

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2396>

## **Comunicación interna en las organizaciones: factores que revelan la difusión de la información, la sostenibilidad social, satisfacción y la productividad**

Internal communication in organizations: factors that reveal the dissemination of information, social sustainability, satisfaction and productivity

**Liliana del Ángel Cortés**

langel@docentes.uat.edu.mx  
<https://orcid.org/0000-0002-8271-6891>  
Universidad Autónoma de Tamaulipas  
Tamaulipas – México

**Gabriela Clemente Martínez**

gclement@docentes.uat.edu.mx  
<https://orcid.org/0000-0002-4641-0721>  
Universidad Autónoma de Tamaulipas  
Tamaulipas – México

**José Alfredo Torres Grimaldo**

atorres@docentes.uat.edu.mx  
<https://orcid.org/0000-0002-0578-7805>  
Universidad Autónoma de Tamaulipas  
Tamaulipas – México

**Maria Eugenia Calvillo Villicaña**

mcalvillo@docentes.uat.edu.mx  
<https://orcid.org/0000-0002-6510-4965>  
Universidad Autónoma de Tamaulipas  
Tamaulipas – México

Artículo recibido: 04 de julio de 2024. Aceptado para publicación: 18 de julio de 2024.  
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

### **Resumen**

La información que se presenta es el resultado de la valoración de la divulgación que diversos autores han realizado respecto de la situación que guarda la cantidad y la calidad de la información que circula en el entorno organizacional y si esta es un factor para propiciar la toma de conciencia de los trabajadores respecto de la sostenibilidad, satisfacción y la productividad. La comunicación se entiende como un proceso en el que diversos actores interactúan a través de diferentes canales en este sentido al interior de la organización, por lo que se entiende como un suceso que de forma natural se gesta en toda organización, sin distinción de su naturaleza o tamaño por lo que es un proceso social de vital importancia; esto hace considerar que no es posible a una organización sin ese cúmulo de mensajes entre los actores internos y el público externo.


*Palabras clave:* comunicación, organización, información, sostenibilidad

### **Abstract**

The information that is brought together here is the result of the assessment of the disclosure that

various authors have made regarding the situation regarding the quantity and quality of the information that circulates in the internal work environment and whether this is a conduit for promote workers' awareness regarding sustainability, satisfaction and productivity in addition to warning of the challenge that companies face in promoting these three aspects. The starting point is then to define communication as a process in which various actors come into contact to interact through different media and channels in this sense within the organization, which is why it is extrapolated and understood as an event that It naturally develops in every organization, company, work group, regardless of its nature or size, which is why it is a vitally important social process that frames what happens there; This suggests that an organization is not possible without this accumulation of messages between internal actors and the external public. Nowadays, it is worth highlighting in a substantive way the importance of the communication process in organizations because it incorporates several categories that cannot be disconnected, such as direct communication or through written, audiovisual and electronic channels; verbal and non-verbal communication; also the interpersonal, intragroup, intergroup, institutional.

*Keywords:* communication, organization, information, sustainability

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons . 

Cómo citar: Cortés, L. del Ángel, Martínez, G. C., Torres Grimaldo, J. A., & Calvillo Villicaña, M. E. (2024). Comunicación interna en las organizaciones: factores que revelan la difusión de la información, la sostenibilidad social, satisfacción y la productividad. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 5 (4), 2095 – 2103. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i4.2396>

## **INTRODUCCIÓN**

Si se advierte a la comunicación como sistema se distingue que, en una relación laboral, el recurso humano se comunica entre sí cara a cara, están interrelacionados y son interdependientes, además de emplear medios para llevar a cabo el intercambio y a los que se puede catalogar de la misma manera, en un proceso complejo.

De esta forma, es relevante agregar que la comunicación al implicar una interdependencia compromete a todos los actores a unos más a otros menos, esto de acuerdo con el nivel jerárquico de su cargo o por la confidencialidad de la información vinculada a sus funciones esto confluye en poner en práctica habilidades de comunicación como prioridad para estar en equilibrio con los cambios y demandas del entorno en el que se encuentran posicionadas. Vale decir que, la comunicación organizacional es parte de la cultura dado que tanto al interior como con los públicos externos a esta se comparten significados que generan referentes comunes que se vinculan con el comportamiento, políticas, normas, imagen, identidad, tecnología entre otros detalles, (Fernández, 2009).

De lo anterior se derivan los factores de la comunicación interna contemplados en éste, tales como: la recepción de información de otros, el envío de información a otros, el seguimiento de la información enviada, las fuentes de Información, las relaciones de comunicación organizacional, los resultados organizacionales y los canales de información por lo que se consideró como parte de un supuesto inicial que, a través de la comunicación interna, las organizaciones promueven (o deberían) acciones para estimular gradualmente la toma de conciencia entre todos los colaboradores de los diferentes niveles jerárquicos incluyendo la sustentabilidad social y el medioambiente, (Romo, 2008).

### **Comunicación organizacional: interna y externa**

En el marco de la comunicación organizacional se distinguen la comunicación interna y la externa; la primera es una herramienta para los que se encargan de tomar decisiones ya que es a partir de lo que acontece al interior de la organización lo que incentiva a los empleados a experimentar e ir adquiriendo una cultura corporativa y desarrollar el sentimiento de pertenencia que supone el logro de una significativa competitividad, la preservación y cuidado del recurso humano, es decir, en la medida que un trabajador conozca hacia dónde se dirige la empresa, que quiere lograr y vivencie la filosofía institucional: visión, misión, valores, se construye un puente de comunicación entre los colaboradores caracterizada por la eficacia en todas direcciones. La segunda se trata de la comunicación externa que se lleva a efecto con los públicos que no corresponden a la organización, sin embargo, conocen a lo que se dedica la empresa, para qué y para quién trabaja; a través de esta la organización se da a conocer para que la sociedad la valore y de ser posible la apruebe, (de Comunicación FEAPS, R., 2012).

La comunicación interna es una actividad que le da sentido a la organización, no se puede menospreciar su importancia debido a que a partir del ejercicio de ésta es que se llega a resultados y por tanto el reto que envuelve en la actualidad es toda una expectativa debido a que a través de las acciones coordinadas se entrelazan procesos y orientan conductas de esta forma se van erigiendo y afianzando los valores institucionales, la confianza y la fidelidad compartida por todos los miembros en la empresa por lo que incorpora al público interno a través del uso de diferentes programas de comunicación con base en medios y canales según sea su naturaleza pero que lo que realice sea parte de una estrategia planeada que tenga como propósito el integrar, orientar y promover a la acción de acuerdo con el plan de tal manera que al incentivar, motive al equipo humano.

Otro de los aspectos fundamentales de la comunicación interna corresponde a la administración del flujo de la información que refuerce las relaciones humanas en las diferentes áreas laborales y en los diferentes direcciones: vertical descendente, ascendente, horizontal, entre otras, generando un clima laboral pertinente, evitando malentendidos que pongan en riesgo el logro de los objetivos

organizacionales y en contrapartida que la divulgación sea la que permite que se cumplan los planes y estrategias previamente emanadas de la estrategia global de la institución para apuntalar su proyecto organizativo, (Oyarvide, Reyes y Montaña 2017). Por consiguiente, los medios a través de los que fluya la información están dirigidos a los públicos relacionados con la organización; en el ámbito interno se agrupa a los trabajadores, directivos, proveedores, sindicatos y en el externo, se contemplan los clientes, comunidades, instituciones estatales, ONG's, empresas de otros sectores. La comunicación interna se complementa y será efectiva al apegarse a la estrategia que incluya a la externa, ya que la primera es el cimiento de las acciones externas, (Magno, 2014). Además, la comunicación organizacional interna debe facilitar la interacción al ser la base de los procesos administrativos, así como el promover el intercambio de información eficiente que confluyen en la edificación de la cultura corporativa en congruencia con los objetivos de la dirección, por este motivo y otros de gran relevancia es que las organizaciones deben aplicarse en el diseño y aplicación de un plan de comunicación interna que incluya las pautas que permiten solventar las situaciones que a partir del diálogo puedan solventar, (Cano, Luna y Dávila, 2014).

### **Factores de la comunicación interna**

Para efectos de este trabajo, los factores de la comunicación interna corresponden a las acciones que realizan los trabajadores de manera cotidiana al interior de la organización tales como en el envío, recepción y seguimiento de información a sus pares, jefes, subalternos, entre otros actores internos; además, las fuentes y canales de información, las relaciones de comunicación organizacional, los resultados organizacionales. Esto supone que la calidad y cantidad de información que se recibe en el trabajo contribuye con la vivencia de la sostenibilidad, satisfacción y la productividad que un empleado desempeña, multiplica y que se fomenta por las empresas

### **La información en la organización**

En la organización se ha caracterizado a la información como un recurso que puede aprovecharse paralelamente, en ningún caso se deteriora con el uso y con lo ya informado se pueden desencadenar más datos. La finalidad de la información implica al mensaje, por tal motivo la calidad de la información debe ser tal que permita tomar decisiones por lo que esta debe estar accesible para el momento que sea necesaria; debe ser confiable, a lo que hoy en día se le denomina transparente, debe ser transmitida por el canal más pertinente para lograr el objetivo por el que se emite dicho mensaje; debe ser pertinente o bien útil y además relevante por el significado que tenga en la situación que se esté resolviendo por los usuarios al interior de la empresa y otro factor es su temporalidad ya que en algunos casos los datos que se consulten pueden ser no vigentes.

El recurso de la información en las organizaciones es crucial; supone una forma de minimizar la incertidumbre, es una base que permite decidir por lo que es necesario que se le considere como otro recurso de los catalogados como importantes por la organización. Los datos que se generan por los miembros de la organización admiten una secretaría, pero también debe estar accesible para el momento que otros miembros que no la generaron y la ocupen pueden disponer de esta.

El mensaje se transmite en la organización a través de los interlocutores que quizá sean muchos con diferentes jerarquías, esto significa que reciben y envían información determinando sus estrategias de acuerdo con su discernimiento. Por otro lado, los tipos de comunicación empleadas que en este caso se tomó en cuenta a la horizontal y vertical descendiente, que suponen una interacción en la que existe reciprocidad, por tanto, exactitud y menor riesgo de malentendidos y retraso en los mensajes, sin embargo, con el riesgo de los canales empleados para la transmisión de la información y la decisión de los directivos que podrían ser una limitante para el acceso a esta.

Las redes de comunicación empleadas de varias maneras que se encuentran vinculadas con los contenidos diversos de los mensajes de acuerdo con las tareas, necesidades, deben ser pertinentes con base en lo que se puede o debe intercambiar, con quien y cuando, para lograr los objetivos de la organización, de este modo se conseguirá que la información se distorsione en la interacción, esto es motivo del análisis crítico de la información disponible con el propósito de optimizar recursos que provee la información y atenuar el rumor, (Arrubias, 2000).

La transmisión de la información en una organización supone la existencia de un proceso de comunicación previamente planeado que involucra la gestión y evaluación de los canales, redes y flujo de la información con relación al público interno y externo en donde no se pierda de vista el cumplimiento el propósito de la organización, (Cano, Luna y Dávila, 2014).

### **Las fuentes y canales de información**

En la actualidad es de capital importancia por parte de las organizaciones el conocer la situación que guardan muchos aspectos, pero sobre todo en el tema de la información, es decir, de dónde proviene, la cantidad y calidad de datos que se comparten a quién y qué valor tiene. La información en el pasado provenía fuentes cara a cara, la que se divulgaba a través de reuniones de trabajo que resultaban en una gran inversión de tiempo y se corría el riesgo perderse entre la abundancia de los mensajes, haciéndose necesario tomar notas

El quehacer del investigador será el de observar, indagar, preguntar y una vez que se selecciona un caso, se dedica a averiguar y cuestionar, a partir de esto tendrá la oportunidad de identificar características similares o diferentes a otras situaciones y demostrar cómo dicha caracterización impacta de una manera u otra al manejo de la comunicación interna de los integrantes de las organizaciones con atributos similares. A través de este estudio se espera conocer si las prácticas comunicativas en la organización son satisfactorias de acuerdo con lo previo. (Escobedo, 2018).

### **METODOLOGÍA**

La metodología consistió en realizar una revisión documental al respecto al tema de comunicación interna y lo que se considera factores de la comunicación interna, para posteriormente aplicar algunos cuestionamientos a manera de sondeo a los trabajadores de las empresas estudiadas en la zona metropolitana del sur de Tamaulipas, para contrastar con lo que realmente ocurre en materia de la comunicación interna y los factores que pudieran afectar la interacción y difusión de información en donde se pueda advertir la sostenibilidad social que garantice que los trabajadores tengan acceso a los recursos en este caso de información que les permitan desarrollarse en sus labores y se promueva la igualdad de oportunidades, la eliminación de parcialidades, pugnar por la equidad, satisfacción y la productividad y con el resultado mejorar la herramienta para recopilar datos para diagnosticar el estado de la comunicación interna, (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Los estudios de caso son aplicables de manera óptima en el análisis de acontecimientos sociales y educativos; tiene por estudio a casos singulares para analizarlos y llegar a comprender y profundizar en el estudio de una cuestión en particular. Dado que este método permite el estudio de una parte de alguna situación en la que habitualmente el tiempo es limitado, (Hernández, Fernández y Baptista, 2014). Por su parte (Stake, 2013), clasifica a los estudios de caso como: intrínseco, instrumental y colectivo; el presente se ha incluido en el contenedor de los intrínsecos y se toma la decisión de realizarlo debido a que ya en ocasiones pasadas se han observado aspectos que generaron más cuestionamientos que respuestas y se consideró obtener información directa que apoyara a la comprensión del caso una cualidad de estos estudios.

El quehacer del investigador será el de observar, indagar, preguntar y una vez que se selecciona un caso, se dedica a averiguar y cuestionar, a partir de esto tendrá la oportunidad de identificar características similares o diferentes a otras situaciones y demostrar cómo dicha caracterización impacta de una manera u otra al manejo de la comunicación interna de los integrantes de las organizaciones con atributos similares. A través de este estudio se espera conocer si las prácticas comunicativas en la organización son satisfactorias de acuerdo con lo previo. (Escobedo, 2018).

## **RESULTADOS**

En términos generales destaca que no se puede aún en este sondeo mencionar que el número de la muestra fue de 10 integrantes 2 integrantes de cada una de las organizaciones de la zona metropolitana del sur de Tamaulipas que fueron observadas, dado que no era el interés la cantidad de respondientes, sino más bien conocer algunas situaciones vinculadas con la comunicación interna, los factores que pudieran afectar la interacción, advertir la sostenibilidad social y la garantía de que los trabajadores tuvieran acceso a los recursos en este caso de información que confluye en la equidad, satisfacción y la productividad.

En una primera inmersión se tiene que el género de los participantes fue de 6 del femenino y 4 del masculino y la edad promedio de los integrantes de las empresas fue de 27 años y la antigüedad en su puesto de trabajo se puede caracterizar entre los 4 y los 20 años.

Obre el envío y recepción de información, 6 de los empleados respondieron casi siempre reciben información con respecto a la manera en realizar su trabajo, deberes e información al respecto de políticas organizacionales o situaciones problemáticas de la empresa mientras que el 4 de ellos respondieron que siempre reciben información con instrucciones al respecto de su trabajo y políticas organizacionales, oportunidades de crecimiento o nuevas situaciones en la empresa.

En materia del envío de la información a otras departamentos de su organización 5 de ellos respondió que siempre informa a su superior respecto de las condiciones de trabajo, así como solicitudes necesarias para la eficaz realización de este y 4 de los participantes resolvió que casi siempre mantiene una comunicación ascendente, mientras que uno de ellos indicó que a veces informa sobre su situación laboral a sus superiores.

Respecto de las fuentes de información en la organización se consideró si la recepción de esta se daba en tiempo y forma, a lo que 4 de los participantes indicaron que casi siempre recibe información de los subordinados, compañeros de su misma u otra área, del supervisor inmediato, así como del director, en reuniones y fuentes informales mientras que 3 comentaron que siempre recibe en tiempo y forma la información y otros 3 expusieron que a veces recibe en tiempo y forma la información en la empresa.

En materia de los canales de información en la organización y el uso y pertinencia de la información 6 de los respondientes juzgo que a veces hace uso y recibe información por los canales pertinentes para tal efecto, 2 indicaron que casi siempre y otros 2 comentaron que nunca hacen uso o reciben información por los canales adecuados. Sobre este aspecto se subraya que la forma en que la mayoría de los encuestados afirmaron recibir la información cara a cara, por redes sociales institucionales (Facebook / Twitter) así como medios electrónicos (Grupos informales en Facebook / WhatsApp).

En cuanto a nivel de eficacia de los canales de información en la organización 6 de los respondientes mencionó que son eficientes y sugirieron recibir la información por los canales pertinentes, 2 de ellos manifestaron que les parecen muy eficientes, mientras que 2 participante expusieron que no son muy eficientes los canales por los que recibe y envía la información. Sin embargo, todos refirieron a la que la información recibida cara a cara es la más eficiente a diferencia de los demás canales aun cuando de esta manera no quede evidencia escrita al enviar o recibir información.

En lo relacionado a las relaciones de comunicación, el 2 de los integrantes de las organizaciones se inclinaron por resolver que tienen una buena relación con cada uno de los miembros de la empresa, mientras que un 1 de los participantes indicó que depende de la situación a veces entabla una buena relación con los demás miembros de la empresa, mientras que 7 de los respondientes expresó que la mayoría de las ocasiones tienen una buena relación de comunicación y confianza sobre todo con sus superiores.

Los resultados vinculados con la satisfacción dentro de la organización, 5 de ellos externaron en todo momento experimentan satisfacción, es decir que se sienten a gusto, 3 de ellos comentaron que a veces se sienten satisfechos y 2 participantes indicaron muy pocas veces se perciben satisfechos, se sintieron con la confianza para comentar que esta cuestión la vincularon con el salario y horas de trabajo, además de manifestar preocupación por su bienestar que a veces no es la misma que veían las organizaciones

### **DISCUSIÓN**

Las organizaciones deben considerar que en materia de gestión de la información se estaría obligado a planear estrategias que incluyan políticas igualmente claras, que al aplicarlas y por la fuerza de la inercia sobre todo, se vaya generando una cultura organizacional sostenible socialmente, en la que se compartan contenidos instruccionales, informativos, eficientes y de valor, coherentes con los objetivos y que confluyen en el desarrollo de la calidad de la información; por tanto en la satisfacción de los integrantes y sacar todo su potencial que se traduzca en la productividad de todos y cada uno de los que conforman la empresa, (Casas, 2022).

Las organizaciones son diferentes, en consecuencia, las estrategias para la gestión de la información ocupan responder a las demandas que hoy en día se presentan cambiantes como resultado de las tendencias globales, por lo que en la gestión de la comunicación interna es casi obligatorio crear nuevos sistemas para el manejo de la información; paradigmas de comunicación, fuentes, sistemas informáticos, documentos y no documentos, entre otros más factores, (Fernández y Batista 2016).

De acuerdo con las exigencias de cada uno de los procesos al interior de la organización, el flujo y la interacción según la naturaleza de la información que requiera todos estos factores deben promover además la generación del conocimiento organizacional y la puesta en marcha de un sistema que sirva para evaluar los resultados (calidad) y determinar lo que esté haciendo falta con relación a los potenciales servicios y valor de la información, por citar algunos aspectos que contribuyan a la toma de decisiones de los directivos de la organización, (Aja 2002).

### **CONCLUSIONES**

En el análisis a los cuestionamientos que sirvió de sondeo vinculado con la comunicación interna en 5 organizaciones de la zona metropolitana del sur de Tamaulipas, se encontró que la mayoría de los 10 integrantes de estas empresas presentaron áreas de oportunidad con las áreas directivas de la empresa, en su mayoría fueron mujeres.

El comportamiento de su superior inmediato hacia el integrante de la organización dificulta el desempeño de sus labores además de que la evaluación de objetivos les ofrece la posibilidad de reconocer sus fortalezas y las debilidades y/o necesidades, a partir de los resultados para tomar las medidas correspondientes como una oportunidad de mejora.

Hay un reconocimiento por parte de los integrantes de la organización para revalorar la comunicación interpersonal, cambiar sus estrategias para mejorar su calidad de producto y lograr un crecimiento personal y el desarrollo profesional.

Por otro lado, sugieren la implementación de algún programa o sistema de información u opinión en donde el personal pueda externar sus puntos de vista de la actuación de los individuos (fortalezas y oportunidades) para que lleguen a los mandos medios y dirección y pueda actuarse en consecuencia, lo vincularon con la falta de cordialidad y comunicación entre los trabajadores o compañeros.

Los encuestados de las organizaciones en la percepción recopilada de sus colaboradores, es necesario considerar las aportaciones ya que ignorarlos genera una falta de comunicación ascendente, afectando el clima laboral generando insatisfacción.

Enfatizaron que la comunicación cara a cara es muy importante para ellos incluyendo una escucha activa y ya que es a través de estas interacciones que obtienen el mayor porcentaje de información, se recomienda valorar e implementar técnicas de comunicación asertiva.

Para finalizar se rescata de lo anterior que la comunicación organizacional es el soporte de los procesos de gestión que favorece la interacción y el intercambio de mensajes entre los integrantes de la empresa, además de permitir la vivencia de la identidad y la cultura corporativa, apoyando la estrategia en la búsqueda de la conexión entre los planes y objetivos de la dirección.

Al interior de una organización se pone de manifiesto la claridad de sus procesos en este sentido, los de comunicación cuando se observa que se logra la participación de los integrantes en la disposición de la identidad para incrementar el sentido de pertenencia favoreciendo la colaboración y el logro de las metas profesionales y de la organización.

Por tal motivo el diseño y la aplicación de un plan de intervención de la comunicación interna por parte de las organizaciones es crucial y más aún aquel en el que se incorpore no sólo la responsabilidad social, sino la sustentabilidad que apoyará a solventar los problemas relacionados con el tema al interior y con los públicos externos y con el medio ambiente.



## REFERENCIAS

Aja Quiroga, Lourdes. (2002). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. *ACIMED*, 10(5), 7-8. Recuperado en 20 de febrero de 2024, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352002000500004&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352002000500004&lng=es&tlng=es).

Arrubias Urrutia, A. (2000). La importancia de la comunicación interna en la empresa. *Revista Latina de Comunicación Social*. Número, 27(6).

Cano, A. M., Luna, S. A. A., & Dávila, L. C. C. (2014). Implementación de herramientas de comunicación interna como generadoras de cambios en las PyMES. *Razón y palabra*, (88).

Casas, A. (2022). Gestión estratégica de la comunicación interna para el fortalecimiento de la cultura organizacional en Econovo–Tecnología Sustentable (Bachelor's thesis).

de Comunicación FEAPS, R. (2012). Guía de buenas prácticas de comunicación externa.

Escobedo, A. V. (2018). Instrumento para evaluar la comunicación interna en las micro y pequeñas empresas, caso zona Bajío-México. *Management Review*, 3(2), 1-13.

Fernández Collado, C. (2009). La comunicación en las organizaciones.

Fernández Hernández, T., & Batista Quintero, L. R. (2016). Estrategia de comunicación interna para la gestión del conocimiento sobre desarrollo sostenible en la zona de defensa de la Sierrita, municipio Cumanayagua. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(4), 22-31.

Fernández Hernández, T., & Batista Quintero, L. R. (2016). Estrategia de comunicación interna para la gestión del conocimiento sobre desarrollo sostenible en la zona de defensa de la Sierrita, municipio Cumanayagua. *Revista Universidad y Sociedad*, 8(4), 22-31.

Franco, S. I. L. (2006). El poder en las interacciones comunicativas de las organizaciones. *Coherencia*, 3(5), 165-188.

Gómez, A. G. (1998). Los sistemas de información en la empresa. Universidad de Oviedo.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (Vol. 6, pp. 102-256). Mc Graw-Hill: México.

Magno, R. G. (2014). La comunicación interna de la responsabilidad social ambiental desde el método de Bagozzi y Phillips. *Omnia*, 20(2), 44-70.

Oyarvide-Ramírez, H. P., Reyes-Sarria, E. F., & Montañó-Colorado, M. R. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. *Dominio de las Ciencias*, 3(4), 296-309.

Romo, R. S. (2008). Comunicación organizacional: un modelo aplicable a la microempresa. *Teorías, enfoques y aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 1(1), 9-25.

Stake, R. (2013). Estudios de casos cualitativos. N. Denzin e Y. Lincoln (coords.), *Las estrategias de investigación cualitativa* (154-197). Barcelona: Gedisa.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 