

Plan de Gestión para el fortalecimiento de la Gestión Humana mediante estrategias de comunicación efectiva en el restaurante MB Steak House de la ciudad de Valledupar

Claudia Melissa García Ortega

José Fernando Beleño Jiménez

Universidad Popular del Cesar

Especialización en Gestión Humana y Desarrollo Organizacional

Docente: Adriana Cristina Acosta Ramos

Valledupar - Cesar

2026

Plan de Gestión para el fortalecimiento de la Gestión Humana mediante estrategias de
comunicación efectivas en el restaurante MB Steak House

Claudia Melissa García Ortega

José Fernando Beleño Jiménez

Facilitador

Adriana Cristina Acosta Ramos

Plan de Gestión para optar al título de especialista en Gestión Humana y Desarrollo
Organizacional

Universidad Popular del Cesar

Seminario de Grado

Tabla de Contenido

Introducción.....	4
Descripción de la empresa.....	5
Descripción del problema.....	8
Objetivos.....	10
Marco Teórico	10
Marco Legal	12
Diseño del plan.....	14
Conclusiones.....	18
Recomendaciones.....	19
Referencias.....	20
Anexos.....	26

1. Introducción

La gestión humana es un eje fundamental para el fortalecimiento institucional, la calidad del talento humano y la prestación de un servicio de calidad, en especial, en el competitivo sector gastronómico donde se debe garantizar la excelencia en el servicio para la sostenibilidad de los establecimientos. En este contexto, el presente estudio tiene como propósito realizar un plan de gestión organizacional del restaurante MB Steak House, ubicado en la ciudad de Valledupar, Cesar, cabe resaltar que se realizó un diagnóstico anteriormente para conocer la principal problemática que existe allí, siguiente a esto se busca crear e implementar estrategias de comunicación efectiva que fortalezcan la eficiencia operativa y la gestión del recurso humano.

En este sentido, al realizar el diagnóstico organizacional se estableció una herramienta de gestión que permitió evaluar de manera integral el funcionamiento de esa organización, descubriendo las fortalezas, debilidades y aspectos críticos que influyen en su desempeño. Para esto, se implementó la técnica del Árbol de Problemas, metodología de análisis que facilita la comprensión de las causas y efectos de los escenarios que afectan el rendimiento organizacional, ofreciendo una visión estructurada y participativa del entorno institucional.

Asimismo, la aplicación de esta metodología permitió obtener información relevante sobre la coordinación entre las distintas áreas del restaurante, la distribución de funciones y la efectividad de los procesos internos. Gracias a lo anterior fue posible forjar una visión integral del funcionamiento del establecimiento y diseñar un plan de gestión donde se

evidencien las distintas estrategias orientadas a la mejora continua, la optimización de recursos y el fortalecimiento de la gestión administrativa.

De este modo, el presente informe, se convierte en un instrumento de apoyo para la gerencia del restaurante MB Steak House, al suministrar un análisis técnico y plan de gestión.

2. Identificación de la empresa

MB Steak House es un restaurante especializado en carnes de alta calidad, reconocida por su ambiente acogedor, ubicado en la Carrera 9 #No. 8-30, Valledupar, Cesar, una zona estratégica de la ciudad, su propuesta se apoya en productos selectos y un equipo humano profesional y comprometido. La siguiente plataforma estratégica recoge y organiza la identidad, oportunidades y acciones que permitirá a MB consolidarse como referente local en carnes premium, optimizar su operación y cultivar relaciones duraderas con los clientes y proveedores.

Misión

En MB Steak House brindamos una experiencia gastronómica única, basada en la combinación de productos de primera calidad y técnicas culinarias cuidadas con un ambiente que invita a celebrar y compartir. Nuestro propósito es que cada visita supere expectativas, generando satisfacción, fidelidad y recomendaciones sostenibles en el tiempo.

Visión

Buscamos que en 2027, consolidarnos como referentes regionales en restaurantes de carnes premium, reconocidos por la calidad de nuestros insumos, la consistencia culinaria, la excelencia en el servicio y una propuesta de valor emocional que convierta a MB Steak House en la primera opción para celebraciones, reuniones de negocios y experiencias gastronómicas memorables.

Valores corporativos

- Calidad. Garantizamos productos frescos y cuidadosamente seleccionados.
- Pasión por el servicio. Nos esforzamos por superar las expectativas de cada cliente.
- Compromiso. Cada integrante del equipo contribuye al éxito con responsabilidad y entrega.
- Trabajo en equipo. Valoramos la colaboración como pilar del buen servicio.
- Honestidad. Actuamos con transparencia en todas nuestras relaciones.
- Innovación. Buscamos constantemente nuevas formas de mejorar la experiencia gastronómica.

Principios corporativos

- Respeto por el cliente y sus preferencias
- Orientación a la mejora continua

- Hospitalidad con sello de identidad
- Responsabilidad social con la comunidad y el entorno

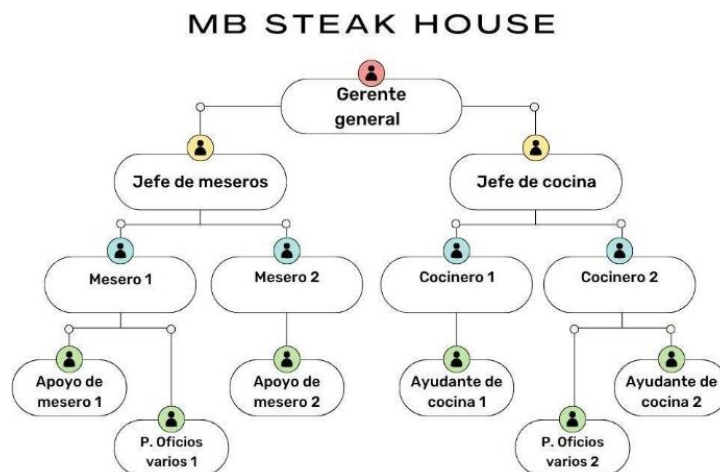
Políticas de calidad

En MB Steak House estamos comprometidos con ofrecer carnes de excelente calidad y un servicio personalizado en un ambiente cálido y seguro, nuestra prioridad es garantizar la satisfacción del cliente a través de la mejora continua de nuestros procesos, el desarrollo de nuestro talento humano. De esta manera, aseguramos experiencias gastronómicas excepcionales y relaciones sostenibles a largo plazo.

Objetivos estratégicos

- Mantener un estándar superior en nuestros productos y servicios, asegurando una experiencia gastronómica de primer nivel para cada cliente.
- Brindar una atención cálida, personalizada y memorable que fomente la lealtad y preferencia hacia MB Steak House.
- Promover programas de capacitación y crecimiento continuo que fortalezcan las competencias y el compromiso de nuestro equipo de trabajo.
- Consolidar a MB Steak House como líder en carnes premium, destacándose por la calidad, la innovación y experiencia ofrecida.
- Implementar prácticas responsables en el manejo de recursos e insumos, contribuyendo al cuidado del medio ambiente y a la eficiencia operativa.

Figura 1



La plataforma estratégica de MB Steak House establece una ruta clara para consolidar su identidad como restaurante especializado en carnes de primera calidad, garantizando coherencia entre su misión, visión, valores y objetivos al poner en el centro la calidad de los productos, la excelencia en el servicio y el compromiso del talento humano asegura una propuesta de valor diferenciada en el mercado.

3. Identificación del problema

Normalmente, en el ámbito del sector gastronómico, el talento humano constituye uno de los principales factores para el éxito de toda organización, siendo la calidad del servicio y la atención al cliente una ventaja competitiva. La comunicación afectiva es clave para la coherencia operativa, la calidad del servicio y la satisfacción tanto del cliente como del personal. En MB Steak House, como en muchos establecimientos del sector, conviven equipos de sala, cocina y apoyo que operan en condiciones de alta presión teniendo en cuenta que conviven la mayor parte de su tiempo.

El problema central en el plan de gestión radica principalmente en la debilidad de gestión humana en el restaurante MB Steak House, desde el año 2023 se deriva una comunicación ineficaz en el equipo de trabajo, fenómeno que pudo evidenciarse en el árbol de problema, instrumento principal de recolección y análisis de datos, en la cual nos mostró las causas y efectos del problema central de nuestro plan de gestión.

Esta problemática afecta directamente a diferentes grupos claves dentro y fuera de la organización, como por ejemplo a empleados operativos como meseros, cocineros y personal de apoyo, causando la desmotivación, bajo rendimiento y conflictos entre compañeros. Como también afectando a jefes y propietarios. Otros de los afectados directos son los clientes, quienes son los que reciben un mal servicio, ineficiente, con demoras, afectando la recomendación y su fidelidad. Así como no se cuida la relación de trabajador y cliente, del mismo modo se puede interrumpir la conexión entre el restaurante con proveedores por la descoordinación interna del restaurante.

Este plan de gestión es altamente relevante porque impacta directamente en la sostenibilidad y competitividad del negocio en un sector tan grande como lo es la gastronomía en la ciudad de Valledupar, porque la buena gestión humana en una organización garantiza el éxito convirtiéndose en una ventaja competitiva llevando a la organización al sostenimiento, estabilidad, crecimiento y posicionamiento de MB STEAK HOUSE no solo en la ciudad de Valledupar sino en Colombia.

4. Objetivos del plan

Diseñar un plan de gestión orientado a fortalecer la comunicación efectiva en el restaurante MB Steak House de Valledupar.

5. Objetivos específicos

- Establecer estrategias de comunicación efectiva que favorezcan las relaciones entre el personal del restaurante MB Steak House.
- Fortalecer el trabajo en equipo mediante actividades que fomenten la cooperación, inclusión y el cumplimiento de objetivos compartidos en el restaurante MB Steak House.
- Promover la motivación a través de actividades dinámicas que estimulen la participación del personal de MB Steak House.

6. Marco teórico

La comunicación efectiva es uno de los factores claves dentro de cualquier organización, porque permite que las personas en este caso los trabajadores transmitan y comprendan la información de una manera más clara, logrando así, reducir errores, mejorar la coordinación del trabajo y que entre los trabajadores del restaurante se fortalezca la relación laboral, dándole un ambiente próspero a la organización. En ese sentido, García (1997) señala que la comunicación es un proceso de interacción continua entre dos o más personas mediante símbolos, con el fin de influir en pensamientos, sentimientos o acciones. Quiere

decir que la comunicación efectiva no solo evita malos entendidos, conflictos y demás, sino que facilita el logro de los objetivos dentro de la empresa. De forma complementaria, González (1997) explica que la comunicación efectiva ocurre cuando el mensaje llega al receptor de manera comprensible, sin confusión ni dudas.

A partir de esta idea, puede entenderse que comunicar no consiste solo en hablar o transmitir datos, sino en lograr que el otro comprenda realmente lo que se desea expresar, influyendo directamente en la motivación, la confianza entre compañeros y la creación de lazos significativos en el ámbito laboral. Además, Romero, Monzan y Hernández (2014) indican que la comunicación en las organizaciones favorece la integración del talento humano, impulsa cambios positivos en la conducta y ayuda al cumplimiento de metas. Por eso el objetivo de esta investigación se centra en esta variable tan importante, creando diferentes estrategias dentro de un plan de gestión, donde incluyan aspectos valiosos como la escucha activa, espacios de diálogo, entre otros.

De acuerdo a lo anterior dicho, el plan de gestión funciona como una guía que orienta las acciones de la empresa para alcanzar sus objetivos. Este funciona por etapas, donde se establecen horarios, tipo de actividades según los objetivos que se quiere lograr con el plan, distribuir responsabilidades y utilizar los recursos que sean posibles. Desde la perspectiva estratégica de un plan de gestión, este tipo de estrategia organizacional facilitan la estructuración de procesos, la asignación de responsabilidades y el uso eficiente de los recursos disponibles, lo que favorece el desarrollo ordenado de la organización (QuestionPro, 2018; Praxis Framework, s. f.). En ese marco, las estrategias y actividades

no deben verse como acciones aisladas, sino como parte de un proceso organizado que busca resultados concretos.

También es importante señalar que el plan de gestión y la comunicación efectiva se relacionan entre sí. Mientras la comunicación permite que la información llegue de manera adecuada a todos los miembros de la organización, el plan de gestión establece cómo deben ejecutarse las acciones para que el trabajo sea consecuente con los objetivos, como también influirá de manera directa en la retención y el compromiso del trabajador.

7. Marco Legal

El presente plan de gestión se fundamenta en un marco legal conformado por un conjunto de reglamentaciones jurídicas que controlan y vigilan la actividad empresarial y las relaciones laborales del restaurante de MB Steak House, y la protección de la información que circula en la organización. Estas regulaciones son cruciales para la creación y el desarrollo de un plan de gestión que esté orientado a la mejora de la comunicación efectiva, teniendo en cuenta las obligaciones que se rigen dentro de la organización y en la prestación del servicio. Por ende, la comunicación no es solo un proceso, sino que es un factor crucial para la implementación normativa en el restaurante MB Steak House.

Inicialmente, el Código Sustantivo del Trabajo (CST) verifica la regulación de la de las condiciones laborales, especialmente la relación interna y busca garantizar que todos los trabajadores del restaurante MB Steak House conozcan todas las normas que regulan su desempeño dentro de la organización. De esta manera, la comunicación de los deberes y responsabilidades de los integrantes del restaurante constituye la manera de cómo se

cumplen las funciones y prevención de los conflictos laborales. De esta manera, en la organización la comunicación efectiva resulta ser un mecanismo que contribuye en la relación laboral y la organización del trabajo.

Asimismo, se establece la Ley 1480 de 2011 del Estatuto del Consumidor, que dispone toda información veraz, suficiente, clara y oportuna, relacionada con bienes y servicios que son ofrecidos a todos los consumidores. En MB Steak House, esta ley resulta pertinente, ya que la comunicación efectiva con los clientes tiene que garantizar una transparencia con los precios comerciales, condiciones del servicio y características y calidad de los productos. De esta manera, una comunicación efectiva optimiza y mejora la relación con el cliente, permitiendo que el restaurante actúe conforme con la normatividad.

De igual forma, el Decreto 1072 de 2015 y el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST) controlan que los trabajadores reciban claramente toda información y capacitación sobre todos los tipos de riesgos laborales y medidas de seguridad en el proceso de manipulación de los alimentos. En este caso, el restaurante MB Steak House requiere que exista una comunicación efectiva de este decreto, garantizando que todos los integrantes conozcan y cumplan los protocolos de este.

Por otro lado, la Ley 9 de 1979 y la Resolución 2674 de 2013 del Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia establecen regulaciones de las condiciones sanitarias de las empresas, específicamente con la manipulación de alimentos. En MB Steak House es pertinente una comunicación efectiva donde se logre transmitir instrucciones sobre higiene, almacenamiento, preparación de los alimentos y limpieza en todas las instalaciones.

Seguidamente, la Resolución 2674 de 2013 de INVIMA como entidad encargada de ejercer vigilancia sobre la calidad e inocuidad de los alimentos, dentro del marco legal, resulta pertinente en MB Steak House para mantener todos los procesos bien organizados y comunicados, donde se informen los requisitos sanitarios y la protección de la salud de todos los consumidores.

8. Diseño del plan

Tema	Subtema	Objetivo	Estrategia	Procedimiento	Materiales
Comunicación efectiva	¿Como trabajamos esa comunicación efectiva?	Establecer estrategias de comunicación efectiva que favorezcan las relaciones entre el personal del restaurante MB steak house	Juntas semanales	Reunir al personal de trabajo el primer día de la semana en una hora exacta, compartir información acerca de los turnos de trabajo y resolver dudas, aclarar funciones	Lista de asistencia, marcadores, cartulinas, celulares
Comunicación efectiva	Canal de comunicaciones interna	Centralizar la información exclusiva del restaurante por medio de un	Grupos de WhatsApp, para temas laborales	Crear un grupo donde estén todo el equipo de trabajo del restaurante, fijar horarios, turnos, actividades especiales, reservas, líderes de reserva,	celulares, internet

grupo de nombrar un administrador del
 WhatsApp, con grupo y socializar los eventos
 accesibilidad que hayan en el día para tener
 para todos un orden y mejor eficacia para
 el trabajo

Comunicación efectiva	Carteleros informativos	Garantizar que toda información relevante sea visible por todo el personal de trabajo de Mb steak house	Diseñar carteleros con anuncios relevantes y hacerlas ver en partes estratégicas y visibles del restaurante	Publicar en las carteleros si hay reservas en la semana, si hay cumpleaños de alguno de los trabajadores, reconocimientos, entre otras informaciones importantes y asignar el responsable de esa tarea.	carteleros, marcadores, cintas adhesivas
-----------------------	-------------------------	---	---	---	--

Motivación	Valoremos nuestro trabajo	Crear espacios entre dos o tres semanas donde participen trabajadores y	Reuniones periódicas	Definir los días, escoger a un responsable, escoger ejemplos concretos, Instruir en las conductas encontradas, compartir ideas de mejora,	Tablero, marcadores, celulares, computador
------------	---------------------------	---	----------------------	---	--

personal de
talento humano
con el fin de
identificar
logros, errores,
dificultades y
planes de
mejora

cerrar con acuerdos, acordar
siguiente fecha para el feedback

Motivación	Reconocimiento grupal	Promover el trabajo en equipo por medio de espacios donde los trabajadores reconozcan el esfuerzo de sus compañeros y destaquen sus cualidades	Encuentros un sábado del mes	Primero romper el hielo con dinámicas que fortalezcan la confianza para crear un espacio laboral agradable y llevar a cabo los objetivos	Papel, lápices, celular, diplomas de reconocimiento, stickers
Trabajo en equipo	Recreación	Crear espacios de recreación donde se	Pausas activas, actividades	Planear la actividad recreativa	Globos, pastel, marcadores,

		promueva el trabajo en equipo y la importancia en el ámbito organizacional	de integración y bienestar	requerir la participación de todos buscar el espacio ideal para la actividad evaluar el impacto que tiene en el comportamiento de los trabajadores.	papeles, música, refrigerios
Evaluación y seguimiento	Indicadores de mejora	Aplicar indicadores de seguimiento antes y después del plan de gestión con el fin de comparar las variables de trabajo	Aplicar encuestas de satisfacción , cuestionari os tipo Likert,	Aplicar encuestas antes de empezar con el plan y después, para comparar resultados y ver qué cambio, que puede seguir mejorando en relación con la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la motivación en los trabajadores de Mb	Encuestas, cuestionarios, celulares, internet, marcadores

9. Conclusiones

Es importante destacar la importancia de este plan de gestión para cualquier organización, sea grande o pequeña, un plan estructurado y con la finalidad de potenciar un equipo de

trabajo desde los componentes más valiosos en el ámbito organizacional como lo son la comunicación efectiva; siendo este la base para construir relaciones laborales estables y sanas, como también lograr que se cumplan los procesos de manera conjunta. En el caso del restaurante MB steak house, gracias a un diagnóstico, se pudo evidenciar la falta de comunicación efectiva entre el personal de trabajo llevándolo a un nivel alarmante, originando consecuencias fatales para el restaurante, aunque no fueran visibles directamente, a medida que pasa el tiempo, los resultados arrojan todas estas problemáticas. Por ejemplo, la rotación de personal constante, conflictos entre compañeros, desmotivación y bajo rendimiento.

Es por eso, que este plan de gestión no solo se centró en identificar el problema, diagnosticar y crear ideas posibles para mejorar, sino más bien en crear esas estrategias de trabajo que pudiesen ser posibles adaptarlas y aplicarlas a la realidad del restaurante Mb steak house. Actividades dinámicas, espacios de conocimiento, retroalimentación, talleres, integraciones, exactamente pensadas en potenciar al personal de trabajo, buscando motivarlos, incentivar y llenar de conocimiento valioso para su calidad de vida laboral. Por otro lado, se comprendió que el trabajo en equipo va de la mano con variables como la motivación y la comunicación. Los resultados de un trabajo en equipo que se siente valorado, reconocido, respetado son evidenciados en la atención que se le brinda al cliente, en el ambiente laboral y por supuesto en la estabilidad emocional del trabajador.

No solo va a fortalecer un equipo de trabajo sino la organización completa, llevando a ser MB steak house a posicionarse en el mercado gastronómico como uno de los mejores restaurantes de la ciudad, no solo por la calidad de sus productos sino por la atención y el

ambiente del lugar. Finalmente se puede concluir que invertir en la gestión humana es apostar en el futuro del restaurante; confiando en el potencial de MB steak house para ser un lugar donde todos deseen ser parte, todo esto gracias al talento humano que la conforma.

10. Recomendaciones

Inicialmente, se propone que la alta dirección del restaurante se comprometa a aportar constantemente con el plan de gestión, dándole la importancia que requiere para que el proceso sea más efectivo. Cuando la gerencia tiene participación en las actividades que se realizan en la organización, no solo dan ejemplo, sino que el equipo de trabajo se motiva. Ellos deben ver los cambios desde el componente más fundamental.

Así mismo, es fundamental que las estrategias que han sido planteadas en este plan sean aplicadas en el tiempo correspondiente y que eventuales se realicen jornadas para socializar y crear una cultura organizacional que va mejorando con el tiempo hasta lograr ser una empresa con un talento humano y personal fuerte.

Se sugiere estar atentos a los resultados que se obtengan en las encuestas de evaluación, ya que gracias a estas se podrá identificar si realmente este plan de gestión está funcionando positivamente y qué otros aspectos pueden mejorar o ajustarse para el bienestar del restaurante MB steak house. Siguiendo esto se sugiere fortalecer los canales de comunicación digital como grupos de WhatsApp para asegurar que cualquier información llegue a todos los trabajadores incluyendo jefes, usándolos de manera correcta y estrictamente para temas laborales.

Por último, se incentiva a la organización a seguir invirtiendo en capacitaciones para el personal, no solo sobre comunicación efectiva, sino también en la importancia de la fidelización y retención del cliente, manejo de redes sociales, entre otros temas relevantes que impulse al bienestar e innovación para crear experiencias inolvidables al llegar a MB steak house.

10. Referencias

Ministerio de Trabajo. (2019). Resolución 0312 de 2019: Por la cual se definen los estándares mínimos del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo SG-SST. Gobierno de Colombia. Recuperado de

<https://www.mintrabajo.gov.co/documents/20147/59995826/Resolucion+0312-2019-+Estandares+minimos+del+Sistema+de+la+Seguridad+y+Salud.pdf>

Código Sustantivo del Trabajo. (1950). Recuperado de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=199983>

Ley 1480 de 2011. Estatuto del Consumidor. Recuperado de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Romero, Y. M. Q., Monzan, F. M. M., & Hernández, Y. D. C. T. (2014).

Comunicación efectiva y desempeño laboral en Educación Básica. *Negotium*, 9(27),

22-33. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78230409001.pdf>

Congreso de Colombia. (2011). Ley 1480 de 2011: Estatuto del Consumidor. Diario Oficial de Colombia. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

Congreso de Colombia. (1950). Código Sustantivo del Trabajo. Diario Oficial de Colombia. Recuperado de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=33104>

Ministerio del Trabajo. (2015). Decreto 1072 de 2015: Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo. Gobierno de Colombia. Recuperado de <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo>

Ministerio del Trabajo. (s.f.). Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST). Gobierno de Colombia. Recuperado de <https://www.mintrabajo.gov.co/relaciones-laborales/riesgos-laborales/sistema-de-gestion-de-seguridad-y-salud-en-el-trabajo>

Congreso de Colombia. (1979). Ley 9 de 1979: Código Sanitario Nacional. Diario Oficial de Colombia. Recuperado de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=1177>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2013). Resolución 2674 de 2013: Por la cual se reglamenta el artículo 126 del Decreto Ley 019 de 2012. Gobierno de Colombia. Recuperado de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>

Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA). (2013). Resolución 2674 de 2013 sobre requisitos sanitarios para alimentos. Gobierno de Colombia. Recuperado de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/resolucion-2674-de-2013.pdf>

Constitución Política de Colombia de 1991 (1991). Gaceta Constitucional Colombia. Recuperado de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=4125>

González-Vega, A. M., Salazar, A. L., & Ramírez, J. M. (2023). La ética en la Investigación. Recuperado de https://ciaiq.ludomedia.org/wp-content/uploads/2023/05/CIAIQ2023_Painel8_ES_La_Etica_en_la_Investigacion_Cualitativa_Varios_Final.pdf

Cualitativa. Una reflexión desde los estudios organizacionales. *New Trends in Qualitative Research*, 17, e808-e808. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/374836911_LA_ETICA_EN_LA_INVESTIGACION_CUALITATIVA_UNA_REFLEXION_DESDE_LOS_ESTUDIOS_ORGANIZACIONALES

Piedra-Mayorga, V. M., Granillo Macias, R., González-Romero , R. E. ., Rodriguez-Moreno, R. ., & Vázquez-Alamilla, M. A. (2022). La comunicación organizacional: Un factor para elevar la productividad en las organizaciones. *Ingenio Y Conciencia Boletín Científico De La Escuela Superior Ciudad Sahagún*, 9(17), 23–29.

Recuperado de <https://doi.org/10.29057/escs.v9i17.7886>

Ministerio de Salud y Protección Social (1993). Resolución 8430 de 1993. Por la cual se establecen las normas científicas, técnicas y administrativas para la investigación en salud. Colombia. Recuperado de <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/lists/bibliotecadigital/ride/de/dij/resolucion-8430-de-1993.pdf>

De Castro, A. (2014) Comunicación Organizacional, Técnicas y Estrategias. Editorial Universidad del Norte. Barranquilla, Colombia. Recuperado de https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=WyKVBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=comunicacion+organizacional+&ots=efrHTUD5NX&sig=pDVmFQQrr5XKcy-0YljbiWTlxPM&redir_esc=y#v=onepage&q=comunicacion%20organizacional&f=false

García, C. G. (1997). La comunicación efectiva. Ediciones Fiscales ISEF.

Recuperado de

https://books.google.com.co/books?id=zsRmkxpi0wsC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

González, C. (1997). La comunicación efectiva. Recuperado el 1 de mayo de 2019.

Recuperado de

https://www.researchgate.net/publication/356814831_LA_COMUNICACION_EFECTIVA/link/61ae5473c11c10383694545c/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19

Romero, Y. M. Q., Monzan, F. M. M., & Hernández, Y. D. C. T. (2014).

Comunicación efectiva y desempeño laboral en Educación Básica. *Negotium*, 9(27), 22-33. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78230409001.pdf>

Praxis Framework. (s. f.). Plan de gestión de la organización. Recuperado de

<https://www.praxisframework.org/es/method/organisation-management-plan>

IEBS School. (2022). Qué es y cómo elaborar un plan de comunicación empresarial.

Recuperado de <https://www.iebschool.com/hub/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/>

Ortega M, Bueno, A. (2021) Gestión de operaciones para la mejora continua en

Organizaciones. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA* Año VI. Vol VI.

Nº12. Julio – Diciembre. 2021 Recuperado de

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8011450>

Guadalupe, M. (2024) Plan de acción para mejorar la comunicación efectiva entre los miembros de una institución educativa de Lima. Universidad San Ignacio de Loyola.

Recuperado de

<https://metaflip.metabiblioteca.com/?pdf=https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/4f6d07e2-b7b4-4c99-ade1-77a69e86fe7c/content?authentication-token=null>

11. Anexos

