

La influencia de la comunicación organizacional en el desarrollo rural

The influence of organizational communication in rural development

Benjamín Roldan Polo Escobar

Ingeniero en Estadística e informática, Administrador, Magister en Dirección Estratégica en Tecnología de la Información, Magister en Gestión de los Servicios de Salud, Doctor en Administración de la Educación, Doctor en Gestión Pública y Gobernabilidad, Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú, benjamin.polo@untrm.edu.pe, brpoloesobar@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5056-9957, https://scholar.google.com/citations?view_op=list_works&hl=es&user=vNVEuPoAAAAJ

Maximo Alfonso Tunque Lizana

Contador Público, Administrador de Empresas, Master en Gobierno y Gerencia en Salud, Maestro en Ciencias Empresariales, Maestro en Ciencias de la Educación, Doctor en Administración, docente invitado, correo electrónico institucional: maximo.tunque@unh.edu.pe, maxtunque@gmail.com, Universidad Nacional de Huancavelica, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3343-1715>, Google académico <https://scholar.google.es/citations?user=w4TPziMAAAAJ&hl=es>

Haydee Emilia Collantes Jiménez

Contador Público, Maestra en Gestión Pública, jefa de Órgano de Control Institucional, Unidad de Gestión Educativa Local 12, hcollantes@contraloria.gob.pe; urpiemilia@gmail.com, ORCID (0000-0002-6096-7083),

Herbert Christian Cordova Solis

Contador Público, Magister en Gestión Pública, Especialista Administrativo en el Ministerio Público, docente contratado, correo electrónico institucional: hccordovas@ucvvirtual.edu.pe, chris.cordovasolis@gmail.com, Universidad César Vallejo, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5764-8164>, Google académico <https://scholar.google.com/citations?hl=es&user=8cT0WDYAAAAJ>

Revista Iberoamericana de la Educación
Vol – Especial 1 2021
e-ISSN: 2737-632x

RESUMEN: La comunicación organizacional es indispensable en las empresas, organizaciones, públicas, privadas y sociales, entre otras con la finalidad que sean más competitivas y mejoren su productividad, su relevancia radica como un componente estratégico en el desarrollo de un determinado territorio, la cual le permite a las personas fomentar espacios comunicacionales: interactuar, proponer nuevas ideas y proyectos que les condesienda obtener mayores beneficios a la organización. A partir de ello se puede indicar que existen muchas organizaciones y que estas a su vez tienen una estrategia de comunicación mediante una red de innovación a nivel macro regional y que falta potenciarla articulando sus anexos, distritos, provincias que les permita tener mayores

posibilidades de desarrollo. Lo cual insta conocer los principales problemas que tienen las comunidades rurales respecto a la falta de integración, participación y organización dentro de su colectividad, a través de un estudio de caso se busca identificar este problema en el distrito de Huancas, provincia de Chachapoyas, Amazonas, 2019. El objetivo planteado fue identificar las causas que vienen provocando que la organización no tenga impacto en dicho distrito, lo que conlleva plantear una estrategia sustentada en una cultura organizacional que permita alcanzar su desarrollo rural. Los resultados indican que la organización local en su conjunto tiene miembros con una participación limitada, otros individuos de la comunidad no vienen participando activamente en ningún tipo de organización, pero si tienen la iniciativa de trabajar en equipo. En general, la organización presenta inconvenientes en plasmar sus acuerdos y en la toma de decisiones, que les permita cumplir con sus compromisos.

Palabras Clave: productividad, Comunicación, organización.

ABSTRACT: Organizational communication is essential in companies, organizations, public, private and social, among others in order to be more competitive and improve their productivity, its relevance lies as a strategic component in the development of a certain territory, which allows encourage people to promote communication spaces: interact, propose new ideas and projects that condescend to obtain greater benefits to the organization. From this it can be indicated that there are many organizations and that these in turn have a communication strategy through an innovation network at the macro-regional level and that it needs to be strengthened by articulating its annexes, districts, provinces that allow them to have greater possibilities of development. This calls for knowing the main problems that rural communities have regarding the lack of integration, participation and organization within their community, through a case study it is sought to identify this problem in the district of Huancas, province of Chachapoyas, Amazonas, 2019. The proposed objective was to identify the causes that have been causing the organization to have no impact on said district, which entails proposing a strategy based on an organizational culture that allows it to achieve its rural development. The results indicate that the local organization

as a whole has members with limited participation, other individuals from the community have not been actively participating in any type of organization, but they do have the initiative to work as a team. In general, the organization has problems in translating its agreements and in making decisions that allow them to fulfill their commitments. **Keywords:** productivity, Communication, organization.

INTRODUCCIÓN

A partir de la indagación, se busca identificar el influjo de la comunicación en las organizaciones siendo un tema de mucha importancia tanto práctica como académica. Éste argumento se circunscribe en todo tipo de organizaciones, públicas, privadas y sociales, entre otras. Con la finalidad de se busca fortalecer la comunicación y la información como herramientas básicas que forjen del desarrollo organizacional un proceso centrado en las personas. Para ello se puede tomar en cuenta “el sistema de comunicación basado en las redes de innovación que pueden ser el inicio de una nueva revolución de la comunicación organizacional en el desarrollo rural” (Mori et al., 2020)

La comunicación para el desarrollo destaca la necesidad de apoyar los sistemas de comunicación recíproca que propicien el diálogo y permitan que las comunidades se manifiesten, expresen sus aspiraciones e intereses y participen en las decisiones relacionadas con su desarrollo (Asamblea General de las Naciones Unidas, 2006)

Un proceso social basado en el diálogo mediante una amplia gama de herramientas y métodos. También persigue un cambio en distintas áreas como escuchar, generar confianza, intercambiar conocimientos y capacidades, construir procesos políticos, debatir y aprender para lograr un cambio sostenido y significativo. No tiene que ver con las relaciones públicas o la comunicación corporativa (Congreso Mundial sobre la Comunicación para el Desarrollo, 2007).

La comunicación para el cambio social destaca el diálogo como idea fundamental para el desarrollo y la necesidad de facilitar la participación y el empoderamiento de las personas pobres. Utiliza enfoques participativos. Subraya la importancia de la comunicación horizontal, el papel de las personas como agentes del cambio y la necesidad de las estrategias de negociación y de las alianzas (Informe de la Octava mesa redonda interinstitucional de las Naciones Unidas).

La comunicación para el cambio social se centra en los procesos de diálogo, mediante los cuales, las personas pueden superar obstáculos e identificar vías que les ayuden a alcanzar los objetivos fijados por ellas mismas. A través de estos procesos de diálogo público y privado, todos los miembros de la sociedad civil (mujeres, hombres, niñas y niños) definen quiénes son, qué quieren y necesitan y qué debe cambiar para conseguir una vida mejor. Los enfoques de comunicación para el cambio se centran en acciones colectivas para la comunidad y cambios sociales a largo plazo, y están alejados del comportamiento individual. Se rigen por los principios de tolerancia, autodeterminación, equidad, justicia social y participación activa. Los elementos de un proceso de comunicación para el cambio son: un catalizador, el reconocimiento del problema de la comunidad, el diálogo comunitario, la planificación y la acción colectiva alianzas (Informe de la Octava mesa redonda interinstitucional de las Naciones Unidas).

Un catalizador externo o interno tiene como resultado la identificación del problema y el diálogo comunitario. Idealmente, conduce a la acción colectiva que puede generar un cambio individual, social o ambos: se necesitan ambos si se quiere conseguir un impacto social sostenido a largo plazo alianzas (Informe de la Octava mesa redonda interinstitucional de las Naciones Unidas).

Para Slusarczyk & Morales (2016) Las empresas deben adaptarse en forma continua a los cambios y necesidades del mercado. Deben planificar su crecimiento y desarrollar las estrategias empresariales, organizaciones y alinearlas con los objetivos del negocio. Actualmente las TIC son la fuente principal herramienta en la comunicación y generación de información para la

empresa recurso estratégico muy importante que sustenta las funciones claves y los procesos de toma de decisiones. Para la toma de decisiones de calidad es indispensable que el negocio cuenta con los datos necesarios, como también con adecuado tratamiento y análisis de estos datos. La manera como la información se gestiona, incluyendo la tecnología utilizada para apoyarlo, es, por tanto, fundamental para las prácticas comerciales. (p. 39)

Además, Castilla (1999) indica que la evolución de las comunicaciones, soportada por las Tecnologías de la Información permite nuevas estructuras organizativas y nuevos entornos económicos, que es preciso analizar.

Oliveros & Martínez (2017) indica “La globalización de la economía y el conocimiento suponen día a día una oportunidad y a la vez un reto para el desarrollo empresarial, si las pequeñas, medianas y grandes empresas no adoptan este tipo de iniciativas, no podrán mantenerse en el tiempo”. Las TIC permiten un fácil y rápido acceso comunicacional entre personas, organizaciones a los recursos contribuyendo a mejorar la gestión, la productividad y la competitividad en los negocios. El sector educación, agropecuario entre otros ha sido uno de los sectores en los cuales se han incorporado las TIC con mayor rapidez.

Según Ventura (2009) La competitividad en las diversas empresas de los países más avanzados se fundamenta en la obtención de productos y servicios diferenciados, con alto valor agregado, basados en el conocimiento tecnológico que incorporan, la calidad superior y el prestigio asociado a marcas reconocidas. Para lo cual se utiliza las herramientas comerciales y empresariales que nos permitan adquirir una posición dominante para el negocio en dicho mercado. La nueva división del trabajo a escala global conlleva que las economías de los países emergentes con mano de obra barata y tecnología media hayan ganado la batalla por la fabricación de productos de bajo coste. Para nuestra ciudad de Arequipa al igual que las empresas españolas se tiene una necesidad de incrementar la base de conocimientos avanzados para sentar las bases de su competitividad futura.

La comunicación para el cambio es una idea en continua evolución: algunas organizaciones de las Naciones Unidas reconocen el éxito de iniciativas programáticas que combinan procesos de diálogo comunitario con enfoques de medios de masas y otras vías de comunicación e incidencia dedicadas a informar y motivar (ONUSIDA, 2011) .

Debido al provenir de temas de mucha trascendencia como salud, educación, economía, del mismo desarrollo agropecuario dentro de la sociedad, las estrategias inclusivas de comunicación para el desarrollo organizacional se vienen utilizando diferentes enfoques para intensificar el cambio individual, grupal y social. En ese sentido los productores necesitan conocer cuáles son las “...herramientas que puedan utilizar, administrar, gestionar y organizar propuestas innovadoras dentro de su ámbito: aumentando la cobertura, propiciando la disminución de la brecha digital en la comunicación, información y difusión que son claves en el desarrollo de su sector (Polo. et al., 2020)

Para Soria (2003) “El nuevo sistema es económico, tecnológico y social. Permite la individualización de una economía en particular en la que el incremento de productividad no depende del incremento cuantitativo de los factores de producción (capital, trabajo, recursos naturales) sólo se puede producir si se ponen en marcha procesos de transferencia de conocimiento para realizar una tarea que es novedosa para el individuo, enfatiza en la aplicación de conocimientos e información a la gestión, producción y distribución, tanto en procesos como en los productos” (p. 44).

el conocimiento de los aspectos fundamentales para llevar a cabo una buena gestión empresarial, es la organización que se ajuste a la realidad cambiante que impera hoy. Asimismo, se evidencia la necesidad de una buena comunicación y poner énfasis en determinar qué elementos de la gestión empresarial son fundamentales para elevar los niveles de productividad y competitividad (Vernaza & Chamorro, 2020).

El sistema de información debe responder a la búsqueda de nuevos conocimiento y necesidades de los ciudadanos que les permitan basar sus práctica cotidianas con las estrategias comunicacionales que les consienta encontrar un cambio organizacional (Porez, Trelles & Gonzales, 2018)

Los autores Maldonado, Martínez, García, Aguilera, & González (2010) asumen que: “Actualmente, el uso de TIC en las Pymes (Pequeñas y Medianas Empresas), son un elemento esencial en la integración de las actividades básicas de operación, ya que su actividad económica requiere de sistemas que les permitan mantenerse en el mercado, ir a la vanguardia y, desde luego, que generen rendimientos acordes a las expectativas de las organizaciones” (p. 57)

En muchos de los casos las organizaciones carecen de una misión, visión y si la tienen no existe un compromiso con ambas, además el alineamiento entre su estructura organizacional con los valores compartidos entre su planeamiento estratégico, sistema organizacional y comunicacional no cuentan ostentaciones trascendentales. Lo que acentúa los problemas internos caracterizados a partir de una limitada capacitación, escasos recursos y su filosofía organizacional es incongruente con la antes citado, provocando la desconfianza, la solución de problemas y la armonía al trabajo en equipo (Polo. et al., 2020).

Información y la Comunicación (TIC), y con conexión a internet; no obstante, para conseguirlo exige el desarrollo de metodologías pedagógicas pertinentes, capacitación a docentes y el establecimiento de condiciones materiales, solo así se logrará, involucrando a todos los actores posibles: gobierno, docentes, padres de familia, iniciativa privada, organizaciones no gubernamentales y alumnos. No es solo por un designio, que esto se podrá conseguir (Mendieta, 2021)



Figura 1 Las Perspectivas de una Comunicación organizacional

Actualmente es evidente la importancia que ha tomado la inclusión de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en los procesos de actualización de los programas Educativos. Las redes sociales son parte de los recursos de las TIC, pertenecientes a la web 2.0, y permiten una comunicación rápida y ágil de información entre sus usuarios, por lo que pueden ser un recurso idóneo para ser utilizadas con fines pedagógicos y que lleguen a los demás sectores. Las redes sociales como apoyo al proceso de aprendizaje, es fundamental ver su importancia dentro de su proceso comunicacional, mientras no se dé importancia de incluirlas en sus planificaciones, existirá una limitante entre la tecnología y los usuarios (Galán, Hernández, Espinoza, 2019)

Según Cabrera-Vega, Quijada, Darío-Contreras (2020) manifiestan sobre La comunicación interna en los socios del Mercado Ramos Toscano de Huancayo – Perú. Determinaron que el nivel de comunicación interna en la unidad de análisis es alto (66.4%), principalmente debido a la antigüedad de los socios, generando una convivencia que permite una comunicación adecuada, predominantemente los canales de comunicación son no formales, de carácter directo, horizontal, espontánea y potenciada por el respeto a valores del mundo andino como solidaridad, medio ambiente y cooperativismo.

teóricamente en los aspectos que influyen en los conflictos entre los miembros de la comunidad artesanal y el gobierno local que limitan el desarrollo del sector y la intervención comunitaria realizada por el Trabajador Social en la función de mediador; haciendo énfasis en el Modelo de Harvard cuya aplicación permitió la creación de la nueva asociación que será parte del gremio artesanal (Romero, Espinoza, 2020)

Según los autores Pérez, J. & Gardey, (2008, s/n) nos menciona que “La información está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.” Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un recurso que otorga significado o sentido a la realidad, ya que, mediante códigos y conjuntos de datos, da origen a los modelos de pensamiento humano.

La comunicación para el cambio social destaca el diálogo como idea fundamental para el desarrollo y la necesidad de facilitar la participación y el empoderamiento de las personas pobres. Utiliza enfoques participativos. Subraya la importancia de la comunicación horizontal, el papel de las personas como agentes del cambio y la necesidad de las estrategias de negociación y de las alianzas (Informe de la Octava mesa redonda interinstitucional de las Naciones Unidas).

Dentro de un análisis complementario el enfoque sobre la comunicación organizacional en los sectores del ámbito rural de la región Amazonas, el comportamiento de la situación productiva agropecuaria en sus diferentes perspectivas teóricas el uso de las redes de innovación, TICs y su cultura organizacional dentro del sector agropecuario, recae en sus niveles de organización con sus líderes. Planea una perspectiva de cambio a mediano plazo, sustentado en un modelo de cultura organizacional del productor agropecuario provocando implicancias relativas en la implementación de las redes de innovación que permita la articulación de las diferentes comunidades –

organizaciones a nivel distrital, provincial, regional que conlleve al desarrollo del sector rural. Una de las alternativas es seguir implementando las redes de innovación apoyados con las Tics en el sector agropecuario, a partir de conocer los factores críticos de las organizaciones. Un buen sistema de comunicación organizacional resulta de crecientes necesidades que permita el acceso a los mercados y por ende su desarrollo rural, apoyado del nivel organizacional, condiciones ambientales, y sobre esta reducción de riesgo se pueden alcanzar el desarrollo de todo el ámbito rural.

Las últimas décadas han mostrado un crecimiento exponencial en el uso de las tecnologías de información y comunicación (TICs) en el sector agropecuario, lo que constituye un recurso valiosísimo en el acopio, procesamiento, análisis de datos y publicación lo que hace que tome un potencial en la toma de decisiones.

Material y métodos:

El distrito de Huancas se encuentra dentro del ámbito de la provincia de Chachapoyas, de la Región Amazonas. Donde el 30% de la población se encuentra en la zona urbana y el 70% en la zona rural. Entre las principales actividades de la región están las agropecuarias, turismo y el comercio. Los principales cultivos que la identifican son café, cacao, plátano, arroz, papa, yuca, entre otros. EL 80% de la producción se destina al comercio extra regional y el diferencial se comercializa en todo el ámbito de la región. En cuanto a ganadería, se produce ganado vacuno, caprinos, porcinos y aves (DRA-A, 2020)

Sin embargo, las actividades agropecuarias en el distrito de Huancas presentan una limitada infraestructura de riego, ocasionando rendimientos de producción muy bajos. Por otro lado, la situación económica del distrito de Huancas acentúa la incapacidad para la adquisición de semillas, insumos y equipo. En cuanto a la ganadería, utiliza un sistema de producción pecuaria extensivo con índices de productividad bajos. La situación crítica del sector agropecuario afecta otra de las actividades importantes en la organización que es el comercio artesanal. Según los resultados del XII Censo Nacional de Población - 2017, (INEI), Huancas tiene una población de 809 habitantes. El 71.82% son hombres

(581 personas) y 28.18% son mujeres (228 personas), mientras que el 0.74% es considerada población rural y un 99.26% es urbana

La investigación estuvo orientada bajo una metodología cuantitativa, que ayudó en el procesamiento y análisis de los datos apoyándose en el método descriptivo en el que se usó técnicas propias de éste, como las encuestas a las autoridades, directivos, población, ligados con la cerámica de Huancas, visitantes y alfareros del distrito de Huancas registrados en el directorio de artesanos de la región Amazonas, para identificar su opinión acerca de las posibilidades para establecer temas de denominación de origen a la cerámica de Huancas, niveles de organización y su articulación al mercado. La técnica de la documentación fotográfica apoyó al método descriptivo aportando con el registro visual de la producción, sus procesos y resultados que formaron parte del diagnóstico.

El tamaño de muestra fue establecido mediante el muestreo aleatorio simple, de acuerdo a datos del censo de población y vivienda de 2017 del Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI, 2017) con una representatividad de 85 personas que en su mayoría eran representante de la organización de artesanos de Huancas. Se diseñó un cuestionario en el cual se incluyeron preguntas dirigidas a los dirigentes e integrantes de la organización en estudio. Los contenidos incluidos en el cuestionario estaban relacionados al funcionamiento de la organización, elementos caracterizados como su origen, propósitos, organización y problemática, que permitiera identificar sus fortalezas y limitaciones como organización, así como su inserción en el mercado y actividades dentro de su ámbito.

La investigación científica a partir de un enfoque toma la información que crece progresivamente o conocimiento acumulado, a partir de la búsqueda de científicos que llevan en ella una exhaustiva revisión de lo que habrá investigado (Chalen, 2018).

RESULTADOS:

Dentro de las principales características del distrito de Huancas se puede exteriorizar que el nombre del pueblo proviene del quechua y significa ‘‘Piedra Sagrada’’. A Huancas hoy en día se le distingue por ser un pueblo alfarero. Desde la época precolombina, la colectividad en su mayoría las mujeres, se dedican a la elaboración de cerámica. Ellas emplean técnicas adquiridas de las culturas Huanca, Chachapoyas, Inca e Hispánica. Todos estos aportes han conseguido un delineamiento creativo en sus diseños y variedades, Huancas dentro de sus principales atractivos conserva el Templo Matriz: con sus hermosos retablos tallados en madera policromada, Las Capillas Posas: cuatro estructuras coloniales ubicadas en distintas esquinas del pueblo que fueron utilizadas para la procesión de Corpus Christi, La Cusana: centro artesanal de alfarería estilizada. Además, Dentro del desarrollo de la indagación los entrevistados afirman que la actividad turística del distrito de Huancas se viene desarrollando gracias a los dos miradores con los que cuenta, estos son el mirador del Sonche y el mirador de Huanca Urco, y se complementa con el estilo y demostración de cómo se elabora la cerámica de Huancas.

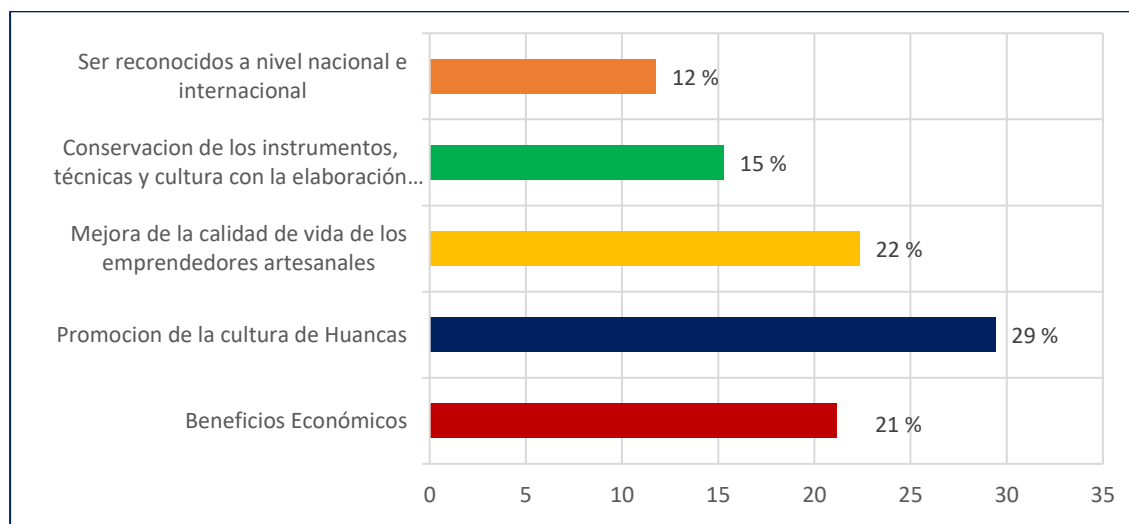


Figura 3: Principales beneficios en una cultura organizacional, distrito Huancas y se complementa con el estilo y demostración de cómo se elabora la cerámica de Huancas.

En cuanto a las fortalezas se puede resaltar la tradición del pueblo, que guarda sus costumbres y cultura, así mismo su paisaje dentro de los que resalta sus miradores naturales y otro aspecto importante es que los alfareros de la comunidad de Huancas conocen todo el proceso de elaboración de su cerámica,

la cual inicia con la recolección de la materia prima de las canteras cercanas en fechas específicas; y concluye con la cusana o quema final de la cerámica. Cabe recalcar que el conocimiento con el que cuentan es pasado de padres a hijos, es decir viene pasando de generación en generación.

También se puede Identificar a la cerámica de Huancas como un recurso con mucho potencial, esto debido a su originalidad y tradición. En el desarrollo de proyectos, se vienen implementando algunos enfocados a la capacitación y búsqueda de nuevos mercados para su venta.

Del mismo modo es vital especificar la alianza estratégica con las organizaciones públicas y privadas: Cite Utcubamba, Asociación de alfareros, Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Municipalidad Distrital de Huancas; de las cuales se puede tener un apoyo para buscar su formalización, capacitación, promoción de sus productos minimizando precios de sus productos, así mismo alcanzando una muestra de colección a dichos entes con la finalidad de consolidar la alianza.

A partir de la concertación con los integrantes de la organización permitió el planteamiento de sus perspectivas, estrategias, generación de información como una actividad diaria y un aspecto de gran importancia fue la comunicación como uno de los pilares en el desarrollo estructural de la comunidad.

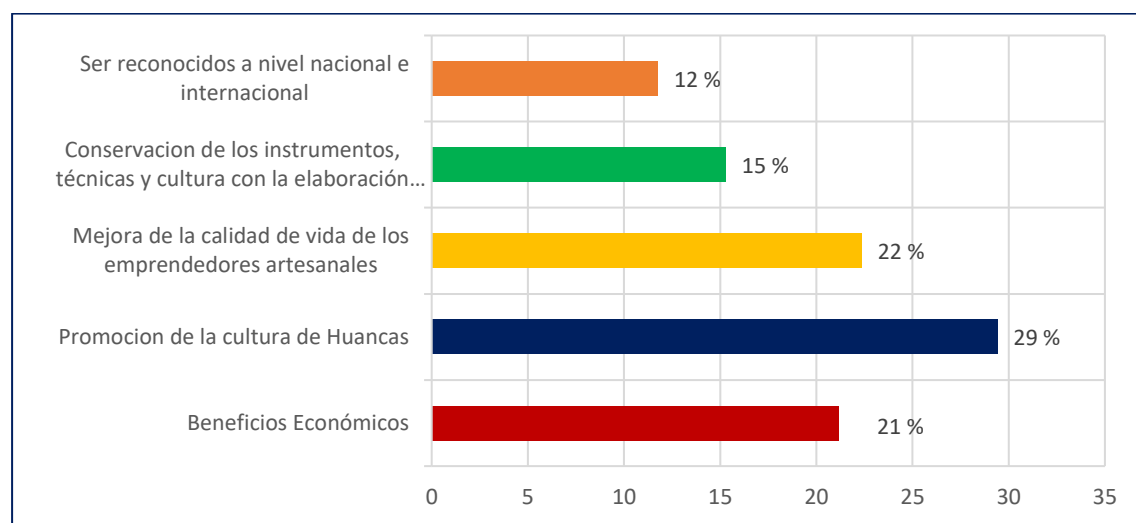


Figura 3: Principales beneficios en una cultura organizacional, distrito Huancas

Toda organización requiere desarrollar estrategias que les permita una mayor comunicación para ello se incide en un planteamiento bajo un entorno con las redes de innovación cuya experiencia tuvo aceptación en otras provincias de la región el cual permitirá brindar una mejor coordinación en la organización, descubrir mejores oportunidades para su actividades comerciales y una mayor facilidad para la toma de decisiones, lo cual se presenta como una alternativa para el trabajo que vienen realizando con sus equipos de trabajo, donde la capacitación permanente permitirá identificar las ventajas de la organización.

DISCUSIÓN

Dentro de un análisis con un enfoque critico se puede indicar que según Soria (2003), ONUSIDA (20011), Ventura (2009) a través del enfoque de Vernaza & Chamorro (2020) se puede confirmar la premisa que sustenta este estudio de que la buena gestión empresarial depende de que la organización y la comunicación les permita alcanzar mayores niveles de productividad y competitividad que lo lleven a posicionarse en el mercado y convertirse en un referente en su sector.

En este sentido. Los enfoques de comunicación para el desarrollo sostienen y refuerzan los principios clave de la eficacia en la asistencia (Naciones Unidas, 2011). Las Naciones Unidas presenta siete organizaciones de las Naciones Unidas que apoyan iniciativas de comunicación para el desarrollo como parte integral de un proyecto sectorial más amplio o bien como proyectos específicos que contribuyen a objetivos generales de la organización. Esta sección introduce las prioridades estratégicas de cada organización al describir cómo la comunicación para el desarrollo marca la diferencia en su trabajo. (Informe de la Octava mesa redonda interinstitucional de las Naciones Unidas).

La comunicación a partir de las redes sociales es un proceso de enseñanza - aprendizaje, dentro de la evaluación se demuestra que son medios de interacción que viene siendo utilizados en su vida cotidiana de los productores, artesanos, actores sociales, entre otros. En una buena proporción son usadas para gestionar

actividades como seguimiento de actividades, ver información de precios, publicar noticias y anotaciones de información de interés, este es una caracterización por parte de los productores. Además, manifiestan que las usan para comunicarse mediante chat y mensajes de voz en buena medida, por medio de WhatsApp, Facebook, twitter, entre otras. Así mismo se debe enfatizar el uso de las Redes de Innovación como base en la gestión agropecuaria, donde engloba a todo el sector rural y a los mismos actores locales, a través de una red de apoyo local caracterizado por las redes de innovación se verían influenciados de una manera elocuente dentro de una gestión administrativa, mejora en su aprendizaje organizacional, competitividad y como instrumento de política pública (Polo et al., 2020).

Los autores del tema en cuestión coinciden con los criterios sobre la importancia del sistema de información cuyas acciones de intervención debe responder en la generación de nuevos conocimientos de los ciudadanos que les permitan basar sus práctica cotidianas con información oportuna basadas en las estrategias comunicacionales y que les consienta encontrar un cambio organizacional (Porez, Trelles & Gonzales, 2018)

La identificación del problema y el diálogo comunitario. Idealmente, conduce a la acción colectiva que puede generar un cambio individual, social o ambos: se necesitan ambos si se quiere conseguir un impacto social sostenido a largo plazo (Informe de la Octava mesa redonda interinstitucional de las Naciones Unidas).

La crisis económica actual, con diferentes matices y problemas está obligando a las empresas en general a usar todos los recursos disponibles que poseen, en ese sentido las organizaciones no son la excepción, deben competir y mantenerse en el mercado para ello se hace necesario lograr solides con sus objetivos y principios que les permita la interrelación con los diferentes entes, por lo que se hace necesario diseñar nuevas estrategias, para dar una adecuada atención a sus clientes, tener un acercamiento a los mercados; esta intuición deberá estar basado en las necesidades, mejoras de sus productos y el análisis de su demanda, entre

otros, con la finalidad de que las personas puedan disfrutar de los servicios que se brinda.

“... el derecho a la información es, por encima de todo, un elemento de ciudadanía. Conciernen ante todo al funcionamiento social de los ciudadanos, no solamente en relación con las autoridades públicas, sino también en cuanto a las relaciones entre ellos y con entidades privadas. El derecho a la información debería incluirse en los artículos sobre derechos civiles de las constituciones junto con los restantes derechos individuales” (Ackerman, Sandoval-Ballesteros).

Conclusiones

La comunicación organizacional consiente las habilidades de los recursos humanos, su perfeccionamiento, progreso y valores en la organización, así como la productividad que generan. Es necesario incentivar su motivación y empoderándoles a ser parte de las tomas de decisiones que se llevan a cabo en la comunidad de Huancas.

El diseño de las organizaciones en los diferentes ámbitos rurales de la región es cumplir con los objetivos, que les permita ser impulsoras de desarrollo a través de la generación de capital social y para ello se hace de mucha importancia la comunicación organizacional, elemento clave que permite el desarrollo de las organizaciones, dinamizando el involucramiento con sus empleados en el desempeño con los mercados que permitan la capitalización de las oportunidades de negocio que se presenten.

Otro factor importante a tener en cuenta fue como no es posible socializar las estrategias, criterios de manera pertinente sobre la planificación de acciones y perspectivas para vincular los aspectos más relevantes en las acciones dentro de la organización, que les permita adquirir habilidades de comunicarse más abiertamente y propiciar algunas actividades educativas relacionadas a sus formas organizacionales.

REFERENCIAS

Ackerman, John M., Irma E. Sandoval-Ballesteros. (s.f.). The Global Explosion of Freedom of Information Laws; 58 Administrative Law Review 85, 2006, cita a Mark Bovens, Information Rights: Citizenship in the Information Society, pág. 89.

Asamblea General de las Naciones Unidas. (2006). Resolución 51/172. Obtenido de <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N97/765/70/PDF/N9776570.pdf?OpenElement>

Cabrera-Vega, Arón Orlando, Pamela Cristina Quijada Farias, Rubén Darío Alania-Contreras. (2020). Comunicación interna en los socios de un mercado de la Sierra Central del Perú. Revista Científica de Ciencias Sociales Socialium. eISSN: 2706-6053. Obtenido de <http://www.revistasocialium/index.php/es>

Castilla, C. . (1999). Implicaciones de las tecnologías de la información en la gestión del sistema empresa (Tesis doctoral). Universidad Complutense. Madrid, España.

Chalen, M. (2018). Análisis sobre el trabajo científico estudiantil. MAPAA. Revista de Ciencias Sociales y Humanísticas ,8 (5), 257-264.

Congreso Mundial sobre la Comunicación para el Desarrollo. (2007). Lecciones, Desafíos y el Camino a Seguir. Banco Mundial, Washington DC, 2007.

DRA-A. (2020). Información Agropecuaria: 2019-2020, Dirección Regional Agraria Amazonas - Dirección de Información Estadística Agraria.

INEI. (2017). Censo de población y vivienda de 2017, del Instituto Nacional de Estadística e informática (INEI) .

Informe de la Octava mesa redonda interinstitucional de las Naciones Unidas. (s.f.). Informe sobre la comunicación para el desarrollo págs. 44–51.

Informe de la Octava mesa redonda interinstitucional de las Naciones Unidas. (s.f.). La comunicación para el desarrollo págs. 44–51. Obtenido de http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/communication_form_development_oslo_c4d_pda_es.pdf

- Maldonado, G., Martínez, M., García, D., Aguilera, L. & González, M. (2010). Investigación Y Ciencia 47, (57-65). Obtenido de <http://www.uaa.mx/investigacion/revista/archivo/revista47/Articulo%207.pdf>
- Mendieta García, Edilberto. (2021). ¿Listos para dar click? Educación rural e internet. UNIVERSCIENCIA. Vol. 19. Núm. 57 (2021): Mayo-Septiembre. ISSN: 1665-6830.
- Mori et al. (2020). Redes de innovación y su influencia en la gestión de información agropecuaria en la región Amazonas. Revista Centro Sur. e-ISSN: 2706-6800. Obtenido de Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.: <https://creativecommons.org/licenses/by-ncsa/4.0/deed.es>
- Naciones Unidas. (2011). Comunicación para el desarrollo en organizaciones seleccionadas de las Naciones Unidas. Apropiación, alineación, armonización, resultados y rendición de cuentas mutua.
- Oliveros, D. & Martínez, G. (2017). Efecto de las TIC sobre la gestión de las empresas hoteleras afiliadas a Cotelco de Bucaramanga Santander, Colombia. Revista EAN, 83, pp 15-30. Obtenido de <https://doi.org/10.21158/01208160.n83.2017.1827>
- ONUSIDA. (2011). Definición de Comunicación para el cambio social de la agencia ONUSIDA aparecida en el Informe de la consulta técnica de ONUSIDA sobre comunicación para el cambio social, pág. 12.
- Patricia de los Ángeles Galán Figueroa, Ronald Mauricio Hernández Gómez, Andrea Isabel Espinoza Cordero. (2019). Revista Tecnológica Ciencia y Tecnología Edwards Deming. Aprendizaje en las redes sociales un enfoque de desarrollo en la comunidad. eISSN 2600 - 2867.
- Polo. et al. (2020). Redes de innovación y su influencia en la gestión de información agropecuaria. Editado por Colloquium ISBN: 978-9942-814-62-3 Primera edición 2020.
- Porez, Trelles & Gonzales. (2018). Información y Comunicación Tecnologías basadas en la formación investigar. Espirales. Revista multidisciplinaria de investigación científica , 4 (33), 55-68.

Romero Chávez, Sandra Auxiliadora; Espinoza Zambrano, Gabriela Jazmín. (2020). Mediación Comunitaria: Un Espacio de Intervención del Trabajador Social en la Comunidad San Pedro de Sosote del cantón Rocafuerte. Revista Científica de Ciencias Sociales Socialium. eISSN: 2706-6053. Obtenido de <http://www.revistasocialium/index.php/es>

Slusarczyk, M. & Morales, N. (2016). Análisis de las estrategias empresariales y de las TIC. Ciencias Vol.5 – N° 1 29 – 46 . p.39.

Soria A. (2003). Las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la formación continua., Madrid, España, Gens, SL. p. 44.

Ventura J. (2009). Análisis estratégico de la empresa. Madrid, España: Clara M^a de la Fuente Rojo.

Vernaza, G.D. & Chamorro, J.G. (2020). Business management: a look from productivity and competitiveness. Espirales. Revista Multidisciplinaria de investigación científica, 4(35), 16-33.

