

El desarrollo endógeno y la comunicación organizacional en empresas de producción social (EPS)

Núñez, Yilsy¹, Viera, Aixa¹ y Rojas, Yenicse¹

¹. Centro de Investigaciones Gerenciales de Guayana (CIGEG), Universidad Nacional Experimental de Guayana, Puerto Ordaz, Venezuela, nyilsy@hotmail.com, avierabl@yahoo.com, rojasyenicse@hotmail.com

Resumen

Esta investigación propone caracterizar la comunicación organizacional en empresas de producción social [EPS], entidades de producción de bienes, obras y servicios, en las cuales no existe discriminación del trabajo, jerarquías, basadas en una planificación participativa y bajo régimen de propiedad comunitaria, creadas por el estado para potenciar el desarrollo endógeno en Venezuela. El estudio, concebido bajo un enfoque cuali-cuantitativo de alcance descriptivo, con una estrategia de campo, surgió ante la carencia de herramientas para la conservación y estructuración de la información y procedimientos que preserven canales de comunicación organizacional en las mismas.

Para la recolección de información se diseñó un protocolo de entrevista y una encuesta cuyo coeficiente Alfa de Cronbach fue de 0.94, aplicadas en diecisiete (17) EPS tuteladas por CVG Minerven en el Municipio El Callao del Estado Bolívar, los cuales permitieron la exploración de siguientes aspectos: manejo de información, medios de comunicación, divulgación de información, lenguaje, publicidad, imagen corporativa. La correlación entre las variables nivel educativo y comunicación organizacional arrojó una tendencia positiva: a bajo nivel educativo menor es el manejo de la comunicación organizacional, lo que muestra que las EPS no aplican de manera consciente en sus actividades, los elementos característicos de la comunicación organizacional.

Palabras claves: Desarrollo Endógeno, Comunicación Organizacional, Empresas de producción social.

1. Introducción

El escenario de negocios actual está condicionado por un conjunto de factores entre los que se destacan los marcos regulatorios, las reglas y políticas macroeconómicas, la estrategia y política industrial, el acceso a los mercados, el grado de complejidad del tejido productivo y las características tecnológicas y organizativas de las principales empresas en los sectores líderes manufactureros. El escenario competitivo está, a su vez, influido por las estrategias, decisiones, acciones y rasgos estructurales de los agentes que participan en él. Yogel (1993).

Entre los factores que conforman la complejidad del entorno, se encuentra el fenómeno de la globalización de la economía, la política y la cultura, los cuales tienen una creciente incidencia en los territorios y sociedades concretas (lo local); en consecuencia se incrementan los factores a ser considerados para el desarrollo de los territorios y esto acrecienta la incertidumbre sobre el futuro, lo cual significa según Gallicchio (2002) que “el desarrollo

local debe considerar y ser considerado en relación a los contextos en los que se maneja, fundamentalmente los ámbitos regionales y nacionales pero sobre todo por la globalización” (p. 4).

Estas consideraciones se enlazan directamente con las definiciones de Empresas de Producción Social (EPS), que también buscan el crecimiento y cambio estructural de la economía de una ciudad, provincia o región, en la cual se pueden identificar al menos tres dimensiones: (a) Económica o sea, el uso eficiente de los factores productivos, economías de escala y aumento de la productividad y competitividad. (b) Sociocultural, que significa, partir de los valores locales como base de las relaciones socioeconómicas del proceso de desarrollo y, (c) Político-administrativa, mediante la creación de un entorno local favorable a la producción y el desarrollo (Gallicchio, 2002).

Para el Acuerdo Marco de Promoción, Estímulo y Desarrollo de las Empresas de Producción Social (MIBAM, 2005), las Empresas de Producción Social (EPS) son unidades de producción comunitaria que tienen como objetivo generar bienes y servicios que satisfagan las necesidades básicas y esenciales de la comunidad y su entorno, en las que deben privilegiarse valores como la solidaridad, la cooperación, la complementariedad, la reciprocidad, la equidad y la sustentabilidad, frente a la rentabilidad o la ganancia; las cuales tienen la misión de contribuir con el desarrollo de un nuevo modelo productivo que deja atrás el modelo consumista incorporando aquellos individuos que han estado históricamente excluidos del modelo de desarrollo tradicional, partiendo de su entorno y de sus propias potencialidades para generar beneficios comunitarios.

En la actualidad existen dos grupos de Empresas de Producción Social, las auspiciadas por el Ministerio de Industrias Básicas y Minería (MIBAM) y las tuteladas por Petróleos de Venezuela (PDVSA), que se caracterizan por ser empresas donde no existe un único dueño sino que todos los miembros que la constituyen son propietarios y donde se trabaja con la finalidad de convertir materias primas propias de la región en productos terminados necesarios para la comunidad, o bien con la finalidad de prestar servicios que cubran las necesidades básicas de esa misma comunidad; también se caracterizan por el hecho de que el capital es obtenido a través de la presentación de proyectos de financiamiento a diversas instituciones, empresas y organismos gubernamentales que les dan prioridad en el otorgamiento de los recursos.

Así pues, una pequeña empresa tipificada como EPS, debe mantener comunicación entre sus proveedores, clientes, usuarios, integrantes y relacionados sobre sus procesos, productos y servicios en forma permanente, sistemática debido a que por sus propias características suelen tener más problemas que la gran empresa para llegar a los mismos.

En tal sentido, cabe preguntarse si es útil un sistema de comunicación organizacional en este contexto y que clase de mecanismos puede implementar una EPS para utilizar estos canales de comunicación, dada la creencia de que la información producida por las mismas no es relevante, por tanto no consideran la necesidad de su comunicación.

Toda organización esta conformada por individuos que interactúan para concretar los fines por los cuales se agruparon, por lo que es importante considerar la existencia en este tipo de entes lo que se denomina comunicación organizacional, definida por Fernández C. (2003) como el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio.

Las comunicaciones en organizaciones empresariales corporativas son de mucha importancia, esto se cumple en empresas de todo tamaño, como el caso de las empresas de producción social (EPS), objeto de estudio del trabajo de investigación realizado, en las que se evidencio la carencia de sistematización sobre aspectos relacionados a la conservación de la información y a la estructuración de procedimientos que preserven canales de comunicación organizacional formal, lo cual se detectó en una exploración preliminar realizada a través de una entrevista con el Jefe de la Unidad de Desarrollo Endógeno de MINERVEN.

En este orden de ideas, el objetivo del trabajo fue analizar el grado de utilización de los elementos característicos de la comunicación organizacional en las diecisiete (17) empresas de producción social (EPS) tuteladas por C.V.G. MINERVEN, ubicadas en el Municipio El Callao.

2. Referentes conceptuales

2.1 El desarrollo endógeno

La globalización es un proceso vinculado al territorio, no sólo porque afecta a las naciones y países, sino, sobre todo, porque la dinámica económica y el ajuste productivo dependen de las decisiones de inversión y de localización de los actores económicos y de los factores de atracción de cada territorio. Vázquez (2000). Dado que descansa en la utilización intensiva de las tecnologías de información y comunicación (TIC's), permite la introducción de formas más flexibles de organización de las empresas y la externalización de los sistemas de producción, lo cual ha permitido mejorar la productividad y competitividad de las ciudades y regiones urbanas innovadoras, según Vázquez (2000) lo que sustenta las teorías del desarrollo endógeno, la cual considera que la acumulación de capital y el progreso tecnológico son, factores clave en el crecimiento económico; es decir, la introducción de innovaciones siempre es el resultado colectivo de la cooperación tácita de las empresas, lo que genera aumento de la productividad y de la competitividad de las economías locales.

Existen dos maneras básicas de entender el desarrollo, bien desde una postura economicista basada sobre la racionalidad instrumental tecnologicista, o desde otra postura más humanista que tratan de comprender el desarrollo más en el campo del ser que del tener; sin embargo, tradicionalmente se acepta como la más generalizada, que el desarrollo implica el tránsito de una sociedad tradicional a una sociedad moderna, que brinde bienestar a sus miembros. Cabe señalar que la conceptualización del desarrollo ha ido cambiando, dependiendo de las variables históricas, culturales y políticas; así, se hablaba de "desarrollo a secas, luego se añadió la necesidad de la equidad social y finalmente se ha incorporado como requisito del desarrollo la sustentabilidad ambiental" (Rodríguez, 2006; Rebolledo, 1996).

El término desarrollo se entiende como una condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Esta definición general de desarrollo incluye la especificación de que los grupos sociales tienen acceso a organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición, y sobre todo, que sus culturas y tradiciones sean respetadas dentro del marco social de un estado-nación en particular. En términos económicos, esta definición indica que para la población de un país

hay oportunidades de empleo, satisfacción de al menos las necesidades básicas, una tasa positiva de distribución y de redistribución de la riqueza nacional. En el sentido político, esta definición enfatiza que los sistemas de gobierno tienen legitimidad legal y además deben proporcionar beneficios sociales para la población.

De esto se desprende que, en general, existen cuatro grandes teorías del desarrollo que representan los principales aporte teóricos para interpretar los esfuerzos que en materia de desarrollo vienen realizando los países y grupos sociales, especialmente en aquellas naciones que presentan mayores niveles de pobreza. Estas perspectivas teóricas permiten, no sólo aclarar conceptos y ponerlos en perspectiva, sino también identificar recomendaciones relacionadas con políticas sociales: Teoría de la Modernización, Teoría de la Dependencia, Teoría de los Sistemas Mundiales, Teoría de la Globalización. Reyes (2001).

En las teorías de desarrollo económico, según Tello (2006), la dimensión de espacio, localización o áreas geográficas” no está incorporada en el análisis, excepto por la demarcación de países. Así, se asume implícitamente que las características y el nivel o grado del proceso de desarrollo económico de las áreas geográficas al interior de los mismos son similares (o idénticas) entre sí. Este supuesto, sin embargo, contrasta con la realidad de las características y los niveles de desarrollo de las diferentes áreas geográficas existentes al interior de los países, pues, éstas son (y en algunos casos notablemente) diferentes. Estas teorías son: Teorías de Localización, Espacio Geográfico y Desarrollo Regional; Teorías de Organización, Instituciones y Distorsiones de los Mercados; Teorías Basadas en Los Comportamientos de los Agentes y Teorías Eclécticas o Multifactoriales.

En consecuencia, el desarrollo endógeno es un proceso de crecimiento y cambio estructural, en el que las formas de organización, el sistema de relaciones y la dinámica de aprendizaje juegan un papel estratégico. Se caracteriza por su dimensión territorial, debido al efecto espacial de los procesos organizativos y tecnológicos, y al hecho de que cada localidad o región es el resultado de una historia que ha configurando el entorno institucional, económico y organizativo. En Venezuela, existe un apoyo decidido del Estado a promover acciones para generar desarrollo local, fundamentado en redes de unidades productivas de pequeña escala (UPPE) y en las fortalezas de las mismas, entre las cuales se encuentran las EPS.

2.2 Comunicación Organizacional

La comunicación responde al proceso dinámico entre individuos y/o entre grupos, que mediante un intercambio informativo sirve para generar la comprensión entre los mismos y desde allí la condición de comunidad. La estructura de este proceso es expresión de las relaciones que median entre sus participantes. La comunicación puede tener dos acepciones: el proceso de intercambio de información, que constituye un reflejo, más o menos fiel de la realidad y abarca documentos e imágenes impresos, magnético o digitales, en el cual una información interviene en comunicación cuando el mensaje además de ser significativo para el sujeto, propicia un cambio de actitud definitiva o temporal en él; y la comunicación social, donde lo primario no es lo físico, sino los procesos intelectuales para hacer llegar la información hasta los receptores, a través de ésta, se trasmite el resultado de la actividad del hombre, además de ideas, pensamientos y experiencias, también de conflictos, necesidades y aspiraciones. (Suárez (s/f))

El modelo básico del proceso de comunicación fue por E. Shannon y W. Weaver (1949) ha sufrido adaptaciones, modificaciones en la terminología. La figura 1, lo representa:

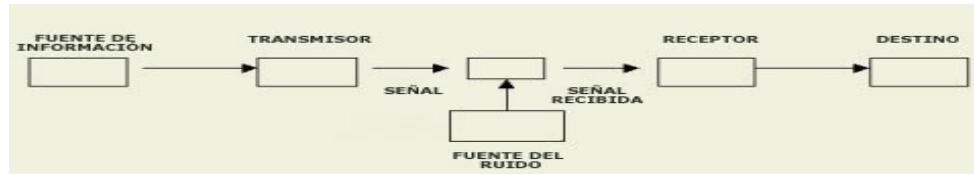


Figura N° 1. Modelo del Proceso Comunicacional, según E. Shannon y W. Weaver

Las teorías que sustentan la comunicación organizacional son las mismas teorías organizacionales (clásica, humanística, sistémica, contingente neoclásica). Es importante resaltar que por medio de la comunicación en las organizaciones, éstas logran estructurarse formalmente para poder cumplir sus objetivos, logrando coordinar todas las actividades que se realizan.

Para Bonilla (1988) "la comunicación dentro de toda organización juega un papel importante ya que sirve de catalizador de las relaciones personales e institucionales que se dan dentro de ella" (1988:30).

Bartoli (2001) expresa que la organización y la comunicación se encuentran estrechamente vinculadas para el funcionamiento de la empresa que busca resultados. Afirma además que dicho vínculo posee dos componentes: el político (son medios de una estrategia global en la que influyen), y el sociocultural (los valores, las representaciones y fenómenos de poder pesan para la organización y la comunicación). Agrega que la comunicación implica realizaciones concretas a definir en función del objetivo que se tiene. Plantea que el concepto de comunicación está ligado al de organización, de allí que es necesario para el funcionamiento de la empresa que busca resultados", esto presupone la consideración behaviorista de la comunicación, en la que determinados estímulos generan determinadas conductas o respuestas; lo que se enfatiza cuando destaca el componente político del vínculo entre organización y comunicación, así como la influencia de éstos en la estrategia global de la organización.

De lo anterior se desprende que la comunicación forma parte de la problemática de la dirección de la empresa y debe facilitar un control que permita prevenir o regular comportamientos disfuncionales. Es así como se presenta una mixtura con aspectos del modelo funcionalista. Bartoli (2001) y destaca la adaptación de la comunicación organizada al ámbito interno y al entorno de la organización.

La comunicación organizacional se conoce en diversas latitudes con denominaciones diferentes: comunicación organizacional, empresarial, institucional, organizativa, corporativa, todas referidas al mismo fenómeno. Fernández (2003) define la comunicación organizacional como:

...el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, también la entiende como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos. (p.12)

Martínez (1988) definen a la comunicación organizacional como el proceso mediante el cual un individuo, o una de las subpartes de la organización, se pone en contacto con otro individuo o subparte. Es por ello que a partir de este concepto se puede deducir que además de las anteriores funciones que cumple la comunicación dentro de la organización (informar e integrar), este proceso permite al individuo interactuar con las demás partes y personas de la organización, así como identificar el papel o rol que desempeñan dentro de ella.

En consecuencia, toda organización debe procurar en mayor o menor medida organizar su información de manera que esta cumpla con el objetivo de plasmar los hechos ocurridos que se desprenden de las actividades diarias y les permite crear su propia historia.

Por su parte, Trelles (2001) asevera que:

la comunicación corporativa nos habla tanto de la realidad de la organización como de la identidad corporativa interna, por lo que puede ser definida como el repertorio de procesos, mensajes y medios involucrados en la transmisión de información por parte de la organización; por tanto, no se refiere sólo a los mensajes, sino a los actos, al comportamiento mediante el cual todas las empresas transmiten información sobre su identidad, su misión, su forma de hacer las cosas y hasta sobre sus clientes.

Estos autores destacan la importancia de las comunicaciones en organizaciones empresariales corporativas, y señalan como sus componentes: la imagen corporativa, las relaciones públicas, la relación con el entorno, la publicidad, los flujos internos de información, entre otros. Esto también se cumple en empresas de todo tamaño, como las empresas de producción social (EPS).

3. Aspectos metodológico de la investigación

La investigación fue realizada en EPS situadas en el Municipio El Callao del estado Bolívar, de las cuales se encuentran activas diecisiete (17), con un abordaje metodológico de tipo cuali-cuantitativo, de alcance descriptivo y una estrategia de campo. Se utilizaron dos tipos de métodos por el carácter objetivo y subjetivo de la comunicación organizacional, y se consideró que la confrontación de resultados obtenidos por distintas metodologías, incrementaría la validez de la investigación. Estos métodos se complementan permitiendo aprovechar los puntos fuertes de cada uno de ellos y cruzar datos.

También se utiliza una herramienta heurística de gran eficacia como es la triangulación, que “permite combinar, en diferentes formas, técnicas y procedimientos cualitativos y cuantitativos” (Martínez, 2005, p. 132) la investigación y sus resultados. La triangulación en

las ciencias sociales implica, que cuanto mayor sea la variedad de las metodologías, datos e investigadores empleados en el análisis de un problema específico, mayor será la fiabilidad de los resultados finales. En este caso, permitió contrastar la información arrojadas por una entrevista semi estructurada aplicada a un informante clave, analizada mediante la técnica estudio de casos (metodología cualitativa) y los datos arrojados por una encuesta aplicada a las EPS que conformaron la población objeto. La entrevista al informante clave quedó estructurada con 16 ítems y la encuesta con 16 ítems que permitieron conocer la comunicación organizacional de esas empresas en sus dos ámbitos (interno y externo). La comunicación organizacional de las EPS fue explorada a través de los aspectos, que se señalan en el cuadro 1.

Cuadro N° 1. Aspectos de la comunicación organizacional

TIPO	ASPECTOS	DEFINICIÓN
Comunicación Interna	Información de la organización	Contiene: filosofía de gestión, resultados, tamaño y alcance de las operaciones, políticas y procedimientos, productos y servicios, lenguaje utilizado, además de noticias que se generan en los diferentes niveles.
	Información acerca del trabajo	Comprende lo que se espera de las personas de la organización, parámetros para evaluación del desempeño, resultados de su desempeño, información sobre funciones y responsabilidades.
Comunicación Externa	Información sobre imagen corporativa	Comprende todo lo relacionado con los mensajes emitidos desde la organización hacia afuera (accionistas, proveedores, cliente, autoridades gubernamentales), sociedad, el lenguaje utilizado, entre otros.
	Información de y publicidad mercadeo	Comprende: Medios de comunicación, agencias, mercados, clientes, distribuidores.

Los datos de la encuesta se analizaron, se verificaron y se codificaron en una base elaborada utilizando el programa EXCEL. El resultado del coeficiente de Alfa de Cronbacht realizado fue de 0.94, lo que indica que existe una alta consistencia en las respuestas de los sujetos con respecto a las preguntas del instrumento aplicado. Además se realizó una correlación de Pearson para establecer la relación lineal entre el nivel educativo de los informantes de las EPS y la comunicación organizacional de las empresas.

4. Resultados

En las EPS estudiadas se enfocó la atención en las diferentes formas de comunicación organizacional que tienen, identificando elementos de la comunicación interna y externa. Al contrastar los aspectos teóricos con la realidad existente en las mismas en los aspectos relacionados con la comunicación organizacional, se observó que ésta presenta las mismas categorías definidas por la literatura consultada; sin embargo, estas unidades productivas no aplican de manera consciente los elementos característicos de la comunicación organizacional en sus actividades normales.

Comunicación interna: A nivel general, se puede inferir de las respuestas dadas por el informante clave (cuadro 2) que muchos de los aspectos que conforman la cultura e identidad de la organización, se encuentran en franco estado de debilidad, como por ejemplo el hecho

de que los miembros de las EPS no conocen las informaciones que se generan en sus actividades diarias.

Cuadro 2: Características de la comunicación interna en las EPS ubicadas en El Callao, de acuerdo al informante clave

ASPECTO	PREGUNTA RELACIONADA	RESPUESTA DEL INFORMANTE CLAVE
1. Información de la organización	¿Las EPS utilizan medios de comunicación?	Las EPS, no tienen definido ni practican la comunicación de forma consiente.
	¿Las EPS tienen una estructura organizativa definida?	Las EPS tienen diseñada su estructura organizativa, definida su filosofía de gestión y conocen los productos que ofrecen.
	¿Los miembros de las EPS conocen las informaciones que se generan de sus actividades diarias?	Los miembros de las EPS no conocen las informaciones que se generan en sus actividades diarias
	¿Las EPS tienen medios para divulgar información?	No disponen de medios para divulgar información. Archivan facturas y otros documentos para cumplir con los soportes de la información contable y de manejo de fondos. No se clasifican ni se identifican las informaciones generadas y mucho menos se comunican.
2. Información acerca del trabajo	¿Las EPS tienen estipulado la forma de evaluar el desempeño de los miembros?	No tienen estipulado la forma de evaluar el desempeño de sus miembros. En lo referente a la Junta directiva se establecen las funciones de sus miembros; pero en la realización de los trabajos y actividades diarias no.
	¿Las EPS tienen definidos las compensaciones laborales y salariales de sus miembros?	Todos los miembros de las EPS participan en ellas por las compensaciones económicas que van a obtener y en las juntas directivas se establecen claramente los lineamientos de salarios y beneficios a repartir.

Comunicación externa: En el cuadro 3, se muestra que de acuerdo al informante, las EPS, mantienen sus canales de comunicación con la empresa tutelar debido a la condición de protección y asignación recursos que las vincula con las mismas; sin embargo, existen deficiencias y retrasos que inciden en su funcionamiento.

Cuadro 3: Características de la comunicación externa en las EPS ubicadas en El Callao.

ASPECTO	PREGUNTA RELACIONADA	RESPUESTA DEL INFORMANTE CLAVE
4. Información de publicidad y mercadeo	¿Las EPS realizan Publicidad?	Las EPS no utilizan en la mayoría de los casos ningún tipo de publicidad, solo comunican de forma verbal lo que realizan.

3. Información sobre imagen corporativa	¿La forma que tienen las EPS de elaborar el producto o de prestar el servicio influye en su imagen ante los clientes?	Si no es de calidad lo que se ofrece, el cliente no va a estar satisfecho, pero solo lo ven cuando les devuelven un producto o cuando tienen que volver a realizar un trabajo porque éste no se hizo bien.
	¿El lenguaje utilizado por las EPS influye en sus relaciones públicas?	Es cierto que el lenguaje tanto verbal como escrito que la empresa utiliza repercute en las relaciones públicas de la misma: pero de igual forma no se le da importancia en estas Empresas.
	¿Las EPS mantienen relaciones públicas?	Mantienen cierto grado de relación con los proveedores, por que están obligados, cuando los clientes les realizan pedidos con ciertas especificaciones y cuando prestan servicios. Realizan la respectiva entrega de cuentas ante C.V.G Minerven, pero con demora.
	¿Como es la proyección social de las EPS?	Toda EPS debe mantener su proyección social. Estas empresas se han adaptado a los requerimientos de sus clientes y se han ganado su confianza.

Se deduce de las respuestas anteriores que la comunicación organizacional hacia el contexto externo es mayor; es decir los proveedores, cliente, autoridades gubernamentales, sociedad, dada la condición de tutela que poseen las EPS. Esta fortaleza contrasta con las debilidades de las comunicaciones internas.

Se realizó un correlación de Pearson con la finalidad de relacionar las variables nivel de estudios – comunicación organizacional. El resultado se muestra en la Tabla N° 1.

Tabla 1: Matriz de Correlación de Pearson

	Nivel de estudios	Comunicación organizacional externa	Comunicación organizacional interna
Nivel de Estudios	1.000		
Comunicación Organizacional Externa	0.729	1.000	
Comunicación Organizacional Interna	0.358	0.650	1.000

El nivel de estudio se relaciona positivamente con la comunicación organizacional externa, determinándose una relación marcada ($r > 0,7$); de igual forma, el nivel de estudio se relaciona positivamente con la comunicación organizacional interna, determinándose una relación moderada ($r < 0,4$), menos marcada que la anterior. Este resultado estadístico se explica desde la presunción de que, mientras más preparado académicamente se encuentra un

individuo, con mayor frecuencia tenderá a establecer en su empresa un tipo formal de comunicación con sus empleados y con los clientes externos.

Conclusiones

Mediante la comunicación organizacional se forma la cultura organizacional, el sentido de identidad y pertenencia, se proyecta la imagen de la organización, se desarrollan las estrategias de calidad y mejoramiento. La triangulación permitió construir el siguiente argumento: La comunicación organizacional en las EPS tuteladas por C.V.G. MINERVEN y ubicadas en el Municipio El Callao del Estado Bolívar, utilizan algunos de los elementos característicos que le son propios y sin tener plena conciencia de su uso y denominación, ya que en la mayoría de los casos: o no tienen conocimiento sobre lo que implica y significa ese tipo de comunicación; o han oído hablar del tema sin profundizar en este.

Los datos que provienen de la entrevista realizada coinciden con los resultados obtenidos por la encuesta. En ambos casos se determinó la existencia de una mejor comunicación externa que interna. Ello se corresponde con el hecho de que al estar las EPS obligadas a rendir cuentas a la empresa que las tutela para obtener el capital necesario, se ven obligadas a cuidar con mayor esmero la comunicación externa. Por otra parte, las EPS no prestan atención a los manejos y flujos de información interna que debe existir entre sus miembros, se detectó descuido y falta de información, conflictos ocasionados por la no transmisión de mensajes y por el manejo inadecuado de la información y además están enfocados hacia los aspectos económicos que redundan en beneficios para sus miembros, mas no en las actividades, operaciones y tareas que se realizan en ellas para cumplir sus objetivos como organizaciones.

Referencias

- Bartoli, A. (1991). Comunicación organizativa. La organización comunicante y la comunicación organizada". México. Editorial Paidós.
- Bonilla, C. (1988). La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas. Editorial Trillas. 2ª edición, México.
- Fernández, C (2003). La comunicación en las Organizaciones. Primera Edición, México, Trillas.
- Galicchio, E. (2002), El desarrollo económico local. Estrategia económica y de construcción de capital social. Disponible en: http://www.cebem.org/libro_descentralizacion/1005_GalicchioREVISTA_UCA.pdf
- Martínez de Velazco, A, (1999). Comunicación organizacional práctica. Trillas, México.
- Martínez, M (2005). Criterios para la superación del debate metodológico cualitativo cuantitativo. En la Revista Candidus, ISSN 1690-5687; Año 2, N° 6; Venezuela.
- Ministerio de Industrias Básicas y Minería (MIBAN) (2005). Acuerdo Marco de Promoción Estímulo y Desarrollo de las Empresas de Producción Social (EPS). Disponible en http://www.lacamaradecaracas.org.ve/download/cdt_818.doc
- Rebolledo, y Otros (1996) Conceptos de Genero y Desarrollo. Pieg, Chile.
- Reyes, G, (2001) Principales Teorías del Desarrollo Económico y Social, Nómadas n° 4 disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/181/18100408.pdf>

Rodríguez, B. (2006) Desarrollo Económico en Venezuela. Disponible en: http://ares.unimet.edu.ve/humanidades/fbhu83/M1_concepto.htm.

Shannon, E. y Weaver, W (1981): Teoría Matemática de la Comunicación. Madrid Forja.

Suarez, Y (s/f). La comunicación y las relaciones públicas. Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos28/comunicacion/comunicacion.shtml>

Tello, M (2006) Las Teorías de Desarrollo Económico Local y la Teoría y Práctica del Proceso de descentralización de los Países en Desarrollo. Disponible en: http://216.239.59.104/search?q=cache:m25_NMeYZSMJ:www.pucp.edu.pe/economia/pdf/

Trelles, I. (2001) Comunicación Organizacional. Edit. Félix Valera, Cuba.

Vázquez, A (2000). Desarrollo endógeno y Globalización. EURE. Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos Regionales N° 79. Págs. 47 a 65.

Yogel, G. Moori-Koenig, V, (1993). Los problemas de entorno de negocios desarrollo Competitivo de las Pymes. Disponible en <http://www.littec.ungs.edu.ar/e-books/UNGS-FUNDES.pdf>.

