

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA**



**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO
HERRAMIENTA PARA LA TRANSICION
HACIA LA SOSTENIBILIDAD
EN INVERSIONES SOLQUIM
DE JOAN PARRA, F.P.**

Presentado por:

BR., KATIUSKA ANDRADE

BR., NATASHA CARRILLO

TUTOR

MSC. YULEY GARCÍA

TRUJILLO, VENEZUELA

2025

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA**



**LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO
HERRAMIENTA PARA LA TRANSICION
HACIA LA SOSTENIBILIDAD
EN INVERSIONES SOLQUIM
DE JOAN PARRA, F.P.**

Trabajo Especial de Grado para Optar al título de Lcda. en Contaduría Pública

Presentado por:

BR., KATIUSKA ANDRADE

BR., NATASHA CARRILLO

TUTOR

MSC. YULEY GARCÍA

TRUJILLO, VENEZUELA

2025

AGRADECIMIENTO

Ante todo, deseo manifestar mi profundo agradecimiento a nuestra tutora de trabajo especial de grado, Yuley Garcia por su orientación tan valiosa, paciencia y apoyo. A través de todo este camino, su experiencia académica, críticas constructivas y motivación fueron fundamentales para culminar este trabajo.

A los profesores e investigadores de la Facultad, agradezco profundamente la generosidad con la que transmitió sus conocimientos y enriquecer nuestra formación académica. Sus enseñanzas han marcado profundamente nuestro camino en el desarrollo profesional.

A nuestros compañeros de carrera y amigos, por los momentos de colaboración y por estar ahí en los momentos de estrés. Su compañía hizo este camino más llevadero y memorable.

A nuestra familia, en especial a Alcira Villa, Felipe Carrillo, Marisela Carrillo, Por su apoyo lleno de amor y sin condiciones, su comprensión durante los momentos de ausencia y por ser nuestro pilar emocional. Este logro es también suyo.

Finalmente, a todas aquellas personas que, de manera directa o indirecta, contribuyeron a este proceso. Cada conversación, consejo o gesto de aliento fue una pieza clave en la conclusión de este proceso

DEDICATORIA

A mis padres, por brindarme un amor sin límites, por su respaldo inquebrantable y por haberme enseñado el valor del esfuerzo y la perseverancia. Sin su guía, este logro no habría sido posible. A mi pareja Alexander, por ser mi fortaleza en los momentos más desafiantes y por recordarme siempre la importancia de seguir adelante, incluso cuando el camino parecía difícil. A mis amistades y guías, por sus sabias orientaciones, su comprensión y por creer en mí cuando yo mismo dudaba. Y especialmente, a mí tía Marisela Carrillo, cuya influencia marcó mi vida, mi camino académico y ser mi impulso para superarme cada día y por estar siempre a mi lado sin reservas. Cuyo trabajo es el resultado de años de dedicación, pero también del cariño y el apoyo de quienes me rodean.

Natasha Carrillo

A mis padres, pilares fundamentales que han sido los cimientos de mi vida, por su amor inquebrantable, sus sacrificios silenciosos y su fe en mí incluso cuando yo dudaba. Cada paso que doy lleva la huella de su ejemplo, su esfuerzo y su sabiduría. Esta tesis es, ante todo, un tributo a ustedes. Mis hermanos, mis constantes compañeros, cómplices de vida, por las risas que aliviaron el estrés, los ánimos en los momentos de frustración y por recordarme que, al final, la familia es el refugio al que siempre puedo volver. A mis **amigos**, esos faros en la niebla, por las noches de desvelos compartidos, los cafés interminables y por creer en mí cuando el camino parecía imposible. Sin ustedes, esta victoria no sabría a tanto. Gracias por ser mi red de apoyo, mi motivación y mi razón para no rendirme. Este éxito no me pertenece únicamente a mí, sino a todos nosotros.

Katiuska Andrade

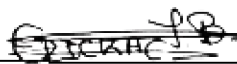



VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES


VEREDICTO

Nosotros, Prof. Belkis Abreu, Prof. Erika Jiménez y Prof. Yuley García, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **La COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO HERRAMIENTA PARA LA TRANSICIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN INVERSIONES SOLQUIM DE JOHAN PARRA, F.P**, que presenta la Br. **CARRILLO VILLA, NATASHA DEL VALLE**, portadora de la C.I. No. **29.874.960**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **veinte (20) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Mombuy, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los diecisiete (17) días del mes de Julio del año dos mil veinticinco.


 Prof. Ericka Jiménez
 C.I. 17.832.493
 JURADO


 Prof. Yuley García
 C.I. 8.087.687
 TUTOR


 Prof. Belkis Abreu
 C.I. 13.050.571
 PRESIDENTE DEL JURADO


 Prof. Héctor Antúnez
 C.I. 9.364.278
 DECANO


 Prof. Walevka Lopez
 C.I. 10.104.896
 VICERRECTORA
 ACADÉMICA

 +58 412 2263605

 www.uvm.edu.ve

 universidadvalledelmombuy@uvm.edu.ve

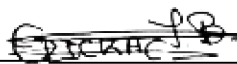



VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES


VEREDICTO

Nosotros, Prof. Belkis Abreu, Prof. Erika Jiménez y Prof. Yuley García, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO HERRAMIENTA PARA LA TRANSICIÓN HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN INVERSIONES SOLQUIM DE JOHAN PARRA, F.P**, que presenta la Br. **ANDRADE RAMÍREZ, KATIUSKA NERIMAR**, portadora de la C.I. No. **30.808.267**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con **veinte (20) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Mombuy, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

En fe de lo cual firmamos en Valera a los diecisiete (17) días del mes de Julio del año dos mil veinticinco.


 Prof. Ericka Jiménez
 C.I. 17.832.493
 JURADO


 Prof. Yuley García
 C.I. 8.087.687
 TUTOR


 Prof. Belkis Abreu
 C.I. 13.050.571
 PRESIDENTE DEL JURADO


 Prof. Héctor Antúnez
 C.I. 9.364.278
 DECANO


 Prof. Walevka Lopez
 C.I. 10.104.896
 VICERRECTORA
 ACADÉMICA

 +58 412 2263605

 www.uvm.edu.ve

 universidadvalledelmombuy@uvm.edu.ve

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal analizar la comunicación organizacional como herramienta para la transición hacia la sostenibilidad en Inversiones Solquim, buscando identificar dimensiones clave y proponer directrices comunicacionales. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo, con un diseño no experimental y de tipo proyectiva. Se utilizó un cuestionario para la recolección de datos, aplicadas a personal clave relevante de la empresa. Los resultados revelaron que, si bien existe una conciencia incipiente sobre la sostenibilidad en la organización, las estrategias de comunicación actuales son insuficientes para integrar plenamente sus principios en la cultura corporativa y en la percepción externa. La discusión de los hallazgos evidenció una desconexión entre las intenciones de sostenibilidad de la empresa y la efectividad de sus canales comunicacionales, limitando el compromiso interno y la visibilidad de sus esfuerzos. Las conclusiones indican que una comunicación organizacional estratégica, transparente y bidireccional es fundamental para catalizar la transición hacia la sostenibilidad. Se determinó que la mejora en la difusión interna de valores sostenibles y la articulación de acciones concretas hacia los stakeholders externos son áreas críticas de oportunidad. Como recomendaciones se propone el desarrollo de un plan de comunicación integral que incluya capacitaciones internas, la creación de canales de retroalimentación y la divulgación proactiva de los logros en sostenibilidad, fomentando la participación y el compromiso de todos los actores.

Palabras Clave: Comunicación organizacional, Sostenibilidad, Transición, Inversiones Solquim, Estrategia.

ABSTRACT

The present research aimed to analyze organizational communication as a tool for the transition towards sustainability at Inversiones Solquim, seeking to identify key dimensions and propose communication guidelines. The methodology employed was a qualitative approach, with a non-experimental and projective design. A questionnaire was used for data collection, applied to relevant key personnel of the company. The results revealed that, although there is an incipient awareness of sustainability within the organization, current communication strategies are insufficient to fully integrate its principles into the corporate culture and external perception. The discussion of the findings evidenced a disconnection between the company's sustainability intentions and the effectiveness of its communication channels, limiting internal commitment and the visibility of its efforts. The conclusions indicate that strategic, transparent, and bidirectional organizational communication is fundamental to catalyze the transition towards sustainability. It was determined that improving the internal dissemination of sustainable values and the articulation of concrete actions towards external stakeholders are critical areas of opportunity. As recommendations, the development of a comprehensive communication plan is proposed, including internal training, the creation of feedback channels, and proactive disclosure of sustainability achievements, fostering the participation and commitment of all actors.

Keywords: Organizational communication, Sustainability, Transition, Inversiones Solquim, Strategy.

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	3
DEDICATORIA.....	4
RESUMEN.....	6
ABSTRACT	8
INTRODUCCION.....	15
CAPÍTULO I.....	18
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	18
1.1 Contextualización del Problema	18
1.2 Formulación del Problema	22
1.2.1 Problema general.....	22
1.2.2 Problemas específicos	23
1.3 Objetivos de la investigación.....	23
1.3.1 Objetivo General	23
1.3.2 Objetivos Específicos	23
1.4. Justificación del estudio	23
1.4.1 Justificación Teórica	24
1.4.2 Justificación Metodológica	24
1.4.3 Justificación Práctica.....	25

	10
1.5 Alcances y limitaciones.....	25
1.5.1 Alcances	25
1.5.2 Limitaciones.....	26
1.6 Vinculación con el Proyecto Institucional de Desarrollo Humano Sustentable	26
CAPÍTULO II	28
MARCO TEÓRICO	28
2.1 Revisión de la Literatura	28
2.1.1 Ámbito Internacional.....	28
2.1.2 Ámbito Nacional	31
2.2 Bases teóricas	34
2.2.1 Comunicación	34
2.2.2 Elementos de la Comunicación.....	35
2.2.2.1 Emisor y receptor	35
2.2.2.2 Mensaje.....	35
2.2.2.3 Codificación	35
2.2.2.4 Retroalimentación	36
2.2.2.5 Contexto.....	36
2.2.2.6 Canal	36
2.2.3 Organización.....	37
2.2.4 Comunicación Organizacional.....	38

2.2.5 Comunicación Estratégica	39
2.2.6 Responsabilidad	40
2.2.7 Responsabilidad Social Empresarial (RSE):	41
2.2.8 Desarrollo Sostenible	42
2.2.9 Prácticas sostenibles	43
2.2.10 Gestión del Cambio	44
2.2.11 Impacto ambiental	46
2.3 Sistema de Categorías	48
MARCO METODOLOGICO	49
3.1 Tipo y diseño de investigación	49
3.2 Escenario de estudio	50
3.3 Participantes	50
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	51
3.4 Procedimiento Metodológico	52
3.4.1 Fases de la investigación	52
3.4.2 Técnicas de recolección de datos	53
3.4.3 Criterios de selección de población y muestra.....	53
3.4.4 Procedimiento de aplicación.....	53
3.4.5 Importancia del procedimiento metodológico	54
3.5 Rigor Científico	54

	12
3.5.1 Credibilidad	54
3.5.2 Dependencia o Confiabilidad.....	55
3.5.3 Transferibilidad.....	55
3.5.4 Confirmabilidad	56
3.6 Técnicas y Métodos de Análisis de Datos.....	56
3.7 Aspectos Éticos.....	57
3.7.1 Consentimiento Informado	58
3.7.2 Confidencialidad y Anonimato	58
3.7.3 Uso Responsable de la Información.....	59
3.7.4 Evitar Daño Psicológico o Social.....	59
3.7.5 Cumplimiento de Normativas Éticas.....	59
CAPÍTULO IV.....	60
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	60
4.1 Presentación y Análisis de resultados	60
4.2 Discusión de hallazgos.....	67
4.3 Vinculación con objetivos institucionales	70
CAPÍTULO V.....	73
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	73
5.1 Conclusiones.....	73
5.2 Recomendaciones	75

	13
5.3 Líneas futuras de investigación	76
CAPÍTULO VI.....	78
LA PROPUESTA.....	78
6.1 Naturaleza.....	78
6.1 Introducción.....	79
6.2 Fundamentación Teórica y Conceptual.....	80
6.3 Objetivos de la Propuesta.....	81
6.3.1 Objetivo General:	81
6.3.2 Objetivos Específicos:	82
6.4 Descripción.....	82
6.5 Factibilidad.....	83
6.6 Evaluación e Implementación	83
6.7 Conclusión del Capítulo	84
REFERENCIAS	88
ANEXOS	92
Anexo 1. Carta de aprobación del tutor	93
<i>Anexo 2. Instrumento de Recolección de Datos</i>	94

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sistema de Categorías	48
Tabla 2. Codificación de los entrevistados	60
Tabla 3. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Comunicación Interna	61
Tabla 4. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Comunicación Interna	61
Tabla 5. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Canales de Comunicación ..	62
Tabla 6. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles	62
Tabla 7. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles	63
Tabla 8. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles	63
Tabla 9. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles	64
Tabla 10. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles	64
Tabla 11. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles	65
Tabla 12. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenible	65
Tabla 13. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles	66
Tabla 14. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles	66
Tabla 15. Validación de Resultados Objetivo 1	67
Tabla 16. Validación de Resultados Objetivo 2	68
Tabla 17. <i>Validación de Resultados Objetivo 3</i>	69
Tabla 18. Cronograma	86
Tabla 19. Plan de Acción	87

INTRODUCCION

La presente investigación se adentra en el análisis crítico de la comunicación organizacional como herramienta estratégica para la transición hacia la sostenibilidad en Inversiones Solquim de Joan Parra, F.P., una empresa que, como muchas en el dinámico y desafiante contexto venezolano actual, se encuentra ante la imperativa necesidad de redefinir su identidad y operaciones bajo los preceptos de un desarrollo más armónico y responsable. Lejos de ser una moda pasajera, la sostenibilidad se erige hoy como un pilar ineludible para la supervivencia y prosperidad de las organizaciones, demandando una profunda metamorfosis que va más allá de la mera adecuación a normativas; exige una auténtica integración en la médula del negocio. En este entramado, la comunicación no es un apéndice, sino el nervio central que articula esta transformación, permitiendo no se trata únicamente de comunicar de los nuevos paradigmas, sino también la construcción de una cultura organizacional que respire y viva la sostenibilidad.

La intención de este estudio es desentrañar cómo una gestión comunicacional estratégica puede favorecer la transición de Inversiones Solquim hacia un modelo empresarial que promueve la sostenibilidad. Para ello, se busca identificar las dimensiones clave de la comunicación organizacional que influyen directamente en la percepción y adopción de prácticas que promuevan la sostenibilidad en el ámbito interno (entre sus colaboradores), como externo (frente a terceros). Un objetivo trascendental es proponer directrices comunicacionales concretas que sirvan de hoja de ruta para la compañía dentro de su senda hacia la sostenibilidad, garantizando que sus acciones y compromisos no solo sean efectivos, sino también transparentes y auténticos.

El aporte más relevante de la esencia de este estudio esta en ofrecer un marco de referencia aplicable y pertinente para el contexto empresarial venezolano, donde la implementación de modelos sostenibles aún enfrenta desafíos particulares. Se busca ir más allá de la teoría para

proporcionar soluciones prácticas y adaptadas a las realidades de una organización específica, demostrando cómo una comunicación estratégica puede ser el motor que impulse el compromiso colectivo y la imagen empresarial dentro de un contexto que exige cada vez más responsabilidad social y ambiental.

La estructura general de los capítulos que forman parte este trabajo de investigación ha sido concebida para abordar la problemática de forma sistemática y exhaustiva, recorriendo las diversas fases, contextos, dimensiones y momentos inherentes al cuerpo del estudio.

Estructurado en primera instancia por el Capítulo I. Planteamiento del Estudio. Este primer momento sienta las bases del proceso investigativo desarrollado, aquí se delimitan las coordenadas del problema, contextualizándolo en el ámbito de Inversiones Solquim, se formulan los objetivos que guiarán la indagación, tanto el general que engloba la esencia del estudio, como los específicos que desglosan las etapas de su consecución. La justificación, por su parte, arguye la relevancia académica, social y empresarial del estudio, al tiempo que la delimitación establece los límites geográficos, temporales y temáticos del alcance del estudio.

Seguidamente el Capítulo II. Marco Teórico. En este capítulo se da forma la urdimbre conceptual que sostiene la investigación, explorando las teorías y modelos que sustentan tanto la interacción comunicativa dentro de la organización en sus diversas vertientes (interna, externa, estratégica), como la sostenibilidad, desglosando sus dimensiones (ambiental, social, económica) y su evolución. Se establece el nexo crucial entre ambos constructos, sentando las bases teóricas para la comprensión del fenómeno estudiado.

En articulación con el Capítulo III, dedicado al Marco Metodológico, se expone el proceso mediante el cual se ejecutó la investigación y se define el enfoque (cualitativo, cuantitativo o mixto), el desde el punto de vista metodológico, corresponde a una investigación descriptiva,

explicativa, exploratoria) y el diseño (no experimental, experimental), además de detallar las "técnicas y mecanismos para recolectar información que se emplearon, así como los procedimientos para su validación y confiabilidad. Finalmente, se explica cómo se procesarán y analizarán los datos recabados.

El cuarto capítulo, centrado en el análisis de los hallazgos, constituye el núcleo empírico de la investigación, donde se presentan de manera sistemática los datos recopilados mediante herramientas metodológicas específicas, los cuales son organizados, clasificados e interpretados para identificar patrones, tendencias y aspectos clave. Estos resultados se contrastan con el marco teórico y la literatura existente, estableciendo un diálogo que permite validar, refutar o matizar las hipótesis planteadas, lo que da lugar a una reflexión crítica sobre las implicaciones de los hallazgos y la construcción de argumentos fundamentados en la evidencia obtenida.

El quinto capítulo, que aborda las conclusiones y sugerencias finales, cierra el proceso investigativo al sintetizar los principales descubrimientos y perspectivas generadas por el estudio. En este apartado se consolidan las reflexiones más relevantes obtenidas del examen de los datos, dando respuesta a los propósitos planteados al inicio del trabajo. Además, se proponen orientaciones para investigaciones posteriores que permitan ampliar y enriquecer el entendimiento sobre la materia analizada.

Finalizando con el Capítulo VI. Propuesta. A través de estas conclusiones, se formulan recomendaciones concretas y accionables dirigidas a Inversiones Solquim de Joan Parra, F.P

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Contextualización del Problema

La comunicación organizacional hoy en día, se reconoce como un elemento clave para una gestión empresarial efectiva, ya que permite armonizar el desarrollo económico y compromiso con el ambiente y el entorno social. De manera similar, la sostenibilidad dentro de las organizaciones encuentra en la comunicación una herramienta crucial para su implementación y desarrollo fundamental para gestionar el cambio, puesto que hace posible transmitir valores, generar conciencia y fomentar el desarrollo, sin embargo, muchas empresas carecen de estrategias de comunicación adecuadas con el fin de facilitar la implementación de estrategias sostenibles.

A partir de este enfoque, las empresas denominada Inversiones Solquim De Joan Parra, F.P. que ejerce sus funciones dentro del ámbito industrial venezolano, no se encuentra ajena a esta realidad, aunque se han realizado iniciativas a nivel mundial como nacionales por fomentar la sostenibilidad, enfrentan dificultades para implementar cambios efectivos en su estructura operativa y cultural. Dicha situación problemática radica en la desconexión entre los planes de acción en materia comunicativa internas y externas y los objetivos para la sostenibilidad de la empresa, dando lugar a una disonancia entre los propósitos declarados de la institución y sus posibilidades reales para implementar cambios significativos que contribuyan a su evolución, obstaculizando las exigencias del mercado y las regulaciones ambientales, esto compromete su competitividad y reputación de manera sostenida en el tiempo.

La presente investigación se desarrolla en la institución antes referida, localizada en el municipio de Escuque, donde cumple un rol estratégico en el desarrollo económico, social y tecnológico de la región, al tiempo que impulsa la generación de empleo para las comunidades

aledañas. No obstante, en el escenario actual, la organización enfrenta el reto crítico de implementar modelos de gestión sostenible que optimicen el uso de recursos y mitiguen el impacto ambiental, constituyendo estas acciones un pilar fundamental para garantizar su competitividad y permanencia en el mercado bajo principios de responsabilidad empresarial.

Entidades como la ONU por esta razón promovieron objetivos de desarrollo sostenible (ODS), con el paso del tiempo, importantes organizaciones han integrado estrategias de comunicación destinadas a impulsar una ambiente organizacional, el cual se encuentra en sintonía con los valores sostenibles, llevado a que entidades como la ONU impulsen las metas orientadas al progreso sostenible, impulsando en consecuencia, se estimula el consumo responsable de recursos y el bienestar de todos los colaboradores del grupo laboral, y el cuidado ambiental. Tal como lo plantea (Ortega, 2023), Coca Cola por medio de su lema “Un Mundo sin Residuos” refleja su compromiso con el ecosistema y el tejido social, dentro del cual se ha propuesto recoger y reciclar el equivalente al 100% de los envases para 2030, la alteración ambiental. Así se logra reducir la alteración ambiental

Varios países de diferentes continentes en este contexto han abarcado esta propuesta de ODS, destacando lo importante que es la colaboración de las personas, en donde convierte la comunicación es una herramienta fundamental para lograr la sostenibilidad, esto se debe porque a través de ella el mundo puede lograr esta meta que las distintas naciones tienen como misión, y se logra mediante la comunicación asertiva.

Adicionalmente, en Venezuela la situación actual es más compleja, esto se debe a las constantes crisis que atraviesa en los entornos económicos y políticos que enfrenta, afectando tanto a sus habitantes, como a la estabilidad en el ámbito empresarial. En el difícil escenario venezolano, marcado por dificultades económicas y políticas que afectan mucho al pueblo

venezolano y al sector empresarial que forma parte de este entorno, SINERGIA (2019), reporta que las organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) ha realizado un seguimiento independiente del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), presentando un informe con sus hallazgos ante instancias internacionales como el Foro Político de Alto Nivel de la ONU, p. 21. El estudio detecto o se evidencio de cierta forma las notables diferencias entre los sistemas de monitoreo implementados por el gobierno y la situación real observada, la cual contrastaba significativamente con las prioridades establecidas en los informes oficiales , por tal motivo se afirma que surgió una guía practica con 10 objetivos clave en Venezuela, para difundir el desarrollo de los ODS y se presentó lineamientos a seguir para la sociedad civil, según el reporte estos objetivos no están siendo cumplidos en lo ambiental, servicios públicos, salud, alimentación, ni ningún otro, al contrario cada año suele aumentar este porcentaje de ciudadanos en situación de la pobreza del país, los mandatarios deniegan a una mayoría considerable de las entidades externas aportar su ayuda humanitaria al país, evidenciando que la sostenibilidad ha pasado a un segundo plano para Venezuela.

No obstante, Estas instituciones empresariales en Venezuela tienen una creciente presión social e internacional para que adopten modelos de negocios más sostenibles, especialmente en sectores industriales con alto impacto ambiental, como es con respecto a Inversiones Solquim. Tales modelos no se han podido implementar con éxito debido a la ausencia de enfoques estratégicos de comunicación organizacional, inexistencia de proyectos formalizados para concienciación interna y la resistencia al cambio lo que radica en modelos de producción con bajo nivel de compromiso socio-ambiental.

La empresa enfocada en la distribución y elaboración de productos químicos utilizadas para la limpieza conocida como Inversiones Solquim enfrenta el reto de integrar la sostenibilidad

en su esquema de operaciones, la escasez de diálogo institucional efectiva le ha generado obstáculos en este proceso, como la desinformación a los miembros del equipo en torno a las ventajas de la sostenibilidad, la deficiencia en el ejercicio del liderazgo para generar cambios en este aspecto o la deficiencia de una planificación organizada para sensibilizar a sus trabajadores sobre la significancia de mantener un equilibrio sostenible en los procesos.

Aunado a ello, se añade La limitación de impulsos que favorezca una participación y la visión tradicionalista de algunos sectores en el interior de la institución empresarial intensifican aún más la problemática, también se incluye la deficiencia en flujos comunicativos asertivos en el entorno corporativo. De presentarse dichos problemas y no se solucionen , las consecuencias podrían ser significativas para la compañía y también para su entorno, pudiendo perder habilidad para competir en un sector gradualmente enfocado en la sostenibilidad, lo que dificultaría su acceso a nuevas oportunidades comerciales y alianzas estratégicas. Además, el incumplimiento de normativas ambientales podría derivar en sanciones legales y afectar negativamente su reputación corporativa; La ausencia de conciencia ecológica en el seno de la corporación, fomenta al deterioro del ecosistema y perpetúa prácticas empresariales insostenibles, afectando tanto a la comunidad local como al desarrollo sostenible en sus finanzas y capital social en el entorno nacional.

Bajo esta perspectiva, estudios recientes en la Universidad de la República de Uruguay, los autores (Vidal, Asuaga, & Rey, 2024) explican que la difusión informativa sobre la sustentabilidad es una demanda creciente de la disposición de actores estratégicos hacia las organizaciones. Su estudio analizó como el incentivo para la sostenibilidad a través de la comunicación en 10 empresas públicas de Uruguay, permitiendo evaluar cómo estas empresas abordan y comunican sus prácticas sostenibles en redes sociales. La investigación observa y analiza cómo las empresas públicas de Uruguay comunican sus prácticas de sostenibilidad en Twitter. Y refleja el rol

fundamental de la transmisión clara de ideas como herramienta para responder a los requerimientos de las partes vinculadas en donde la mayoría se encuentra interesada con este tema puesto que la sostenibilidad representa un objetivo que toda organización quiere lograr, y este estudio evidencia una alternativa para mejorar el diseño estratégico comunicativa, incorporando mensajes más detallados y específicos que fortalezcan la transparencia y la consecuencia de implementar prácticas amigables con el medio ambiente .

Por consiguiente, si Inversiones Solquim pierde oportunidad de contribuir al desarrollo sostenible de la población cercana, podría generar resultados negativos en el ambiente y los aspectos económicos, local, el bienestar comunitario y el incremento en la generación de residuos contaminantes. Además, la deficiencia en la transmisión de información influiría de forma directa en la transición hacia la sostenibilidad, generando desconocimiento, desinterés y resistencia al cambio por los colaboradores de la institución.

La realización de acciones planificadas estratégicos de comunicación interna, como capacitaciones, podría facilitar el fomento de hábitos ecológicamente responsables con mira de mejorar la eficiencia operativa y fortalecer su política de sostenibilidad institucional para lograr el objetivo de sustentabilidad utilizando como herramienta el factor de los canales de intercambio comunicativo.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo puede la comunicación organizacional facilitar la transición hacia la sostenibilidad en Inversiones Solquim De Joan Parra, F.P.?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cuáles son los principales obstáculos en la comunicación organizacional que limitan la implementación de prácticas sostenibles en Inversiones Solquim De Joan Parra, F.P.?

¿Cómo influye la comunicación interna en la participación y compromiso de los empleados con las iniciativas de sostenibilidad?

¿Qué estrategias de comunicación pueden ser recomendadas para alinear los objetivos de sostenibilidad con la cultura organizacional de la empresa?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo General

Establecer estrategias que integren eficientemente los principios de sostenibilidad en la cultura y operaciones de la empresa.

1.3.2 Objetivos Específicos

Identificar los principales obstáculos en la comunicación organizacional que limitan la implementación de prácticas sostenibles en Inversiones Solquim De Joan Parra, F.P.

Determinar el impacto de la comunicación interna en la participación y compromiso de los empleados con las iniciativas de sostenibilidad

Diseñar estrategias de comunicación que permitan alinear los objetivos de sostenibilidad con la cultura organizacional de la empresa.

1.4. Justificación del estudio

Al profundizar en torno al tema se observa la fluctuación de su relevancia mediante diversas perspectivas:

1.4.1 Justificación Teórica

Durante la conceptualización se manifiesta la convergencia de varias disciplinas y teorías clave, la Comunicación Organizacional en calidad de elemento esencial hacia la Sostenibilidad, debido a que hace posible que la información sea difundida e interpretada en el ámbito de una entidad empresarial, permitiendo la gestación de entornos laborales que inspiren nuevas prácticas y comportamientos, tales como modelos de producción y consumo más sostenibles.

En este sentido los elementos descritos figuran como técnicas aplicables en la entidad referida, al ser estudiadas y posteriormente aplicadas pueden permitir la conducción a una transformación que aporte beneficios a futuro.

1.4.2 Justificación Metodológica

A partir del estudio cualitativo realizado, este trabajo exige la aplicación de instrumentos metodológicos diseñados para analizar en profundidad los procesos internos de la organización, especialmente aquellos relacionados con las percepciones, los discursos y las dinámicas comunicativas. La implementación de técnicas como entrevistas a los colaboradores brindará un análisis minucioso sobre cómo se transmiten los valores institucionales y su influencia en la cultura de sostenibilidad. Este método posibilita interpretar las visiones individuales del personal, valorar sus vivencias y entender la construcción social del concepto de sostenibilidad dentro del ámbito laboral. Los resultados obtenidos, además, servirán como referencia para estudios posteriores en entornos análogos.

1.4.3 Justificación Práctica

Surge una oportunidad para fortalecer la gestión del talento humano mediante la incorporación de ciertas metodologías colaborativas y creativas, que a su vez fomenta una mayor sensibilización y formación en materia de sostenibilidad. Este enfoque generaría un cambio significativo, impulsado por acciones participativas que involucren activamente al personal, logrando así mayor compromiso y el desarrollo de valores corporativos, con el objetivo de construir una empresa que se oriente a mejorar continuamente y así tener ese desarrollo sostenible que se necesita para que la empresa tenga mejor desarrollo en el tiempo.

1.4.4 Justificación Social

Este planteamiento evidencia una gran capacidad de favorecer a la comunidad, esto se debe a una comunicación efectiva en la corporación y se convierte en un elemento fundamental para fomentar el crecimiento cultural. Este objetivo se logra a través de la promoción de hábitos responsables en el interior de las instituciones empresariales, aportando así un progreso equilibrado de la sociedad. El objetivo final es impulsar una mejor comprensión en la relevancia de proteger tanto el ambiente como la sociedad.

1.5 Alcances y limitaciones

1.5.1 Alcances

La investigación se centra en diseñar planes de comunicación corporativa que se orientan en la inclusión de prácticas sostenibles en la organización Inversiones Solquim De Joan Parra, F.P., el cual se dedica a la comercialización y producción de productos químicos de limpieza, con sede en Escuque, estado Trujillo (Venezuela). El análisis estudia la efectividad de las dinámicas

de comunicación entre el personal operativo y los responsables de administración, junto con las directrices aplicadas en cada etapa de este proceso, desde la creación de tácticas hasta la ejecución de los objetivos comerciales. Este ángulo de la investigación permite explorar la relación entre los programas de comunicación interna y la implementación de ciertos principios de sustentabilidad en la organización.

El manejo óptimo de los canales informativos posibilita identificar las metodologías para comunicarse que en la actualidad pueden ser implementadas, y de este modo establecer criterios y metas para acordar su aplicabilidad y áreas de mejora. Este análisis es fundamental para alinear los esfuerzos organizacionales con las normas de responsabilidad ambiental y social, reforzando así la coherencia entre las operaciones diarias y los compromisos de sostenibilidad asumidos por la compañía.

1.5.2 Limitaciones

En la investigación los resultados obtenidos garantizaran manejar esta data especialmente en el área de R.R.H.H. de Inversiones Solquim De Joan Parra, F.P., continuando las directrices establecidos para la recopilación de datos importante. Las restricciones aplicables se consideraran a documentos confidenciales según las directrices internas de la empresa, así como ciertas restricciones para acceder a archivos durante etapas específicas del análisis. Son clave estas consideraciones para evaluar de manera correcta todos los mecanismos de diseminación interna y las políticas de la responsabilidad ecológica implementadas por la empresa.

1.6 Vinculación con el Proyecto Institucional de Desarrollo Humano Sustentable

La Universidad Valle del Momboy (UVM) demuestra una clara dedicación al avance sostenible de su entorno académico y social, lo que genera una conexión directa con los propósitos de este estudio.

El análisis revela que la institución prioriza la protección del medio ambiente como legado para las generaciones actuales y venideras. Este trabajo examina el rol de los flujos comunicacionales internos como herramienta para impulsar prácticas ecológicas que minimicen la huella ambiental de las operaciones universitarias. La UVM orienta sus acciones hacia el fortalecimiento de competencias personales y la diversificación de oportunidades, facilitando así el crecimiento individual y la plenitud humana. El estudio evalúa cómo las dinámicas comunicativas pueden empoderar a los miembros de la comunidad universitaria como agentes activos en la construcción de una institución sustentable.

La investigación explora paralelamente cómo los sistemas de comunicación institucional pueden cimentar una identidad organizacional alineada con valores de progreso sostenible, tanto en el ámbito personal como colectivo, marcando así una ruta definida hacia la transformación ecológica. Los hallazgos confirman una alineación sustancial entre el plan estratégico de la UVM y los objetivos de esta indagación, mostrando coherencia tanto en principios como en aplicaciones prácticas, con metas compartidas que integran beneficios sociales, ecológicos y económicos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Revisión de la Literatura

2.1.1 *Ámbito Internacional*

En este sentido, Acosta, A (2024) en su artículo titulado: "Educación, finanzas, economía y ambiente" de la revista de Ciencias Sociales (Vol. XXX, No. 10) p.13-14, plantea la adhesión necesaria para promover el desarrollo sostenible, según la autora "se ratifica la urgencia de integrar la educación, las finanzas, la economía y el ambiente para promover un desarrollo sostenible basado en la diversidad y la cooperación. Investigadores de España, México, Ecuador, Colombia, Perú, Chile y Venezuela presentan perspectivas optimistas y soluciones innovadoras para abordar los desafíos actuales. Se resalta el protagonismo de la educación en la formación de ciudadanos críticos y comprometidos, así como la importancia del emprendimiento, la innovación y la sostenibilidad. Además, se abordan temas como la asociatividad, la inclusión en la sociedad y el impacto de políticas en el mercado laboral y las condiciones de trabajo. Como herramientas clave para la definir opciones en los ámbitos empresarial, gubernamental y académico, la revista ofrece análisis que abarcan tácticas de desarrollo económico, modelos de negocio sostenibles, políticas de oferta laborales, educación sobre ambiental, responsabilidad social y colaboración interinstitucional, permitiendo una visión integral para construir un futuro más equitativo y sostenible".

Asimismo, en el marco de este estudio, se implementó una metodología cualitativa para evaluar en profundidad la relación entre educación, economía, finanzas y ambiente en la difusión del desarrollo enfocado en la sostenibilidad. De acuerdo a los resultados alcanzados, se reconoció que la acción colectiva y la colaboración intersectorial son factores determinantes para la

elaboración de un futuro más equitativo. En consecuencia, las conclusiones resaltan la relevancia de reforzar estrategias que incentiven las prácticas sostenibles a través de la educación, el emprendimiento y la inclusión social. A su vez, las recomendaciones indican la imperatividad de desarrollar políticas públicas integradoras y mecanismos de cooperación que concedan la consolidación de tales esfuerzos en diferentes ámbitos.

Por lo tanto, es fundamental destacar el valor del antecedente señalado, debido a que proporciona un fundamento teórico y conceptual clave para la investigación a comunicación organizacional como herramienta para la transición hacia la sostenibilidad en Inversiones Solquim. El estudio planteado aporta significativamente al análisis de cómo la comunicación organizacional puede ser un medio esencial para facilitar la integración de prácticas sostenibles dentro de las organizaciones, promocionando una cultura corporativa alineada con los propósitos del desarrollo sostenible y la responsabilidad social.

Las empresas operan en un contexto propio, inmersas en comunidades con valores y culturas particulares y rodeadas de entornos económicos y medioambientales específicos para garantizar su continuidad a través del tiempo, deben lograr un equilibrio entre sus actividades y las necesidades que se le atribuyen a la sociedad, el medio ambiente y la economía. La ética empresarial resulta fundamental, ya que impulsa la adopción de prácticas virtuosas en sus procesos productivos, administrativos y financieros, lo que a su vez hace posible que estos comportamientos positivos se extiendan hacia la sociedad. De esta manera, la sostenibilidad se configura como una estrategia esencial para contribuir a la evolución de una sociedad más equitativa y a la creación de un entorno favorable.

Por su parte Liarte, N (2024) en su obra “Industria 4.0 y sostenibilidad: Evaluación del compromiso organizacional con la Agenda 2030 Desde un Enfoque bibliométrico”. Argumenta

que "en las últimas dos décadas se ha intensificado la demanda global de un compromiso ambiental más riguroso en la creación de bienes y servicios, la explotación excesiva de los recursos naturales, impulsada por el aumento de la producción, pone en riesgo el equilibrio socio ambiental, evidenciando que el uso desproporcionado de estos recursos se asemeja a disponer de más de un planeta. Aunque históricamente los cambios climáticos han respondido a factores naturales, actualmente están estrechamente vinculados con procesos de industrialización, la quema de combustibles fósiles, la deforestación y prácticas agrícolas insostenibles, esta nueva era exige el avance de herramientas innovadoras para valorar el progreso, capaces de hacer visible el incremento de las presiones sobre el planeta. Asimismo, el modelo de economía capitalista, basado en una producción lineal que asume la disponibilidad ilimitada de recursos, fomenta el consumo excesivo y la producción generosa de desechos, como lo demuestra la enorme cantidad de residuos electrónicos producidos cada año, reflejando claramente un ciclo insostenible".

En consecuencia, se adoptó una metodología cualitativa para profundizar en la manera en que las organizaciones, enmarcadas en contextos culturales y económicos específicos, logran equilibrar sus actividades con las demandas de la colectividad y el medio ambiente. Mediante el análisis de entrevistas y documentos, se identificó que la promoción de prácticas éticas en los procesos productivos, administrativos y financieros no solo fortalece la cohesión interna, sino que también propaga comportamientos solidarios hacia el entorno, consolidando la sostenibilidad como un elemento innovador para alcanzar un desarrollo equitativo y un ambiente óptimo. Así, los resultados permiten concluir que la implementación de nuevas herramientas para evaluar el impacto ambiental y la adopción de políticas responsables son esenciales para contrarrestar el consumo excesivo y la producción de desechos, siendo estas recomendaciones fundamentales para una transformación sostenible en el sector empresarial.

Es importante resaltar el aporte de este antecedente al presente estudio, ya que ocasiona una evidencia cómo la integración de valores éticos y sostenibles en la gestión empresarial puede facilitar la comunicación interna y, por ende, impulsar el cambio hacia modelos de negocio más responsables.

2.1.2 Ámbito Nacional

De acuerdo a la investigación de Lovera, J (2024) titulada “Comunicación Ambiental y Sustentabilidad en las Organizaciones Gubernamentales de Venezuela” (p. 48) el autor plantea que “en relación a los propósitos y contenidos orientados a la comunicación ambiental, se observa que los mensajes difundidos por el organismo están dirigidos principalmente a un público externo, con el propósito de promover el uso racional y consciente de la energía eléctrica. Para lograr esto, se implementan diversas estrategias de comunicación externa, tales como la publicación de contenidos en redes sociales y páginas web, la exhibición de pancartas explicativas, la distribución de volantes informativos, la difusión de comerciales en medios masivos y el uso de slogans impactantes como “Activa la conciencia con energía y eficiencia” y “Soy consistente consumo eficiente”.

Además, estas estrategias integran mensajes enfocados en el cuidado de la naturaleza, destacando acciones que pueden ser adoptadas por distintos sectores de la población venezolana para avanzar hacia la sustentabilidad; entre estas acciones se encuentran la regulación de la temperatura de los aires acondicionados, la desconexión de electrodomésticos de poco uso y la promoción del uso de iluminación de bajo consumo energético, las mismas líneas temáticas se reflejan en la comunicación interna dentro de una organización, promocionadas a través de redes sociales de uso corporativo, correos institucionales, reuniones formales y, en menor medida, mediante comunicados escritos. Con estas prácticas, el organismo público busca que sus

empleados actúen como agentes promotores del ahorro energético, puesto que reducir el uso de electricidad contribuye a minimizar la irradiación de gases de efecto invernadero, lo que a su vez favorece la sustentabilidad del medio ambiente.

En relación a ello, siguiendo el enfoque de “responsabilidad compartida” propuesto por Fernández (2019), se reconoce que todos los miembros de una entidad deben comprometerse en difundir y promover información ambiental, lo cual, como se evidenció en el coloquio realizado, se vincula también a la promoción de la sostenibilidad económica, política y ambiental. Esto implica que, a través de la disminución de costos de inversión en la producción de electricidad, la implementación de políticas públicas eficientes y la generación de impactos ambientales positivos como la mitigación del cambio climático y la rebaja de la contaminación del aire Venezuela se posiciona en sintonía con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas”.

En esta investigación se adoptó una metodología cualitativa que combinó el análisis de contenido y entrevistas semiestructuradas para examinar el ejercicio de la comunicación ambiental del organismo. A partir de este enfoque, los resultados evidenciaron que la difusión de mensajes dirigidos al público externo mediante redes sociales, páginas web, pancartas, volantes, comerciales junto con la comunicación interna mediante redes corporativas, correos y reuniones, fortalece la promoción del uso racional de la energía eléctrica y la responsabilidad compartida entre los miembros de la organización. En relación de estos hallazgos, las conclusiones subrayan lo imperativo de ejecutar estrategias integradas que no solo reduzcan la producción de gases de efecto invernadero, sino que también optimicen los recursos y disminuyan los costos de inversión en la producción de electricidad.

Por ello, se recomienda la aplicación de políticas públicas eficaces y el incentivo de prácticas para el desarrollo sostenibles que impulsen un impacto positivo en la economía, la

política y el ambiente. Por ello es crucial resaltar el aporte de esta investigación, pues establece una base teórica y empírica que enriquece la investigación. Este antecedente demuestra cómo la articulación de mensajes ambientales, tanto externos como internos en las instituciones, puede transformar el comportamiento organizacional y social, constituyéndose en un pilar esencial para la adopción de prácticas sostenibles y para el fomento de estrategias comunicativas que impulsen la transición hacia un modelo de negocio más responsable y eficiente.

Marquina, E (2024) en su trabajo de grado titulado “La comunicación Organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal” de la Universidad de Carabobo, para optar por el título de grado de Administración de Empresas dice “El hombre siempre ha buscado, mediante diversos métodos comunicarse, para obtener la socialización y la unión con otras personas, el estudio tiene como objetivo: evaluar la comunicación organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal, la misma se sustentó en la Teoría de la Comunicación Organizacional. En este orden de ideas, la investigación es de tipo descriptiva, basada en un diseño de campo, analizando dilemas reales. Con el fin de ejecutar la investigación fue necesario analizar en profundidad un grupo de personas o colectivo, compuesta por 40 individuos. De esta manera, asegurar un enlace a nivel organizacional efectivo que promueva el avance de la gestión empresarial, siendo posible si todos los integrantes de la empresa participan en los pilares principales de comunicación, tales como escuchar, difundir información y aplicar un método eficiente de interrogantes y respuestas, en su comunicaciones tanto internas como externas, logrando el trabajo en equipo para lograr los objetivos”.

La metodología escogida en esta investigación hizo posible entender la importancia de la comunicación en las instituciones organizacionales como pilar base en la dirección de las empresas. Con el estudio de una cantidad de trabajadores, se estableció con claridad que una

comunicación que se considere efectiva colabora a grandes rasgos en el aumento de la mejora de los empleados, logrando facilitar la unificación y la cohesión dentro en la institución; los resultados que se obtuvieron apuntan procedimientos como la escucha activa, además del uso de interrogantes y respuestas claras son fundamentales para beneficiar el rendimiento de la institución empresarial, por ello se aconseja tener métodos que promuevan un ambiente comunicativo transparente y en función con los objetivos de la empresa, que busca de un clima laboral positivo, que a su vez favorezca la ejecución de prácticas sostenibles, impulsando la responsabilidad social y ambiental dentro de la organización.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Comunicación

Este concepto ha sido objeto de debate en el transcurso de tiempo, para (Chiavento, 2006) comunicación es "intercambiar información, hacer que un mensaje o una información se convierta en común, denominado como un proceso fundamental de la experiencia humana y la organización social". Por otro lado (Hervás, 1998) la define como "un método donde un individuo comparte con otra, mensajes de distintos contenidos a través del uso de signos entendibles para ambas partes".

Entendiéndose así que ambos autores refieren este concepto como el impulso de mensajes, opiniones, información o incluso sentimientos, representado una base básica para el orden mundial, dado que por medio de él se logra transmitir información de cualquier índole a quien se requiera, haciendo posible la conexión entre seres humanos. En consecuencia, se define como objetivo principal el intercambio de ideas, sentimientos, conocimientos o información, para obtener una comprensión mutua entre un emisor y un receptor. Aplicado a diferentes ámbitos, como interpersonal, grupal, organizacional, intercultural y masivo.

2.2.2 Elementos de la Comunicación

2.2.2.1 Emisor y receptor

La conexión con este tema, para (Hervás, 1998) “el emisor es la persona que comunica el mensaje, y quien lo recibe se denomina receptor de este mensaje”. Con el fin de alcanzar ese objetivo a lo que se denomina como comunicación es necesaria que participen más de una personas pueden ser 2 o más, donde el que transmite la información, responsable para transmitir un mensaje que se entienda con facilidad y comprensible es llamado emisor y la otra u otras, que son las que perciben lo suministrado, se encargan con el fin de captar el significado del mensaje y transmitir su propia perspectiva, así como comprensión al contenido recibido, denominado receptor.

2.2.2.2 Mensaje

Aunado a ello, este concepto es considerado como “la expresión de las ideas, de una forma determinada y mediante el empleo de un código. Este código realiza la función de transferir el contenido de la información de un sistema emisor a un sistema receptor” (Berlo, 1987). De acuerdo a lo establecido por el autor el mensaje se encuentra determinado por aquello que se desea transmitir (idea, pensamiento, emoción, entre otros), puede ser verbal, no verbal, escrito o visual, y debe estructurarse para facilitar su comprensión mediante un código que no es más que el idioma, símbolos, dialecto o gestos empleados en el proceso.

2.2.2.3 Codificación

Según (Hervás, 1998), el código es "el grupo integrado de signos y reglas que son empleados y a su vez combinan”, por su parte (Berlo, 1987) lo refiere como " una colección de caracteres planteados, para que puedan tener significado para alguien". Por lo cual haciendo referencia a lo propuesto por los autores es veras los implicaos que cuenten con durante dicho

proceso conocimientos de la misma índole, tomando como caso un debate verbal las personas involucradas deben manejar un mismo idioma o mecanismos para entenderse entre sí, mientras que para una comunicación mediante gestos se puntualiza la comprensión de los significados de todas las señales enviadas.

2.2.2.4 Retroalimentación

Por consiguiente, retroalimentación se conoce como "una información procedente del receptor como respuesta al mensaje recibido y que tiene una influencia sobre el comportamiento subsiguiente del emisor original" (Serrano, 1992). Entendiéndose como un proceso comunicativo, donde el receptor proporciona una respuesta al receptor, pudiendo informar la manera es que se recibió e interpreto dicho mensaje.

2.2.2.5 Contexto

En relacion a esto, (Serrano, 1992) argumenta que “está constituido por un montón de variables de carácter sociológico, físico y psicológico, el cual hacen parte del entorno en que tiene lugar la comunicación”. En este sentido el autor deduce que el acto comunicativo se encuentra afectado por los diversos factores que estén presentes, elementos que están comprendidos por lugar, tiempo, condiciones ambientales, objetos presentes, normas sociales, estado físico y mental, entre otros; convirtiéndose en un agente clave, ya que pueden condicionar la manera es que el mensaje sea trasmitido e interpretado, y puede incluir variables culturales, sociales y de la situación. El contexto es primordial, al representar información adicional que pueda ser relevante, al ayudar a dar más sentido a los mensajes, de modo que no resulten difusos o malinterpretados.

2.2.2.6 Canal

Este concepto se considera como “el medio a través del cual se propaga la información” (Hernández et al, 2005). Los autores hacen referencia a los conductos por los cuales el mensaje

puede ser difundido, circulando entre los involucrados, con el propósito de permutar información. Actualmente se encuentran diversos tipos de medios de comunicación, tales como: medios impresos (periódico, revistas, folletos, entre otros), medios sonoros (radio y teléfono), medios audiovisuales (televisión, cine), medios digitales (redes sociales, portales web, podcasts, email, streaming, entre otros), aunado a ello se incluyen medio no verbales que engloban la comunicación mediante gestos, la elección del canal adecuado es vital para garantizar que el mensaje llegué al receptor de manera eficiente. De igual manera conocer estos elementos ayuda a mejorar la efectividad de la comunicación y a identificar eventuales barreras que podrían presentarse durante la comunicación.

2.2.3 Organización

En el contexto de sistemas sociales, existen diversos autores que plantean sus propias definiciones, tal como lo argumenta (Melinkoff, 2010), donde afirma que las organizaciones son “unidades sociales estructuradas para conseguir fines específicos”. Por otro lado, (Fuenmayor, 2002) sugiere que es "se constituye como un sistema de actividades humanas, que tiene como propósito de cumplir con un fin predefinido".

Así mismo, “la organización es un ente social creado intencionalmente por una persona o conjunto de personas que está orientado al logro de objetivos establecidos mediante el trabajo humano y el uso de recursos materiales” (Dávila, 2002). Por lo tanto, en vista de que los tres convergen en definiciones similares, destacando elementos fundamentales como esfuerzos humanos y persecución de objetivos, en líneas generales el término denominado organización se refiere a sistemas que se encuentran constituidos por personas, recursos y procesos buscando obtener objetivos, normalmente regidos por reglas; por otro lado, tales entes permiten la interacción humana destacando sus habilidades, conocimientos y experiencias, contribuyendo a el

funcionamiento de la población, en consecuencia aportan desarrollo factores relacionados con la economía, la sociedad y la cultura.

En conclusión el término denominado organización corresponde a una entidad estructurada compuesta por un grupo de miembros que intervienen activamente de manera coordinada y sistemática para alcanzar objetivos anteriormente definidos, estas pueden tomar diversas formas, como empresas, instituciones gubernamentales, ONG, asociaciones sin fines de lucro, entre otras. En el contexto de los negocios buscan lograr eficiencia, productividad y competitividad en el mercado, enfocándose en estrategias que maximicen las capacidades para cumplir sus propósitos.

2.2.4 Comunicación Organizacional

En este sentido, se manifiesta que dentro de las organizaciones la comunicación es “el flujo de comunicaciones internas presentes en una organización, para establecer relaciones entre los individuos que la integran y lograr que se desenvuelven en un ambiente de sinceridad, escucha y de circulación de la información” (Goldhaber, 1984). De la misma manera, (Certo, 2001), lo consideran “una variable fundamental en el buen funcionamiento de la entidad, asimismo importante en las interacciones con el público externo. Convirtiéndose en un elemento fundamental para el correcto funcionamiento de las entidades empresariales”

Se considera que es una teoría enfocada en la transferencia de información al interior de las organizaciones, entre los departamentos y los miembros que lo integran, pudiendo ser de empleados a directiva, conocida como comunicación ascendente, también puede ser de dirección descendente de dirección a empleados, por último se menciona la comunicación horizontal dada entre empleados del mismo nivel; por otro lado se resalta la comunicación que mantiene organización con los entes externos. El propósito de sostener dichas conexiones es para que cada quien tenga claro sus roles y responsabilidades, además de hacer más sencilla la coordinación de

tareas y rápida difusión de información oportuna, de igual manera fomentar un entorno laboral favorable, donde prevalezca la confianza y el respeto, así como construir relaciones vínculos firmes con clientes, proveedores, comunidades y el mercado global.

2.2.5 Comunicación Estratégica

Con relación a este concepto, (Prieto, 2023) lo plantea como “métodos y enfoques para prever la planificación de la comunicación en las empresas, basado en tendencias sociales, económicas, políticas y tecnológicas. Permitiendo implementar diversos procesos de aprendizaje, adaptación y desarrollo permanente, al momento de presentarse ante crisis y cambios en tales situaciones”. Así mismo también se define como “el plan de comunicación, integrado por todas las áreas de la organización, alineado con los valores empresariales, vinculando estrategia y comunicación, para diseñar una campaña efectiva, además programar acciones que respondan a los intereses de la empresa”. (Quiñoy, 2024)

Con relaciona a lo anterior se destacar que la comunicación estratégica se trata del desarrollo de una debida planificación, que difunde la información con los diversos integrantes, así como su público externo, con la finalidad de cumplir sus propósitos. Esto se logra mediante la definición de metas alcanzables con plazos definidos, así como identificar y comprender las diferencias de los grupos a los que se dirige, con mensajes que sean claros, que trasmitan la información clave y que se adapten a las necesidades del destinatario.

De tal manera, con el propósito de conseguir un éxito aplicación, es fundamental elaborar un plan integral que abarque las áreas comunicativas de la entidad, para asegurar que las acciones emprendidas estén alineadas de acuerdo con los objetivos corporativos y que las diferentes áreas trabajen de manera coordinada. Por ello, se deben integrar las áreas de imagen institucional para proyectar una identidad positiva, relaciones públicas para estructurar conexiones sólidas,

publicidad para promocionar correctamente el producto o servicio, protocolo para gestionar actos de manera adecuada, comunicación externa que permita interacción con el público externo, interna que fomente un ambiente de trabajo motivado y eficaz, además de responsabilidad social empresarial para evidenciar la responsabilidad de la entidad hacia la comunidad y el medio ambiente, entre otras. Al considerar todas estas áreas de manera conjunta, se garantiza que la comunicación que el desempeño de la organización sea efectivo, coherente y alineada con sus objetivos estratégicos.

2.2.6 Responsabilidad

Según, (Kaufmann, 2010) define responsabilidad como "un compromiso ético integrado por hacer frente a las consecuencias de los actos propios". Por su parte, (Muñoz, 2012) dice que la responsabilidad consiste en "cumplir con las obligaciones y deberes, a través de asumir y aceptar las consecuencias de las propias acciones". Aunado a ello, (González & Pérez, 2015) sostienen que este concepto "constituye la obligación moral presente al momento de tomar decisiones y actuar, teniendo en cuenta las posibles consecuencias que estas acciones puedan tener en otras personas y en el entorno".

Este concepto menciona como una persona tiene la capacidad para responder por los resultados de sus actos, ejecutar sus deberes y reconocer el efecto de sus decisiones y su desempeño sobre su medio y quienes forman parte de él. También influye la predisposición para responder a compromisos en distintas áreas como personal, profesional o comunitario, siempre en convergencia con los marcos legales y los valores éticos compartidos. Se necesita obrar con transparencia, prudencia y conciencia de las consecuencias que cada elección puede llevar, conservando la coherencia entre lo que se dice y lo que se hace.

Su importancia radica en que, al ejercer esta cualidad, se fortalece la credibilidad personal y se establecen vínculos más sólidos. Trascendiendo lo individual, se convierte en un pilar fundamental para el funcionamiento social, ya que asegura que las acciones particulares sumen al progreso común. De este modo, se promueve un entorno organizado donde prevalezcan la justicia, la seguridad en las interacciones humanas y el respeto a normas fundamentales que armonizan la convivencia colectiva

2.2.7 Responsabilidad Social Empresarial (RSE):

En virtud de lo anterior, se define como “un conjunto de compromisos económicos, sociales y ambientales adoptados por las organizaciones, determinados como un valor añadido al cumplimiento de sus obligaciones legales, contribuyendo al progreso social y económico en el marco de un desarrollo sostenible” (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2007). Así mismo se argumenta que allí “está la promoción de una conducta empresarial que más allá de la generación de beneficios, incorporando aspectos sociales y ambientales dentro de la estrategia del negocio” (Flores et al, 2007)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) representa el compromiso activo de las organizaciones con el avance integral, abarcando las dimensiones económica, social y ecológica. Consiste en que las corporaciones asuman conscientemente cómo sus operaciones influyen en estos campos, adoptando conductas éticas que salvaguarden la dignidad humana y fomenten un progreso sustentable. Estas iniciativas no solamente coadyuvan a formar una comunidad más igualitaria y preservar los recursos naturales, sino que además mejoran el prestigio corporativo, fidelizando tanto a colaboradores como consumidores a través de procesos innovadores y de calidad ascendente. Así, la RSE se convierte en motor para un crecimiento armónico, la conservación del planeta y la generación de empleos con perspectiva de largo plazo.

Este enfoque corporativo materializa el aporte concreto al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), vinculando directamente las estrategias de RSE con las metas globales pactadas por la comunidad internacional. Se erige así como pilar indispensable para cimentar un porvenir más inclusivo y equilibrado, donde el sector privado asume un rol protagónico en la transformación social positiva.

2.2.8 Desarrollo Sostenible

En este sentido, para (Leal, 2016) el desarrollo sostenible se deduce como “la mejora de la calidad de vida humana sin rebasar la capacidad de carga de los ecosistemas que los sustentan”. A su vez, este concepto concibe “el desarrollo como un proceso armónico, donde la explotación de los recursos, la dirección de las inversiones, la orientación del cambio tecnológico y las transformaciones institucionales deben corresponderse con las necesidades de las generaciones presentes y futuras”. (Pichs, 2002). Aunado a ello (Dourojeanni, 2000) plantea que “este desarrollo presenta tres objetivos fundamentales: estructurados por el crecimiento económico, la equidad (social, económica y ambiental) y la sostenibilidad ambiental”.

El desarrollo sostenible busca alcanzar una armonía entre el progreso material, la justicia colectiva y el cuidado de los ecosistemas, permitiendo satisfacer los requerimientos actuales sin comprometer las posibilidades de quienes habitarán el planeta mañana. Esto exige emplear racionalmente los bienes naturales, disminuir los desechos contaminantes y preservar la variedad biológica, con el propósito de atenuar las huellas perjudiciales de la actividad humana. Paralelamente, implica fomentar condiciones equitativas para todos, garantizando derechos fundamentales mediante la disminución de brechas sociales y el acceso universal a servicios esenciales, al tiempo que se impulsa una economía regenerativa capaz de crear ocupación productiva, disminuir las carencias extremas y elevar el bienestar general.

Ante esta necesidad de acción coordinada a escala planetaria, la comunidad internacional adoptó la Agenda 2030 mediante los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, diseñados como hoja de ruta para abordar desafíos apremiantes como las privaciones materiales, las insuficiencias educativas, las emergencias sanitarias, la escasez hídrica y las disparidades de género, entre otras prioridades. Esta visión compartida persigue cimentar un mañana más justo donde la salvaguarda ambiental sirva como antídoto contra la crisis climática, requiriendo para ello el compromiso activo de todos los actores sociales en la formación de una conciencia sustentable transversal.

2.2.9 Prácticas sostenibles

En relación a ello, (Argentiero et al, 2023) destacan que son “procesos implementados para minimizar el impacto negativo hacia la naturaleza, las comunidades y la economía, promoviendo la conservación de los recursos naturales y equidad social”. De igual manera, se puntualiza como “prácticas definidas a través de tres pilares que abarca la equidad social, prosperidad económica y calidad del medio ambiente; que consiste en facilitar la inversión, al tiempo que cuidan del medio ambiente, las personas y las comunidades” (Smith, 2016)

Las iniciativas de sostenibilidad constituyen medidas concretas orientadas a reducir las consecuencias adversas de la intervención humana en los espacios naturales, mientras promueven progreso material basado en los fundamentos del desarrollo sustentable. Estas acciones persiguen conciliar tres dimensiones esenciales: el avance productivo, la justicia colectiva y la preservación ecológica. Su aplicación favorece la protección de elementos naturales vitales como los cuerpos hídricos, la atmósfera, los suelos y la diversidad biológica, al mismo tiempo que incentiva la optimización en el consumo energético, garantizando así la disponibilidad de estos recursos para las generaciones presentes y futuras.

Asimismo, “se impulsa la economía circular, que implica la reducción, reutilización, reciclaje y recuperación de materiales, generando empleo y crecimiento económico sostenible, consiguiendo satisfacer las necesidades básicas de los individuos sin comprometer las oportunidades de las generaciones futuras” (Álvarez & Vega, 2009).

Existen múltiples enfoques para impulsar acciones sustentables, como la optimización en el consumo de insumos (energía, agua, materiales), el manejo adecuado de desechos mediante procesos de reciclaje y reaprovechamiento, y la prevención de daños ambientales. Igualmente crucial resulta promover principios éticos que garanticen condiciones laborales dignas, equidad de género e integración social, junto con el apoyo al progreso de las poblaciones cercanas. La incorporación de innovaciones tecnológicas ecológicas resulta clave para crear bienes y servicios ambientalmente responsables, proceso que demanda una visión estratégica permanente por parte de las organizaciones, con metas definidas y la participación activa de todos los actores relevantes.

Estas medidas permiten salvaguardar los ecosistemas, atenuar los efectos del calentamiento global, proteger la variedad de especies y asegurar la disponibilidad de recursos vitales. Simultáneamente, generan beneficios sociales al estimular economías locales más inclusivas, crear nuevas fuentes de trabajo, aumentar la eficiencia operativa y fortalecer la posición competitiva de las empresas. En definitiva, adoptar modelos de operación sustentables se configura como un requisito fundamental para edificar una sociedad más justa y con mejores perspectivas para todos sus miembros.

2.2.10 Gestión del Cambio

En este sentido (Kotter J. P., 1996) define la gestión del cambio como "un conjunto de métodos que se utilizan para asegurar que los cambios significativos se implementen de manera

controlada y sistemática.". A su vez, gestión del cambio "es la aplicación de un enfoque estructurado para la transición de una organización desde un estado actual a un estado mejorado" (Hiatt, 2006)

Por consiguiente, se entiende por gestión del cambio el hecho de construir un ciclo de aprendizaje que sostenga un enfoque organizado e integral que le permita a las organizaciones y sus miembros una transición fluida, además de exitosa para que les sea posible crecer, adaptarse y evolucionar y al mismo tiempo obtener beneficios duraderos. Afectando directamente la gestión de proyectos, donde es necesario emprender acciones en busca de enfrentar un mercado que busca avanzar o tiene cambios constantes y cada vez es más competitivo, como por ejemplo, implementar un nuevo proceso, tecnologías innovadoras, nuevas políticas, entre otros.

En el contexto empresarial actual, este enfoque se ha transformado en un elemento fundamental que demanda versatilidad y capacidad de ajuste para lograr resultados óptimos. Permite establecer relaciones duraderas, potenciar el trabajo en equipo y ejercer una dirección efectiva, al mismo tiempo que fortalece habilidades clave para optimizar la elección de alternativas, el desempeño organizacional y los logros alcanzados. Además, posibilita responder ágilmente a las fluctuaciones del mercado, las innovaciones tecnológicas y las demandas cambiantes de los consumidores, incrementando significativamente las probabilidades de cumplir con las metas establecidas y garantizar rentabilidad en las operaciones comerciales.

Es veraz, destacar que para obtener resultados favorables, deben existir una serie de elementos, como una constante comunicación que sea clara para mantener a todos informados y comprometidos durante todo el proceso, que los empleados y demás involucrados estén comprometidos con los cambios, que además tengan las herramientas necesarias para adaptarse a los nuevos procesos y tecnologías, así como un liderazgo fuerte y comprometido.

En resumidas cuentas, el cambio es una disciplina primordial para las entidades organizacionales que buscan prosperar en un entorno empresarial dinámico, al adoptar un enfoque estructurado y centrado en las personas, las organizaciones pueden superar los desafíos del cambio y alcanzar sus objetivos estratégicos.

2.2.11 Impacto ambiental

En cuanto a esto, (García, 2012) define impacto ambiental como "cualquier cambio en el ambiente, ya sea adverso o beneficioso, total o parcialmente resultante de las actividades, productos o servicios de una organización". Según (Maldonado & Pérez, 2015), "el impacto ambiental hace referencia a las alteraciones que las actividades humanas provocan en el entorno natural, afectando los procesos ecológicos y la calidad de vida de las futuras generaciones". Así mismo, se sostiene que "el concepto de impacto ambiental implica la modificación que un proyecto, obra o actividad produce en el medio ambiente, en términos de calidad, cantidad y disponibilidad de los recursos naturales" (Rodríguez & Sánchez, 2018)

En el ámbito corporativo contemporáneo, la habilidad de progresar y adaptarse se ha vuelto fundamental para lograr el éxito organizacional. Dicho enfoque establece relaciones comerciales a largo plazo, ya que permite reforzar la colaboración en el equipo de trabajo y fomentar habilidades directivas que optimizan la toma de decisiones de una manera estratégica. Facilita la adaptación constante a las variaciones del mercado, novedades tecnológicas y demandas inestables de consumidores, lo que incrementa considerablemente las probabilidades de lograr los objetivos institucionales y la viabilidad económica lo largo del tiempo.

Las actividades humanas generan impactos significativos en los sistemas naturales, predominantemente negativos, que alteran el equilibrio ecológico mediante la sobreexplotación de recursos, prácticas industriales contaminantes y modelos de consumo insostenibles. Estas acciones

provocan deterioro ambiental visible en la contaminación de ecosistemas, cambio climático, pérdida de biodiversidad y afectaciones a la salud pública, lo que hace imperativa la implementación inmediata de soluciones como energías limpias, gestión eficiente de recursos, protección de hábitats naturales y cambios en patrones de consumo, requiriendo para ello la participación coordinada de toda la sociedad para garantizar un futuro sostenible.

2.3 Sistema de Categorías

Tabla 1. *Sistema de Categorías*

Objetivo General: Establecer estrategias que integren eficientemente los principios de sostenibilidad en la cultura y operaciones de la empresa.					
Objetivos Específicos	Variables	Categorías	Subcategorías	Instrumentos	Ítem
Identificar los principales obstáculos en la comunicación organizacional que limitan la implementación de prácticas sostenibles en Inversiones	Comunicación Organizacional	Canales de Comunicación Comunicación interna	-Claridad en la transmisión de mensajes.	Cuestionario	
			-Existencia estrategias efectivas para la comunicación interna.		
Determinar el impacto de la comunicación interna en la participación y compromiso de los empleados con las iniciativas de sostenibilidad	Sostenibilidad de la Empresa	Prácticas Sostenibles Implementadas	-Existencia de iniciativas de responsabilidad social y ambiental.	Cuestionario	
			-Aplicación de prácticas que promueven el uso eficiente de recursos y la reducción del impacto ambiental.		
Diseñar estrategias de comunicación que permitan alinear los objetivos de sostenibilidad con la cultura organizacional de la empresa.					

Fuente: Elaboración propia (2025)

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 Tipo y diseño de investigación

Asumiendo las implicaciones que conlleva este estudio, se estructura dentro de un enfoque cualitativo, definido por “estudiar la realidad, interpretando fenómenos con las personas implicadas, a través de instrumentos para recoger información que producen datos descriptivos como entrevistas, cuestionarios y observaciones que describan la rutina” (Taylor & Bogdan, 1987, pág. 25), entendiendo que esta perspectiva se centra en comprender la realidad social, el significado de las experiencias de cada individuo con el problema indagado, exponiendo ideas de acuerdo a los datos recabados, retratando a detalle los fenómenos.

Según la finalidad de este estudio, se caracteriza como proyectiva, debido a que se enfoca en la solución de complicaciones existentes mediante procesos que permiten diseñar estrategias. Se argumenta que “una investigación definida como proyectiva se centra en desarrollar soluciones para una situación específica. Implica explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio, mas no necesariamente ejecutar la propuesta”. (Hurtado, 2012)

Por consiguiente, la investigación representa una medida de inserción hacia el desafío de transición para lograr los propósitos planteados. El camino hacia una cultura sostenible, mediante la comunicación organizacional que se pueda considerar asertiva, se puede lograr la identificación de los problemas presentes y generar medidas para obtener una estructura innovadora de fases que beneficien a todas las partes afectadas.

Aunado a ello, podemos referirnos al diseño del estudio como la manera en que se le dará forma a la investigación, estableciendo los pasos a seguir para otorgar respuesta a las interrogantes obtenidas, en vista de ello se plantea implementar un estudio no experimental, donde la variable

solo se observa mas no se manipula, para poder estudiar los fenómenos en su estado natural, esto se puede lograr con la recopilación de datos e inspección de los procesos llevados a cabo dentro de la organización, limitándose a observar y recopilar la información importante, proceso denominado investigación de campo.

Según Arias (2012) “se distingue por la recopilación directa de información proveniente de individuos estudiados o del espacio donde ocurren los hechos, sin que haya alteración alguna, este enfoque permite que los datos surjan de una realidad exacta”

3.2 Escenario de estudio

En función de ello, en un estudio que aplique el método cualitativo se plantea un elemento denominado escenario, el cual constituye el ambiente o espacio sociogeografico donde se va a llevar a aplicar la investigación, así mismo, allí se realiza la recolección de datos, proveniente de los sujetos que van a suministrar la información relevante. Para (Taylor & Bogdan, 1987) “el escenario de estudio es el sitio donde el investigador llevara a cabo su trabajo de campo, la elección puede estar influenciada por la familiaridad o la posibilidad de obtener acceso” (p. 27).

Por lo tanto, según el presente estudio, el escenario se encuentra delimitado en Escuque, específicamente en Inversiones Solquim De Joan Parra, una pequeña empresa denominada Firma Personal, que permitirá conocer el desarrollo de las interacciones presentes, para comprender las dinámicas aplicadas que afecten la comunicaron organizacional y la cultura sostenible.

3.3 Participantes

En este sentido, (Creswell & Poth, 2018) plantean a los participantes como “los individuos escogidos para el estudio porque proporcionar una comprensión profunda del fenómeno en investigación. Sus experiencias y perspectivas son centrales para la recopilación de datos” (p. 155). En relación a lo planteado, este término hace referencia a las personas que proporcionan la

información necesaria que permita comprender el fenómeno estudiado, los cuales son seleccionados específicamente para que los datos obtenidos sean los más precisos y reales posible, convirtiéndose en una fuente de conocimiento escogida para la aplicación de técnicas e instrumentos aplicados para recabar la información, por lo tanto en este caso se tomó como referencia el Director gerente de la empresa y uno de los empleados.

3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

En relación a ello, las técnicas cualitativas son aquellas donde su propósito consiste en comprender a detalle las perspectivas, experiencias y significados de los involucrados. En el transcurso de una investigación, se planifica la búsqueda y recolección de información, para lograr una visión real de la problemática abordada, mediante fuentes de primera mano, dicho procedimiento puede ser llevado a cabo a través de varios métodos e instrumentos en función de los recursos disponibles, el objeto de estudio y la disponibilidad del investigador.

Por consiguiente, se escogió como técnica la aplicación de una encuesta la cual nos permita obtener información de primera mano de cada uno de los involucrados. En este sentido, se plantea que “la encuesta cualitativa se enfoca en la obtención de relatos detallados y contextualizados que permiten comprender las complejidades de las experiencias compartidas por los participantes” (Sandin, 2003, pág. 156), entendiéndose como un método flexible de recolección de datos que prioriza la comprensión de las experiencias de los que suministran la información

Por su parte, el cuestionario se visualiza como principal herramienta, donde Rodríguez, et al argumenta que “el cuestionario representa una guía flexible de preguntas abiertas o semiestructuradas diseñada para estimular la reflexión y la narración detallada por parte de los encuestados sobre sus experiencias y opiniones en relación con el fenómeno estudiado” (2003), dado que su objetivo principal constituye la obtención de datos narrativos en busca de obtener la

mayor información posible para explorar la complejidad del fenómeno estudiado, se aplicó dicho instrumento mediante la respuesta de (12) doce preguntas abiertas.

3.4 Procedimiento Metodológico

La presente investigación se desarrolló siguiendo una estructura cualitativa que “se basa en un proceso inductivo desarrollado en un entorno natural, ya que la recolección de datos implica una interacción cercana entre los participantes, priorizando sus experiencias y perspectivas sobre el uso de instrumentos de medición preestablecidos. En este método, las variables no se manipulan experimentalmente, lo que refleja un análisis de realidades subjetivas, sin posibilidad de réplica ni bases estadísticas” (Sampieri, R, 2006). Tomando como referencia las fases que son la formulación, diseño, ejecución y cierre, adaptadas al enfoque cualitativo y al uso de cuestionarios como técnica principal de recolección de datos.

3.4.1 Fases de la investigación

1. **Selección del problema:** Se identificó la necesidad de analizar cómo la comunicación organizacional puede influir en la transición hacia prácticas sostenibles dentro de Inversiones Solquim.
2. **Revisión documental:** Se consultaron fuentes teóricas, normativas y estudios previos relacionados con sostenibilidad y comunicación organizacional.
3. **Formulación del marco teórico y metodológico:** Se definieron las categorías de análisis, los objetivos, y el enfoque cualitativo.
4. **Diseño de instrumentos:** Se elaboró un cuestionario en **Google Forms**, con preguntas abiertas orientadas a recoger percepciones, experiencias y opiniones.
5. **Aplicación y recolección de datos:** Se envió el formulario a los participantes seleccionados de manera digital, permitiendo respuestas voluntarias y confidenciales.

6. **Análisis de resultados:** Se procesaron las respuestas mediante codificación temática, relacionando los datos con los objetivos y teorías.
7. **Conclusiones y recomendaciones:** Se establecieron en función de los hallazgos obtenidos.
8. **Redacción del informe final:** Se integraron todos los resultados y análisis para su presentación académica.

3.4.2 Técnicas de recolección de datos

La técnica utilizada fue la aplicación de cuestionarios abiertos en línea, a través de la plataforma Google Forms, lo que facilitó la participación remota, la recolección segura de los datos y el almacenamiento automatizado de la información.

3.4.3 Criterios de selección de población y muestra

Se utilizó un muestreo intencional, seleccionando a trabajadores de distintos niveles jerárquicos de Inversiones Solquim, especialmente aquellos involucrados en procesos de comunicación interna y gestión ambiental. Se priorizó la participación de individuos con conocimiento directo del funcionamiento organizacional.

3.4.4 Procedimiento de aplicación

El cuestionario fue enviado por correo electrónico o mensajería interna de la empresa, acompañado de una nota explicativa con los objetivos de la investigación y una solicitud de consentimiento informado digital. Los participantes completaron el formulario de manera autónoma, respetando los principios de confidencialidad y voluntariedad.

3.4.5 Importancia del procedimiento metodológico

Este proceso permitió recopilar información auténtica y profunda desde la perspectiva de los propios actores organizacionales, facilitando un análisis contextualizado del rol de la comunicación en la sostenibilidad. Además, el uso de Google Forms permitió una logística eficiente, segura y respetuosa con los principios éticos de la investigación.

3.5 Rigor Científico

“El rigor científico es un concepto complejo y multidimensional, sin una definición única, y enfatizan la relevancia de aplicar el método científico con estricto rigor” Casadevall y Fang (2016). En el caso de la presente investigación, titulada *"La Comunicación Organizacional como Herramienta para la Transición hacia la Sostenibilidad en Inversiones Solquim de Joan Parra, F.P."*, se ha aplicado el diseño no experimental propios del enfoque cualitativo. El propósito es garantizar que los resultados obtenidos reflejen de manera transparente las experiencias de los participantes. Para ello, se abordaron cuatro dimensiones fundamentales del rigor cualitativo: credibilidad, dependencia o confiabilidad, transferibilidad y conformabilidad.

3.5.1 Credibilidad

La credibilidad hace referencia al grado en que los hallazgos del estudio representan con precisión la realidad de los participantes. Para fortalecer esta dimensión, se aplicaron diversas estrategias, entre ellas la triangulación de fuentes de información cuestionarios con preguntas abiertas, observación directa y revisión de documentos institucionales, lo cual permitió contrastar y complementar los datos recolectados.

Se utilizó la técnica de confirmación con los informantes, compartiendo con ellos los resultados interpretativos preliminares, quienes validaron su coherencia con sus propias experiencias. Finalmente, la permanencia prolongada de los investigadores en el campo facilitó un

conocimiento profundo del contexto organizacional, contribuyendo a una interpretación más contextualizada.

3.5.2 Dependencia o Confiabilidad

La dependencia, también conocida como confiabilidad, hace referencia a la estabilidad y coherencia de los resultados a través del tiempo. En esta investigación, se aseguró mediante una documentación exhaustiva de cada fase del proceso: el diseño metodológico, la elaboración del cuestionario, la selección de los participantes, la recolección de datos y el análisis interpretativo. Se garantizó la congruencia entre los objetivos de investigación, las preguntas formuladas y las técnicas de análisis utilizadas. La utilización de un registro sistemático y organizado de todo el material empírico recopilado asegura la trazabilidad del proceso y permite que otros investigadores comprendan el camino seguido para llegar a las conclusiones.

3.5.3 Transferibilidad

La transferibilidad se relaciona a la posibilidad de implementar los hallazgos del estudio a otros contextos similares. En investigaciones cualitativas, no se busca la generalización estadística, sino ofrecer descripciones densas y contextualizadas que permitan a otros investigadores o lectores valorar la aplicabilidad de los resultados.

Con este fin, se realizó una caracterización detallada del contexto organizacional de Inversiones Solquim, incluyendo aspectos estructurales, procesos comunicacionales y perfiles de los participantes. También se aplicó un muestreo intencional, seleccionando informantes clave de diversas áreas y niveles jerárquicos, lo que permitió representar la complejidad del fenómeno desde múltiples perspectivas.

3.5.4 Confirmabilidad

La confirmabilidad se refiere al grado en que los hallazgos se derivan directamente de los datos recolectados y no de prejuicios o suposiciones del investigador. Para garantizar este criterio, se mantuvo un registro de auditoría a lo largo del proceso investigativo, que incluyó decisiones metodológicas, criterios de codificación y reflexiones analíticas.

También se utilizó la triangulación de fuentes como mecanismo de verificación y se promovió una actitud reflexiva por parte del investigador, reconociendo sus propios valores y su influencia potencial en el análisis. Esta reflexión contribuyó a que la interpretación se centrara en las voces auténticas de los participantes, incrementando la objetividad y transparencia del estudio.

3.6 Técnicas y Métodos de Análisis de Datos

Según Fidiás Arias (2012, p.67) “Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma de obtener datos o información”. Para este estudio se aplicaron procedimientos metodológicos diseñados específicamente para analizar las valoraciones, vivencias y concepciones que los colaboradores asocian con los procesos comunicacionales y su vinculación con prácticas sustentables en el entorno de Inversiones Solquim. Como instrumento central se utilizó un formulario con interrogantes de respuesta libre, que permitió recoger testimonios detallados cargados de perspectivas personales y análisis profundos por parte de los participantes seleccionados.

El análisis se fundamentó en la examinación interpretativa de contenidos cualitativos, realizada metódicamente para detectar regularidades discursivas, tópicos frecuentes y nociones significativas presentes en las declaraciones obtenidas. Esta aproximación metodológica facilitó la clasificación de la información en grupos conceptuales surgidos naturalmente, manteniendo coherencia con las finalidades de la investigación. El proceso analítico implicó inicialmente una

fase de categorización preliminar, donde se desglosaron las respuestas en fragmentos con sentido completo. Posteriormente, estos segmentos se organizaron en conjuntos temáticos que posibilitaron descubrir conexiones entre conceptos y profundizar en la comprensión del fenómeno investigado, garantizando así una interpretación ordenada y lógica de los hallazgos.

Adicionalmente, se incluyeron componentes del enfoque narrativo, cuya combinación permitió apreciar aspectos contextuales y enriquecer el examen desde una visión integral y situada en la realidad organizacional. Para el manejo de la información se empleó la plataforma Microsoft Excel, que apoyó en la estructuración de los datos, la disposición ordenada de las respuestas clasificadas y la identificación de tendencias discursivas. Pese a no utilizarse software especializado, esta herramienta demostró ser funcional para las características de la investigación y los propósitos analíticos planteados. La conjunción de estas estrategias metodológicas permitió un examen minucioso, ético y crítico de la información, respetando las perspectivas originales de los informantes y aportando claridad sobre la función clave de los procesos comunicativos en la implementación de modelos sustentables dentro de la empresa analizada.

3.7 Aspectos Éticos

“La investigación cualitativa comparte los mismos principios éticos fundamentales de la ciencia en general, como la búsqueda de la verdad y la justicia, entendido como un ejercicio de libertad al igual que otras formas de investigación. Sin embargo, presenta desafíos específicos relacionados con sus problemas de estudio, métodos, y la comunicación de sus resultados” González Manuel (2002, p. 96). Este estudio se ha diseñado bajo estrictos criterios éticos que garantizan la protección integral de los participantes. Durante todo el proceso investigativo, se han considerado como pilares fundamentales el resguardo de la integridad personal, la confidencialidad de la información y el derecho a la autodeterminación de cada individuo

involucrado. A continuación, se detallan los componentes éticos esenciales que orientan el desarrollo de este trabajo académico:

3.7.1 Consentimiento Informado

A todos los colaboradores se les brindará información detallada acerca de los propósitos de la investigación, los métodos para recopilar información y el destino de los datos obtenidos. Se les comunicará de manera clara y transparente los motivos del estudio, enfatizando que su participación es completamente voluntaria y que tienen la libertad de abandonar el proceso cuando lo consideren necesario, sin que esto genere consecuencias negativas en su vínculo laboral o con el equipo investigador. La autorización se formalizará mediante un documento escrito, donde los participantes deberán plasmar su firma como evidencia de su aceptación consciente e informada, una vez que hayan entendido plenamente todos los aspectos relacionados con su intervención en el estudio.

3.7.2 Confidencialidad y Anonimato

Se protegerá estrictamente el carácter privado de todos los datos proporcionados. Los hallazgos del estudio se mostrarán de forma generalizada, sin revelar información que permita reconocer a personas o colectivos particulares. La información personal de los colaboradores se conservará bajo medidas de protección adecuadas, con acceso restringido exclusivamente al responsable del proyecto. Para mantener el anonimato, cada participante será asociado a un identificador numérico o alfabético, eliminando cualquier referencia a su nombre real u otros detalles que pudieran exponer su identidad.

3.7.3 Uso Responsable de la Información

Los datos recopilados mediante los instrumentos de consulta tendrán un uso estrictamente académico, limitado a los objetivos planteados en este estudio. Bajo ninguna circunstancia se modificará o compartirá la información con propósitos diferentes a los autorizados previamente por los participantes. Se velará por mantener la integridad de los hallazgos, asegurando que su presentación refleje fielmente las opiniones y experiencias expresadas por los colaboradores durante el proceso investigativo.

3.7.4 Evitar Daño Psicológico o Social

Durante todo el desarrollo del estudio, se priorizará la protección integral de los participantes en los ámbitos psicológico y relacional. El instrumento de recolección de datos fue cuidadosamente elaborado para excluir cualquier interrogante que pudiera generar molestias, afectar la estabilidad emocional o comprometer la imagen de los colaboradores. El equipo investigador asume la responsabilidad de atender oportunamente cualquier preocupación manifestada durante la aplicación de los cuestionarios, proporcionando la orientación y acompañamiento requeridos en caso necesario.

3.7.5 Cumplimiento de Normativas Éticas

Este estudio se regirá por los lineamientos éticos y protocolos de buenas prácticas establecidos por las entidades competentes, incluyendo la institución académica vinculante y otros organismos especializados en investigación. Se prestará particular atención al estricto cumplimiento de la legislación sobre privacidad de información personal, así como a la observancia de los estándares éticos globalmente reconocidos para trabajos de carácter social y corporativo.

CAPÍTULO IV.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación y Análisis de resultados

A continuación se presenta la información acerca de los participantes a los cuales se les aplicó el cuestionario:

Tabla 2. *Codificación de los entrevistados*

Profesion	Especialidad	Experiencia Específica en Años	Experiencia Específica Detalle	Experiencia Similar en Años	Experiencia Similar Detalle	Sexo	Código Asignado	Fecha de Aplicación	Duración
Gerente General	Ingeniería Química	5	Dirección estratégica y operativa en la gestión de la empresa de fabricación de productos químicos de limpieza	4	Coordinación de equipos técnicos y administración logística	M	GRTE	15/05/2025	40 min
Obrero	NO POSEE	6	Desempeño de funciones operativas en planta de producción de Inversiones Solquim, incluyendo apoyo logístico	3	Trabajo en áreas operativas de empresas dedicadas a productos y distribución	M	OB	15/05/2025	30 min

En relación a lo anterior, se presentarán las respuestas obtenidas de la aplicación del cuestionario, constituidos por doce (12) preguntas abiertas:

Tabla 3. *Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Comunicación Interna*

Variable Independiente: Comunicación Organizacional	
Dimension: Comunicación interna	
Pregunta N°1: ¿Cómo calificarías la calidad de la comunicación interna en la empresa?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
Diría que la calidad de la comunicación interna es buena aunque podría mejorar en temas como la sostenibilidad. En las tareas diarias la comunicación es efectiva, las instrucciones de producción, los cambios de turno, la resolución de problemas inmediatos suelen ser positivas, mayormente en reuniones de equipo rápidas o Whatsapp. Al conocer a detalle cada proceso, puedo asegurar que la información operativa llega donde debe.	Directa y sencilla. Como somos pocos, nos coordinamos en persona o por WhatsApp. A veces hay confusiones si no queda claro por escrito.
Nota: Resultado de la pregunta N°1 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de la calidad de la comunicacio interna en la empresa Fuente: Elaboracion propia (2025)	

Tabla 4. *Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Comunicación Interna*

Variable Independiente: Comunicación Organizacional	
Dimension: Comunicación interna	
Pregunta N°2: ¿Qué barreras en la comunicación encuentras dentro de la empresa?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
Aquí podríamos considerar una falta de canales únicos para temas específicos, normalmente la comunicación tiende a ser informal, además algunos empleados pueden ver la sostenibilidad como más trabajo, otra tarea que realizar, para que exista mayor conciencia hay que hacer entender cómo se conecta el trabajo con los objetivos sostenible y lo vital que es, aunque somos pocos haciendo mucho, ocasionalmente no queda tiempo para transmitir algo que se salga de los labores del día a día.	Que no hay protocolos fijos. Si alguien falta, la información se pierde. También falta documentar procesos clave (ejemplo: mezclas de productos).
Nota: Resultado de la pregunta N°2 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de las barreras de la comunicacio interna en la empresa Fuente: Elaboracion propia (2025)	

Tabla 5. *Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Canales de Comunicación*

Variable Independiente: Comunicación Organizacional	
Dimension: Canales de Comunicación	
Pregunta N°3: ¿A través de qué canales de comunicación internos se trasmite la información dentro de la empresa?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
Actualmente, nuestra comunicación es a través de reuniones, información relevante en una pizarra informativa de uso interno, de un empleado a otro, las instrucciones directas que yo doy al personal clave, que luego se replican hacia abajo, también a través de Whatsapp, mensajes o llamadas	
Nota: Resultado de la pregunta N°3 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de los canales de comunicacio de la empresa Fuente: Elaboracion propia (2025)	

Tabla 6. *Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles*

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°4 ¿Considera que el personal está bien informado sobre la importancia de sostenibilidad de la empresa?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
Creo que si son conscientes, como fabricantes de productos químicos tenemos una responsabilidad con el medio ambiente y la salud de esta comunidad, al depender de recursos naturales (agua, energía, materias primas), se pueden usar de manera irresponsable, por eso es vital minimizar en lo mayor posible el impacto negativo; debido a la gran competencia un compromiso con la sostenibilidad puede ser un valor agregado que les llame la atención a nuestros clientes y contribuir a un futuro prospero	Sí, lo tenemos presente, pero como somos una empresa pequeña, a veces es difícil priorizar metodos sostenibles sobre costos. Se trato el tema de usar ingredientes menos dañinos, pero no siempre es posible por el precio., aunque ayudaria a innovar
Nota: Resultado de la pregunta N°4 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca del conocimiento de la sostenibilidad de los trabajadores Fuente: Elaboracion propia (2025)	

Tabla 7. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°5: ¿Qué prácticas de sostenibilidad están integradas en los procesos operativos diarios de la empresa?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
<p>Actualmente, las prácticas de sostenibilidad integradas son basadas en el sentido común o en una eficiencia básica, integradas por reutilización de residuos secos, si compramos materias primas en bidones o tambores, los limpiamos y reutilizamos internamente para almacenar otros productos o mezclas. Además inducimos a nuestros clientes a traer envases usados para evitar incurrir en el uso de nuevos envases y que sean desechados. También se trata en lo posible no utilizar agua innecesariamente y optimizar los ciclos de lavado de equipos usando lo justo y necesario</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Reutilizar envases plásticos para almacenamiento interno. - Uso moderado de agua en la producción. - Separar residuos peligrosos (como aceites) para disposición especial.
Nota: Resultado de la pregunta N°5 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de las practicas sostenibilidad aplicadas	Fuente: Elaboracion propia (2025)

Tabla 8. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°6: ¿Qué nivel de participación y compromiso se observa en los empleados con las prácticas actuales de sostenibilidad	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
<p>Actualmente, el nivel de compromiso del personal es variable, con prioridad en el interés de sí mismo. La mayoría del personal entiende la importancia general de cuidar el planeta o no contaminar, pero no las acciones necesarias para que eso suceda, si se les da una instrucción (ej. "separe los envases aquí"), la cumplen, pero sin comprender el impacto a largo plazo de esa acción o sin sugerir mejoras. En general, no hay iniciativas de sostenibilidad.</p>	<p>Como el equipo es pequeño, todos colaboran (ejemplo: reusando envases), pero a veces se deja de lado por cumplir pedidos urgentes.</p>
Nota: Resultado de la pregunta N°6 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca del compromiso de los empleados con las practicas sostibles	Fuente: Elaboracion propia (2025)

Tabla 9. *Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles*

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°7: ¿Se imparten capacitaciones o talleres sobre sostenibilidad dentro de la empresa?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
No, actualmente no se imparten capacitaciones o talleres sobre sostenibilidad dentro de la empresa, esto se limita a instrucciones operativas cuando se implementa un pequeño cambio. No contamos de un programa de formación que aborde la sostenibilidad y su relevante para nuestra empresa, el impacto de nuestros productos y procesos.	No formales. Normalmente se explica cómo manipular químicos de forma segura, pero no hay talleres externos o planes de formación hacia la sostenibilidad
Nota: Resultado de la pregunta N°7 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de talleres sobre sostenibilidad	
Fuente: Elaboracion propia (2025)	

Tabla 10. *Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles*

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°8: ¿Cuáles consideras que son los principales obstáculos para implementar prácticas sostenibles en la empresa?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
Los principales obstáculos pueden ser falta de conocimiento sobre el tema, recursos financieros limitados, como empresa emergente y en la situación país a la que todos nos enfrentamos, las inversiones en tecnología más limpia, equipos de eficiencia energética o sistemas de tratamiento avanzados pueden ser costosas y difíciles de adquirir; además acceder a proveedores de materias primas sostenibles o recicladores especializados es más complicado y costoso por la logística en nuestra ubicación. También podemos considerar la resistencia al cambio en los trabajadores, implica formación, paciencia y un cambio de mentalidad arraigado.	El alto costo de materias primas ecológicas, la falta de espacio para reciclaje y que los clientes no siempre pagan más por productos verdes.
Nota: Resultado de la pregunta N°8 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de obstaculos para implementar practicas sostenibles	
Fuente: Elaboracion propia (2025)	

Tabla 11. *Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles*

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°9: ¿Considera el uso de recursos de la empresa compatibles con la sostenibilidad?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
<p>Realmente es compatible con la sostenibilidad solo en un grado muy básico, dependemos en gran medida de derivados del petróleo y otros químicos que no son renovables, con pocas prácticas de reciclaje y reutilización interna demuestran una semilla de compatibilidad</p> <p>La naturaleza de nuestros productos, aunque química, puede orientarse hacia fórmulas biodegradables, menos tóxicas y con envases más sostenibles, lo cual es una estrategia que aún no hemos explotado.</p>	<p>Se intenta, pero hay limitaciones. Ejemplo: No siempre se puede comprar ingredientes orgánicos, pero se optimizan dosis para reducir sobrantes.</p>
<p>Nota: Resultado de la pregunta N°9 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de la compatibilidad de los recursos con la sostenibilidad Fuente: Elaboracion propia (2025)</p>	

Tabla 12. *Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenible*

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°10: ¿Conoce como comunica la empresa sus esfuerzos de sostenibilidad al público externo (clientes, proveedores, comunidades)? ¿A través de qué medios?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
<p>Hasta ahora, nuestra comunicación con terceros sobre sostenibilidad es mínima, principalmente a través del boca a boca o si un cliente pregunta directamente, no tenemos un etiquetado formal de sostenibilidad ni publicidad dedicada a esto. Con nuestros proveedores, nos limitamos a conversaciones rápidas en el proceso de compra, no hemos comunicado activamente expectativas de sostenibilidad. No hay iniciativas comunitarias, ni boletines, ni presencia en eventos locales que destaquen nuestra responsabilidad ambiental. Esta área que necesita más desarrollo</p>	<p>Realmente no se promociona de ninguna manera, los clientes locales solo se interesan en si el producto es bueno, y los costos son altos para adquirir materia prima biodegradable.</p>
<p>Nota: Resultado de la pregunta N°10 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de comunicacion con terceros sobre sus practicas sostenibles Fuente: Elaboracion propia (2025)</p>	

Tabla 13. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°11: ¿De qué manera percibe el compromiso de la empresa con la reducción del impacto ambiental a través de sus productos y procesos?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
<p>Considero el compromiso de la empresa y el mío propio con la reducción del impacto ambiental como emergente y en fase de toma de consciencia, nuestros empleados tienen un compromiso más centrado en la eficiencia operativa y el cumplimiento básico de normas de seguridad, no perciben una visión estratégica ambiental activa por parte de la empresa, porque no se les ha comunicado de esa manera. Ven las acciones enfocadas a ello como cosas que se hacen, no como parte de un plan mayor.</p> <p>Nuestros productos se venden por su eficacia y precio, no por sus atributos ambientales. La comunidad, al estar en una zona rural, puede ser más consciente de nuestra presencia y cualquier impacto visible (olores, ruido), pero no ve un compromiso, no estamos comunicando activamente nuestra responsabilidad.</p>	<p>La empresa tiene buena voluntad para reducir su impacto ambiental, usando fórmulas menos contaminantes y evitando desperdicios, pero como es un negocio pequeño, enfrenta limitaciones económicas que dificultan cambios más grandes, como adoptar envases 100% ecológicos o energías renovables. Se avanza poco a poco, priorizando lo viable sin comprometer la operación. El compromiso existe, pero depende de los costos y lo que el mercado acepte pagar.</p>
<p>Nota: Resultado de la pregunta N°11 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca del compromiso para reducir en impacto ambiental</p>	
<p>Fuente: Elaboracion propia (2025)</p>	

Tabla 14. Matriz de Respuesta del Cuestionario. Dimensión Prácticas Sostenibles

Variable Independiente: Sostenibilidad de la Empresa	
Dimension: Practicas sostenibles	
Pregunta N°12: ¿La empresa cuenta con una estrategia formal de responsabilidad social y ambiental?	
Entrevistado 1	Entrevistado 2
<p>La empresa no cuenta con una estrategia formal de responsabilidad social y ambiental. Nuestras acciones, hasta ahora, son más bien iniciativas sencillas. No se ha definido un plan formal que contengan un marco estratégico unificado bajo objetivos claros, metas medibles, roles y responsabilidades definidos, o un presupuesto asignado</p>	<p>No como documento. Se sigue el sentido común: reducir desperdicios y evitar contaminar, pero sin metas medibles.</p>
<p>Nota: Resultado de la pregunta N°12 realizadas a los entrevistados 1 y 2 donde expusieron su opinion acerca de la existencia de una estrategia de responsabilidad social</p>	
<p>Fuente: Elaboracion propia (2025)</p>	

En consecuencia, al interpretar las respuestas obtenidas se llega la conclusión de que Inversiones Solquim presenta visión estratégica en gestión, sin formalización, así como una comunicación organizacional operativa, pero deficiente para el cambio cultural, donde implementan prácticas de sostenibilidad rudimentarias y de bajo compromiso general, que pueden ser debido a desafíos estructurales y desconocimiento.

4.2 Discusión de hallazgos

A partir de los testimonios obtenidos, se identificaron múltiples hallazgos significativos acerca de la realidad organizacional de la empresa estudiada, los cuales guardan estrecha relación con los propósitos planteados en este trabajo investigativo. Estos resultados se presentan organizados de la siguiente forma:

Tabla 15. *Validación de Resultados Objetivo 1*

Objetivo Especifico: Identificar los principales obstáculos en la comunicación organizacional que limitan la implementación de prácticas sostenibles en Inversiones Solquim		
	Revisión Documental	Síntesis Interpretativa
Aspectos Claves sobre la Categoría: Comunicación Organizacional asertiva	El estudio de Lovera (2024) evidencia como la comunicación interna, cuando carece de asertividad, claridad y estrategias efectivas, limita la apropiación de prácticas sostenibles dentro de las organizaciones. Aunque se aplican acciones comunicativas dirigidas al público externo, el impacto en el personal interno es menor, lo cual dificulta la promoción de una cultura organizacional alineada con la sostenibilidad. Esta situación guarda relación directa con el objetivo de esta investigación, ya que nos permite comprender que los obstáculos comunicacionales en Inversiones Solquim podrían originarse en la debilidad de los mensajes internos y la falta de mecanismos participativos. Lovera resalta como fallas en la comunicación interna limitan las prácticas sostenibles.	Desde un enfoque cualitativo, se interpreta que los obstáculos en la comunicación organizacional no solo radican en el contenido, sino en cómo se construyen y reciben los mensajes. En el caso de Solquim, es clave analizar cómo los trabajadores perciben la sostenibilidad, si comprenden su rol y si existen canales que faciliten ese entrenamiento. Identificar estas percepciones permitiría revelar barreras ocultas que frenan el cambio organizacional, subrayando la necesidad de una comunicación más clara, asertiva u coherente con los valores sostenibles.
-Claridad en la transmisión de mensajes.		
-Existencia de estrategias efectivas para la comunicación interna.		

Nota: La tabla presenta la revisión documental según el autor Lovera (2024), en torno al objetivo específico 1
Fuente: Elaboración propia (2025)

En relación al primer objetivo, de acuerdo a la aplicación del instrumento para la recolección de datos y la revisión de la literatura se establece que los principales obstáculos en la comunicación organizacional radican en la ausencia de canales informales efectivos para abordar temas estratégicos, impidiendo la atención y formación necesarias. A esto se suma una comunicación unidireccional, donde la información no fluye en todas las direcciones, limitando la participación de los empleados y la captación de sus preocupaciones y sugerencias. También es crucial la falta de información relevante y actualizada sobre nuevos temas, dificultando la adaptación a los cambios. Finalmente, la carencia de capacitaciones que conecten las labores diarias con los objetivos sostenibles y la deficiente asignación de tiempos y recursos son barreras significativas que impiden una comunicación completa y detallada.

Tabla 16. *Validación de Resultados Objetivo 2*

Objetivo Específico: Determinar el impacto de la comunicación interna en la participación y compromiso de los empleados con las iniciativas de sostenibilidad		
	Revisión Documental	Síntesis Interpretativa
<p>Aspectos Claves sobre la Categoría: Liderazgo y motivación para la promoción de una cultura sostenible</p> <p>-Existencia de iniciativas de responsabilidad social y ambiental. -Aplicación de prácticas que promueven el uso eficiente de recursos y la reducción del impacto ambiental.</p>	<p>La investigación de Marquina (2024) aporta una base valiosa para comprender cómo la comunicación organizacional influye en el compromiso del personal, destacando que una comunicación interna efectiva basada en la escucha activa, la claridad en los mensajes y el diálogo constante fortalece el trabajo en equipo y la cohesión organizacional. Estos elementos son cruciales para el liderazgo participativo y la motivación del personal hacia metas colectivas, como la sostenibilidad. Además, los resultados muestran que un ambiente comunicativo saludable facilita la incorporación de prácticas responsables y fomenta una cultura laboral propicia para implementar iniciativas de responsabilidad social y ambiental, promoviendo el uso eficiente de recursos y la reducción del impacto ecológico. Marquina evidencia que una comunicación efectiva motiva la participación del personal.</p>	<p>Los hallazgos de Marquina permiten interpretar que la calidad de la comunicación interna condiciona directamente la participación activa de los empleados en los procesos organizacionales. En el contexto de Inversiones Solquim, esto sugiere que un estilo comunicativo basado en liderazgo abierto, motivación constante y espacios de interacción puede potenciar el compromiso del personal con prácticas sostenibles. Analizar cómo los trabajadores perciben y responden a las iniciativas ambientales dentro de un clima de comunicación efectivo permitirá identificar factores que impulsan o limitan su involucramiento, favoreciendo así una cultura organizacional sostenible y comprometida con el entorno.</p>
<p>Nota: La tabla presenta la revisión documental según el autor Marquina (2024), en torno al objetivo específico 2 Fuente: Elaboración propia (2025)</p>		

Para el segundo objetivo, se deduce que el impacto de la comunicación interna en el compromiso e integración de los empleados con las iniciativas de sostenibilidad es directo y

fundamental, actuando como el catalizador que transforma la mera obediencia a las directrices en una implicación proactiva. Sin una comunicación interna efectiva, no se obtendrá un nivel de compromiso profundo, debido a la participación pasiva, compromiso superficial, desconexión con la visión estratégica y una falta de consciencia individual; para contrarrestar las implicaciones el primer paso es entender que la comunicación interna no es solo un medio para transmitir información, sino una herramienta estratégica que puede transformar la mentalidad y el comportamiento de los empleados, pasando de un enfoque reactivo y fundamentado en el cumplimiento a uno proactivo, innovador y profundamente comprometido con la sostenibilidad.

Tabla 17. Validación de Resultados Objetivo 3

Objetivo Especifico: Diseñar estrategias de comunicación que permitan alinear los objetivos de sostenibilidad con la cultura organizacional de la empresa.		
	Revision Documental	Sintesis Interpretativa
Aspectos Claves sobre la Categoría: Adopción de Practicas Sostenibles efectivas -Propuestas que puedan ser aplicables en los procesos operativos -Promocion de una cultura innovadora enfocada en la responsabilidad social empresarial con el ambiente	El estudio de Acosta (2024) resalta la necesidad de integrar la educación, el emprendimiento, la economía y el ambiente para construir estrategias que promuevan el desarrollo sostenible, enfatizando la acción colectiva y la colaboración como elementos esenciales. A través de una metodología cualitativa, se evidenció que la adopción de modelos sostenibles y responsables requiere no solo políticas públicas adecuadas, sino también prácticas empresariales que fomenten la innovación, la inclusión y la ética en los procesos operativos. Esta investigación demuestra cómo la comunicación organizacional puede actuar como puente para promover una cultura corporativa enfocada en la sostenibilidad, al facilitar la implementación de propuestas aplicables y coherentes con los valores sociales y ambientales del entorno empresarial. Acosta destaca la necesidad de estrategias comunicativas alineadas con la cultura y innovacion.	La comunicación interna debe orientarse a construir mensajes alineados con los principios de responsabilidad social y ambiental, permitiendo así el diseño de estrategias que conecten la sostenibilidad con la cultura organizacional. En el caso de Inversiones Solquim, esto implica identificar las creencias y prácticas actuales del personal para proponer acciones innovadoras que integren la sostenibilidad en sus procesos operativos. La investigación de Acosta aporta elementos clave para entender cómo la formación, la ética y la cooperación institucional pueden articularse en un discurso organizacional capaz de transformar la cultura interna, haciendo de la sostenibilidad una práctica cotidiana y estratégica dentro de la empresa.
Nota: La tabla presenta la revision documental según el autor Acosta (2024), en torno al objetivo especifico 3 Fuente: Elaboracion popia (2025)		

Por consiguiente, para el tercer objetivo se establece que diseñar estrategias de comunicación efectivas es crucial para el éxito de cualquier iniciativa ambiental o social, ya que no solo se trata de informar, sino de integrar la sostenibilidad en la cultura organizacional, esto transforma la sostenibilidad de una obligación en un valor fundamental, fomentando un propósito compartido entre todos los involucrados al conectar los objetivos ambientales con la visión y los valores de la empresa. Al mostrar cómo el trabajo individual contribuye a un bien mayor, se transforman las tareas en contribuciones significativas y se impulsa un compromiso genuino, no solo obediencia, la participación activa enfocada en la innovación facilita el cambio cultural y la adopción de nuevas prácticas, modificando procesos, hábitos y mentalidades para generar un cambio positivo, así mismo la transparencia y el diálogo abierto construyen confianza, sirviendo como un puente entre la visión gerencial y la acción diaria de cada empleado. De esta forma, la sostenibilidad se convierte en una manera de pensar y actuar arraigada en toda la empresa, impulsando un impacto ambiental positivo, la resiliencia y el éxito a largo plazo del negocio.

4.3 Vinculación con objetivos institucionales

Los obtenido de esta investigación se vincula con los objetivos que persigue la Universidad Valle del Momboy (UVM) en materia del Desarrollo Humano Sustentable, al abordar dimensiones clave como la sostenibilidad ambiental, la equidad social y el progreso económico desde una perspectiva que aborda las organizaciones y la comunicación, formando parte del plan estratégico propuesto para conseguir los objetivos propuestos del DHS. En el estudio se evidencia como las prácticas analizadas fortalecen los proyectos institucionales de la UVM, como la sostenibilidad social, económica y ambiental. Los resultados sobre comunicación organizacional inclusiva son directamente aplicables al programa Comunidades Sostenibles UVM, ya que facilitarán una mayor participación de los actores locales en los proyectos de desarrollo comunitario, además, la

información recopilada confirma la relevancia de incorporar el enfoque de DHS en los planes de estudio, lo que a su vez respalda la iniciativa de transversalización curricular impulsada por la universidad.

La estrategia de diseñar un plan comunicacional que permita alinear las prácticas sostenibles en la cultura organizacional es una herramienta versátil y aplicable no solo a Inversiones Solquim, sino también a otras instituciones públicas y privadas que integren valores de responsabilidad social empresarial, esto, a su vez, fortalece el papel de la universidad como agente de transformación en el ámbito de DHS. Asimismo, los hallazgos de esta investigación refuerzan la visión de la UVM de consolidarse como una institución innovadora y comprometida con el desarrollo integral, ya que promueve un enfoque organizacional donde la innovación comunicativa no solo optimiza el desempeño laboral, sino que también facilita la implementación de prácticas sostenibles en los procesos productivos y administrativos.

Esta investigación está alineada con el plan estratégico 2024-2027 de la UVM, una propuesta que abarca 4 objetivos fundamentales entre ellos la comunicación organizacional y el DHS, la comunicación organizacional puede fomentar la implementación de prácticas sostenibles dentro de una institución, esta investigación se enfoca en promover el crecimiento de una cultura corporativa basada en la ética, la responsabilidad social y la conciencia ambiental, en donde esto se alinea con la visión de la UVM al formar no solo profesionales competentes, sino también personas comprometidas con su entorno social y natural, para alcanzar esa meta que tiene la colectividad en muchos entornos tanto laborales, como institucionales de preservar la sustentabilidad en el transcurrir del tiempo. Los hallazgos destacan que una comunicación clara, participativa y coherente es la clave para fomentar a los empleados a involucrarse activamente en

acciones sostenibles, lo que a su vez refuerza el vínculo entre bienestar humano y la sostenibilidad ambiental, el cual son temas fundamentales del DHS.

De la misma manera, desarrollar estrategias de comunicación interna que se alineen con los objetivos de sostenibilidad ayuda a crear un modelo organizacional más sólido, basado en la transparencia y la colaboración. Esta iniciativa, en línea con el principio institucional de Comunicación Abierta y Transparente, promueve un flujo de información sin barreras dentro de las organizaciones, lo que refuerza la cohesión y el sentido de pertenencia de sus integrantes. Los hallazgos de esta investigación pueden aplicarse en el ámbito universitario para inspirar políticas y programas internos que impulsen la comunicación efectiva como catalizador de un cambio sostenible.

Por ello, se recomienda el agregado de superficies colaborativas en la institución donde estudiantes, docentes y personal administrativo puedan desarrollar iniciativas comunicacionales para el uso adecuado de recursos, la educación ambiental, la innovación social y establecer alianzas con organizaciones locales para escalar las buenas prácticas identificadas, estas acciones fortalecen los proyectos existentes de la UVM, también aportarían una mejor posición a la institución como referente regional en innovación social y ambiental.

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Producto de un análisis profundo sobre la fase actual de Inversiones Solquim en su camino hacia la sostenibilidad y la función de la comunicación organizacional en este proceso, se derivan las conclusiones expresadas. Se han abordado los objetivos específicos propuestos, evidenciando las aportaciones más destacadas de la investigación.

Respecto al primer objetivo correspondiente a la identificación de los principales obstáculos en la comunicación organizacional que limitan la implementación de prácticas sostenibles en Inversiones Solquim, se resume que los principales obstáculos son la inexistencia de canales formales para difundir información clara sobre sostenibilidad, lo que lleva a una percepción de estas iniciativas como una carga adicional o "más trabajo" debido a la falta de un "gran porqué" que las sustente. La comunicación actual es mayormente unidireccional y descendente, lo que suprime la retroalimentación y dificulta la participación activa del personal. A esto se suman las restricciones de tiempo y recursos que impiden una comunicación efectiva. Externamente, la empresa no está capitalizando la sostenibilidad como un valor diferenciador, perdiendo una oportunidad clave de posicionamiento. Estos factores confirman que, si bien la comunicación cumple su función operativa, es un obstáculo significativo para arraigar la sostenibilidad en la cultura organizacional.

En función del segundo objetivo, basado en la determinación del impacto de la comunicación interna en la motivación que fomente la participación y compromiso de los empleados con las iniciativas de sostenibilidad, se deduce que la comunicación interna actual tiene un impacto limitado, resultando en una participación pasiva y un compromiso superficial de los

subordinados con las iniciativas de sostenibilidad. La ausencia de un entendimiento profundo del "para qué" de sus acciones, la falta de reportes de avances y de reconocimiento, además de la carencia de capacitaciones formales, han hecho que el personal cumpla instrucciones básicas sin proactividad ni un sentido de pertenencia real a la visión sostenible de la institución. Este impacto subraya que, sin una comunicación interna estratégica y bien estructurada, el compromiso con la sostenibilidad será meramente reactivo y no se traducirá en una cultura organizacional proactiva.

Por su parte, en relación al tercer objetivo, correspondiente al diseño de estrategias de comunicación que permitan alinear los objetivos de sostenibilidad con la cultura organizacional de la empresa, se atribuye es imperativo tejer una estrategia de comunicación organizacional que formalice y estructure el mensaje de sostenibilidad, no como un mero accesorio, sino como el corazón palpitante de la empresa. Esto implica, que la sostenibilidad no puede ser un asunto de unos pocos, sino una sinfonía de voces donde cada empleado es un instrumento clave, desde la creación de un Comité de Sostenibilidad hasta la implementación de capacitaciones constantes que despierten la conciencia ambiental, la apertura de canales de comunicación bidireccional es crucial; no se trata de un monólogo corporativo, sino de un diálogo constante que fomenta la participación activa y la innovación en todos los niveles. Finalmente, establecer un sistema de reporte y reconocimiento de logros no es un simple formalismo, sino el combustible que enciende un propósito compartido, transformando la sostenibilidad de una obligación en una oportunidad arraigada que alinea los objetivos ambientales con la cultura operativa de la empresa.

Por lo tanto, se destaca la importancia crítica de la comunicación organizacional como el puente indispensable para alinear los objetivos de sostenibilidad con la cultura empresarial, especialmente en el contexto de una PYME ubicada en una zona rural. Demostrando que la gestión del cambio cultural hacia la sostenibilidad no es solo una cuestión de inversión tecnológica, sino,

fundamentalmente, de cómo se transmite el propósito, se genera el compromiso y se empodera al personal con canales de comunicación efectivos y bidireccionales.

5.2 Recomendaciones

Las siguientes recomendaciones se derivan de las conclusiones obtenidas en esta investigación y están diseñadas para proporcionar a Inversiones Solquim una diversidad de propuestas prácticas y accionables para avanzar en su transición hacia la sostenibilidad.

Estableciendo las siguientes sugerencias:

- Para formalizar y estructurar una estrategia que persiga lo Sostenible se aconseja conformar un comité interdisciplinario liderado por el Director Gerente para diseñar, implementar y monitorear dichas implementaciones.
- Desarrollar una política de sostenibilidad formal, documentar una política clara de sostenibilidad que la constituya la visión, objetivos específicos y medibles (KPIs) a corto, mediano y largo plazo (ej., reducción de agua, energía, residuos; sustitución de materias primas; desarrollo de productos ecodiseñados).
- Para reforzar la comunicación interna y promover el compromiso del personal, es recomendable implementar un Programa de Capacitación en Sostenibilidad, mediante talleres introductorios sobre la definición de sostenibilidad y la importancia en la empresa, así como el impacto de nuestros productos y procesos, detallando cómo el trabajo de cada empleado contribuye a los objetivos. Además de impartir capacitaciones más específicas sobre prácticas sostenibles en cada puesto (ej., uso eficiente de equipos, segregación correcta de residuos).
- Establecer canales de comunicación que sean bidireccionales, mediante la creación de un "Buzón de Ideas Sostenibles" (físico y/o digital) donde los empleados sean capaces de

sugerir mejoras, a su vez realizar reuniones periódicas donde se discutan avances en sostenibilidad y se reciba retroalimentación de todas las partes.

- Para promover activamente prácticas operativas sostenibles y el uso eficiente de recursos es recomendable instalar medidores de consumo de agua y energía en puntos clave para establecer una línea base y monitorear la eficiencia.

5.3 Líneas futuras de investigación

De la vertiente de los hallazgos y conclusiones encontradas se prenden diversas líneas futuras de investigación que podrían complementar y ampliar el conocimiento en este campo. Estas líneas buscan guiar a futuros investigadores interesados en profundizar sobre la temática:

- Estudio longitudinal sobre el impacto de las estrategias de comunicación implementadas, una vez que Inversiones Solquim implemente las estrategias de comunicación propuestas, sería valioso realizar un estudio longitudinal para evaluar la efectividad real de dichas estrategias en la mejora de la participación y el compromiso del personal, además de la evolución de los objetivos de sostenibilidad.
- Análisis comparativo de la Comunicación para la Sostenibilidad en PYMES químicas urbanas vs. rurales, la investigación actual se centró en una PYME en una zona rural. Sería de gran valor realizar un estudio comparativo que examine las variantes y parecidos en los obstáculos y estrategias de comunicación para la sostenibilidad entre empresas de fabricación de productos químicos ubicadas en zonas rurales versus zonas urbanas.
- Estudio sobre el Ecodiseño y la Comunicación del ciclo de vida del producto, dado que existe la posibilidad que la naturaleza de sus productos químicos puede orientarse hacia fórmulas biodegradables y envases más sostenibles (una "estrategia que aún no hemos explotado"), una línea futura de investigación podría centrarse en cómo la comunicación

en las organizaciones puede impulsar y difundir la filosofía de ecodiseño y la información sobre el ciclo de vida de los productos.

- Estudio sobre el impacto de la comunicación interna en la gestión de residuos químicos y la economía circular, es crucial no solo abordar la gestión general de residuos, sino profundizar en cómo la comunicación interna puede ser el catalizador para una cultura de economía circular específicamente diseñada para los residuos químicos generados, se podrían investigar las barreras de comunicación para la adopción de estrategias de reúso, reciclaje avanzado o valorización de subproductos químicos, y el papel de la capacitación comunicativa en el manejo seguro y sostenible de estos materiales.

CAPÍTULO VI.

LA PROPUESTA

6.1 Naturaleza

La esencia de esta propuesta es diseñar un plan de comunicación organizacional que actúe como una palanca estratégica para impulsar la transición de Inversiones Solquim hacia la sostenibilidad. Este plan nace directamente de los hallazgos del diagnóstico organizacional de la investigación, y está concebido como una solución práctica y contextualizada, perfectamente adaptada a las características de una pequeña empresa química en un entorno rural.

El objetivo central de esta propuesta es crear las condiciones comunicacionales necesarias para que la sostenibilidad deje de ser percibida como una carga o una exigencia externa, y evolucione formando parte integral de la cultura organizacional de la empresa. Por lo tanto, se plantea una estrategia que no solo considera la formalización de mensajes e instancias comunicativas, sino que promueve la participación, la capacitación y el reconocimiento del personal como agentes de cambio.

En sintonía con las conclusiones del estudio, los principales obstáculos comunicacionales de la empresa, como la ausencia de canales bidireccionales, la baja percepción del propósito de la sostenibilidad y la falta de estructuración en el discurso organizacional, actúan como barreras significativas que impiden una verdadera apropiación de los valores sostenibles. Por ello, la propuesta formulada busca intervenir directamente en estos puntos críticos, integrando la planificación estratégica, la gestión del talento humano y la innovación comunicacional para superar estos desafíos.

Asimismo, esta propuesta se alinea coherentemente con las recomendaciones del capítulo anterior, integrando aspectos clave como la conformación de un comité de sostenibilidad, la

creación de una política formal, la implementación de capacitaciones continuas y la habilitación de mecanismos de comunicación horizontal. Las acciones responden a las necesidades detectadas durante el estudio y el propósito último consiste en encaminar la transformación de Inversiones Solquim en una organización abarcando su cultura, lenguaje, rutinas y símbolos compartidos.

6.1 Introducción

La propuesta que se presenta en este capítulo constituye la fase propositiva del proceso investigativo desarrollado, y da respuesta a la necesidad de proponer una solución estructurada y contextualizada al problema identificado: la debilidad de la comunicación organizacional como factor limitante en la transición hacia la sostenibilidad en Inversiones Solquim. Esta propuesta no es una solución improvisada, sino que emerge de un análisis cualitativo que permitió interpretar, desde la perspectiva de los actores involucrados, cómo las dinámicas comunicativas actuales obstaculizan el compromiso del personal y la integración de prácticas sostenibles.

En consonancia con las conclusiones obtenidas, se reconoce que la falta de canales bidireccionales, la ausencia de sentido compartido sobre la sostenibilidad y la escasa formación interna generan un entorno donde la sostenibilidad es vista como una carga más que como un valor organizacional. A partir de estas evidencias, y siguiendo las recomendaciones formuladas, se diseña una propuesta que busca transformar la comunicación en una herramienta estratégica capaz de movilizar, alinear y empoderar al talento humano.

En teoría, la base de esta propuesta es los enfoques de comunicación organizacional estratégica, gestión del cambio, cultura organizacional y sostenibilidad corporativa, entendiendo que una verdadera transformación sostenible requiere no solo de acciones técnicas, sino de procesos simbólicos que construyan sentido, pertenencia y compromiso. Así, el objetivo es crear

una estructura comunicacional coherente, participativa y funcional que acompañe el camino de Inversiones Solquim hacia una gestión más sostenible, tanto en su discurso como en su práctica.

6.2 Fundamentación Teórica y Conceptual

La propuesta desarrollada surge por un proceso sistemático de investigación cualitativa, cuyo análisis permitió identificar con precisión los principales desafíos que enfrenta Inversiones Solquim en relación a la sostenibilidad y su cultura organizacional. Esta fundamentación garantiza que los procesos planteados no son producto de una reflexión aislada o intuitiva, sino que responden a hallazgos concretos derivados del estudio, los cuales evidencian la imperatividad de una estrategia comunicacional estructurada como motor del cambio cultural hacia la sostenibilidad.

Desde una perspectiva teórica, la comunicación organizacional es mucho más que solo transmitir información; es una herramienta estratégica vital. Gutiérrez Ángel et al. (2021, p. 01) destacan que “una comunicación interna deficiente puede impactar negativamente la gestión organizacional, minimizando el valor del talento humano”. Sin embargo, Domingo y Dinamarca (2025, p. 03) señalan que “estamos en un cambio de paradigma social donde la sostenibilidad, impulsada por la crisis ecológica, está generando una nueva forma de comunicación organizacional integral que transforma las organizaciones”

La propuesta plantea nociones claves de gestión del cambio, liderazgo participativo y cultura organizacional, centrada en cómo estos factores se interrelacionan a través de la comunicación interna para promover compromiso y acción. Así, se considera que el fortalecimiento de los canales bidireccionales, la capacitación constante y el reconocimiento de logros son componentes fundamentales para fomentar una cultura sostenible.

6.3 Objetivos de la Propuesta

Los propósitos que se perdiguen con esta propuesta están direccionados a definir las metas que se quieren alcanzar y las acciones necesarias para aplicarlas, partiendo de la problemática identificada durante la investigación y en total vinculación con sus conclusiones y recomendaciones. Siendo distintos de los objetivos generales de la investigación, estos se fundamentan en la solución propuesta, centrada en la mejoría de la comunicación de la organización representando una herramienta clave para la transición hacia la sostenibilidad en Inversiones Solquim. Por lo tanto, se establece como objetivo general el diseño de estrategias comunicacionales estructuradas, bidireccionales y formativas que permita integrar la sostenibilidad en la cultura organizacional.

Para ello, se plantean objetivos específicos orientados a: conformar un Comité de Sostenibilidad que coordine y de seguimiento al plan; diseñar una política interna clara que oriente los procesos a implementar; realizar capacitaciones continuas; establecer canales de comunicación que promuevan la participación y la retroalimentación. Estos objetivos buscan garantizar que la propuesta sea viable, contextualizada y alineada con la realidad de una pequeña organización en transición, permitiendo un proceso sostenible no solo en lo técnico, sino también en lo cultural y comunicacional.

6.3.1 Objetivo General:

Diseñar una estrategia de comunicación organizacional que facilite la integración efectiva de los principios de sostenibilidad en la cultura y operaciones de Inversiones Solquim.

6.3.2 Objetivos Específicos:

1. Superar los obstáculos existentes en la comunicación organizacional mediante la formalización de canales y mecanismos efectivos que apoyen la difusión y comprensión de prácticas sostenibles.
2. Fortalecer la comunicación interna para aumentar la participación y el compromiso activo de los empleados con las iniciativas de sostenibilidad.
3. Desarrollar estrategias comunicacionales que alineen los objetivos de sostenibilidad con la cultura organizacional, promoviendo un sentido de pertenencia y responsabilidad compartida.

6.4 Descripción

Consiste en una propuesta constituida por un plan estratégico de comunicación para facilitar la adopción de la sostenibilidad en la cultura interna de Inversiones Solquim. Se estructura en tres fases que permiten su implementación progresiva y adaptada a los procesos de la empresa, la primera fase contempla la creación de un Comité de Sostenibilidad encargado de planificar, coordinar y supervisar las acciones, en conjunto con la elaboración de una Política Interna de Sostenibilidad que defina metas claras y compartidas, la segunda fase se enfoca en la formación del personal mediante un Programa de Capacitación que aborde tanto los conceptos principales de sostenibilidad como prácticas aplicables a cada área, esta etapa también incluye la activación de canales bidireccionales como un buzón de ideas y reuniones participativas. Finalmente, la tercera fase incorpora un sistema de seguimiento y reconocimiento, donde se utilizarán reportes, boletines y estímulos internos para visibilizar avances y reforzar el compromiso del equipo. Esta estructura por etapas permite una aplicación efectiva, alineada con la capacidad operativa de la empresa, y

fomenta una cultura organizacional sostenible a través del diálogo, la formación y la participación activa.

6.5 Factibilidad

La propuesta resulta factible desde una perspectiva teórica, económica, legal y operativa, se fundamenta en principios ampliamente validados por la comunicación organizacional y la gestión del cambio hacia la sostenibilidad, lo cual permite respaldar su pertinencia dentro del contexto empresarial. En cuanto a la factibilidad económica, se plantea con recursos moderados y adaptado a las capacidades de una pequeña organización ubicada en una zona rural, priorizando herramientas de menor costo como capacitaciones internas, reuniones participativas y medios de comunicación físicos o digitales ya disponibles. Legalmente, la propuesta se ajusta al marco normativo venezolano vigente en materia laboral y ambiental, promoviendo prácticas responsables sin contravenir ninguna regulación. Desde lo operativo, cada acción puede integrarse de forma progresiva de acuerdo a las actividades existentes, facilitando su aplicación sin alterar el funcionamiento cotidiano.

6.6 Evaluación e Implementación

Para garantizar la efectividad de esta propuesta y asegurar que genere el impacto deseado en la cultura organizacional de Inversiones Solquim, se plantea un plan de acción dividido en tres fases estratégicas:

1. Corresponde a la organización estructural del proyecto, que contempla la conformación del Comité de Sostenibilidad, integrado por el director gerente, un representante de cada área operativa y un facilitador externo en sostenibilidad, esta etapa también incluye la redacción participativa de una política de sostenibilidad que defina metas y responsabilidades claras.

2. Se desarrollará un programa de capacitación que será ejecutado de manera mensual durante tres meses, combinando sesiones presenciales, materiales impresos y recursos digitales accesibles, para lo cual se requerirá un facilitador interno capacitado o el apoyo de una organización aliada. Paralelamente, se activarán canales de comunicación bidireccionales, como reuniones de retroalimentación trimestrales, un buzón de ideas y un mural informativo.
3. Finalmente, se enfocará en el monitoreo de avances y el reconocimiento del personal mediante reportes internos semestrales y espacios para destacar buenas prácticas. La implementación total está planificada para un período de seis meses, utilizando recursos disponibles en la empresa (salas, papel, correo electrónico, talento humano) y una inversión moderada para materiales impresos, facilitación y señalética. Este plan busca no solo ejecutar las acciones propuestas, sino también crear las condiciones necesarias para su sostenibilidad en el tiempo, fortaleciendo el compromiso interno con la sostenibilidad como un valor compartido.

6.7 Conclusión del Capítulo

La propuesta presentada representa una respuesta integral y viable ante los desafíos comunicacionales que limitan la integración de una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad en Inversiones Solquim, al estructurarse como un plan estratégico enfocado en la formalización de canales para comunicarse, la participación activa del personal y la elaboración de un sentido compartido de propósito, se convierte en una herramienta transformadora para la empresa. Su aplicación con recursos accesibles garantiza no solo su factibilidad operativa, sino también su sostenibilidad a largo plazo, al fomentar una dinámica interna más inclusiva y orientada al aprendizaje continuo. Esta solución no solo tiene el potencial de mejorar el clima organizacional

y la eficiencia en las operaciones, sino también de posicionar a la empresa como un referente local en prácticas responsables. En definitiva, más que una serie de acciones específicas, esta propuesta representa las bases para un cambio estructural, en el que la sostenibilidad deje de ser un esfuerzo aislado y se transforme en un valor integrado y compartido por toda la organización.

Tabla 18. Cronograma

Objetivo General: Diseñar una estrategia de comunicación organizacional que facilite la integración efectiva de los principios de sostenibilidad en la cultura de Inversiones Solquim

Objetivo general	Estrategias	Acciones	Responsables	Plazo	Indicadores
1. Fortalecer canales de comunicación organizacional para apoyar la difusión de prácticas sostenibles.	Implementar medios formales de comunicación	Crear boletín interno sobre sostenibilidad y habilitar un “Buzón de Ideas”	Comité de Sostenibilidad y Administración	1er – 2do mes	Boletines emitidos, ideas recibidas trimestralmente
	Visibilizar información clave	Instalar tabloneros informativos actualizados mensualmente	Comunicación Interna	1er mes	Mural actualizado y revisado mensualmente
2. Aumentar el compromiso del personal a través de una comunicación interna más participativa.	Capacitar sobre sostenibilidad	Dictar talleres introductorios y específicos por áreas	Facilitador + Comité	2do – 4to mes	Talleres aplicados, asistencia del personal
	Fomentar reconocimiento interno	Premiar mensualmente iniciativas sostenibles del personal	RRHH + Gerencia	Desde 3er mes	Reconocimientos entregados, encuestas de satisfacción
	Impulsar la participación directa	Reuniones trimestrales de retroalimentación	Comité de Sostenibilidad	Trimestral	Número de aportes recogidos por reunión
3. Integrar sostenibilidad en la cultura organizacional a través de estrategias comunicativas alineadas.	Reforzar identidad sostenible	Redactar y difundir política interna construida colectivamente	Comité + Gerencia	1er – 2do mes	Documento publicado, comprensión evaluada
	Crear campañas internas	Diseñar campañas visuales con testimonios y mensajes de impacto	Comunicación Interna	2do – 5to mes	Campañas difundidas y recordación evaluada
	Incorporar buenas prácticas en rutinas laborales	Ajustar manuales y tareas diarias con criterios sostenibles	Supervisores de Área	Desde 4to mes	Prácticas observadas en evaluaciones internas

Fuente: Elaboración propia (2025)

Tabla 19. Plan de Acción

Objetivo General	Acciones	Recursos	Responsables	Duración
Diseñar e implementar una estrategia de comunicación organizacional que facilite la integración efectiva de los principios de sostenibilidad en la cultura y operaciones de Inversiones Solquim de Johan Parra, F.P.	Diseñar la estrategia comunicacional.	Software de oficina.	Comité de Sostenibilidad.	1 mes
	Activar canales formales de comunicación interna.	Material impreso y digital.	Equipo de Comunicación.	1 mes
	Realizar capacitaciones en sostenibilidad.	Equipos de proyección y salón de reuniones.	Comité de Formación.	2 semanas
	Aplicar prácticas sostenibles en procesos diarios.	Manuales operativos.	Coordinadores de Área.	Continua
	Ejecutar seguimiento y mejora continua.	Formatos de evaluación.	Dirección General.	Trimestral

Fuente: Elaboración propia (2025)

REFERENCIAS

- Acosta de Mavárez, A. (2024). *Integración necesaria para promover el desarrollo sostenible*. Editorial. Educación, finanzas, economía y ambiente.
- Álvarez, P., & Vega, P. (2009). *Actitudes ambientales y conductas sostenibles. Implicaciones para la educación ambiental*. Revista de Psicodidáctica.
- Anon, C. (2005). *Seminario-Taller "Ambiente y desarrollo. La incorporación de la sostenibilidad ambiental al desarrollo rural"*.
- Argentiero, A, Chiarini, B, & Marzano, E. (2023). *Do social capital and the quality of institutions affect waste recycling? Waste Management*.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación*. Editorial Episteme .
- Berlo, D. (1987). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Casares, J., & Arca, j. (2002). *Gestión estratégica de la sostenibilidad en el ámbito local: la Agenda 21 local*. España: Revista Gallega de Economía.
- Certo, S. (2001). *Administración Moderna*. México: Administración Moderna.
- Chiavento, I. (2006). En *Introducción a la Teoría General de la Administración* (pág. 110). McGraw-Hill Interamericana.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde*.
- Creswell, J., & Poth, C. (2018). *Qualitative inquiry & research desing: Choosing among five approaches*. SAGE Publications .
- Dávila, C. (2002). *Teorías organizacionales y administración. Enfoque crítico*. McGraw-Hill Interamericana.

- Dourojeanni, A. (2000). *Procedimientos de gestión para el desarrollo sustentable*. Santiago de Chile: CEPAL. División de Recursos Naturales e Infraestructura.
- Flores, J., Ogliastri, E., Peinado, E., & Petri, I. (2007). *El Argumento Empresarial de la*. Washington: Banco Interamericano de Desarrollo INCAE.
- Fuenmayor, R. (2002). *Interpretando organizaciones. Una Teoría Sistémico-Interpretativa de Organizaciones*. Venezuela: Consejo de Estudios de Postgrado. Universidad de Los Andes.
- García, J. (2012). *Impacto ambiental y sostenibilidad*. . Editorial Medio Ambiente.
- Goldhaber, G. (1984). *Comunicación Organizacional*. México: Editorial Diana.
- Gonzales, M. (2021). *ASPECTOS ÉTICOS DE LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA*.
- González, R., & Pérez, M. (2015). *Fundamentos de la responsabilidad ética*. Editorial Humanidades.
- Hernández Mendo, A., & Garay, O. (2005). La comunicación en el contexto deportivo. *Psicología del deporte*, 199-265.
- Hervás, G. (1998). *Cómo dominar la comunicación verbal y no verbal*. Madrid: Playor.
- Hiatt, J. (2006). *ADKAR: A model for change in business, government and our community*. . Prosci Learning Center Publications.
- Hurtado, J. (2012). *Metodología de la investigación, guía para una comprensión holística de la ciencia*. Bogotá: Ediciones Quirón - Sypal.
- Kaufmann, A. (2010). *Ética y responsabilidad: una introducción*. Editorial del Pensamiento.
- Kotter, J. (1996). *Leading change*. Harvard Business Review Press.
- Kotter, J. P. (1996). *Leading change*. Harvard Business Review Pres.

- Leal, G. (2016). *Debate sobre la sostenibilidad. Desarrollo conceptual y metodológico de una propuesta de desarrollo urbano para la ciudad-región Bogotá en clave de ciudad Latinoamericana*. Colombia: Alcaldía Mayor de Bogotá.
- Liarte, N. (2024). "Industria 4.0 y sostenibilidad: Evaluación del compromiso organizacional con la Agenda 2030 Desde un Enfoque bibliométrico". *Revista Ciencias Empresariales*. .
- Lovera, J. (2024). "Comunicación Ambiental y Sustentabilidad en las Organizaciones Gubernamentales de Venezuela". Caracas.
- Maldonado, L., & Pérez, K. (2015). *Estrategias para la gestión ambiental*. Ediciones Verdes.
- Marquina, E. (2024). *La comunicación Organizacional como soporte de gestión para la mejora continua del personal*.
- Melinkoff, R. (2010). *La estructura de la organización. Los Organigramas*. Editorial PANAPO: Caracas.
- Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. (2007). *La Responsabilidad social de las empresas*. España: Dialogo Social.
- Muñoz, J. (2012). *Responsabilidad social y ética profesional*. . Ediciones de la Universidad.
- Ortega, P. (2023). *7 empresas pioneras en prácticas sostenibles y su impacto en el planeta*. Obtenido de EL ECONOMISTA: <https://www.economista.com.mx/los-especiales/7-empresas-pioneras-en-practicas-sostenibles-y-su-impacto-en-el-planeta-20231205-0132.html>
- Pichs, R. (2002). *Los retos del desarrollo sostenible en América Latina*. . Mexico.
- Prieto, E. (17 de Noviembre de 2023). *¿Qué es la comunicación estratégica y cuáles son las etapas del plan?* Obtenido de Southern New Hampshire University: <https://es.snhu.edu/blog/que-es-la-comunicacion-estrategica>

- Quiñoy, L. (25 de Mayo de 2024). *¿Qué es la comunicación estratégica y cómo puede transformar tu organización?* Obtenido de Delegaciones APD: <https://www.apd.es/que-es-comunicacion-estrategica/>
- Rodriguez, G., Gil, J., & Garcia, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Aljibe.
- Rodríguez, M., & Sánchez, A. (2018). *Evaluación de impacto ambiental: teoría y práctica*. Editorial EcoSistemas.
- Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Sandin, M. (2003). *Investigación cualitativa en educación. Fundamentos y tradiciones*. McGraw-Hill.
- Serrano, S. (1992). *La Semiótica. Una introducción a la teoría de los signos*. Barcelona: Montesinos.
- SINERGIA. (2019). *LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN VENEZUELA. Reporte desde un país en riesgo*. Caracas, Venezuela: Red Venezolana De Organizaciones De La Sociedad Civil.
- Smith, M. (2016). *Business sustainability and the tripe bottom line: Considering the interrelationships of people, profil and planet*. In S. Springer.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- Vidal, A., Asuaga, C., & Rey, A. (2024). *Estudio de la comunicación de la sostenibilidad en las empresas públicas uruguayas a través de la red social Twitter*. Obtenido de Proyecciones: <https://revistas.unlp.edu.ar/proyecciones/article/view/15771>

ANEXOS

Anexo 1. Carta de aprobación del tutor

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
GERENCIALES
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi Carácter de Tutor(a) del Trabajo de Grado: **LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL COMO HERRAMIENTA PARA LA TRANSICION HACIA LA SOSTENIBILIDAD EN INVERSIONES SOLQUIM DE JOAN PARRA, F.P.**, realizada por: Carrillo Villa, Natasha del Valle, titular de la cédula de identidad N° V-29.874.960, para optar por el título de **Lcda. en Contaduría Pública**, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido ante la presentación pública y la evaluación por parte del jurado que se asigne.

Atentamente,

MSC. Yuley Garcia

C.I. 8.087.687

Fecha: 28-06-2025

Anexo 2. Instrumento de Recolección de Datos

REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



Estimado trabajador:

Usted ha sido seleccionado para participar en este cuestionario a fin de sustentar el trabajo especial de grado que lleva por título **“La Comunicación Organizacional como Herramienta para la Transición Hacia la Sostenibilidad en Inversiones Solquim de Joan Parra, F.P.”**, requisito indispensable para la obtención del título en contaduría pública y administración de empresas.

Su participación es fundamental para comprender mejor el entorno de trabajo y los aspectos relacionados con los Canales de comunicación, comunicación interna y prácticas sostenibles dentro de su área de trabajo. Por tanto, este cuestionario consta de 12 preguntas. Sus respuestas serán completamente anónimas y confidenciales, utilizándose únicamente con fines académicos.

Cada pregunta se presenta para ser respondida de forma narrativa, en base a las opiniones y experiencias vividas dentro de la organización, con el fin de conocer a detalle su punto de vista de cada una de las interrogantes.

La información recolectada mediante este instrumento permitirá identificar los obstáculos de la comunicación organizacional para la implementación de prácticas sostenibles, así como el nivel de motivación en el compromiso y participación con las iniciativas sostenibles a través de la comunicación interna. Con los resultados de este análisis se puede determinar un conjunto de recomendaciones que permitan establecer estrategias de comunicación para implementar la sostenibilidad en la cultura organizacional de la empresa |

Puede considerar:

- Leer cada pregunta cuidadosamente.
- Responder las interrogantes desde su percepción y con la mayor sinceridad posible.
- En caso de tener alguna duda, puede dirigirse con el encuestador.

Ítems

1. ¿Cómo calificarías la calidad de la comunicación interna en la empresa?
2. ¿Qué barreras en la comunicación encuentras dentro de la empresa?
3. ¿A través de qué canales de comunicación internos se transmite la información dentro de la empresa?
4. ¿Considera que el personal está bien informado sobre la importancia de sostenibilidad de la empresa?
5. ¿Qué prácticas de sostenibilidad están integradas en los procesos operativos diarios de la empresa?
6. ¿Qué nivel de participación y compromiso se observa en los empleados con las prácticas actuales de sostenibilidad?
7. ¿Se imparten capacitaciones o talleres sobre sostenibilidad dentro de la empresa?
8. ¿Cuáles consideras que son los principales obstáculos para implementar prácticas sostenibles en la empresa?
9. ¿Considera el uso de recursos de la empresa compatibles con la sostenibilidad?
10. ¿Conoce como comunica la empresa sus esfuerzos de sostenibilidad al público externo (clientes, proveedores, comunidades)? ¿A través de qué medios?
11. ¿De qué manera percibe el compromiso de la empresa con la reducción del impacto ambiental a través de sus productos y procesos?
12. ¿La empresa cuenta con una estrategia formal de responsabilidad social y ambiental?

