para poder exponer mi conclusión sobre este tema tan importante, debo indicar lo siguiente:

La Secretaria Ejecutiva debe poseer cualidades competentes que permitan aportar para la empresa en la consecución de los objetivos y además producir rendimiento; lo que aumentará la productividad gracias al desempeño laboral que demuestran. Por esta razón, es importante que las empresas al momento de la requisición del personal, seleccionen talento humano idóneo para los perfiles profesionales y puesto laboral.

El desempeño que la Secretaria Ejecutiva debe demostrar serán acciones que alcancen la eficacia y eficiencia, lo cual uno de las características o atributos son la creatividad y estrategias; que el capital humano o talento humano brinda a la organización mediante la ejecución de sus tareas que aborda de un buen liderazgo, donde se selecciona las decisiones que permitan alcanzar el éxito de la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALARCÓN Ortiz, D. (2011). Guía para el comportamiento organizacional de un agente líder de cambio. *Negotium*, VII(19), 97-107.
- CHÁVEZ Hernández , N. (2012). La gestión por competencias y ejercicio del coaching empresarial, dos estrategias internas para la organización. *Pensamiento & Gestión*(33), 140-161.
- MARTÍNEZ Pérez, H. F. (2015). Comunicación, desempeño laboral y discapacidad auditiva. *Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas*, XI(32), 23-43.
- MARTÍNEZ Troncoso, C. A., & VALENZUELA Fernández, L. M. (2015). Orientación al Cliente, Tecnologías de Información y Desempeño Organizacional: Caso empresa de consumo masivo en Chile. *Venezolana de Gerencia*, XX(70), 334-352.
- NARANJO Arango , R. (2012). El proceso de selección y contratación del personal en las medianas empresas de la ciudad de Barranquilla (Colombia). *Pensamiento & Gestión*(32), 83-114.
- NIEVES Zubillaga, I. C. (2013). Desarrollo profesional y puesto de trabajo. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, VI(11), 111-137.
- PÁRAMO Morales, D. (2014). Cultura y análisis organizacional. *Pensamiento & Gestión*(37), VII-X.
- TURBAY Posada, M. J. (2013). Liderazgo e innovación organizacional. *Psicología desde el Caribe*, XXX(1), vii-ix.

YNUNZA Cortés, C. B., IZAR Landeta, J. M., & ÁVILA Acosta, R. (2014).
Tecnologías de la información, orientación a mercado y desempeño
organizacional. *Investigación y Ciencia*, XXII(62), 26-32.

YNUZUNZA Cortés, C. B., & IZAR Landeta, J. M. (2010). Impacto de las fuerzas del
mercado y la orientación al mercado en el desempeño organizacional.
Investigación Administrativa(106), 7-16.



Observatorio Laboral Revista Venezolana

ISSN: 1856-9099

observatoriolaboralrevistav@gmail.com

Universidad de Carabobo

Venezuela

Nieves Zubillaga, Irma Cecilia

Desarrollo profesional y puesto de trabajo

Observatorio Laboral Revista Venezolana, vol. 6, núm. 11, enero-junio, 2013, pp. 111-137

Universidad de Carabobo

Valencia, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=219030140007>

Observatorio Laboral Revista Venezolana
enero-junio, 2013 / Volumen 6, N° 11 / Periodicidad semestral

considera que la mediana empresa no debe descuidarlas, González citada en Camaguey (2008) opina que todavía queda mucho por hacer en la pequeña y mediana empresa del país, las cuales tienden a descuidar este tipo de prácticas. Es importante acotar a partir de la afirmación expuesta que las pequeñas y medianas empresas son básicamente familiares en su gran mayoría.

Referirse a la motivación en la organización requiere necesariamente mencionar el experimento de Hawthorn realizado en la Western Electric de Chicago en 1927 por Elton Mayo, mediante el cual se trataba de demostrar que las condiciones de trabajo influían directamente sobre el rendimiento del personal, así, a pesar que a un grupo de personas (objeto del experimento) le disminuían la ilumi-

Mayo en 1927 ((Dolan y et al. 1999) consideró que la conclusión de este experimento demuestra que cuando la empresa logra motivar a sus empleados se desarrollan fuerzas de actuación que los impulsa a realizar las actividades aún por encima de barreras o impedimentos de cualquier tipo.

La motivación del personal en la empresa no sólo se refiere a acciones específicas asociadas con los procesos técnicos y administrativos inherentes y requeridos para el normal funcionamiento de ésta, sino que se extiende a la "permanencia eficiente del personal a través del tiempo", es decir, de cara al futuro, ¿qué le ofrece la empresa al personal?, ¿Cuál es el desarrollo de carrera que pueden esperar los empleados?, en el supuesto que en la práctica, tal desarrollo actúe como un motivador básico del empleado.



Revista Venezolana de Gerencia
 ISSN: 1315-9984
 rvgluz@fces.luz.edu.ve
 Universidad del Zulia
 Venezuela

Valenzuela Fernández, Leslier Maureen; Martínez Troncoso, Carolina Andrea
 Orientación al Cliente, Tecnologías de Información y Desempeño Organizacional: Caso
 empresa de consumo masivo en Chile
 Revista Venezolana de Gerencia, vol. 20, núm. 70, 2015, pp. 334-352
 Universidad del Zulia
 Maracaibo, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29040281009>

(COC) se relacionaría positivamente con el grado de orientación al valor del cliente (OC) que exista en la gestión empresarial.

Por otra parte, la orientación al cliente supone una mayor comprensión por parte de la organización sobre el mercado objetivo, acorde a la creación de un valor superior para los mismos (Narver y Slater, 1990). Para poder diseñar y desarrollar todas las acciones destinadas a conseguir los objetivos empresariales, la empresa necesita disponer de un profundo conocimiento del entorno y de todos los agentes que lo conforman (Frishammar, 2005).

Según Flanagan (1982), el conocimiento de generar una inteligencia competitiva que promueva la cohesión y el compromiso que conforman una cultura organizacional que tiene la capacidad de responder a las necesidades del cliente, tanto, el conocimiento del cliente (CC) de una manera sistemática y confiable sería la base de un buen sistema de gestión en función del cliente (Hortinha et al, 2011). El conocimiento de las preferencias, necesidades y la orientación constante al aprendizaje son las características fundamentales de organizaciones orientadas al cliente (Berger et al, 2002). Así se deriva la siguiente hipótesis

empleados a adoptar comportamientos en busca de beneficiar al cliente (Zablah, et al, 2012; Homburg et al, 2011; Liang et al, 2010; Baxter y Matear, 2004; Brown et al, 2002). Y que dicho desempeño puede ser visto como resultado de las capacidades, personalidad, actitudes y habilidades de un empleado para retener a sus clientes (Churchill et al, 1985; Plank y Reid, 1994). Un alto grado de orientación al cliente por parte de los empleados (GOCE), ayudaría a crear relaciones estables, aumentar la cooperación entre cliente-empresa (Hunter y Perreault 2007) y crear valor para al cliente (Brady y Cronin, 2001).

Además, la orientación al cliente por los vendedores conduciría a mayores volúmenes de venta, por incrementos en venta cruzada, mayor fidelidad de clientes y compras adicionales (Jones et al, 2003).

El modelo anterior deriva en las siguientes hipótesis de estudio:

H1c: El grado de orientación al cliente que tengan los empleados (GOCE) se relacionaría positivamente con el grado de orientación al valor del cliente (OC) que exista en la gestión empresarial.

3. Tecnologías de información (TI)





Psicología desde el Caribe
ISSN: 0123-417X
psicaribe@uninorte.edu.co
Universidad del Norte
Colombia

Turbay-Posada, María José
Liderazgo e innovación organizacional
Psicología desde el Caribe, vol. 30, núm. 1, enero-abril, 2013, pp. vii-ix
Universidad del Norte
Barranquilla, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21328600001>

LIDERAZGO E INNOVACIÓN ORGANIZACIONAL

Leadership and organizational innovation

María José Turbay-Posada*

Dos de los interrogantes de mayor relevancia entre los teóricos e investigadores del área organizacional son: ¿cómo las organizaciones han de sobrevivir a los cambios que se producen en sus entornos? y ¿cuáles son los factores que permitirán que sigan siendo competitivas? De acuerdo con González-Romá (2008, p. 32), “en un mundo global en el que las condiciones de los mercados pueden cambiar rápidamente, las normativas reguladoras cambian con mayor frecuencia que antaño en los diferentes ámbitos de actuación (local, regional, nacional, internacional), las demandas que reciben las organizaciones son cada vez más complejas, y la competitividad es creciente”; **es por ello que autores como él, entre otros, consideran el liderazgo y la innovación como factores determinantes en la supervivencia de las organizaciones.**

A partir del liderazgo, las organizaciones hacen frente al entorno dinámico, a través de formas efectivas para afrontar los cambios en los escenarios sociales, económicos, comerciales y tecnológicos, que no solo les implica la modificación de sus configuraciones estructurales, sino también de sus procesos; es aquí donde la innovación surge como condición para que las empresas se mantengan competitivas y, por ende, la necesidad de que el liderazgo las conduzca hacia esta.



Negotium

E-ISSN: 1856-1810

revistanegotium@gmail.com

Fundación Miguel Unamuno y Jugo
Venezuela

Alarcón Ortiz, Domingo
Guía para el comportamiento organizacional de un agente líder de cambio
Negotium, vol. 7, núm. 19, julio, 2011, pp. 97-107
Fundación Miguel Unamuno y Jugo
Maracaibo, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78219156005>

NEGOTIUM

Revista Científica Electrónica Ciencias Gerenciales / Scientific e-journal of Management Science

PPX 200502ZU1950/ ISSN 1856-1810 / By Fundación Unamuno / Venezuela

/ REDALYC, LATINDEX, CLASE, REVENCIT, IN-COM UAB, SERBILUZ / IBT-CCG UNAM, DIALNET, DOAJ, www.jinfo.lub.lu.se Yokohama National University Library / www.scu.edu.au / Google Scholar / www.blackboard.ccn.ac.uk / www.rzbx1.uni-regensburg.de / www.bib.umontreal.ca / [+++]

Cita / Citation:

Domingo Alarcón Ortiz (2011) Guide for organizational behavior a leading agent of change. www.revistanegotium.org.ve 19 (7) 97 – 107

Facilitando el Cambio – Factores de éxito o áreas de oportunidad del Agente de cambio.

Los factores claves que pueden contribuir al éxito del proyecto o a las áreas de oportunidad que el Agente de Cambio deberá procurar para facilitar el cambio.

Las áreas de oportunidad pueden ser causa de:

- No involucrar anticipadamente al personal con la autoridad necesaria para lograr la implantación del proyecto.
- Proponer soluciones antes de diagnosticar la problemática existente.
- Presentar reportes con el suficiente contenido de información, el cual no fue discutido y aprobado por el equipo de trabajo.
- Moverse demasiado rápido, ocasionando y creando confusión o comportamientos defensivos en los participantes.
- No reconocer el efecto o impacto del cambio en el sistema o proceso que se está modificando.

El Éxito depende de:

- ✓ La inversión de tiempo suficiente en conocer y entender las oportunidades respectivas.
- ✓ Información actualizada y asuntos importantes encontrados en el desarrollo del proyecto y el control de los mismos.
- ✓ Involucramiento profundo y acuerdos del equipo, para asegurar que las acciones y toma de decisiones sean las correctas.
- ✓ Atención a las oportunidades organizacionales y/o estructurales y al involucramiento de personal con la suficiente autoridad.
- ✓ Entregar a tiempo los estándares requeridos en el proyecto.
- ✓ La conformación de estructuras adecuadas con la participación activa de los participantes.



Orbis. Revista Científica Ciencias
Humanas

ISSN: 1856-1594

revistaorbis@gmail.com

Fundación Miguel Unamuno y Jugo
Venezuela

Martínez Pérez, Héctor Florencio
COMUNICACIÓN, DESEMPEÑO LABORAL Y DISCAPACIDAD AUDITIVA
Orbis. Revista Científica Ciencias Humanas, vol. 11, núm. 32, noviembre, 2015, pp. 23-43
Fundación Miguel Unamuno y Jugo
Maracaibo, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=70945572003>

ORBIS

Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas / Scientific e-Journal of Human Sciences /
PPX200502ZU1935 / ISSN 1856-1594 / By Fundación Unamuno /
Héctor Florencio Martínez Pérez (2015)
COMUNICACIÓN, DESEMPEÑO LABORAL Y DISCAPACIDAD AUDITIVA
www.revistaorbis.org.ve / núm 32 (año11) 23-43

Por otro lado, el desempeño laboral se evalúa durante las revisiones del rendimiento, mediante las cuales un empleador tiene en cuenta factores como la capacidad de liderazgo y comunicación, la gestión del tiempo, las habilidades organizativas y la productividad para analizar a cada empleado de forma individual, pero con relación al rendimiento grupal. Las revisiones de la producción laboral del personal, por lo general se llevan a cabo anualmente y pueden determinar que se eleve la elegibilidad de un empleado; decidir si es apto para ser promovido o incluso si debiera ser despedido.

Para Chiavenato (2009) los programas de evaluación del desempeño planean, coordina y desarrolla las acciones para generar beneficios de corto, mediano y largo plazo al individuo, el gerente, la organización y la comunidad. En este sentido, la evaluación del desempeño genera los siguientes beneficios:

Al gerente:

- Evaluar desempeño y comportamiento de los subordinados.



Pensamiento & Gestión
 ISSN: 1657-6276
 dparamo@uninorte.edu.co
 Universidad del Norte
 Colombia

Páramo Morales, Dagoberto
 Cultura y análisis organizacional
 Pensamiento & Gestión, núm. 37, julio-diciembre, 2014, pp. VII-X
 Universidad del Norte
 Barranquilla, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64632634001>

subjetiva del significado que los miembros de una organización comparten en diferentes grados y que parecen funcionar como reglas a seguir: “La cultura es un sistema de conocimientos compartidos o un sistema de conocimientos y creencias” (Rossi y O’Higgins, 1980). Así, Harris (1994) considera a la organización como análoga a una cultura, como una particular forma de conocimiento para aprender y actuar. Ellos proponen, asimismo, que una cultura organizacional puede ser representada por una especie de “*contrato master*” que incluye la propia imagen de la organización, así como un conjunto de normas constitutivas y reguladoras que organizan las creencias y las acciones a la luz de una imagen buscada.

En una perspectiva simbólica, Geertz (1973) trata a las sociedades o a las culturas como sistemas de símbolos y significados compartidos. Cuando esta perspectiva es aplicada al análisis organizacional, una organización -como una cultura- es concebida como un modelo de discurso simbólico. Ella necesita ser interpretada, leída, o descifrada a fin de ser entendida. Para lograrlo, es recomendable concentrarse en las formas a través de las cuales la experiencia se vuelve significativa para aquellos quienes se encuentran en una determinada organización y por ende comparten inquietudes y actividades en la vida cotidiana. El foco, entonces, de esta forma de análisis organizacional, está en cómo los individuos interpretan y entienden su propia experiencia y en cómo estas interpretaciones y comprensiones se relacionan con la acción. Bajo esta orientación, infortunadamente, el concepto de organización se torna mucho más problemático para el investigador que busca examinar los procesos básicos mediante los cuales los grupos de personas llegan a compartir las interpretaciones y los significados. Así, la complejidad y extensión de los símbolos en cuestión dificultan tanto el proceso de entendimiento de sus significados, que por momentos la investigación puede perder su foco y antes que ver el fenómeno simbólico como un objeto social -compartido por los miembros de una organización-, la acción puede concentrarse en lo individual, en particulares y persona-



Investigación Administrativa

ISSN: 1870-6614

riarevistainvestigacion@gmail.com

Escuela Superior de Comercio y
Administración, Unidad Santo Tomás
México

Ynzunza Cortés, Carmen Berenice; Izar Landeta, Juan Manuel
**IMPACTO DE LAS FUERZAS DEL MERCADO Y LA ORIENTACIÓN AL MERCADO EN
 EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL**

Investigación Administrativa, núm. 106, julio-diciembre, 2010, pp. 7-16
 Escuela Superior de Comercio y Administración, Unidad Santo Tomás
 Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=456045212001>

existente entre las fuerzas de mercado y la orientación al mercado. A este respecto se halla una relación significativa y positiva, con un efecto considerado mediano ($\beta = .471$; $p < .001$). Las dimensiones que forman parte de las fuerzas de mercado fueron encontradas todas positivas y significativas, con efectos considerables: la turbulencia de mercado ($\beta = .756$; $p < .001$), la turbulencia tecnológica ($\beta = .747$; $p < .001$) y la intensidad competitiva ($\beta = .628$; $p < .001$), por lo cual puede afirmarse que "las fuerzas del mercado" es una variable importante en la determinación de la orientación a mercado de las empresas.

La segunda hipótesis busca conocer el vínculo entre la orientación a mercado y el desempeño organizacional. Los hallazgos de la investigación muestran que ésta es positiva y significativa, con un efecto mediano ($\beta = .489$; $p < .001$). De igual manera los estimados para sus dimensiones y coeficientes son: orientación al consumidor ($\beta = .710$; $p < .001$), orientación al cliente ($\beta = .748$; $p < .001$) y coordinación interfuncional ($\beta = .861$; $p < .001$). Todos fueron positivos y significativos con un efecto significativo. Esto refleja que la orientación al mercado es un factor relevante en el éxito organizacional.

La última hipótesis explora la relación de las fuerzas de mercado con el desempeño organizacional ($\beta = .458$; $p < .001$), ésta es positiva y significativa con un efecto moderado. Por lo tanto, las fuerzas de mercado impactan de manera importante al desempeño de las organizaciones. Los estimados de las dimensiones del desempeño organizacional han sido: operativa ($\beta = .583$; $p < .001$), crecimiento ($\beta = .769$; $p < .001$), rentabilidad ($\beta = .818$; $p < .001$), adaptabilidad ($\beta = .844$; $p < .001$) y satisfacción del cliente ($\beta = .745$; $p < .001$), siendo todos positivos y significativos y con un efecto considerado elevado.

CONCLUSIONES

El estudio prueba los supuestos planteados. Los resultados muestran que las fuerzas de mercado, medidas por las turbulencias del

ya que son tanto las fuerzas de mercado como la orientación al mercado elementos clave para garantizar la adaptabilidad, la eficiencia operativa, la rentabilidad, la satisfacción del cliente y por supuesto, el crecimiento de las organizaciones. La orientación al cliente, al competidor y la coordinación interfuncional son también aspectos críticos para el éxito organizacional. Estos hallazgos son coincidentes con los encontrados por Kohli y Jaworski (1990) que sugieren que determinadas contingencias incrementan o disminuyen la fuerza de la relación entre el mercado y el desempeño organizacional y Narver y Slater (1990), quienes encontraron una relación positiva y significativa entre la orientación a mercado y el desempeño organizacional.

La orientación a mercado podría ser entonces un medio para construir algún tipo de ventaja competitiva, que ayude a minimizar el impacto de las fuerzas del mercado sobre los objetivos organizacionales y un mecanismo para alcanzar un desempeño superior.

Una estrategia de operación que propicie el desarrollo de capacidades que permitan crear valor para el cliente; detectar y satisfacer sus necesidades antes que los competidores principales y por supuesto responder a las amenazas del entorno competitivo. Es decir, una forma de actuación construida con base en el mercado, los clientes y los competidores.

Las capacidades deberán variar con el dinamismo del mercado, de modo que permitan a las organizaciones adaptarse a los cambios del ambiente y las fuerzas del entorno, dado que éstas afectan las preferencias y expectativas de los clientes. Esto evidencia la necesidad latente de las organizaciones de contar con mecanismos que les permitan monitorear constantemente las condiciones del entorno y establecer estrategias de adaptación al mismo, a fin de lograr un mejor desempeño.

PROPUESTA PARA FUTUROS ESTUDIOS

Varias líneas de investigación adicionales

14



Investigación y Ciencia
ISSN: 1665-4412
revistalyc@correo.uaa.mx
Universidad Autónoma de Aguascalientes
México

Ynzunza Cortés, Carmen Berenice; Izar Landeta, Juan Manuel; Ávila Acosta, Rosalva
Tecnologías de la información, orientación a mercado y desempeño organizacional
Investigación y Ciencia, vol. 22, núm. 62, mayo-agosto, 2014, pp. 26-32
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Aguascalientes, México

Disponble en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67432507004>

desempeño organizacional

Information technologies, market orientation and organizational performance



Carmen Berenice Ynzunza Cortés^{1*}, Juan Manuel Izar Landeta²,
Rosalva Ávila Acosta³

Ynzunza Cortés, C. B., Izar Landeta, J. M., Ávila Acosta, R. Tecnologías de la información, orientación a mercado y desempeño organizacional. *Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*. Número 62: 26-32, mayo-agosto 2014.

RESUMEN

En el ambiente de negocios actual, altamente dinámico y complejo, las organizaciones requieren estrategias que contribuyan a optimizar sus procesos y agilizar la toma de decisiones para responder no sólo a las amenazas competitivas y tecnológicas, sino también para detectar áreas de oportunidad que les permitan, además de sobrevivir, crecer y alcanzar un desempeño organizacional sostenido. Por ello, con una muestra no probabilística de conveniencia de 116 PyME del sector industrial del estado de Querétaro, a través de un modelo estructural, este estudio explora el vínculo existente entre los recursos y capacidades de tecnología de la información (TIC) y de orientación al mercado (OM) con el desempeño organizacional (DO). Los resultados obtenidos muestran la fuerte relación entre las tecnologías de la información y la orientación al mercado; al igual que entre ésta y el desempeño, no así la asociación entre los recursos y capacidades de tecnología de la información y el desempeño, que fue no significativa.

Palabras clave: tecnologías de la información, orientación a mercado, desempeño organizacional.
Keywords: information technologies, market orientation, organizational performance.

Recibido: 16 de abril de 2013, aceptado: 26 de febrero de 2014

ABSTRACT

In today's business environment, highly dynamic and complex organizations need to settle up strategies that help to optimize their processes and decision making to adapt and respond quickly to competitive and technological threats, as well as detect business opportunities which allow them not only to survive, but to grow and achieve a sustainable organizational to performance. Therefore with a non convenient probabilistic sample of 116 Sme's in the industrial sector in the state of Queretaro, through a structural model, this study explores the link between information technology and market orientation resources and capabilities with performance. The results reached show the strong link between information technology and market orientation resources and capabilities, as well as market orientation with organizational performance. Nevertheless, the relationship between information technology and performance was a not significant one.

INTRODUCCIÓN

Los cambios y retos que se gestan en los mercados hoy día demandan de las organizaciones estrategias que les permitan hacer frente a esta nueva realidad competitiva, así como capitalizar las oportunidades que en la misma se generan para mejorar su



Pensamiento & Gestión

On-line version ISSN 2145-941X

Pensam. gest. no.33 Barranquilla Jan./July 2012

La gestión por competencias y ejercicio del coaching empresarial, dos estrategias internas para la organización

Noé Chávez Hernández
noahchh@hotmail.com

Licenciado en Administración de Empresas, Universidad Autónoma del Estado de México, Maestro en Administración, Universidad Etac (México), Profesor de tiempo completo en la División de la Licenciatura en Administración del Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco (México).

Correspondencia: Avenida 16 de Septiembre n°. 54 Cabecera Municipal Coacalco, Estado de México. C.P. 55700.

Fecha de recepción: Febrero de 2012

Fecha de aceptación: Junio de 2012

Resumen

Este artículo presenta una descripción general actual, como resultado de una revisión bibliográfica, de las aportaciones y estudios realizados por expertos en

Services on Demand

Article ▼

- Spanish (pdf)
- Article in xml format
- Article references
- How to cite this article
- Automatic translation
- Send this article by e-mail

Indicators ▼

- Cited by SciELO
- Access statistics

Related links ▼

Share ▼

More

Permalink

Por tal razón, la exigencia de apoyarse en la gestión por competencias muy importante por que busca tener el talento adecuado en los puestos de trabajo; de ahí que se deben definir, identificar y establecer perfiles competenciales que se requieren en la empresa, además de diseñar políticas que incrementen el nivel de compromiso de las personas que laboren en ella.

Un modelo de competencia es utilizado para identificar los tipos y niveles de competencia requeridos para hacer las actividades de diferentes tipos de trabajo. De hecho, la trayectoria del personal se desarrolla al aplicar sus competencias en las tareas propias del perfil del puesto que ocupa. Ghani, Ariffin y Zainuddin (2008) explican que las personas que desarrollan sus competencias tienen iniciativas para conducir sus capacidades a cubrir las carencias que aún tienen respecto a su perfil solicitado; a esto lo han denominado *la carrera de los empleados*³. Por esta razón, la adquisición

³ El término mencionado por los autores hace alusión a que dentro de las actividades de los empleados pueden emprenderse programas que midan su potencial, fortalezas y debilidades en el desarrollo de sus responsabilidades asignadas, a fin de establecer estrategias de entrenamiento y preparación para mejorar su desempeño y tener la visión de asignar nuevas tareas mediante programas de mentoring que se desarrollen en toda la estructura de la organización.

Pensamiento & Gestión

Print version ISSN 1657-6276

Pensam. gest. no.32 Barranquilla Jan./July 2012

El proceso de selección y contratación del personal en las medianas empresas de la ciudad de Barranquilla (Colombia)

Rodrigo Naranjo Arango

rodrigonaranjo@mail.uniatlantico.edu.co

Ingeniero en Obras Civiles y Militares (Escuela de Ingenieros Militares), candidato a Doctor of Business Administration y Master of Business Administration graduado con honores *magna cum laude* (Atlantic International University), Especialista en Logística Empresarial (Universidad del Norte), Especialista en Alta Gerencia (Universidad Autónoma del Caribe). Profesor de tiempo completo de la Universidad del Atlántico.

Correspondencia: Calle 91 n° 64B-31 Apto. 207, Barranquilla (Colombia).

Fecha de recepción: Noviembre de 2011

Fecha de aceptación: Marzo de 2012

Resumen

El propósito de este artículo es mostrar los resultados de un trabajo de investigación que se orientó a establecer si las medianas empresas de la ciudad de Barranquilla llevan a cabo procesos de selección y contratación de personal de manera justa, cuidando las políticas y procedimientos de las empresas. Para ello se utilizó la información suministrada por la Cámara de Comercio (2008) y el DANF (2005), que permitió hacer un muestreo aleatorio entre 260 empresas:

Se conoce que la tecnología de avanzada es indispensable para lograr la productividad que hoy exige el mercado, pero también se sabe que el éxito de cualquier emprendimiento depende principalmente del talento

EL PROCESO DE SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DEL PERSONAL EN LAS MEDIANAS EMPRESAS DE LA CIUDAD DE BARRANQUILLA (COLOMBIA)

humano, puesto que de él depende la obtención de los objetivos organizacionales que conduzcan al éxito a cualquier empresa. La tecnología y la información están al alcance de todas las empresas, por lo que la única ventaja competitiva que puede diferenciar una empresa de la otra es el talento humano, y esto se logra mediante procesos de selección eficientes.

Services on Demand

Article

- Spanish (pdf)
- Article in xml format
- Article references
- How to cite this article
- Automatic translation
- Send this article by e-mail

Indicators

- Cited by SciELO
- Access statistics

Related links

Share

- Facebook
- Google+
- Twitter
- LinkedIn
- More

More

Permalink