



REVISTA ELECTRÓNICA LAC: LOS AGENTES DE CAMBIO
Isla de Margarita-Edo. Nueva Esparta. Año 7. Volumen 2-2024
Julio a diciembre 2024. Págs. 47-73
E-mail: losagentesdecambio@gmail.com

INTEGRAL DEL TALENTO HUMANO EN ORGANIZACIONES DE TELECOMUNICACIONES DESDE UNA VISIÓN HUMANISTA

INTEGRAL VIEW OF HUMAN TALENT IN TELECOMMUNICATIONS ORGANIZATIONS FROM A HUMANIST VISION

MSc. JOSÉ LUIS RANGEL CAÑAS ^[1]

Universidad Nacional Experimental “Simón Rodríguez”.
Núcleo Ciudad Bolívar.
ORCID: 0009-0001-4499-0785
joseluis95.9@gmail.com

MSc. ELISMAR MARELIS COROMOTO RODRÍGUEZ ROMERO ^[1]

Universidad Nacional Experimental “Simón Rodríguez”.
Núcleo Ciudad Bolívar.
ORCID: 0009-0000-8472-8944
theelismar@gmail.com

Este Artículo fue:

Recibido: 09/09/24

Aprobado: 20/09/24

Resumen

El objetivo principal de la investigación estuvo dirigida a analizar el proceso de captación integral del talento humano en organizaciones de telecomunicaciones desde una visión humanista, entre ellas, la radio y la cual esta aplicada a Diamante 95.9 FM, en ciudad Bolívar, estado Bolívar, Venezuela. La sustentación teórica del mismo se encuentra representada en la comunicación, observación y efectividad en los procesos de captación que se plantean en los enfoques modernos de la administración y gerencia de toda organización. Para la realización de este trabajo, se desarrolló una

investigación descriptiva, bajo el diseño de los estudios de campo. La población estuvo representada por 3 empleados del área en estudio que conforma la organización radial, a los cuales se les aplicó una encuesta en su modalidad de cuestionario con doce (10) ítems de tipo cerrado, de selección múltiple, obteniéndose como resultado que existen fallas en el manejo del proceso de captación del talento humano, lo que ameritó la estructuración de una serie de recomendaciones como alternativas de solución al problema localizado.

Descriptor: Captación, Comunicación, Observación, Efectividad, Proceso, Telecomunicaciones, Radio, Visión Humanista.

Summary

The main objective of the research was aimed at analyzing the process of the comprehensive recruitment of the human talent in telecommunications organizations from a humanistic perspective, including radio, which is applied to Diamante 95.9 FM, in Ciudad Bolívar, Bolívar State. The theoretical support of this one is represented in the communication, observation and effectiveness in the recruitment processes that are proposed in the modern approaches of the administration and the management of all organizations. To carry out this work, a descriptive research was developed, under the design of the field studies. The population was represented by 3 employees of the area under study that makes up the radio organization, to whom a survey was applied in its questionnaire form with ten (10) closed-type, multiple-choice items, obtaining as a result that there are failures in the management of the process of recruitment of human talent, which merited the structuring of a series of recommendations as an alternative solutions to the located problem.

Descriptors: Recruitment, communication, observation, effectiveness, process, telecommunications, radio.

Introducción

Ante el volumen de crecimiento en el sector de las telecomunicaciones, es crucial que las empresas contraten trabajadores poseedores de las habilidades que permitan satisfacer las variables necesidades de sus clientes y adaptarse al dinamismo propio de la tecnología de punta. Los efectos de la globalización exigen la generación de cambios en todos los ámbitos organizacionales para enfrentar la competencia; la revolución digital ha permitido optimizar los procesos que aseguran la captación, atracción y retención del talento humano.

Atraer y retener talento es un gran desafío para las empresas de telecomunicaciones alrededor del mundo y América Latina no es la excepción, especialmente teniendo en cuenta la escasez de candidatos disponibles y la migración hacia países desarrollados. La industria de las telecomunicaciones en América Latina ha sufrido importantes transformaciones a lo largo de la última década. A inicios se implementaron reformas favorables al mercado que privatizaron y liberalizaron el sector en la mayoría de los países de la región.

Una de las características fundamentales de la gerencia humanista, es reconocer la importancia, capacidad y valores de las personas para obtener un mayor compromiso, identidad y pertenencia, mejorando los beneficios para todos. En consecuencia, sus fundamentos y propuestas contradicen los propósitos de la gerencia tradicional basados en controlar y exigir, los cuales se enfocan a satisfacer las necesidades de los clientes y generar una alta rentabilidad, sin tomar en cuenta las posibles consecuencias nocivas que puede provocar al trabajador. Es claro que uno de los principales aprendizajes que el contexto actual ha dejado en las organizaciones la importancia de cuidar, acompañar y desarrollar a las personas; su activo más importante.

Este novedoso proceso de gestión se centra en el ser humano, cediéndoles el control y mayor libertad, participan en la toma de decisiones estratégicas de la empresa, ya sean de mercadeo, financieras, de inversión o laborales, dando como resultado sostenibilidad financiera, social y humana.

En el ámbito empresarial de las telecomunicaciones, se evidencia un énfasis en lograr un capital humano acorde con las exigencias organizacionales, ocasionando la introducción de nuevas prácticas o tendencias en las actividades.

Por lo tanto, el éxito va de la mano con el talento humano, ya que el mismo depende en gran medida del ejercicio responsable de crear, recrear, y fijar en la mente del mercado un estilo propio del producto.

Las empresas de telecomunicaciones deben ubicarse en sus perspectivas internas, en forma convergente para el talento humano y también en su imagen pública, ya que deben desarrollar un alto grado de interacción e ilimitados escenarios de actividades que demandan una labor eficaz en función del servicio que se presta al consumidor.

Este trabajo constituye el diseño de cada una de las etapas del proceso de captación y selección fundamentada en competencias, el cual es un importante instrumento para que las empresas de telecomunicaciones, sus colaboradores con los estándares y esquemas necesarios puedan contribuir con el desarrollo empresarial óptimo acorde con las exigencias del mercado actual.

Las competencias cada día cobran más fuerza ante la necesidad de los sectores económicos de contar con organizaciones que respondan a las exigencias propias de la globalización y la flexibilidad de los mercados. Los altos estándares, las certificaciones para ingresar en el mercado internacional y desarrollar empresas de clase mundial han hecho una vez más enfatizar la importancia del hombre y su talento para contribuir y agregar valor dentro de este contexto.

Es por esto que las empresas modernas, han venido adoptando el modelo de manera institucional, creando sistemas de gestión humana coherentes con sus planes estratégicos y con su creencia que las personas, sus capacidades y su motivación son las que verdaderamente crean la ventaja competitiva y establecen la diferencia en las empresas de éxito.

En América Latina, los procesos de captación y selección de personal de manera tradicional siguen teniendo una alta aplicación, sin embargo, ante las grandes ventajas de las redes sociales se requiere utilizar las nuevas herramientas para implementarlas, debido a la fuerte competencia para captar los talentos deseados.

Las tendencias sociales y demográficas de nuestra América y el mundo están marcando la diferencia en el uso de las herramientas tecnológicas, como es el caso de las generaciones. Por otro lado, algunos candidatos potenciales no disponen de la tecnología necesaria y otros más no están familiarizados con su uso para estos procedimientos.

El trabajo examina comparativamente el desempeño, en cuanto a la ampliación y modernización de las redes y el incremento de la productividad de las empresas de telecomunicaciones de un subconjunto de países latinoamericanos ilustrativo de las diferentes opciones regionales en materia de captación de talento humano.

En los próximos años las empresas entrarán a competir por el talento y el éxito estará reservado para aquellas que consoliden una fuerza laboral con las competencias blandas y técnicas necesarias para hacer frente a las nuevas dinámicas del mercado laboral.

Desde agosto de 2017 se observó una gran deserción laboral generada por la migración de profesionales venezolanos a distintos países del mundo debido a la situación social, económica y política, que obligo a buscar alternativas de un futuro mejor en el horizonte de oportunidades que ofrecen muchas naciones en el mundo y desde ese momento la deserción laboral no ha parado.

Se han vuelto frecuentes e incesantes las renunciaciones por migración, lo que genera inestabilidad en los distintos departamentos de las empresas y un sobrecargo en las labores del departamento encargado de captación y la selección de nuevos talentos.

Debido a la escasez de postulados a las vacantes se han tenido que bajar los niveles de exigencia en cuanto a los perfiles solicitados, lo que ha mostrado dos perspectivas interesantes, se le están dando oportunidades a personas más jóvenes para cargos más altos a pesar de no contar con experiencia de más de 3 años; y en algunos casos se otorgan oportunidades a personas que no poseen el título universitario pero, sin embargo; tienen la actitud, conocimientos y habilidades necesarios,

situación que antes era totalmente excluyente en el proceso de selección debido al alto nivel de estudios de la población venezolana.

Otra característica interesante es la alta competencia empresarial en cuanto a la obtención de los mejores talentos y la capacidad de ofrecer mayores beneficios salariales y no salariales que sean atractivos a los profesionales que aún permanecen en el país y no desean migrar.

La historia en Venezuela, ha planteado retos importantes a la gestión del talento humano en las relaciones de trabajo, los cuales ha debido superar para ir adaptándose a las necesidades y expectativas de los actores que componen el sistema.

Pues estos constituyen un factor clave en los procesos productivos y a diario, las organizaciones efectúan grandes esfuerzos por adaptarse a las condiciones cambiantes que retan permanentemente la competitividad de la empresa y su posicionamiento en los mercados.

En el mundo de las telecomunicaciones, está la radio, un medio de difusión masivo que llega al oyente de forma personal, es el de mayor alcance, ya que difunde su señal a todas las clases sociales. La importancia de la radio, como medio de comunicación, se concentra principalmente en la naturaleza de lo que esta representa. “Los directivos se vuelven humanistas cuando el diálogo que entablan con los grupos de interés, más allá de la información y el conocimiento sobre los aspectos económicos y técnicos, implica conocer el sistema de valores del otro” y recordar que “la dignidad de toda persona es inviolable”. (Rodríguez-Luesma et al. 2014: 87-8).

La empresa, en esencia, es una comunidad, y las comunidades pueden construirse a través del sentido de pertenencia, la conciencia de los propósitos comunes, los vínculos entre quienes la forman y la voluntad de cooperar para lograr objetivos comunes.

Una ventaja importante que garantice el éxito comunicativo de la radio es saber que el éxito va de la mano con el talento humano, ya que el mismo depende en gran medida del ejercicio responsable de crear, recrear, y fijar en la mente del mercado un estilo propio del producto.

Las empresas de telecomunicaciones deben ubicarse en sus perspectivas internas, en forma convergente para el talento humano y también en su perspectiva externa o imagen pública, ya que deben desarrollar un alto grado de interacción e ilimitados escenarios de actividades que demandan una labor eficaz en función del servicio que se presta al consumidor.

En este ámbito de la radiodifusión en el mundo de las telecomunicaciones, la emisora Diamante 95.9 FM, perteneciente al circuito Diamante FM, de Comunicaciones Roraima CA, ha

proyectado su imagen corporativa en el circuito regional, ofreciendo sus servicios a una gran cantidad de medianas y pequeñas empresas por su capacidad de acceder a diferentes estratos de consumidores. Esta estación radial ofrece un formato de programación variado y múltiples opciones a los radioescuchas, ubicándose en un alto ranking a nivel local.

Sin embargo, se observa en los actuales momentos, que en la empresa antes mencionada ha disminuido la captación del talento humano, lo cual, está generando dificultades de producción, financiera y de liquidez. Además, de un progresivo deterioro de la imagen corporativa de la emisora en la zona, lo cual, la ha hecho menos competitiva en el mercado, lo que pudiera causar una salida temporal o definitiva en el mercado local.

Ante la situación planteada, surgieron las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo se desarrolla el proceso de captación del talento humano en la empresa de telecomunicaciones Diamante 95.9 Fm?
- ¿Qué factores han impedido el logro de las expectativas de captación de talento humano en la radio?
- ¿La empresa radial posee la estructura organizacional que permita el desarrollo de un proceso de captación de talento humano exitoso?

Para dar respuestas a estas interrogantes, se propuso la siguiente investigación titulada: Captación integral del talento humano en organizaciones de telecomunicaciones desde una visión humanista.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Diseñar el proceso de captación del talento humano como proceso determinante en la efectividad laboral en las empresas de telecomunicaciones.

Objetivos Específicos

-Diagnosticar la situación actual del proceso de captación del talento humano en la emisora Diamante 95.9 FM

-Describir los factores que determinen el proceso de captación de talento humano llevado a cabo en la empresa objeto de estudio.

-Proponer un plan de acción para el proceso de captación en la empresa Diamante 95.9 FM

Justificación

En el mundo globalizado de hoy, las empresas de telecomunicaciones constituyen un elemento importante para la difusión de contenidos mediáticos que marquen los pasos de los consumidores que accedan los diferentes medios televisivos, radiales e impresos.

Estos medios están ejerciendo cada vez mayor influencia en la promoción de los cambios que generan en las sociedades en desarrollo y en la generación de productos comerciales o de otro tipo que van a satisfacer las necesidades de un mercado cada vez más creciente de consumidores de productos masivos.

Este fenómeno, requiere que dichos medios para satisfacer estas necesidades implementen grandes campañas y promociones publicitarias basadas en la competitividad del mercado, que permita abordar consumidores específicos a través de los mensajes transmitidos.

El propósito del trabajo fue poder conocer el motivo y la importancia de poder implementar nuevas formas de captación de talento humano y así optimizar la parte operativa, de programación y producción, con lo cual, permitirían la generación de recursos financieros, contribuyendo al fortalecimiento de la imagen corporativa de la empresa, llevándola a la utilización eficiente de sus recursos.

La realización de la presente investigación permitirá a las empresas de telecomunicaciones tomar decisiones para mejorar el proceso de captación de talento humano, incrementando las posibilidades de éxito y así una mayor productividad en la organización.

De igual manera, la situación actual de la economía venezolana con una marcada incertidumbre y una competencia mucho más agresiva por la presencia de escasos recursos, requiere de la aplicación de estrategias innovadora en el proceso de captación de personal, que contribuyan asegurar la permanencia de operaciones de la organización en el mercado financiero venezolano.

La realización de la presente investigación permitirá a la emisora tomar decisiones para mantener la captación del talento humano que permita una mayor productividad de la organización, incrementando las posibilidades de éxito para todos los miembros o personal que labora en la emisora radial.

Este estudio podrá servir de insumo para otras investigaciones, la cual, aporta información relacionada con prioridades en el proceso de captación de talento humano, así como la redefinición de

estrategias de largo plazo a ser utilizadas en la emisora radial Diamante 95.9 Fm en ciudad Bolívar, estado Bolívar.

Antecedentes de la Investigación Internacionales

En primer lugar se toma en consideración a Claudia Silvia Manco Cuya (2018) su trabajo de grado titulado reclutamiento y selección del personal y el desempeño laboral en el Departamento de Patología Clínica y Anatomía Patológica 2016, para optar al título de Magister en Gestión de los Servicios de la Salud, de la Escuela de Posgrado Universidad Cesar Vallejo de Perú, la autora afirma que el presente estudio desarrollado consideró como principal objetivo el establecer la relación entre el reclutamiento y selección del personal y el desempeño laboral en el Departamento de Patología Clínica y Anatomía Patológica en el Hospital nacional Hipólito Unanue, 2016.

Este estudio se realizó a una muestra de 98 trabajadores del Departamento. Se realizó un estudio de tipo no experimental, transversal y correlacionar haciendo posible conocer el grado de relación que existe las variables de estudio. La recolección de datos se realizó con la aplicación de una encuesta conformada por 25 preguntas para la variable selección del personal reclutamiento y una de 35 preguntas para la variable el desempeño laboral.

Los resultados que se hallaron determinaron que existe relación significativa entre Reclutamiento-Selección del Personal y desempeño laboral en el Departamento de Patología Clínica y Anatomía Patológica del Hospital Nacional Hipólito Unanue 2016, con un nivel de significancia rho de Spearman $Rho = 0,898$ y $\alpha = 0,000 < a 0.05$ que evidencia que existe correlación positiva fuerte.

En segundo lugar de los antecedentes internacionales se cita a Raíza Indiana Slinger Rodríguez (2015), su trabajo de grado titulado modelo de gestión de talento humano basado en la provisión para la contratación de personal ejecutivo y profesional en la Fundación Centro Nacional de Medicina Popular Tradicional FCNMPT Estelí 2014-2015, para optar al título de Magister en Gerencia Empresarial, de la Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua Unan Managua Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí, Departamento De Ciencias Económicas y Administrativas, la autora infiere lo siguiente: “Cada día se consolida al interior de las empresas la certeza de que su triunfo o fracaso depende de los talentos, competencias, actitudes y motivaciones de sus integrantes”.

Si se quiere tener una sociedad competitiva se requiere de un clima organizacional caracterizado por una alta satisfacción de sus integrantes. Una fuerza laboral aburrída por las condiciones laborales conduce a la desmotivación y la apatía, mientras que, la inversión que una

empresa realice en el talento humano se reditúa mediante el compromiso e interés de su fuerza laboral. La ocupación laboral le ofrece a cada individuo la oportunidad de desarrollar plenamente sus talentos contribuyendo con su esfuerzo al logro de la misión de la empresa.

Esta investigación se realizó en el año 2015 en la Fundación Centro Nacional de la Medicina Popular Tradicional, es de investigación cuali-cuantitativa y se aplicaron técnicas de recolección como: entrevistas semiestructuradas, observación y encuestas. La entrevista se aplicó a los jefes de área y la encuesta a 38 colaboradores que laboran en la empresa.

El estudio demuestra que la Fundación no cuenta con un departamento de recursos humanos, cada área de la estructura organizativa gestiona las actividades propias de recursos humanos, según la experiencia y necesidades particulares. Este procedimiento concentra el proceso de provisión de recursos humanos.

Como resultado, en esta investigación se propone una normativa de reclutamiento y selección de talento humano por competencias para los niveles jerárquicos directivo, ejecutivo y profesional para la Fundación Centro Nacional de la Medicina Popular Tradicional, con la finalidad de mejorar algunos aspectos deficientes detectados en dichos procesos y obtener mayores beneficios de los futuros colaboradores que ingresen a la organización.

Nacionales

En primer lugar, se considera a Oropezaana Graciela (2021) su trabajo de grado titulado Sistema de Reclutamiento, Selección e Integración de personal por competencias para el Departamento de atención al cliente del banco de Venezuela, la cual presento para optar al título de Magister Scientiarum en Gerencia General, de la Universidad Nacional Experimental de Los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, la autora afirma lo siguiente:

“La presente investigación tiene la finalidad de fortalecer los sistema de reclutamiento y selección de personal en las instituciones bancarias, la investigación presenta como objetivo general proponer un sistema de reclutamiento, selección e integración de personal por competencias para el Banco de Venezuela, la razón fundamental para llevar a cabo este estudio está relacionado con la inadecuada aplicación de procesos de reclutamiento y selección de personal, que ha reflejado considerablemente la calidad del servicio en la entidad bancaria”.

Desde el punto de vista metodológico, el estudio estuvo enmarcado en la modalidad del proyecto factible, apoyado en una investigación de tipo descriptivo, fundamentada en un diseño de campo, con una población conformada por 7 trabajadores, aplicando una muestra censal.

Como técnicas e instrumentos para recolectar la información se utilizó, la encuesta y el cuestionario conformado por ocho (8) ítems. La información recolectada permitió concluir que el Banco Central de Venezuela presenta debilidades en sus procesos de reclutamiento y selección de personal causado por factores internos y externos entre los que resaltan la falta de recursos para el desarrollo de una adecuada prestación de servicios, remuneraciones al personal, departamento de recursos humanos y centralización. Continuando en el ámbito nacional, Caraballo, (2017) en su tesis de Maestría para optar al título de Magister Scientiarum en Planificación del Desarrollo titulado “Plan de mejora del Talento Humano en superintendencia de cajas de ahorro Sudeca”.

La investigación consistió en el diseño de un proyecto factible, compuesto por: un diagnóstico organizacional de SUDECA, y focalizada el plan de mejoras organizacionales.

Es una investigación no experimental y documental, la cual se basa en el análisis de las prácticas gerenciales y resultados organizacionales de la auto evaluación CAF 2013 en SUDECA, información bibliográfica de la temática y demás documentos de interés para la investigación.

Es una herramienta efectiva para iniciar la implementación de calidad total en organizaciones públicas venezolanas, proponiendo el diseño de un plan de mejoras con criterios de calidad total y enfocada en el talento humano.

En la investigación se concluyó que los procesos referentes al reclutamiento y selección del personal son deficientes, recomendando implementar una serie de lineamientos para el reclutamiento y selección del personal en la organización.

Los estudios antes presentados refuerzan a grandes rasgos la investigación brindando una orientación y ejemplo a seguir para dar pasos firmes en la creación de un sistema para optimizar el proceso de reclutamiento y selección de personal para minimizar las debilidades que presenta el momento de la contratación del personal, en el Banco de Venezuela.

Teoría de Captación

La rareza de los recursos humanos está relacionada directamente con la escasez y, a su vez, ésta con la heterogeneidad de recursos y con los obstáculos a la movilidad que permiten mantener estos factores en el tiempo (Sanchis Palacio y Campos Climent, 2019).

La heterogeneidad viene dada por la existencia de puestos de trabajo en las organizaciones que requieren diferentes tipos de habilidades y conocimientos y, al mismo tiempo, por la existencia de personas con diferentes tipos de habilidades y conocimientos lo que resulta en diferentes modos de contribución al desarrollo de la organización.

Desarrollar el talento interno es una de las políticas más inteligentes que pueden adoptarse en materia de gestión de personal, siempre y cuando se disponga de un plan apropiado.

Teoría de Talento Humano

Según Herrera (2011): “Las personas son consideradas recursos a partir de que aparecen en la empresa como elementos de trabajo, donde utilizan y transforman otros recursos. Dentro de una entidad existen varios tipos de recursos: los administrativos, financieros, materiales, entre otros; pero los Recursos Humanos se convierten en los más complejos e importantes porque todos los demás exigen obligatoriamente la presencia de este para su procesamiento”.

La contribución del individuo en la historia de las organizaciones, ha sido considerado desde diversas perspectivas, conforme al transcurso de las épocas y de acuerdo a su inclusión dentro de las organizaciones, es decir, de ser un recurso meramente operativo ha evolucionado hasta ser parte de los recursos sustanciales para la empresa y como un generador de competitividad.

Teoría de las Organizaciones

Velásquez, C. (2007) manifiesta que, respecto a la teoría de las organizaciones, estas se encuentran integradas por recursos humanos y no humanos (físicos, materiales, financieros) y la vida de las personas depende de las organizaciones y las organizaciones dependen del trabajo de las personas.

Algunas organizaciones tienen como propósito el lucro y otras no, además, el mismo autor afirma que la teoría de las organizaciones es el campo del conocimiento humano que se ocupa del estudio de las organizaciones en general y que la sociedad se integra por organizaciones, que para

permanecer en el entorno se requiere de la producción o prestación de un servicio debida y sistemáticamente planeado, organizado, dirigido y controlado.

Teoría Humanista

Según Elton Mayo (1920), quien tiene una perspectiva conductista con énfasis en las relaciones humanas. Se sustenta en la organización informal, que es la que prevalece fuera de la organización formal, considerando al trabajador como un hombre social. De esta forma, analiza a la organización como a grupos de personas, delegando la autoridad, la autonomía del trabajador y la importancia del cargo.

Se trata de comprender la forma en que los seres humanos vivencian el mundo de las organizaciones, y esta comprensión se empieza, al captar la perspectiva o punto de vista de la persona que se está observando, al momento de aplicar el arte laboral.

Cuando hablamos de telecomunicaciones, nos referimos a la ciencia y práctica de la transmisión de información a través de medios electromagnéticos, mediante el empleo de un conjunto de técnicas y materiales especializados. Dicha información puede consistir en datos textuales, audio, video o la combinación de los tres.

El término telecomunicación proviene de la palabra francesa telecommunication, compuesta por el prefijo griego tele, que significa distancia y la palabra latina communicare de significado compartir.

Fue acuñada por el ingeniero y director Edouard Estaunié (1822-1902) a inicios del siglo XIX, como reemplazo del término hasta entonces empleado para la comunicación por impulsos eléctricos como la telegrafía. Desde el concepto de telecomunicaciones podemos hallar hoy en día numerosas tecnologías, desde la radio, televisión, telefonía, redes informáticas e internet, hasta la radionavegación, GPS y telemetría.

En casi todos los casos, se trata de sistemas casi dotados de:

Un emisor: Que codifica y transmite la señal mediante distintos medios o canales.

Uno o más receptores: Que reciben y decodifican la señal, pudiendo a su vez o no servir de emisores.

Repetidores, enrutadores y conmutadores: Que son aparatos diseñados para modificar, intensificar, canalizar o repetir la señal enviada por el emisor.

El ser humano ha intentado superar las distancias para enviar y recibir señales desde épocas muy tempranas. Para ello empleaba señales de humo, sonidos instrumentales, mensajeros humanos o cadenas de señales de fuego.

Sin embargo, recién con la aparición del correo postal en sus distintas versiones, algunas más antiguas que otras, apareció un verdadero sistema de comunicación a distancia. Generalmente estaba dirigido a comunicar al rey o la metrópoli imperial, con sus súbditos lejanos o con sus territorios coloniales.

Por su parte, los primeros sistemas de comunicación rápida a distancia se crearon en la Edad Moderna, cuando gracias al dominio de la electricidad, surgió el modo de emplearla para transmitir mensajes simples, limitados generalmente una palabra, mediante un telégrafo.

Inspiradas en antiguas versiones ópticas que dependían de codificar un mensaje con símbolos visibles desde la distancia, en la primera mitad del siglo XIX se desarrollaron las primeras formas del telégrafo eléctrico, revolucionando el campo de las comunicaciones a través del código morse.

Este invento se consolidó en los años siguientes como el gran medio de comunicación moderno, especialmente en EEUU, de la mano de expansión ferroviaria. Sirvió de base para futuros inventos, como el telégrafo parlante o radiocomunicación.

En las últimas décadas del siglo XIX y las primeras del siglo XX, se desarrolló el teléfono, invención de Alexander Graham Bell (1847-1922) y Elisha Gray (1835-1901). Además, las experiencias de inventores y científicos como Thomas Alvas Edison (1847-1931), Nikola Tesla (1856-7943) y Aleksandr Popov (1859-1905) constituyeron una revolución científica y tecnológica en el área de las telecomunicaciones.

La invención del primer radio transmisor de Guillermo Marconi (1874-1937), dio origen a aparatos tan diversos como el teletipo o el radiotransmisor de onda corta y en el siglo XX a la radio de transistores y la televisión. Nunca el ser humano logró comunicar tanto y a través de tan largas distancia como de entonces en adelante.

Finalmente, tras la invención de las computadoras y su incorporación en redes de intercambio de información, se sumaron nuevas tecnologías: los módems, el sonar, las microondas, los satélites de telecomunicaciones, la telefonía celular, el WIFI y otros modos contemporáneos de transmisión de información digitalizada mediante ondas electromagnéticas.

Hay muchas formas de clasificar las telecomunicaciones, atendiendo a distintos elementos. Por ejemplo, podemos distinguir entre comunicaciones unidireccionales, aquellas en que el emisor es siempre emisor y las bidireccionales, en la que los receptores eventualmente ocupan también el rol de emisor, es decir, existe retroalimentación.

Por otro lado, atendiendo a la naturaleza de su tecnología específica, podemos diferenciar entre:

Radiocomunicaciones: No solo se refiere a la transmisión de ondas radiales AM y FM, desde estaciones comerciales, cuya programación debe ser recuperada por el público en sus aparatos radiales, sino también a los aparatos de radio de onda corta, como los empleados para la navegación y las comunicaciones militares.

Telefonía: La antigua telefonía con hilos de Graham Bell fue sustituida a lo largo del siglo XX por toda una industria telefónica moderna, que emplea satélites y torres de emisión para enviar y recibir señales electromagnéticas de frecuencia específica, que luego el aparato convierte en ondas sonoras, recuperando la voz del hablante con una distorsión y retardos mínimos.

Televisión: El gran invento que revolucionó los medios masivos de comunicación en el siglo XX, ha sobrevivido adaptándose a los tiempos, a través de emisiones satelitales o streaming a través de internet, para llevar tanto audios como imágenes a los aparatos receptores en cada hogar, ya sea en vivo y directo o diferido.

Internet: Hoy en día todo está conectado prácticamente a internet, la gran red de las computadoras, que permite el envío recíproco a lo largo de enormes distancias. Se trata de una intrincada red de computadoras interconectadas de manera recíproca, para compartir un inmenso volumen de datos de cualquier naturaleza, a través de cables de fibra de vidrio, coaxiales o de ondas de radio y WIFI.

Fax: Una tecnología ya extinta, pero que sirve de ejemplo y que consistía en utilizar las líneas telefónicas para enviar la reproducción de una imagen tomada de un texto, es decir, algo similar a una fotocopidora, cuyos originales sin embargo se hallaban lejos. Desde la llegada de internet fue considerada obsoleta y abandonada en todo el mundo.

Las telecomunicaciones desempeñan hoy un rol vital en la mayoría de los sistemas tecnológicos, tanto en el ámbito comercial y financiero, como en el militar, lúdico o cultural. Sus efectos han modificado siempre el modo de relacionarnos y comunicarnos entre los seres humanos.

Bases Legales

La Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2003) regula la presentación del servicio radiofónico y los cataloga como radio y televisión, y establece en su artículo 210, que:

Servicios de radio: Radiodifusión sonora en amplitud modulada (FM), radiodifusión sonora por onda corta, difusión por suscripción, radiodifusión sonora comunitaria de servicio público, sin fines de lucro, y servicio de audio nacional difundido exclusivamente por un servicio de difusión por suscripción o por internet. (pag.4).

Este artículo clarifica la titularidad para la prestación del servicio telecomunicacional y además delimita el espacio radiofónico, en el cual dichos prestadores de servicios pueden difundir sus imágenes y sonidos.

También en el artículo 3 de la misma ley como objetivo general de dichos prestadores de servicios, establece que:

Garantizar el efectivo ejercicio y respeto de los derechos humano, en particular, los que conciernen a la protección del honor, vida privada, intimidad, propia imagen, confidencialidad y reputación y al acceso a una información oportuna, veraz e imparcial, sin censura. Garantizar el equilibrio entre los deberes, derechos e intereses de las personas, de los prestadores de servicios de divulgación y sus relacionados. (pag35).

A través de este artículo, el propietario del espectro radiofónico (Estado Venezolano), regula la prestación de dicho servicio a través de la radio y la televisión, y establece los estándares que le permitan a una audiencia disfrutar de manera equilibrada el tiempo de difusión.

En este orden, a la Ley de Responsabilidad Social de Radio y Televisión (2004) en su artículo 1, plantea que es responsabilidad de los prestadores del servicio:

Esta Ley tiene por objeto la responsabilidad social de los prestadores nacionales independientes y los usuarios y usuarias en el proceso de difusión y recepción de mensajes, fomentando el equilibrio democrático entre sus deberes, derechos e intereses, a los fines de procurar la justicia social y de contribuir a la formación, educación, la cultura, la salud pública, el desarrollo social y económico de la nación, de conformidad con las normas y principios constitucionales. (pag 33).

Continuando con el desarrollo de la presente investigación, se hace necesario indicar el marco legal que contempla las instituciones bancarias de manera que se pueda garantizar el cumplimiento de

las actividades relacionadas con este ramo, a tal efecto cabe destacar que el marco legal de la presente investigación corresponde en primer lugar con lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV, 1999).

El artículo 87, del Capítulo V: De los Derechos Sociales y de las Familias. Título III: De los Derechos Humanos y Garantías, y de los Deberes contempla:

Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. El Estado garantizará la adopción de las medidas necesarias a los fines de que toda persona puede obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le garantice el pleno ejercicio de este derecho.

Es fin del Estado fomentar el empleo. La ley adoptará medidas tendentes a garantizar el ejercicio de los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras no de pendientes. La libertad de trabajo no será sometida a otras restricciones que las que la ley establezca.

Artículo 144:

La ley establecerá el Estatuto de la función pública mediante normas sobre el ingreso, ascenso, traslado, suspensión, y retiro de los funcionarios o funcionarias de la administración pública, y proveerá su incorporación a la seguridad social. La ley determinará las funciones y requisitos que deben cumplir los funcionarios públicos y funcionarias públicas para ejercer sus cargos.

Metodología

En este capítulo se presentan los aspectos metodológicos del estudio, comprendidos por el tipo de investigación, diseño, población, variable del estudio y su operacionalización, técnica e instrumento de recolección de datos, validez y tratamiento estadístico.

La investigación se ubica dentro del esquema de tipo descriptivo, puesto que se aboca a realizar la medición y descripción de las variables que conforma el proceso de la captación del talento humano.

En el caso concreto de esta investigación, se ofrece un diagnóstico preciso acerca de los procesos relacionados con la captación del talento humano en la empresa objeto de estudio.

Todo ello con miras a la estructuración de un cuerpo de recomendaciones, que presentará las alternativas de solución a las situaciones encontradas en la misma.

Este estudio se enmarca dentro de los esquemas de los diseños de campo, puesto que la información esencial que se tiene pautado obtener en la realización del proceso de recolección de los datos, proviene del ámbito mismo donde se producen los eventos relacionados con la variable objeto de investigación.

En el caso concreto de esta investigación, los datos fundamentales relacionados con las variables que la conforman, se recolectaron con el propio ámbito donde se llevaron a cabo los eventos relacionados con la temática objeto de estudio, específicamente en la emisora Diamante 95.9 FM, en Ciudad Bolívar, estado Bolívar.

Se plantea una serie de hipótesis en la empresa objeto de estudio, es decir, se va a predecir lo que sucede, para luego verificar y comprobar. Método hipotético deductivo

En el estudio, se intenta dar respuesta al problema que se plantea, a través de la postulación de hipótesis que se toman como verdaderas.

La población objeto de esta investigación se encuentra representada por las personas (3) que desempeñan labores en el área de Talento Humano de la empresa de telecomunicaciones en el ámbito radial Diamante 95.9 Fm en ciudad Bolívar, estado Bolívar.

Dicha población, se encuentra distribuida de la siguiente forma:

Áreas:

Presidencia: 1.

Gerencia de talento humano: 2.

Para el presente estudio se utilizó el criterio de la población por ser finita debía tomarse en su totalidad.

La muestra está representada por los 3 trabajadores del departamento de Talento Humano en la emisora objeto de estudio.

En la presente investigación, la variable en estudio estuvo representada por el proceso de captación de talento humano, efectuada en los canales de distribución para influir positivamente sobre el volumen de personal.

Operacionalización de las Variables

La variable de esta investigación fue sistematizada de acuerdo al modelo estructurado por Ramírez (1997), donde establece la categorización de variable, las dimensiones y los indicadores que la caracterizan, integran y permiten su precisión e identificación en un ámbito real (p.46).

| Variable | Dimensiones | Indicadores |
|----------|--|---|
| | Estructura organizativa | 1.- Presidencia. 2.- Gerencia de talento humano. 3.- Jefe de personal. |
| Proceso | Estrategias de captación de personal | 1.- Renovación en los procesos de reclutamiento. 2.- Identificar qué talento se necesita. 3.- Diseñar una estrategia de retención. 4.- Desarrollar programas de formación. 5.- Promover los valores y la filosofía de la emisora. |
| | Proceso de captación de talento humano | 1.- Mejorar la presencia en los medios. 2.- Impulsar el trabajo en equipo. 3.- Crear un plan de incentivos. 4.- Establecer metas y objetivos en conjunto. 5.- Estimular y valorar el talento. |

Fuente. (Elaboración Propia)

Técnica e Instrumento de Recolección de Datos

Como instrumentos se utilizaron el cuestionario y la encuesta.

El procedimiento de validez se realizó a través del juicio de experto, es decir, por un profesional del área de la administración de talento humano, recayendo la responsabilidad en manos de la Dra. Lirimar Mayorca, portadora de la cédula de identidad número 15.135.789 a los efectos de terminar en forma debidamente sustentada, si el instrumento mide los aspectos de la variable que se tiene pautado medir.

La misma, se desarrolló mediante los cálculos realizados a través de la siguiente fórmula:

$$P = n / N \times 100$$

Donde:

P = Porcentaje.

n = Frecuencia parcial.

N = Frecuencia total.

Análisis e Interpretación de los Resultados

La realización de la fase de los resultados constituye el eje fundamental a través del cual se confirma la existencia o no de un problema y la magnitud del mismo.

Su ejecución representa el momento clave de la investigación, ya que se establecen las inferencias pertinentes y se plantean las posibles alternativas de solución a desarrollar en el futuro.

Los aspectos que se desarrollan a continuación comprenden el nivel de análisis de la investigación y la forma de presentación de los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento al área objeto de estudio.

Nivel de Análisis

El nivel de análisis de los datos se ubica dentro de la escala interpretativo, consistente en reflejar los aspectos cualitativos y cuantitativos de los resultados obtenidos y, en virtud de ello, hacer las inferencias pertinentes, tomando en cuenta los planteamientos realizados en las bases teóricas.

Forma de Presentación de los Resultados

Los resultados fueron presentados en cuadros de frecuencia simple, donde se expresaron los datos relativos a indicadores, frecuencia y porcentaje respectivos.

Cuadro N° 1 Distribución porcentual acerca de la existencia en la empresa de un departamento de Talento Humano para el proceso de reclutamiento de personal.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|-------------|------------|-------------|
| Sí | 3 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| Total | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

Los datos reflejados en el cuadro 1, indican que el 100% de los empleados encuestados señalan que la empresa si posee un departamento de Talento Humano. De estos resultados se infiere, que existe dentro de la empresa una estructura organizativa para mantener el proceso de reclutamiento, aspecto importante para garantizar una alta demanda para fortalecer la competitividad en el mercado local.

Cuadro N° 2 Distribución porcentual acerca de la conformación de la estructura organizativa para el proceso de captación de personal en la emisora.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|-------------|------------|-------------|
| Presidencia | 1 | 33% |
| Gerencia | 2 | 67% |
| Total | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

El cuadro 2 muestra que el 67% de la población encuestada indicó la estructura la conforman la Gerencia de Talento Humano y el otro 33% señaló que la presidencia. De lo que se puede inferir, que el proceso de captación no está concentrado en la presidencia, sino que también depende de la Gerencia de Talento Humano, los cuales aportan un porcentaje de decisión importante en la empresa.

Cuadro N° 3 Distribución porcentual en relación con el proceso de captación de personal, la toma de decisiones en quien recae.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|-------------|------------|-------------|
| Presidencia | 1 | 33% |
| Gerencia | 2 | 67% |
| Total | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

El cuadro 3, refleja que el 67% de la población encuestada señaló que la toma de decisiones recae en la Gerencia de Talento Humano. Estos resultados indican, que la empresa emprende positivamente los recursos para diseñar un plan de acción para la captación de personal.

Cuadro N° 4 Distribución porcentual sobre si es necesario reorientar la capacidad organizativa de captación del talento humano a través de la toma de decisiones.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|----------------------|------------|-------------|
| Alta Probabilidad | 3 | 100% |
| Mediana probabilidad | 0 | 0% |
| Total | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

Las cifras del cuadro 4, refleja que la población encuestada en un 100% respondió que es necesario reorientar la capacidad organizativa para la toma de decisiones en una alta probabilidad. Estos datos confirman las otras que muestran el cuadro 2, en cuanto a que la empresa debe organizarse para captar de manera eficiente el talento humano.

Cuadro N° 5 Distribución porcentual, sobre si se implementa el estudio de capacitación de personal en la emisora.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|----------------------|------------|-------------|
| Alta probabilidad | 1 | 33% |
| Mediana probabilidad | 2 | 67% |
| | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

Los datos reflejados en el cuadro 5, acerca de si se implementa el estudio de capacitación de personal 67% demuestran la utilidad de aplicarlo en una alta probabilidad, mientras que el 33% en mediana probabilidad. Se infiere de ello el total conocimiento por parte del personal para ofrecer los mejores servicios confortable a las necesidades del personal reclutado.

Cuadro N° 6 Distribución porcentual de la opinión de los entrevistados, sobre si la empresa utiliza estrategias para mantener el personal en la sede.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|----------------------|------------|-------------|
| Alta probabilidad | 1 | 33% |
| Mediana probabilidad | 2 | 67% |
| Total | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

Las cifras de este cuadro muestran, que el 67% opinó que la empresa utiliza en una mediana probabilidad estrategias para mantener el personal en la sede y el 33% en una alta probabilidad. Estos resultados permiten inferir que debe existir una política sistemática basada en el análisis que pueda garantizar una mayor efectividad acorde a las necesidades del personal reclutado.

Cuadro N° 7 Distribución porcentual, sobre cuál de los siguientes horarios de programación tiene la más alta demanda de solicitud de empleo.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|-------------|------------|-------------|
| Matutino | 0 | 0% |
| Vespertino | 0 | 0% |
| Nocturno | 0 | 0% |
| Los 3 | 3 | 100% |
| Total | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

De acuerdo a los datos proporcionados por el cuadro 7, acerca de los horarios que tienen más demandas en la emisora el 100% de los empleados manifestaron los 3. Se infiere con ello, que, en la empresa a través de la implementación de estos horarios, sería una estrategia para proyectar su imagen corporativa y ofrecer los mejores servicios que en ella se ejecutan.

Cuadro N° 8 Distribución porcentual, sobre el tipo de profesión que conforman las ofertas de vacantes en la emisora.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|----------------------|------------|-------------|
| Profesional graduado | 0 | 0% |
| Técnico superior | 0 | 0% |
| Bachiller | 0 | 0% |
| Los 3 | 3 | 100% |
| Total | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

El cuadro 8, refleja que el 100% de la población consultada afirmó que las profesiones indicadas son tomadas en cuenta por la emisora para el proceso de reclutamiento, lo cual; pone de manifiesto la necesidad de transformar las estrategias y procedimientos que utilizan actualmente para atraer candidatos y satisfagan sus expectativas.

Cuadro N° 9 Distribución porcentual, sobre el nivel de demanda en términos de vacantes que tiene la emisora.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|-------------|------------|-------------|
| Alto | 0 | 0% |
| Medio | 1 | 33% |
| Bajo | 2 | 67% |
| Total | 3 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

De acuerdo a la información del cuadro 9, el 67% de los consultados indicó, que el nivel de demanda en términos de vacantes que tiene la emisora es bajo, mientras que el 33% manifestó medio. De estos resultados se infiere, que existe un cierto desequilibrio en cuanto a la estructuración de la oferta, ya que la misma trata de abarcar de forma amplia los diferentes espacios de programación de la emisora.

Cuadro N° 10 Distribución porcentual sobre las estrategias que utiliza la emisora para mantener la imagen corporativa.

| Indicadores | Frecuencia | Porcentajes |
|---------------------------------|------------|-------------|
| Relaciones Públicas | 2 | 100% |
| Indicadores de Ratins | 0 | 0% |
| Competencia con otras emisoras. | 0 | 0% |
| Total | 2 | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada a empleados de la emisora Diamante 95.9 Fm. Abril 2023.

El cuadro 10, muestra que el 100% de los encuestados coincidió en afirmar, que la empresa utiliza como estrategia las relaciones públicas para mantener la imagen corporativa. De estos datos se puede deducir, que esta imagen se basa en el mantenimiento de las relaciones públicas, lo cual; refleja una perspectiva muy tradicional del manejo de la empresa, lo que pudiera incidir en el nivel de competitividad.

Conclusiones

Se determinó la situación actual del proceso de captación del talento humano en la emisora Diamante 95.9 FM. La empresa posee un departamento de reclutamiento, aspecto importante para garantizar como proceso la efectividad laboral, fortaleciendo su capacidad y competitividad en el mercado local.

Se especificaron los factores que determinan el proceso de captación de talento humano llevado a cabo en la empresa objeto de estudio. La toma de decisiones recae entre la presidencia y la gerencia de talento humano, demostrándose que la empresa presenta debilidades y esto le pudiera generar ciertas dificultades en la captación de personal.

Formular un plan de acción para el proceso de captación en la empresa, ya que no poseen la estructura organizacional que permita el desarrollo exitoso.

Recomendaciones

En atención a las conclusiones del estudio, se hizo pertinente hacer las siguientes recomendaciones.

Reorientar su capacidad organizativa de captación del talento humano, a los efectos de producir un mejoramiento sistemático que le permita desarrollar un proceso más efectivo que le facilite el rendimiento requerido para lograr los objetivos de la emisora.

Definir los elementos continuos en el proceso de captación, que satisfagan las expectativas del talento humano contratado con una mayor participación.

Aplicar un proyecto factible para el análisis de procesos, efectividad y supervisión para captar y contratar personal a fin de garantizar una mejor organización que le permita a la empresa ser más productiva.

Propuesta

Plan de Gestión para la Captación de Talento Humano en la Emisora Radial Diamante 95.9 Fm.

Objetivo General:

Plan de gestión para la captación del talento humano en la emisora radial Diamante 95.9 FM.

Objetivos Específicos:

-Facilitar al personal de talento humano el mecanismo para garantizar la integración al momento de contratar a los profesionales.

-Aumentar y ejecutar modalidades de unificación que determinen el proceso de captación de talento humano llevado a cabo en la empresa.

-Anexar un plan de acción para el proceso de captación en la organización, promoviendo el impulso integral.

Justificación

La realización de la presente investigación permitirá a la emisora tomar decisiones para mantener la captación del talento humano que permitan una mayor productividad de la organización, incrementando las posibilidades de éxito para todos los miembros o personal que labora en la emisora radial.

Por todo esto, surge la motivación para realizar este estudio, el cual pretende analizar el desarrollo de captación de talento humano en la emisora Diamante 95.9 Fm y como una forma de optimizar la generación de recursos financieros, para contribuir al fortalecimiento de la imagen corporativa de la empresa, llevándola a la utilización eficiente de sus recursos.

Este estudio podrá servir de insumo para otras investigaciones, la cual, aporta información relacionada con prioridades en el proceso de captación de talento humano, así como la redefinición de estrategias de largo plazo a ser utilizadas en la emisora radial Diamante 95.9 Fm en ciudad Bolívar, estado Bolívar.

| Variables | Actividades | Duración | Responsable |
|-------------------|--------------------|-----------------|----------------------------|
| Estrategias | Seminario | 3 sábados | Gerencia de Talento Humano |
| Técnicas | Taller teórico | 1 semana | Gerencia de Talento Humano |
| Plan de captación | Taller práctico | 2 semanas | Gerencia de Talento Humano |

Plan de acción de la Propuesta

- 1.- Renovación en los procesos de reclutamiento.
- 2.- Identificar qué talento se necesita.
- 3.- Diseñar una estrategia de retención.
- 4.- Desarrollar programas de formación.
- 5.- Promover los valores y la filosofía de la emisora.
- 6.- Mejorar la presencia en los medios.
- 7.- Impulsar el trabajo en equipo.
- 8.- Crear un plan de incentivos.
- 9.- Establecer metas y objetivos en conjunto.
- 10.- Estimular y valorar el talento.

Notas Al Pie ^[1]

[*] José Luis Rangel Cañas.

Estudios realizados: MTC: Locutor comercial.

Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez: Licenciado en Administración, mención Recursos Materiales y Financieros, Magister Scientiarum en Ciencias Administrativas, mención Gerencia de Talento Humano.

Experiencia laboral: Medios de comunicación social (24 años), Relaciones Públicas en empresas del estado (5 años). **ORCID: 0009-0001-4499-0785.** Correo Electrónico: joseluis95.9@gmail.com. Teléfono: +58 4265904379.

[] Elismar Rodríguez R.**

Lcda. En Administración De Recursos Materiales y Financieros. UNERS. Ciudad Bolívar. Maestría en Gerencia del Talento Humano Universidad Nacional Experimental “Simón Rodríguez”. Núcleo Ciudad Bolívar. Analista de Recursos Humanos III. Fundación Regional El Niño Simón Bolívar.

ORCID: 0009-0000-8472-8944. Correo Electrónico: theelismar@gmail.com. Teléfono: +58 4269978150

Referencias Bibliograficas

- Caraballo (2017) Plan de mejora del Talento Humano en superintendencia de cajas de ahorro Sudeca., tesis de Maestría para optar al título de Magister Scientiarum en Planificación del Desarrollo.
- Herrera, M. (2011). La Evolución del Desempeño en la empresa comercializadora Escambray, Propuestas de mejoras.
- Ley Orgánica de Telecomunicaciones (2003). Caracas: Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela.
- Ley Orgánica de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (2004). Caracas: Asamblea Nacional de la República Bolivariana de Venezuela.
- Manco, C.S. (2018) Reclutamiento y Selección del Personal y el Desempeño Laboral en el Departamento de Patología Clínica y Anatomía Patológica 2016, su trabajo de grado para optar al título de Magister en Gestión de los Servicios de la Salud.
- Mayo, E. Teoría Humanista de La Administración: Clave para el Éxito en la Gestión de Personas. (1920).
- Oropezaana, G. (2021) Sistema de Reclutamiento, Selección e Integración de Personal por competencias para el Departamento de Atención al Cliente del Banco de Venezuela, trabajo de grado para optar al título de Magister Scientiarum en Gerencia General, de la Universidad Nacional Experimental de Los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”.
- Ramírez, T. (1997) Cómo hacer el proyecto de investigación. Caracas: Contexto.
- Sanchis, P. J. y Campos, C. V, (2019). El Modelo de la Economía del bien común: aproximación desde el enfoque organizativo y el análisis bibliométrico. Estudios Gerenciales. vol. 35, N° 153, 2019, 440-450. Artículo de Investigación
- Slinger, R., R.I (2015), Modelo de Gestión de Talento Humano basado en la provisión para la contratación de personal ejecutivo y profesional en la Fundación Centro Nacional de Medicina Popular Tradicional FCNMPT Estelí 2014-2015, su trabajo de grado para optar al título de Magister en Gerencia Empresarial, de la Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua Unan Managua Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí, Departamento De Ciencias Económicas y Administrativas.
- Velásquez, C. A (2007) La Organización, el Sistema y su Dinámica, una versión desde Niklas Luhmann. Revista Escuela de Administración de Negocios, ISSN-e 2590-521X, ISSN 0120-8160, N°. 61, 2007 (Ejemplar dedicado a: Colombia y el país Vasco: hacia la gestión del conocimiento), págs. 129-156.