



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PARA OPTAR POR EL GRADO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

Tema:

**LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO HERRAMIENTA DE
SOCIALIZACIÓN DIGITAL DE INFORMACIÓN EN LA FACULTAD DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

Autora:

LESLIE CATALINA BRIONES MOSQUERA

Tutor:

PH.D. PEDRO ALVARADO ANDINO

GUAYAQUIL – MARZO

2020-2021



**REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“La comunicación interna como herramienta de socialización digital de información en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil”	
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Leslie Catalina Briones Mosquera	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Ph.D. Pedro Alvarado Andino	
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil	
UNIDAD/FACULTAD:	Comunicación Social	
ESPECIALIDAD:	Comunicación Social	
GRADO OBTENIDO:	Tercer nivel	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2021	No. DE PÁGINAS: 86
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación; comunicación organizacional	
PALABRAS CLAVES / KEYWORDS:	Comunicación interna, institución, socialización, información, herramientas digitales	
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	Con el paso del tiempo surgen nuevos medios para conllevar la comunicación interna, lo que coloca a las instituciones en una situación de constantes cambios. Esta investigación logra su cometido al estimar estas herramientas digitales de socialización para una mejora continua en la gestión interna; al recoger la información se aplicó una encuesta de 10 ítems a 59 estudiantes de noveno semestre, en conjunto con entrevistas a un miembro del personal administrativo y una experta del área organizacional. La universidad maneja un gran flujo informativo a diario y estas herramientas son necesarias, por lo que se realizó la propuesta de un manual de comunicación interna 2.0 como guía para la interacción y retroalimentación con el uso de las herramientas digitales actuales de la Facultad de Comunicación Social, conociendo que es un proceso asiduo, este es un aporte para la mejora comunicacional.	
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0980441380	E-mail: leslie.brionesm@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ph.D. Pedro Alvarado Andino	
	Teléfono: 0989191143	
	E-mail: pedro.alvaradoand@ug.edu.ec	

**ANEXO XII. DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA
GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL
DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON
FINES NO ACADÉMICOS**

Yo / Nosotros, **LESLIE CATALINA BRIONES MOSQUERA**, con C.I. No. **0959117425**, certifico/amos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “**La comunicación interna como herramienta de socialización digital de información en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil**” son de mi/nuestra absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo/amo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil



LESLIE BRIONES MOSQUERA

C.I 0959117425

ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Guayaquil, marzo 8 de 2021

Sr. /Sra.
Alba Rosa Barreth Gonzalez
DIRECTOR (A) DE LA CARRERA COMUNICACIÓN
SOCIAL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación La comunicación interna como herramienta de socialización digital de información en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

Del (los) estudiante (s) Leslie Briones Mosquera, indicando que ha (n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

PEDRO WILFRIDO
ALVARADO ANDINO

Firmado digitalmente por PEDRO
WILFRIDO ALVARADO ANDINO
Fecha: 2021.03.08 13:50:03 -05'00'

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN
Pedro Alvarado Andino
C.I. 0915 093629
Fecha: 8 de marzo 2021

ANEXO VII. CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD



ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **Pedro Alvarado Andino**, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Leslie Briones Mosquera**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de licenciada en Ciencias de la Comunicación..

Se informa que el trabajo de titulación: La comunicación interna como herramienta de socialización digital de información en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio URKUND quedando el 6% de coincidencia.



<https://secure.arkund.com/view/92975061-151108-459832>

PEDRO WILFRIDO ALVARADO
ANDINO

Firmado digitalmente por PEDRO WILFRIDO
ALVARADO ANDINO
Fecha: 2021.03.09 06:38:42 -05'00'

Ph.D. Pedro Alvarado Andino
C.I. 0915093629
FECHA:9 de marzo 2021

ANEXO VIII. INFORME DEL DOCENTE REVISOR



ANEXO 8

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN
UNIDAD DE TITULACIÓN

Guayaquil, 19 de marzo de 2021

Señora

Dra. Alba Barreth González, MSc.

DIRECTORA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación "LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO HERRAMIENTA DE SOCIALIZACIÓN DIGITAL DE INFORMACIÓN EN LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL" de la estudiante BRIONES MOSQUERA LESLIE CATALINA. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 21 palabras
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad
- La investigación es pertinente con la línea y sub-líneas de investigación de la carrera
- Los soportes teóricos son de máximo 5 años
- La propuesta presentada es pertinente

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que la estudiante BRIONES MOSQUERA LESLIE CATALINA está apta para continuar el proceso de titulación. Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



BRENDA MIROSLAVA
CARRIÓN RAMÍREZ

Lic. Brenda M. Carrión Ramírez, Mgs.

DOCENTE TUTOR REVISOR

C.I. 0703589630

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la fuerza y valor para poder avanzar, por ser el que guía mi camino y sus planes son perfectos para mi vida, a pesar de mis reproches en ocasiones, nunca me ha dejado sola.

Agradezco a mis padres infinitamente por la confianza, por apoyarme, corregirme en falencias, ayudarme a levantar en mis caídas y celebrar siempre conmigo cada éxito.

A mi tutor, el Dr. Pedro Alvarado Andino por su paciencia y guía para poder culminar el trabajo de titulación de la mejor manera.

Dedicatoria

Dedico este proyecto primero a Dios por darme la sabiduría y las fuerzas para no decaer en el intento y poder realizarlo.

A mis padres y mi hermana por ser los pilares fundamentales para mi formación y por brindarme todo ese apoyo incondicional hasta hoy.

Finalmente, a todas las personas que nunca dejaron de confiar en mí y me otorgaron su ayuda de alguna manera para llegar a esta terminación del ciclo universitario.

ÍNDICE

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN	i
ANEXO XII. DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS.....	ii
ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
ANEXO VII. CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD.....	iv
ANEXO VIII. INFORME DEL DOCENTE REVISOR.....	v
Agradecimientos.....	vi
Dedicatoria	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.2 Formulación y sistematización del problema.....	4
1.2.1 Formulación del problema.....	4
1.2.2 Sistematización del problema	4
1.3 Objetivos de la investigación.....	5
1.3.1 Objetivo general	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Justificación.....	5
1.5 Delimitación del problema de investigación	6
1.6 Hipótesis	7
1.7 Variables	7
1.8 Operacionalización de las variables	8
CAPÍTULO II.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 Antecedentes de la investigación.....	9
2.2 Fundamentación teórica.....	12

2.2.1	Comunicación	12
2.2.2	comunicación interna	13
2.2.3	Flujos de comunicación.....	14
2.2.4	Diagonal.....	16
2.2.5	Difusión de información.....	17
2.2.6	Rumores organizacionales.....	18
2.2.7	Uso de las TICS.....	19
2.2.8	Importancia del personal interno.....	21
2.2.9	Comunicación interna como herramienta de socialización digital	22
2.3	Marco contextual.....	25
2.4	Marco conceptual.....	26
2.5	Marco legal.....	28
CAPÍTULO III.....		30
MARCO METODOLÓGICO.....		30
3.1	Tipo de investigación.....	30
3.1.1	Investigación bibliográfica	30
3.1.2	Investigación descriptiva	31
3.2	Diseño de investigación	31
3.3	Herramientas para recolección de datos.....	32
3.3.1	Entrevista	32
3.3.2	Encuesta	32
3.4	Población y muestra.....	33
3.4.1	Población	33
3.4.2	Muestra	33
3.5	Análisis de resultados	34
3.5.1	Análisis de encuestas	34
3.5.2	Análisis de entrevistas	46
3.6	Comprobación de hipótesis.....	51

CAPÍTULO IV	52
PROPUESTA	52
4.1 Título de la propuesta.....	52
4.2 Introducción.....	52
4.3 Justificación.....	52
4.4 Objetivos	53
4.4.1 Objetivo general	53
4.4.2 Objetivos específicos	53
4.5 Cronograma de actividades	54
4.6 Presupuesto	54
4.7 Recursos humanos	55
4.8 Desarrollo de la propuesta	56
4.9 Conclusiones.....	58
4.10 Recomendaciones.....	59
Bibliografía.....	60
ANEXOS.....	63

TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de la variable.....	8
Tabla 2 Flujos de comunicación.....	15
Tabla 3 Pregunta 1 de la encuesta	35
Tabla 4 Pregunta 2 de la encuesta	36
Tabla 5 Pregunta 3 de la encuesta	37
Tabla 6 Pregunta 4 de la encuesta	38
Tabla 7 Pregunta 5 de la encuesta	39
Tabla 8 Pregunta 6 de la encuesta	40
Tabla 9 Pregunta 7 de la encuesta	41
Tabla 10 Pregunta 8 de la encuesta	42
Tabla 11 Pregunta 9 de la encuesta.....	43
Tabla 12 Pregunta 10 de la encuesta	44
Tabla 13 Cronograma de actividades.....	54
Tabla 14 Presupuesta para la realización del manual	54
Tabla 15 Recursos humanos	55

FIGURAS

Figura 1 Croquis de la ciudadela QuisQuis 7

Figura 2 Facultad de Comunicación Social 25

Figura 3 Pregunta 1 de la encuesta 35

Figura 4 Pregunta 2 de la encuesta 36

Figura 5 Pregunta 3 de la encuesta 37

Figura 6 Pregunta 4 de la encuesta 38

Figura 7 Pregunta 5 de la encuesta 39

Figura 8 Pregunta 6 de la encuesta 40

Figura 9 Pregunta 7 de la encuesta 41

Figura 10 Pregunta 8 de la encuesta 42

Figura 11 Pregunta 9 de la encuesta 44

Figura 12 Pregunta 10 de la encuesta 45

Figura 13 Portada del manual interactivo 56

Figura 14 Fragmento de pautas comunicacionales 57

Figura 15 Fragmento de tutorial de herramientas digitales 57



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO HERRAMIENTA DE SOCIALIZACIÓN
DIGITAL DE INFORMACIÓN EN LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE
LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”**

Autor: Leslie Briones Mosquera

Tutor: Ph.D. Pedro Alvarado Andino

Resumen

Con el paso del tiempo surgen nuevos medios para conllevar la comunicación interna, lo que coloca a las instituciones en una situación de constantes cambios. Esta investigación logra su cometido al estimar estas herramientas digitales de socialización para una mejora continua en la gestión interna; al recoger la información se aplicó una encuesta de 10 ítems a 59 estudiantes de noveno semestre, en conjunto con entrevistas a un miembro del personal administrativo y una experta del área organizacional. La universidad maneja un gran flujo informativo a diario y estas herramientas son necesarias, por lo que se realizó la propuesta de un manual de comunicación interna 2.0 como guía para la interacción y retroalimentación con el uso de las herramientas digitales actuales de la Facultad de Comunicación Social, conociendo que es un proceso asiduo, este es un aporte para la mejora comunicacional.

Palabras claves: Comunicación interna, institución, socialización, información, herramientas digitales



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“INTERNAL COMMUNICATION AS A TOOL FOR DIGITAL SOCIALIZATION OF
INFORMATION IN THE FACULTY OF SOCIAL COMMUNICATION OF THE
UNIVERSITY OF GUAYAQUIL”**

Author: Leslie Briones Mosquera

Advisor: Ph.D. Pedro Alvarado Andino

Abstract

Within the passing of time, new means of internal communication emerged, which places the institutions in a situation of constant change. This research achieves its purpose by estimating these digital socialization tools for continuous improvement in internal management; in collecting the information a 10-item survey was applied to 59 ninth semester students, in conjunction with interviews with a member of the administrative staff and an expert in the organizational area. The university handles a large flow of information on a daily basis and these tools are necessary, so the proposal of an internal communication 2.0 manual was made as a guide for interaction and feedback with the use of current digital tools of the Faculty of Social Communication, knowing that it's an assiduous process, this produces a communicational improvement.

Keywords: Internal communication, Institution, socialization, information, digital tools

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna es el principal elemento para llevar a cabo los objetivos de una institución, con los cambios tecnológicos se adquirieron nuevas herramientas para optimizar el flujo de información que si bien es cierto deben estar bajo el mismo punto de vista comunicacional para que se dirijan en una misma dirección.

El presente trabajo de investigación de esta temática se distribuye en cuatro capítulos donde radica planteamiento del problema, objetivos, justificación, hipótesis, metodología aplicada y la propuesta en busca de una solución para la investigación que se efectuará concretamente en la Facultad de Comunicación Social sobre los procesos concernientes al área de comunicación interna con el uso de herramientas digitales.

El **capítulo I** corresponde al planteamiento del problema donde se visualiza el déficit del flujo comunicacional interno a través de sus herramientas actuales. Se incorpora la formulación y delimitación del problema, sus objetivos tanto el general como los específicos, la justificación, hipótesis planteada y, las variables con su operacionalización.

El **capítulo II**, estructura el marco teórico de las variables con sus respectivas fundamentaciones y un recorrido bibliográfico de los temas dentro del contexto tales como; flujos de comunicación, difusión de información, rumores organizacionales, uso de los tics, entre otros. Además, incluye el marco contextual que comprende el objeto

de observación; y, por otra parte, se considera las conceptualizaciones y el sustento legal del tema.

El **capítulo III** contiene los tipos y métodos de investigación que guía el proceso de la temática, también las técnicas e instrumentos como las entrevistas y encuestas que se llevó a cabo con su análisis individual que deriva a la comprobación de hipótesis.

Finalmente, el **capítulo IV** adquiere la propuesta de un manual interactivo con estrategias para el uso de las herramientas digitales en el contexto de la gestión interna y la socialización de información, esta incluye sus respectivos objetivos, cronograma y recursos a utilizar.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

La comunicación interna es una importante herramienta que cumple como función un manejo efectivo y eficiente de la información entre departamentos administrativos, docentes, estudiantes y todo personal que forme parte de una institución, fomentando así, sentido de pertenencia y trabajo en equipo para conseguir las metas propuestas.

En la actualidad, las nuevas tecnologías han generado un *feedback* más amplio, donde el proceso de información se desplaza con rapidez, haciendo que la comunicación interna gane un nuevo valor. Estas herramientas digitales deben estar al servicio de los flujos de comunicación, lo que en variadas coyunturas vemos como su máxima potencialidad, en ocasiones no se utiliza por desconocimiento o más bien, se le da uso de manera incorrecta.

En definitiva, sin una comunicación interna óptima no se puede llegar a un consenso para actividades externas; de alguna manera puede afectar a los objetivos de la misma y a su grupo de interés. Es decir, a través de ello se determina si será una institución de éxito o no.

Por consiguiente, las instituciones universitarias son las encargadas de capacitar y hacer seguimiento para que el sistema comunicacional fluya, buscando unir ideas

para su aporte en las tomas de decisiones con el fin de obtener un bien común entre el área administrativa y académica; y, como primer plano la búsqueda de fortalezas entre los vínculos.

Este análisis permite contribuir con la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, para optimizar el flujo de información involucrando las herramientas digitales que generan todo lo concerniente al trabajo administrativo, docente y estudiantil como un desafío de mejora continua en la gestión interna.

1.2 Formulación y sistematización del problema

1.2.1 Formulación del problema

Ante el análisis realizado en el punto anterior se busca enfatizar lo siguiente:

- ¿De qué manera influyen las herramientas digitales en el flujo comunicacional interno de la institución?

1.2.2 Sistematización del problema

- ¿De qué forma la escasez de la comunicación interna digital dentro de la Facultad de Comunicación Social interviene en los procesos y socialización de información?
- ¿Cómo afecta el errado uso de las herramientas digitales a la comunicación interna de la institución?
- ¿Qué beneficios traería a la comunidad universitaria un manual interactivo con estrategias para el uso de las herramientas digitales en la gestión interna?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar el sistema de comunicación interna entre el área administrativa y académica como medio de socialización de la información con el uso de las herramientas digitales.

1.3.2 Objetivos específicos

- Identificar el valor que aportan los canales digitales para efectivizar la socialización de información dentro de la institución.
- Determinar los factores que impiden un desarrollo eficiente de la comunicación interna digital para la socialización de información.
- Diseñar estrategias mediante un manual interactivo para el uso adecuado de herramientas digitales en el contexto de la gestión interna entre el área administrativa, docente y estudiantil.

1.4 Justificación

La comunicación interna es un proceso continuo y progresivo no medible ya que necesita de una evaluación periódica con su debida retroalimentación para saber si existe vínculo entre el personal tanto administrativo, como docentes y estudiantes.

El análisis de esta comunicación a través de canales digitales es el indicio de la aceptación o rechazo de este nuevo entorno de trabajo, y el punto referencial para organizar un plan de mejora al núcleo de la institución que es la comunicación interna que esta conlleva.

El presente trabajo de investigación tiene como fin fortalecer los vínculos comunicacionales de las diferentes áreas que conforman la Facultad de Comunicación Social utilizando las herramientas digitales, para que de esta manera se puedan cumplir todos los procesos adecuadamente.

Evaluar los procesos y herramientas de comunicación utilizados actualmente es el primer paso para verificar que nuestra propuesta sea viable; por lo cual se buscó contribuir para que fluya de manera organizada, explícita y coherente según el público establecido.

1.5 Delimitación del problema de investigación

Objeto de investigación: Comunicación interna

Campo de acción: Facultad de Comunicación Social

Área: Comunicación Organizacional

Tema: La comunicación interna como herramienta de socialización digital de la información

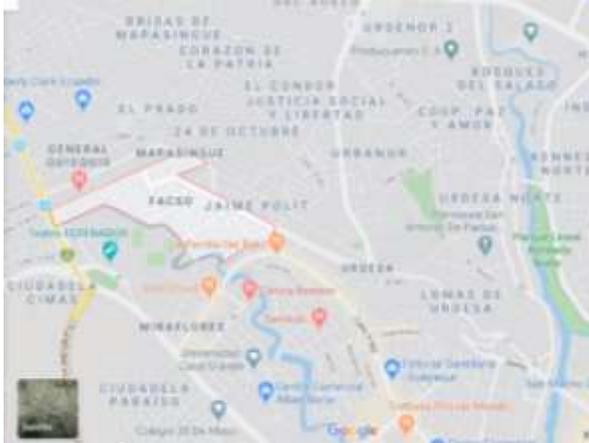
Problema: El errado uso de las plataformas para mantener una comunicación interna efectiva

Delimitación temporal: Año 2020

Ubicación geográfica: Ecuador, provincia del Guayas, ciudad de Guayaquil, ciudadela QuisQuis

Figura 1

Croquis de la ciudadela QuisQuis



Fuente. Google Maps

1.6 Hipótesis

El diseño de un manual interactivo con estrategias para el uso adecuado de herramientas digitales en el contexto de la gestión interna mejoraría la comunicación entre el área administrativa, docente y estudiantil.

1.7 Variables

- **Variable independiente:** Comunicación interna
- **Variable dependiente:** Socialización de la información con herramientas digitales.

1.8 Operacionalización de las variables

Tabla 1
Operacionalización de las variables

VARIABLES	CONCEPTO	ÍTEM	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	INDICADORES
Variable independiente	Comunicación interna	¿De qué manera ayudan las herramientas digitales en la mejora de la comunicación interna?	Encuestas Entrevistas	Office 365 WIX Guía de entrevistas Cuestionario de preguntas.	A través de un manual didáctico se mejoraría la comunicación interna dentro de la Facultad de Comunicación Social.
Variable dependiente	Socialización de la información con herramientas digitales	¿Las herramientas digitales aportan como flujo de comunicación interna, constante y efectiva?	Encuestas Entrevistas	Office 365 WIX Guía de entrevistas Cuestionario de preguntas.	Se desarrolló un progreso continuo y estructurado mediante canales digitales.

Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

Se encontraron varios estudios teóricos sobre su progreso a partir de la comunicación organizacional, su propensión empezó por la década de los 40 ya que tuvo lugar el movimiento de relaciones humanas, calificado como la “era de la información” donde un empleado bien informado se convertía en un empleado productivo, es por ello que nace la idea de nuevas maneras de transmitir mensajes eficazmente como ayuda principalmente para la toma de decisiones.

En el libro de (Simón, 1947) donde escribió sobre "Los sistemas de comunicaciones en la organización", menciona que la comunicación es esencial en la resolución de problemas ya que es un proceso de razonamiento para todos los involucrados, es decir, compete a todo miembro de una compañía, sin embargo, la comunicación jerárquica aún permanecía como filosofía para las empresas en aquellos tiempos.

A mediados de 1960, se estudia el flujo de comunicación entre jefes y empleados dando como resultados la explicación de que el distanciamiento de la información también afecta la consecución de metas, definiendo por primera vez a la comunicación organizacional como el envío y recibo de información con

retroalimentación e incentivos dentro de una organización para el mejoramiento de su sistema comunicacional.

La variable básica que define un sistema eficaz es la participación en la toma de decisiones. Esto es, en la medida que los sujetos pueden participar en las decisiones que les afectan, es un indicador del grado en que la organización está más o menos dotada para cumplir eficazmente su misión. (Likert, 1967)

En 1980, inicia la postmodernidad donde se estudia varias clasificaciones de la comunicación organizacional entre ellas, interna y externas, dándole lugar al trabajo en equipo, aunque estas no lograron el éxito esperado ya que se continuaba haciendo estudios y por eso se le titulaba como “la era del proceso de la comunicación organizacional”, aún se hablaba de un poder centralizado y de información sin retroalimentación, También surge la división jerárquica de información según la estructura las cuales son; vertical, horizontal, diagonal formal e informal. Por ello, las organizaciones invierten en conocimientos y buscan ser más competitivos con la comunicación ya que cuando inicia el siglo XXI, el surgimiento de la nueva tecnología demandó más creatividad y un continuo desarrollo.

De manera general, la comunicación interna es una disciplina que se ha venido desarrollando con más énfasis en estos últimos tiempos, dado que las necesidades de las empresas se han emergido con menoscabo, hablamos de las diferentes carencias estratégicas por crisis comunicacionales; por ello, muchos la perciben como un factor estratégico de la gestión institucional.

De esta manera, fue ganando valor como respuesta de la complejidad que fue adquiriendo la comunicación organizacional, por lo que la comunicación interna es bastante profunda, demanda imaginación y continua actividad comunicacional, las empresas que están desprovistas pueden llegar incluso a desaparecer por la falta de este sustento comunicacional.

“El concepto de comunicación interna es el conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización, con el fin de comunicar con ellos de forma creativa y diferenciada sobre las características de la organización, sobre sus productos y/o servicios y sobre sus actividades”. (Capriotti, 2009, pág. 39)

Reflexionando en los conceptos de (Capriotti, 2009), con el afán de nivelar aquellas necesidades actuales dentro de las instituciones, es relevante el implemento útil de las tecnologías de comunicación que ofrece internet para incentivar el aprendizaje, promover la comunicación y fortalecer las relaciones sociales entre ambos puntos conectados, con variadas herramientas (websites, Intranet, email, blog, fórum, etc.) para establecer sistemas de comunicación.

“La comunicación dentro de las organizaciones es tan vital como la sangre que corre por las venas. Es por tal razón que las distintas empresas necesitan urgente prestar más atención como se está llevando la comunicación interna...” (Medrano, 2012, pág. 1)

2.2 Fundamentación teórica

2.2.1 Comunicación

Según (Stanton, Etzel y Walker, 2007) la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte" (pág. 511)

La complejidad de la comunicación es gradual de cierta manera, pero necesario en el desarrollo con todos sus complementos de estudio, ya que como menciona el autor es un aliciente para el ser humano en todos los aspectos tanto para la vida cotidiana como para la profesional.

Si bien es cierto, la comunicación es vital en la vida cotidiana del ser humano por ser un medio de transmisión de mensajes que llega con éxito desde el emisor hasta el receptor, si este fracasa, es decir, no llega con claridad, puede haber malinterpretación, por ello, es necesaria la comunicación productiva, cuando el mensaje "no es confiable" es porque no existe una cadena estable o a la hora de emitir no se conoce el verdadero rol de la comunicación. Es por esto, que se vuelve prioridad una gestión en la comunicación y su retroalimentación dentro de los aspectos organizacionales.

Finalmente, la comunicación es el enlace del sistema organizacional. Sin embargo, podrían existir inestabilidad en los flujos de comunicación o en la congruencia que se intente llevar con los miembros de la empresa. Se debe tomar en cuenta que para que un plan de trabajo resulte exitoso debe fluir desde la parte interna con

motivación, dinámica y capacitación constante que trabaje en la optimización de la comunicación.

2.2.2 comunicación interna

La comunicación organizacional interna es indispensable por ser una herramienta estratégica dentro de los procesos laborales, promueve el trabajo en equipo de los integrantes de un departamento o bien de manera general quienes laboran para el funcionamiento de la institución con el fin de cumplir el mismo objetivo según (Bedoya, 2017, pág. 77)

Cada persona participe del funcionamiento de una institución es considerada público interno, sin una coordinación entre ellos, no se lograría la productividad que se busca. La comunicación que se respalde va a ser encargada de llevar un resultado que satisfaga el desarrollo de la organización.

La comunicación interna es la única base para llevar a cabo una comunicación externa. Es decir, se trata de una tarea multidisciplinar en la que se maneja el proceso para alcanzar o mantener los objetivos de empresas, presupuestos, contenido o imagen, pero fundamentalmente los valores afectivos para conseguir estas metas como, la motivación, el sentido de pertenencia, entre otros.

Cuando existe carencia de información entre los miembros se puede producir el desconocimiento de los planes y programas del trabajo, al punto de que en la toma de decisiones no se llega a una socialización puntual y muchas veces los detalles llegan al

entorno a través de los canales informales, denominados como rumores, esto conllevaría a la división de departamentos y/o la falta de productividad.

Hoy en día, generar buenas relaciones también aporta a la creación de beneficios económicos por ello, se busca un equilibrio de intereses individuales y humanistas, por una parte, genera sentimientos haciendo una integración colectiva, si se exige la base de la comunicación y por otra, son precisamente intereses lo que determina qué tipo de organización es, según como se lleve a cabo la comunicación interna. (Díaz, 2010, pág. 27)

2.2.3 Flujos de comunicación

Los flujos de comunicación se ejemplifican en la importancia de la comunicación interna en conjunto con los canales que se utilizan para proporcionar a los colaboradores información con instrucciones y su evaluación, también para compartir mensajes de actividades según la coordinación entre los miembros y por último para la retroalimentación de los empleadores a los superiores, ejemplo: sugerencias o quejas. (Montoya & Gutierrez , pág. 9)

Según el autor, se garantiza que la comunicación interna tiene eficacia por la estructura y el estilo de la dirección tanto en canales formales como informales. Cuando los empleados están satisfechos con la cadena de comunicación se visualiza a la hora de atender al usuario, así como en el ánimo diario o su involucración dentro de la institución.

Es decir, el flujo de comunicación se trata del desarrollo de la información dentro de una organización entre sectores según la estructura o el organigrama y éstos pueden ser manera descendente, ascendente u horizontal, por lo que las acciones de ese orden que se realicen deben ser reflexionados plenamente para que sean consecuentes con los fines de la institución.

Tabla 2

Flujos de comunicación

Vertical	Ascendente y descendente
Horizontal	Interdepartamental
Diagonal	Entre directivos y empleados

Fuente: (Ramos, 2009, pág. 91)

2.2.3.1 Vertical (ascendente y descendente)

La comunicación vertical descendente consiste en la cadena de mando desde los niveles superiores, por ejemplo, desde el director general al jefe de departamentos y sus subordinados. Por lo general, se informa a los puestos intermedios según la jerarquía de la empresa para dar directrices, objetivos, reglas o estrategias. Notifica lo esencial para que cada uno comprenda su función o regule su comportamiento.

(Urcola J & Urcola N, 2015) mencionan que la comunicación descendente se utiliza “principalmente para transmitir políticas, estrategias, objetivos de la empresa o departamentales, instrucciones de trabajo, procedimientos o procesos operativos, formación, información, motivación, evaluación, etc.” (pág. 58)

Por el contrario, la comunicación vertical ascendente parte de los subordinados hasta llegar a los directivos. Este tipo de comunicación si es bien utilizada, fomenta la

innovación siendo una herramienta para la retroalimentación, aunque en algunos casos puede obstruirse por personas que filtran los mensajes y no transmiten completo a sus superiores la información, en caso especiales para no recibir una reprensión.

2.2.3.2 Horizontal

Las instituciones pueden hacer más hincapié en los procesos horizontales que en las relaciones verticales, alentando el diálogo entre la dirección, el personal docente o bien; el alumnado, en ciertas ocasiones dando necesidad a utilizar la red de la institución, más allá de sus fronteras tradicionales.

Como lo menciona (Concha, 2015), “las respuestas o la capacidad de recibir propuestas o sugerencias son fundamentales en este tipo de comunicación.” (pág. 7)

Estas acciones los autores lo denominan como el *feedback*, fluye entre trabajadores del mismo nivel jerárquico, aunque no pertenezcan al mismo departamento. Por lo general se usa en la coordinación de las tareas del día a día o en el intercambio de información y socialización de la misma para desempeñar mejor sus funciones.

2.2.4 Diagonal

La comunicación diagonal se refiere al contacto con personas de nivel superior o inferior en otros departamentos, es decir, se desarrolla por diferentes cadenas sin vínculos directos de dependencia entre sí.

Se utiliza para agilizar el flujo de información, mejorar las gestiones con entendimiento grupal y generar ánimos para el cumplimiento de los objetivos de la

institución. Usualmente, este tipo de comunicación no sigue la dirección instituida por la jerarquía organizacional, caso contrario, pasa de un costado a otro como de manera cruzada.

Uno de los objetivos de este tipo de comunicación según (Lovato, 2011) es, “Ofrecer un canal directo de coordinación y solución de problemas entre colaboradores de distintos niveles...” (pág. 29)

De esta manera el entorno comunicativo vuelve flexible los accesos de la información, ya que se difunde casi siempre a través de canales informales para evadir los procedimientos lentos, no obstante, puede causar confusión en el equipo de trabajo.

“El flujo atraviesa todas las instancias (ascendentes, descendentes y horizontales) ... Generalmente se encuentra en organizaciones más modernas, descentralizadas y flexibles, con una gestión más participativa e integrada. Este tipo de flujo crea el ambiente necesario para que los empleados puedan participar en diferentes áreas y lograr un mayor nivel de interacción.” (Runa, 2017)

2.2.5 Difusión de información

Según (Tench, 2017) Es de suma importancia que las instituciones obtengan el mantenimiento de sus stakeholders por lo que sería necesario la aplicación de nuevas técnicas comunicacionales para una mayor eficacia en sus mensajes, esto constituye un eje central para el logro de los objetivos dentro de la organización social. (pág. 19)

Las herramientas que posean la instituciones para difusión de información son un indicador para evaluar la calidad de comunicación interna y el efecto que pueda esta

constituir para la fácil consecución de muchos proyectos y programas que se hayan planificado.

La forma de difusión crea verdadera movilización tanto interna como externa, se apoya en los valores y ética que la organización le ha infundido en sus colaboradores, es el nexo por el cual la institución forma parte de la comunidad.

Por ejemplo, una organización que ejecute un sistema jerárquico vertical que trata solamente desde la alta dirección a los empleados sin retroalimentación tiende a disminuir la gestión entre ellos y el trabajo en equipo; lo que realicen será netamente bajo mando. En cambio, la comunicación horizontal tiende a ser más viviente y fluye fácilmente a partir de un grupo de trabajo, por lo cual será más viable alcanzar los objetivos como equipo y como institución.

Un plan de difusión a través del uso óptimo de variadas herramientas y una correcta gestión interna, coadyuva en cumplir los objetivos específicos u obtener acciones para no fallar y fidelizar al usuario o a los mismos miembros de la institución; los que ejercen la dirección deben saber cómo manejar la información descendente u horizontal para ello.

2.2.6 Rumores organizacionales

El rumor organizacional se define como “todo tipo de comunicación de alto nivel de interés de los empleados, que no está sujeta a reglas establecidas y/o reglamentadas y de cuya veracidad nadie se hace cargo.” (Ritter, 2000, pág. 39)

El rumor es producido por la participación de cada individuo que comparte una información sin exactitud generando especulaciones, esto se debe a que el rumor está sujeto a un proceso de filtración, donde se reducen o se aumenta detalles, lo que puede alterar la intención original del mensaje.

Si no hay cabida para los rumores significa que la información está bien canalizada y que aquellos canales están bien fortalecidos, en lo posible no se debe escapar información de los métodos formales porque cuando el rumor es utilizado con frecuencia en la vía de comunicación llega de una manera rápida a través de los canales informales a los trabajadores, pero inexacta.

Uno de los fenómenos que toda institución debe combatir son los rumores, cuanto mayor es la distancia entre los miembros, menos posibilidades de pedir o recibir información, se produce una calidad de información pobre.

No obstante, cuando menor es el trecho, los empleados pueden recibir más información veraz hasta inconscientemente, existe un mayor seguimiento que favorece la respuesta por parte del receptor y por tanto un mejor *feedback*. La información es de mayor calidad y se hace un menor uso del rumor. Además, las relaciones interpersonales aumentan.

2.2.7 Uso de las TICS

Las TICS son las variadas herramientas de tecnologías de la información y comunicación para almacenar, procesar o difundir mensajes para una mejor

coordinación con sus miembros, siendo así, un instrumento de gestión para la información.

(Viteri, Sampedro & Andrade, 2020) en su artículo “El uso de las Tecnologías de Información como herramienta de comunicación interna”, expresan un punto positivo del uso de las misma para la gestión interna, lo cual le da virtud a nuestro tema de proyecto:

“La comunicación interna que se produce en la empresa ya sea a través de los canales formales establecidos como son: reuniones internas, correo electrónico, intranet, redes sociales corporativas, u otros recursos de las tecnologías de la información y comunicación, resulta vital para fomentar la participación y el compromiso de las personas que forman parte de la organización.” (pág. 260)

Si bien es cierto, en el siglo XXI se afrontaron grandes cambios tecnológicos en el manejo de cada institución, ahora las empresas necesitan no solo difundir mensajes, sino aproximarse a sus respectivos públicos como lo mencionamos en el anterior tema, por eso es vital crear un espacio que diferencie la comunicación que se ha permitido por años.

(Moreno, 2015) en su tesis doctoral nos muestra una serie de ventajas acerca de la tecnología de la información y comunicación para una organización:

- Mayor interacción al permitir la comunicación instantánea entre los usuarios en cualquier tiempo y lugar.

- Mejor gestión interna debido a la participación activa de trabajadores y superiores.
- Aumenta el conocimiento de la organización al permitir el almacenamiento de las conversaciones.
- Mayor compromiso con la organización y sentido de pertenencia por parte de los trabajadores y alumnos.
- Mayor productividad al poder transmitir en tiempo real la información necesaria y actualizada. (pág. 44)

2.2.8 Importancia del personal interno

“La interacción humana interpersonal, grupal y colectiva en la organización se desarrolla en los sistemas: Métodos y estilos de dirección, Capital humano y Atención al hombre.” (Oliva, 2012, pág. 34)

Para el autor del texto citado, el objetivo del desplazamiento de técnicas constantes es para resolver problemas de los procesos internos. Además, conseguir participación activa y sobre todo compromiso, eficiencia, motivación para efectividad en la retroalimentación.

La institución depende directa o indirectamente de las personas, para obrar, producir, asistir, contender y alcanzar los objetivos generales y estratégicos; las herramientas digitales son un apoyo para llevar a cabo los procesos. Sin embargo, jamás podrá reemplazar la dicha de socializar la información, el hombre con su potencial e inteligencia puede poner en marcha dicha tecnología.

Según (González, 2015) se debe tener presente que una mala capacitación y una falta motivación pueden volverse causales de limitación al logro de los altos niveles de la calidad y productividad en el factor humano de la organización (pág. 26)

Para conseguir una participación activa de los miembros de la institución de cada área tanto administrativo, como docentes y estudiantes, es necesario un plan de capacitación que permita desarrollar habilidades de manejo efectivo a las nuevas tecnologías de información y comunicación. Además, fomentar la relación entre ellos y cohesionar sus inquietudes. De modo que se darán cuenta que son importantes para la institución.

El nuevo reto es establecer un aprendizaje constante de las nuevas tecnologías encaminadas a facilitar las transformaciones de condiciones institucionales con espíritu de renovación y búsqueda de soluciones a los problemas actuales.

2.2.9 Comunicación interna como herramienta de socialización digital

“Las herramientas de comunicación son aquellas que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como medio para desarrollar capacidades de diálogo, de discusión y debate, de interacción y comunicación y, en definitiva, de información” (Pinto, 2019)

Los cambios que han producido las herramientas digitales están estrechamente relacionados con la comunicación interna en el diario de la comunidad universitaria, variando por completo el estilo de aprendizaje, pero también las gestiones internas, la

difusión de información y su retroalimentación. Lo que nos lleva a un nuevo patrón para aprender como optimizar el uso de aquello para una institución de éxito.

Si los empleados de alguna manera se sienten autorrealizados porque adquieren nuevos conocimientos en un ambiente acogedor, ellos se fidelizarán con la institución a tal punto de incluso crear o pertenecer a nuevos proyectos.

Las herramientas de comunicación interna pueden ser utilizadas según los objetivos que busca la institución. Por lo general, compartir la información es accesible, pero socializar y ser participe en la toma de decisiones con la digitalización puede ser un poco abrumador para algunos tomando en cuenta la mala interpretación y el flujo de comunicación no adecuado.

“Existe una tendencia marcada de no compartir, no comunicarse, porque erróneamente se piensa que la información es poder; y eso debilita la comunicación interna. Así, algunas personas piensan que retener la información los deja en una posición superior, privilegiada. Creen que si sueltan la información se verán en desventaja frente a otros” (Castro, 2014, pág. 5)

La relación entre estos y la organización se puede tornar como una problemática que debe ser tratada por medio de la gestión interna que logre identificar canales que funcionen correctamente para afrontar la realidad y aplacar la falta de compromiso.

“Las empresas necesitan de una estrategia basada en la comunicación interna que permita identificar los puntos débiles de la institución y reforzar las carencias del sistema, para generar compromiso con el colaborador” (Guzmán, 2019, pág. 7)

A continuación, se presentan algunas herramientas más conocidas y usadas por las instituciones actualmente. La web sirve para mantener el flujo de comunicación en constancia, mediante esta se podrán utilizar los siguientes canales:

- **Intranet:** Es la herramienta central de la comunicación para almacenar y compartir información dentro de una organización.
- **Correos institucionales:** Es la herramienta más usada para tener una comunicación más discreta (Formal) ya sea para enviar informes o tener conversaciones que necesiten constancia. Su aplicación deriva del compromiso.
- **WhatsApp:** Aunque sea utilizado como herramienta de comunicación entre los grupos de trabajos o estudiantes para informarse o socializar rápidamente. Es un medio denominado de gran manera informal.
- **Zoom:** Es una herramienta de videoconferencias y mensajes, entre otras funcionalidades para trabajar de manera sincrónica.
- **Microsoft Teams:** Se trata de una de las aplicaciones del paquete de office 365, te permite intercambiar mensajes, realizar videollamadas con más de dos personas para reuniones o te da la posibilidad de crear proyectos a los que solo pueden acceder las personas seleccionadas.
- **Google forms:** Podrás crear encuestas y formularios que ayudarán a sondear o identificar puntos clave para una mejora en la gestión.

Las herramientas existen, pero nosotros decidimos la manera de usarlo, al igual que (Angulo, 2017) concuerdo que, “la comunicación y la forma de informarse evolucionan constantemente. Las nuevas tecnologías han generado nuevos códigos de

aprendizaje...” (pág. 19) No obstante, debemos reconocer que la digitalización abre nuevos campos de diálogo que fortalecen la comunicación interna.

2.3 Marco contextual

Figura 2

Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil



Fuente: Web Oficial

El lugar de análisis se encuentra ubicado en la ciudadela Quiquis, calle Eugenio Espejo entre Héctor Toscano y Abel Romero Castillo, Facultad de Comunicación Social. Para desarrollar la previa investigación establecida se tomó en cuenta el flujo comunicacional con el uso de las herramientas digitales para la socialización de información.

A partir del surgimiento de estos nuevos retos que enfrenta la institución en la forma de trabajar y comunicarse, hay que recalcar que la evolución de la tecnología ha sido de gran ayuda, no obstante, fue un cambio drástico y por ello requiere de una capacitación constante, según el público interno.

Es conveniente identificar el público interno que se estableció para el análisis:

- Departamento administrativo.
- Docentes.
- Estudiantes de noveno semestre.

Se escogió un determinado grupo entre ellos para la interpretación final según el diseño de investigación como base para constatar cómo se concibe la divulgación y la socialización de la información, programas o planificaciones por sus diferentes medios.

2.4 Marco conceptual

Comunicación

Es un medio de transmisión de mensajes verbal o no verbal, es el intercambio de ideas, sentimientos e información desde el emisor, quién envía, hasta el receptor que decodifica según el contexto determinado.

Comunicación interna

Se puede definir como las acciones de interacción y retroalimentación, en conjunto con los canales o los medios por el cual se trasmite información entre los miembros de la institución, para fomentar participación, forjar un vínculo continuo y generar cambios positivos en el cumplimiento de los objetivos.

Difusión de la información

Nos permite conceptualizar el mensaje que queremos transmitir, para ello existen varios canales que nos ayudan a socializar la información de diferentes maneras, para que los miembros se sientan participes e informados de los objetivos y programas que se desarrollen. Además, exista una retroalimentación de dar apoyo o sugerencias.

Estas herramientas han modificado gradualmente los procesos comunicacionales de cara a cara como lo indica (Sarzosa, 2011) “dando una nueva importancia a los medios que permite romper distancias y difundir grandes cantidades de información” (pág. 61).

Rumores organizacionales

Nace por una información malinterpretada o tergiversada que se transmite de un miembro a otro por canales informales, más conocido por el lenguaje coloquial como chisme o cotilleo. Es necesario colocarle un límite para reducir consecuencias negativas ya que es casi imposible desaparecerlo.

Socialización

Es la interacción y el desarrollo del individuo con su alrededor o en el área que se desenvuelve, aquí el individuo se adapta o se incorpora a las formas y contenidos propios del sistema institucional, además, la socialización tiene correlaciones positivas para el funcionamiento del sistema y el apoyo de los compañeros de trabajo.

Tics

Tecnología de la información y comunicación por sus siglas en inglés. Hablamos de las nuevas herramientas digitales de almacenamiento o distribución de información que han revolucionado en estos últimos tiempos. Con el uso adecuado de ellas se busca agregar el feedback y una comunicación interna efectiva.

2.5 Marco legal

Dentro de la máxima ley como lo es la Constitución de la República del Ecuador, encontramos artículos que hacen referencia a los derechos individuales y colectivos relacionados a la comunicación de los ciudadanos.

Constitución de la República del Ecuador

Artículo 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. Según este artículo, la comunicación en nuestro país tiene el carácter de libre e incluyente la cual refiere a la participación de todos los grupos culturales del país, establecer interacción y además transmitirla en su idioma.

Lo que determina la Constitución del Ecuador Título VII, Régimen del Buen Vivir, en la Sección séptima de Comunicación Social dice que:

Artículo 384.- El sistema de Comunicación social permitirá ejercer los derechos de comunicación, información y libertad de expresión y fortalece la participación ciudadana. Por lo tanto, pueden intervenir los actores privados, ciudadanos y comunitarios que se encuentran a él integrados; ellos harán uso de sus derechos amparados por la ley y bajo protección del Estado ecuatoriano.

Así mismo se encontró dos artículos que hacen referencia a los derechos relacionados con la comunicación de los ciudadanos, hablando específicamente del libre acceso de las personas a las tecnologías de información y comunicación.

Artículo 53.- Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados. Las instituciones que presten un servicio público deberán implementar las diferentes herramientas necesarias para la transmisión de información a sus usuarios y así satisfacer todas sus necesidades, además el estado se encargará de tomar medidas en casos de negligencia.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico es la encargada de estudiar los procedimientos que se llevaron a cabo en la investigación a fin de contestar las preguntas y aprobar la hipótesis.

(Acuña, 2006) lo define como la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real (pág. 125).

Mediante sus herramientas de investigación se describe y analiza el problema con métodos netamente científicos para entender, corregir o bien, aplicar una solución.

3.1 Tipo de investigación

A continuación, se muestran los diferentes métodos de investigación que fueron utilizados para lograr conclusiones específicas.

3.1.1 Investigación bibliográfica

“La investigación bibliográfica, es el sistema que se emplea para obtener información requerida en el que se ocupa de localizar, identificar y acceder a la información” (Prado, 2001).

Esta investigación se caracteriza por la recolección de conceptos con el propósito de obtener teorías sistematizadas conforme se ha ido actualizando el tema. El objetivo de su utilización fue empapelar los escritos principales para que el presente

proyecto esté con argumentos sólidos y con referencias al avance tecnológico de la comunicación interna para formar el marco teórico.

3.1.2 Investigación descriptiva

La validez de la investigación se fundamentó en el empleo de métodos que permitieron lograr la meta de especificar las características de los procedimientos implementados en el análisis de los datos, se empleó una investigación de tipo descriptiva (Hernández, 2014)

Se ha escogido este tipo de investigación ya que se describió, analizó y amplió la comprensión de los resultados con los datos obtenidos como fuente de información y posterior a encuestas, se determinó los factores de desequilibrio y aumentaron las posibilidades de solución.

3.2 Diseño de investigación

Una vez alcanzada la claridad suficiente de la presente investigación, para cumplir los objetivos se decidió en este apartado las estrategias que nos ayudaron en la recopilación de información.

En este trabajo de titulación se utiliza la investigación cuali-cuantitativa que pasa al proceso deductivo con la información recopilada por medio de encuestas y entrevistas. Los resultados se exponen numéricamente por interpretación de estadísticas para a través de un análisis probar la hipótesis previamente formulada y contribuir con un criterio concreto para la elaboración de la propuesta.

3.3 Herramientas para recolección de datos

3.3.1 Entrevista

El uso de la entrevista como técnica para obtener datos es de gran utilidad ya que las personas expresan de manera oral y en relación interpersonal sus diferentes puntos de vista ante un cuestionario ya preparado previamente.

Para (Denzin & Lincoln , 2005) la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar repuestas” (pág. 643)

Se procedió a entrevistar a Ph.D. Beatriz Chan como parte de su experiencia en la docencia y su gran conocimiento del área organizacional; y, a la MSc. Viviana Murillo como miembro del personal administrativo para conocer sus criterios acerca de la comunicación interna como herramienta de socialización digital de la información dentro de la institución.

3.3.2 Encuesta

Es una técnica cuantitativa que se realiza a un determinado número de personas para poder conocer quiénes son; sus necesidades u opinión frente a una circunstancia o tema en específico.

La encuesta nos permitió estandarizar los datos para posteriormente realizar un análisis del actual manejo de las herramientas digitales para la socialización de información en el contexto de la comunicación interna y concluir con una propuesta viable. Por ello, se procedió a encuestar a los estudiantes de noveno semestre que ya han sido participes de los diferentes procesos estudiantiles.

3.4 Población y muestra

En este apartado se indica el total de la población y el tipo de muestra con la que se trabajó en esta investigación.

3.4.1 Población

La población en esta investigación es de 145 estudiantes matriculados en noveno semestre de la carrera de Comunicación social, cifra real proporcionada por la nómina de distribución de tutores de la Unidad de Titulación.

3.4.2 Muestra

Para generar el análisis correcto del tema de investigación, acudimos a la fórmula de probabilidad para poblaciones definidas, ya que se conoce el tamaño de la misma.

Se utilizó la siguiente fórmula:

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población 145

E= Error máximo admisible

$$n = \frac{N}{E^2 (N-1) + 1}$$

$$n = \frac{145}{0.1 * 0.1 (145 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{145}{0.01(144) + 1}$$

$$n = \frac{145}{1.44 + 1}$$

$$n = \frac{145}{2.44}$$

$$n = 59.01$$

Tomando en cuenta los resultados obtenidos se aplicaron 59 encuestas a un grupo de estudiantes matriculados en noveno semestre de la carrera de Comunicación Social.

3.5 Análisis de resultados

3.5.1 Análisis de encuestas

A continuación, se visualizan los resultados y análisis correspondiente de la información obtenida con cada pregunta realizada.

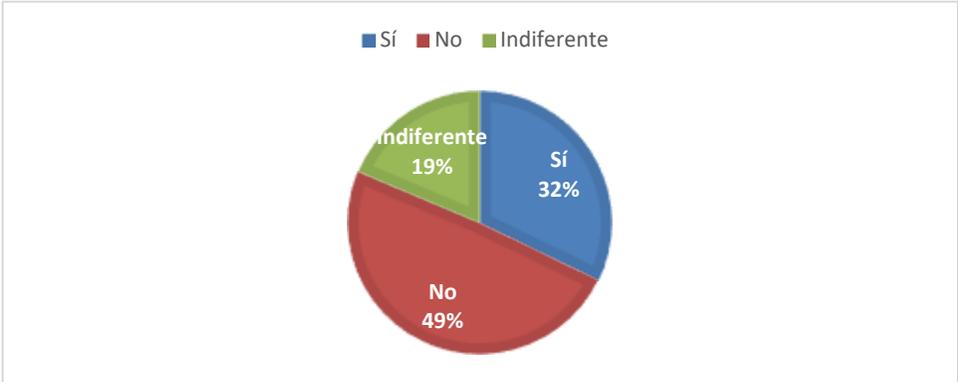
1. ¿Piensa usted que existe la comunicación y el intercambio de información para las gestiones que necesite realizar como estudiante?

Tabla 3
Pregunta 1 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	19	32%
NO	29	49%
INDIFERENTE	11	19%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 3
Pregunta 1 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos:

El mayor porcentaje que es el 49% manifiesta que no se existe la comunicación e información para sus procesos; podemos inferir que se halla un déficit en el proceso para impartir o bien, socializar los datos que ellos necesitan para continuar con sus gestiones académicas. Por lo que se requiere una mejoría en el flujo de información y socialización para evadir las trabas de comunicación.

2. ¿Se encuentra usted informado sobre los cambios, reuniones u otras actividades internas que se realicen en la Facultad de Comunicación Social?

Tabla 4

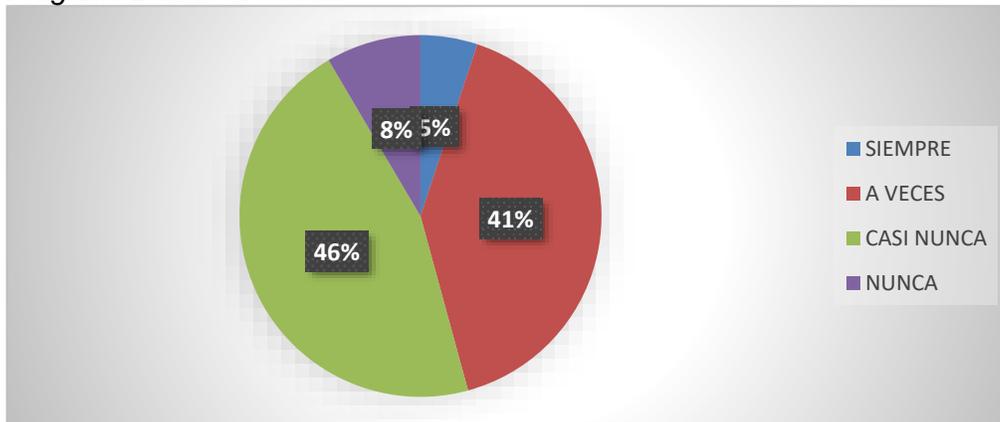
Pregunta 2 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SIEMPRE	3	5%
A VECES	24	41%
CASI NUNCA	27	46%
NUNCA	5	8%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 4

Pregunta 2 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos:

Como podemos advertir el 46% de los estudiantes casi nunca está informado de los sucesos internos de su facultad, y tan solo el 5% se mantiene al tanto de los comunicados. Analizando se pueden apreciar varios puntos de vistas, como la falta de interés por parte del alumnado, o un contratiempo de comunicación. Ambas retribuyen a la búsqueda del interés y fortaleza del vínculo comunicacional de la institución.

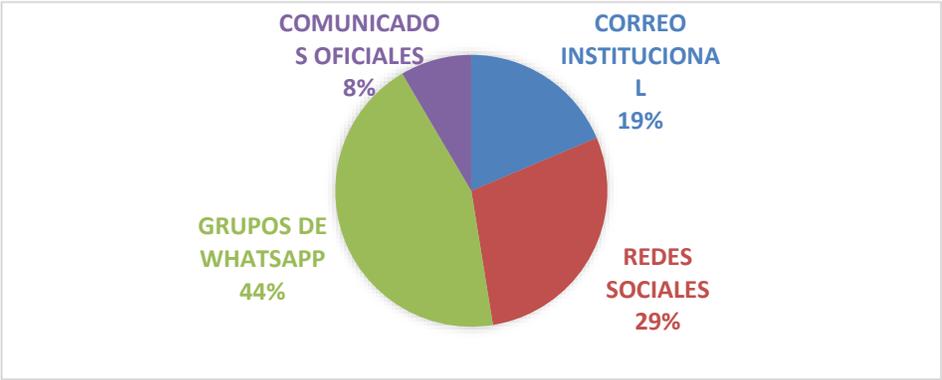
3. ¿Por cuál de estos canales de Comunicación usted recibe primero información u órdenes de la carrera?

Tabla 5
Pregunta 3 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CORREO INSTITUCIONAL	11	19%
REDES SOCIALES	17	29%
GRUPOS DE WHATSAPP	26	44%
COMUNICADOS OFICIALES	5	8%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 5
Pregunta 3 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos:

Según el uso de las herramientas digitales para los diversos comunicados, el 44% de los estudiantes afirman comunicarse más por grupos de WhatsApp. Esto evidencia que los tipos de canales para interrelacionarse en cierta medida prevalece lo informal, por lo que se pretendió agregar valor a las herramientas digitales formales.

4. ¿Considera usted que el personal administrativo y académico se encuentra capacitado para el uso correcto de herramientas digitales en la socialización de información?

Tabla 6
Pregunta 4 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	15%
NO	33	56%
INDIFERENTE	17	29%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 6
Pregunta 4 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos:

Para conocer si nuestra propuesta tiene productividad podemos apreciar que el 56% de los encuestados consideran que no están capacitados para el uso correcto de herramientas digitales en la socialización de información, y el 15% manifiesta que sí lo están, siendo así el proyecto una herramienta de utilidad para el aprendizaje constante.

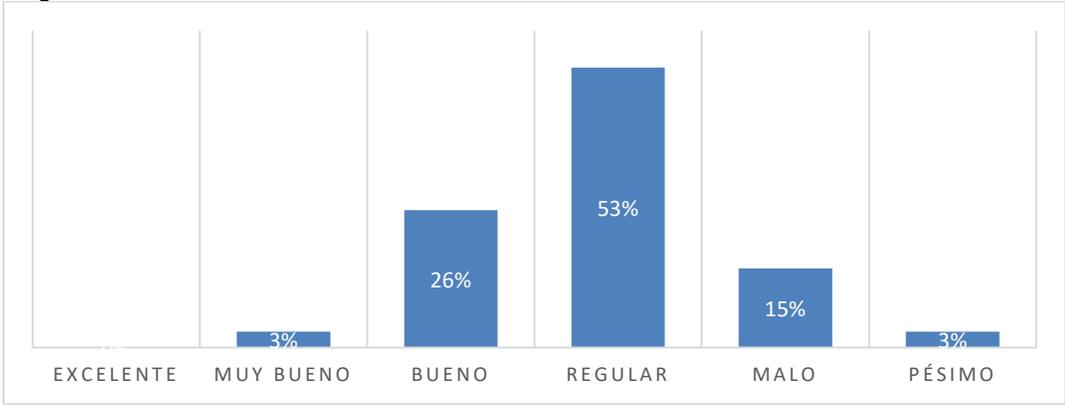
5. Califique el manejo de la comunicación interna con herramientas digitales existentes en la institución

Tabla 7
Pregunta 5 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	2	3%
BUENO	15	26%
REGULAR	31	53%
MALO	9	15%
PÉSIMO	2	3%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 7
Pregunta 5 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos:

El 53% de los encuestados consideran regular el manejo de la comunicación interna que se conduce en la institución con herramientas digitales, 26% lo considera bueno, el 15% malo y el mínimo con 3% como muy bueno y pésimo al mismo tiempo.

Por lo tanto, tiene mayor porcentaje de aceptación el uso de herramientas digitales para conllevar una comunicación interna, pero requiere mejoría.

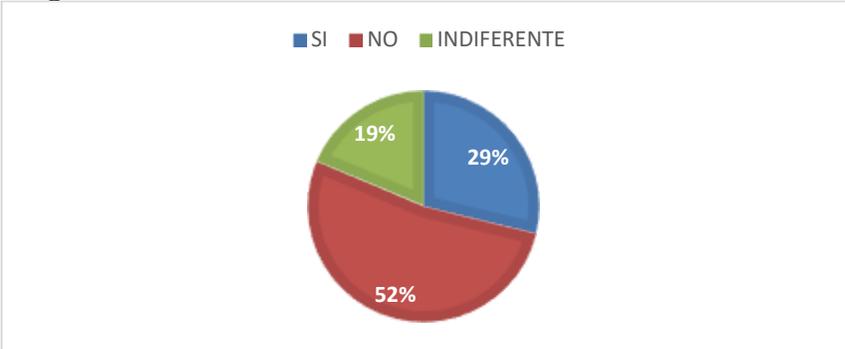
6. ¿Existen canales de comunicación donde puedan expresar reclamos o sugerencias sobre aspectos concernientes a las actividades realizadas en la Facultad?

Tabla 8
Pregunta 6 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	29%
NO	31	53%
INDIFERENTE	11	19%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 8
Pregunta 6 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos

En esta pregunta el 53% menciona que no existen canales para expresar reclamos o sugerencias, lo que refleja una inestabilidad en la retroalimentación para los

estudiantes por lo que es recomendable una supervisión asidua de los recursos que se tienen en la institución.

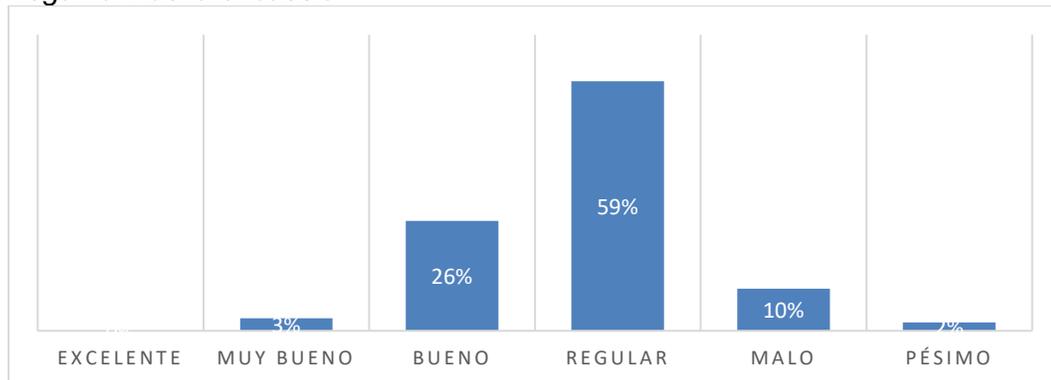
7. Califique el sistema de transmisión de información digital en la institución

Tabla 9
Pregunta 7 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	0	0%
MUY BUENO	2	3%
BUENO	15	26%
REGULAR	35	59%
MALO	6	10%
PÉSIMO	1	2%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 9
Pregunta 7 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos:

Esta pregunta fue realizada con el objetivo de medir la estabilidad en el sistema de transmisión de información con el uso de herramientas digitales, el 59% lo califica

de manera regular, el 26% como bueno, por el contrario, el 10% como malo y el 2% como pésimo sistema. Es decir, existe frecuencia en el uso de estos implementos tecnológicos.

8. ¿Cree que el modelo o estrategia de comunicación digital utilizado por la institución para socializar información es el correcto?

Tabla 10

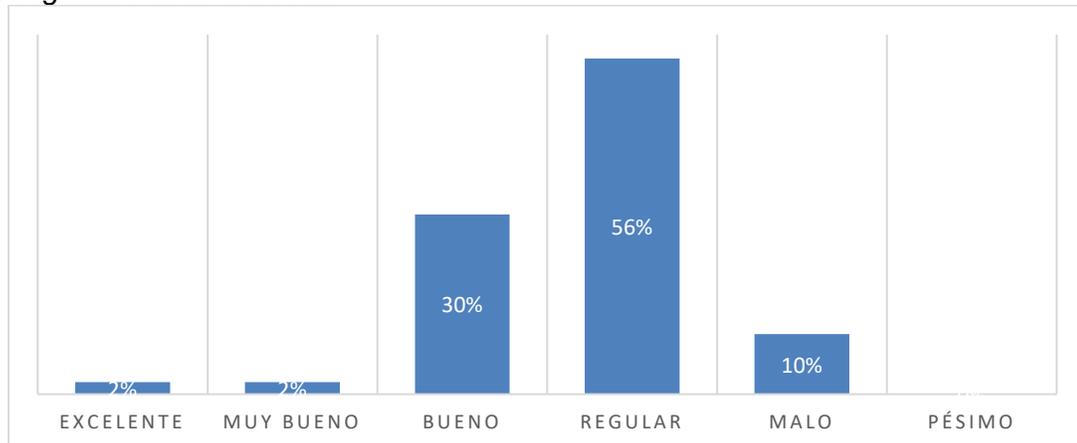
Pregunta 8 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
EXCELENTE	1	2%
MUY BUENO	1	2%
BUENO	18	30%
REGULAR	33	56%
MALO	6	10%
PÉSIMO	0	0%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 10

Pregunta 8 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos:

El 56% de los estudiantes encuestados consideran regular la estrategia de comunicación que utilice la facultad para socializar la información, el 30% bueno, tan solo el 10% malo, lo que en su mayoría considera aceptable la forma en que se está trabajando para dar a conocer información dándole oportunidad a la optimización a las estrategias de comunicación digital.

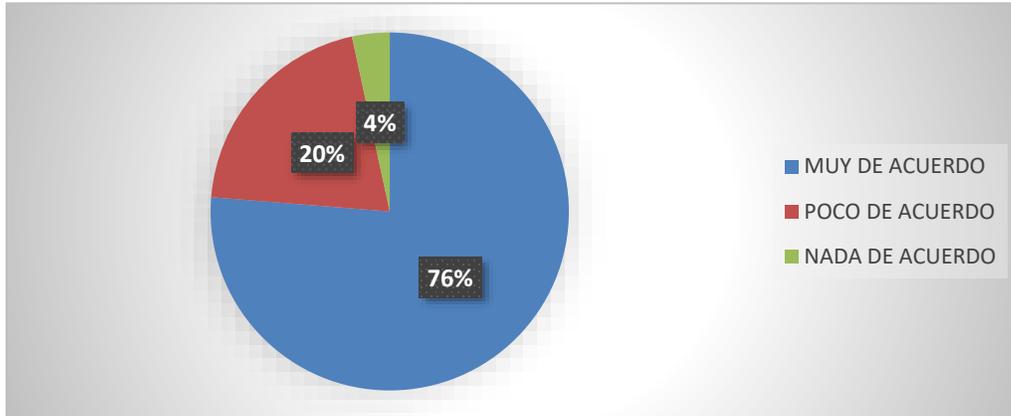
9. ¿Considera usted que la aplicación de nuevas herramientas digitales puede lograr que los estudiantes y docentes conozcan las estrategias, gestiones, eventos y actividades más relevantes de la institución perfeccionando la comunicación interna?

Tabla 11
Pregunta 9 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY DE ACUERDO	45	76%
POCO DE ACUERDO	12	20%
NADA DE ACUERDO	2	3%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 11
Pregunta 9 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos

La aplicación correcta de estos implementos tecnológicos es una posibilidad de reforzar la socialización de información en el contexto interno para el 76% que se encuentran totalmente de acuerdo, el 20% están poco de acuerdo en conjunto con el 3% que no están nada de acuerdo.

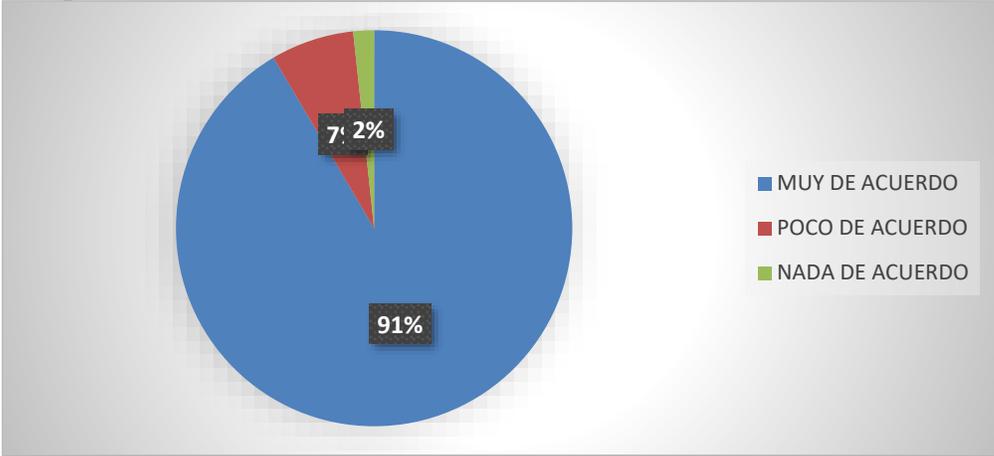
10. ¿Es necesario promover acciones innovadoras de información y participación en el personal para optimizar la práctica de la comunicación interna de la institución?

Tabla 12
Pregunta 10 de la encuesta

INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY DE ACUERDO	54	92%
POCO DE ACUERDO	4	7%
NADA DE ACUERDO	1	2%
TOTAL	59	100%

Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Figura 12
Pregunta 10 de la encuesta



Fuente: estudiantes de noveno semestre FACSO
Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Análisis e interpretación de datos:

Nuevas formas de impartir la información donde puedan ser partícipes todos los miembros de la institución, es bien recibido por el 92% de estudiantes que están totalmente de acuerdo, por el contrario, solo el 7% poco de acuerdo y el 2% nada de acuerdo. Se puede reflejar entonces que la mayoría de los encuestados están interesados en innovación y capacitación para la utilización óptima de herramientas digitales lo que refleja nuestra propuesta.

3.5.2 Análisis de entrevistas

Entrevista a: Ph.D. Beatriz Chang

Diplomada en Comunicación Organizacional.

Docente de la Facultad de Comunicación Social.

1. ¿Qué herramientas digitales formales o informales frecuentemente usa usted para estar comunicada y recibir información dentro de la institución?

Estoy manejándome con el correo institucional y el WhatsApp.

2. ¿Qué tipo de inconvenientes/problemas ha tenido usted con el cambio repentino del impartir sus clases de lo presencial a lo virtual?

El tema de la plataforma de la universidad cuando se cae el sistema, fue de un momento a otro este cambio, improvisado, no hubo una buena capacitación previa para pasarnos a esta modalidad virtual. Usted sabe que no tenemos una plataforma tan amplia, pues en tema de tecnología existe esa falencia, fue un cambio para mi bastante inesperado, pero somos resilientes y debemos avanzar pese a las falencias. Aquello, para todas las universidades, no solo para la Universidad de Guayaquil. Los docentes debemos trazarnos objetivos estratégicos dentro de las clases como vídeos o debates como medida que permita afrontar los retos de la docencia y la forma en la que se puede mejorar el aprendizaje del estudiante con la gran diferencia de lo virtual y presencial, siendo una transformación del aprendizaje universitario para llegar a los estudiantes; hay que combinarse con los modelos presenciales, semipresenciales y la variante que es en línea. Entonces hemos tenido que incluir las TICS, por eso es que

las universidades en su mayoría deben responder a todos estos retos que exigen los nuevos modelos de comunicación en la era digital.

3. ¿Considera usted beneficiosa para la comunidad universitaria la implementación de un manual virtual como guía para la utilización de aquellas herramientas digitales en el contexto de la comunicación interna?

Sí, es importante tener un manual. Son las normativas que se debe manejar en toda institución más que todo para la comunicación interna. Este nos debe hacer pensar que medios digitales nos conviene usar, quienes son nuestros destinatarios, qué queremos transmitir y quiénes son los responsables de esa comunicación digital. Hay que tener mucho cuidado del cómo llegar al público con estas herramientas, siempre digo no a la saturación de información, hay que conocer nuestra Facultad, ahí entra el tono de nuestros mensajes, el tipo de imagen que vayamos a subir, incluso el diseño de la página web, la tipografía, los colores, la estructura, todo eso debe estar incluido en este punto. Las páginas web deben ser bien trabajadas, como debería tener cada facultad para informar o transmitir información. Ahora se pueden diseñar las páginas web con poco presupuesto, pero se debe tener planes básicos para llegar a los estudiantes y docentes. Deberíamos manejar algo del SEM, es muy útil, estos blogs deben ser muy creativos, tener todos esos contenidos muy originales, también se puede escribir artículos de un blog y colocar dentro de la página web de la facultad.

4. ¿Qué herramientas digitales considera usted son las más beneficiosas y fáciles de usar para los estudiantes de la carrera de Comunicación Social?

Tenemos zoom, teams, también correos; WhatsApp ha tenido bastante demanda en la creación de grupos que con tanta saturación de información no se le da mucha importancia, aunque sea algo relevante por el bombardeo de mensajes. Siempre se recomienda las herramientas para conversatorios como zoom o teams, pero siempre tratar de utilizar bien y no bombardear de información.

Entrevista a: MSc. Viviana Murillo

Gestora del área de titulación y docente de la carrera de Comunicación Social.

1. ¿Ha presentado para usted inconvenientes esta nueva forma de trabajo virtual para la divulgación y socialización de información?

Desde antes de la pandemia en mi experiencia ya nos manejábamos con el tema de redes, todos los comunicados, boletines, los hacíamos a través de emails, pero obviamente ahora ya no hay rueda de prensa o se realizan eventos puntuales y en ese aspecto quizás un poco. Pero igual un comunicador por el tema de la pandemia ya debía estar preparado en el manejo de redes que se viene manejando desde ya un tiempo.

2. ¿Cree usted que con el uso de las herramientas digitales se pueda llevar una adecuada comunicación interna?

No solamente con el uso de los medios digitales ya que la comunicación interna incluye a todo el equipo, por eso es que el área de comunicación debe ir de la mano

con talento humano porque tiene que generar empatía para que todo el equipo de trabajo maneje el mismo canal, la misma información y de esta manera se vea en beneficio de la institución y cuando sus usuarios externos vean que existe un buen canal de información se reflejará en el resultado total. Entonces considero que deben ir de la mano no solo con la tecnología, ya que bueno, por el tema covid, no se puede, pero el equipo debe conocerse, se conozca lo que hace, en que áreas trabaja. Porque ha pasado que hay muchos departamentos en la institución y ni siquiera los mismos empleados saben que hacen las diferentes direcciones, entonces básicamente es un trabajo que va de la mano.

3. ¿Qué tipos de herramientas digitales considera usted óptimos para el intercambio de información en la institución?

Normalmente, en las empresas bloquean las redes sociales para que no haya distracciones, pero en esta situación son de vital importancia como recursos. Sin embargo, con más razón el correo o creando grupos por áreas, aunque parezca mentira todavía es necesario el correo.

A la entrada de las instituciones se pueden colocar anuncios o una cartelera, aunque en Facso las redes siempre están activas, pero hay que tomar en cuenta que el personal que trabaja como por ejemplo en el área de secretaría no leen las redes, es que también tiene que ver un tema de la edad. Pero efectivamente, debería manejarse por el correo institucional que toda empresa tiene.

4. ¿Considera usted beneficioso la implementación de un manual virtual como guía para la utilización de aquellas herramientas digitales en el contexto de la comunicación interna?

Sí, de hecho, cuando hice mi tesis de maestría también realicé un manual. Lo más importante aquí es la aplicación, cómo lo va hacer, hacia quién se va dirigir y las maneras más factibles de que ellos puedan utilizar ese manual.

Análisis:

Según las entrevistas aplicadas, la tecnología actualmente forma parte de la comunicación interna, más no la comunicación interna es dependiente, o bien, se puede formar un vínculo y trabajar con ellas para optimizar las gestiones de la institución.

Ambas coordinaron que las tecnologías con el tiempo han incursionado de alguna manera, pero mucho más ahora con la situación del Covid-19, pese a eso seguirá evolucionando por lo que hay que saberlas manejar y recibir capacitaciones constantes.

Por ende, la propuesta les resulta positiva para aplicar en la institución siempre y cuando tenga una buena estructura, no carezca de creatividad para involucrar al público interno y no sature de información.

3.6 Comprobación de hipótesis

De acuerdo a los datos recopilados y analizados, las herramientas digitales son un aporte para la comunicación interna en el flujo de información según el 76% de los encuestados que concuerdan que estos implementos pueden optimizar las gestiones internas. Además, el 56% considera que no están correctamente capacitados dando la posibilidad a la creación de un manual interactivo como contribución para el aprendizaje del uso adecuado de aquellos canales de comunicación interna utilizados dentro la institución.

La hipótesis se comprueba ya que en la actualidad la Facultad de Comunicación Social UG maneja herramientas digitales como nos menciona una de las entrevistadas, la Dra. Beatriz Chang; como un reto para los procesos comunicativos en la gestión interna, modificando el marco de relación entre los miembros como una red de intercambio y colaboración constante.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 Título de la propuesta

Diseño e implementación de un manual interactivo con estrategias para el uso adecuado de herramientas digitales en el contexto de la comunicación interna que beneficie al área administrativa, docentes y estudiantes.

4.2 Introducción

En este capítulo se expone la propuesta bajo la investigación realizada previamente, pretendiendo mejorar el desarrollo de la comunicación interna se plantea un manual como un medio de capacitación innovador para el aprendizaje de las herramientas digitales utilizadas en el proceso comunicativo de la institución.

Se propuso la utilización de la herramienta Wix para su desarrollo, ya que consiste en un sitio web donde se puede diseñar y subir variedad de tutoriales creativos y adicional en su contenido se puede proporcionar, estrategias comunicacionales digitales siendo este accesible para que el público objetivo pueda encontrar la información requerida.

4.3 Justificación

El enfoque de la propuesta es ampliar el uso de estas herramientas digitales de forma positiva como un aporte a la comunicación interna, mejorar el flujo de información de las gestiones académicas y optimizar el feedback entre estudiantes, docentes y personal administrativo de la institución. Por lo tanto, la propuesta se constituye como instrumento para alcanzar estos objetivos.

4.4 Objetivos

4.4.1 Objetivo general

Optimizar el uso y funciones de las herramientas digitales en el contexto de la comunicación interna para la socialización de información en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

4.4.2 Objetivos específicos

- Generar estrategias comunicativas para conseguir un firme compromiso por parte de los miembros.
- Involucrar al estudiante, docente y área administrativa para el aprendizaje de las variadas herramientas como soporte académico y comunicativo.
- Reforzar la comunicación interna de la institución con la utilización de los recursos tecnológicos para la socialización de información.

4.5 Cronograma de actividades

Tabla 13

Cronograma de actividades

FECHA	ACTIVIDAD	1-5	8-12	15-19	22-26
FEBRERO 2021	Asesoramiento con experta del área organizacional	X			
	Creación de la página en Wix		X		
	Diseño del manual interactivo			X	
	Elaboración del contenido				X
MARZO 2021	Distribución de información según la estructura del manual	X			
	Revisión del manual interactivo		X		
	Correcciones finales			X	
	Difusión del manual interactivo en Facso UG				X

Elaborada por: Leslie Catalina Briones Mosquera

4.6 Presupuesto

Tabla 14

Presupuesto para la realización del manual interactivo

ASPECTOS	RECURSOS	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Asesor experto	Propios	100	200
Diseñador del Manual		100	
GASTOS OPERATIVOS			
Pago del Hosting (Servidor)	Propios	25	95
Servicio de electricidad		40	
Servicio de Internet		30	
Total:			295

Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

4.7 Recursos humanos

Tabla 15
Recursos humanos

Asesora de contenido en el área de comunicación interna	Ph.D. Beatriz Chan	Diplomada en Comunicación Organizacional
Diseñador del Manual virtual	Leslie Briones	Estudiante de Comunicación Social
Elaboración de contenidos	Leslie Briones	Estudiante de Comunicación Social

Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

La Dra. Beatriz Chang, Docente de la Facultad de Comunicación Social, situada como asesora de contenido en el área de comunicación interna, nos ayudó con sus conocimientos, experiencias y recomendaciones durante sus clases impartidas en el ciclo académico como guía para la elaboración del contenido que se colocó en el manual interactivo de comunicación interna 2.0.

Por otra parte, Leslie Briones, estudiante de Comunicación Social se encargó del diseño a través de la herramienta Wix, desarrolló el contenido y la información que fue incorporado en el manual para posteriormente difundir al público objetivo.

4.8 Desarrollo de la propuesta

Este manual contiene tutoriales para el uso adecuado de herramientas digitales que son manejadas a nivel de institución tales como; zoom, office 365, que incluye sus propias herramientas, teams, forms, entre otros.

Figura 13

Portada del manual interactivo



Elaborado por: Leslie Catalina Briones Mosquera

Para asegurar una calidad óptima en la socialización de información, se incluye además varias pautas comunicacionales para alinear mensajes, emisores, receptores y canales con la comunicación oral y escrita, siendo el manual una herramienta básica útil para el flujo comunicacional y no solo técnico.

Figura 14

Fragmento de pautas comunicacionales incluida en la propuesta piloto



Elaborado por: Leslie Briones Mosquera

Figura 15

Fragmento de tutorial de herramientas digitales incluida en la propuesta piloto

¿QUÉ ES ZOOM?

Es una herramienta que permite interactuar virtualmente con sus compañeros de trabajo ya sea por video y audio, o individualmente, cuando las reuniones en persona no son posibles. Esencial para equipos pequeños, medianos y grandes que desean mantenerse en contacto y continuar con sus flujos de trabajo diarios.

En caso que sea la primera vez que ingresará a zoom, deberá instalar el programa, a continuación te dejamos un video de pocos minutos para empezar el tutorial:



En cuanto a las funciones básicas:

En las reuniones por lo general se debe tratar de mantener el micrófono apagado y de ser meramente necesario la cámara.

Elaborado por: Leslie Briones Mosquera

4.9 Conclusiones

La propuesta de este proyecto de titulación resulta ventajosa ya que los nuevos canales permiten conocer y reconocer la comunicación interna como herramienta de socialización digital de la información, por las siguientes conclusiones:

- Luego de analizar el uso de las herramientas digitales en el contexto de la gestión interna se determina su importancia y valor por todo lo que es posible realizar gracias a ellas para la socialización de información

- Cabe recalcar que el aprendizaje y la adaptación para llevar un feedback en armonía es un proceso, una evolución continua que trabaja en conjunto con la cultura organizacional como una arquitectura de participación.

- Según la investigación realizada lograr interacción entre los participantes, compartir información instantánea, crear conocimientos en forma colaborativa; son algunos de los beneficios que les gustaría recibir al público objetivo en conjuntos con estrategias innovadoras y creativas, lo cual es el implemento actual de la propuesta.

4.10 Recomendaciones

Una vez concluido el trabajo de investigación se recomienda lo siguiente para mejorar continuamente el proceso de comunicación interna como herramienta de socialización digital de información.

- Revisar periódicamente el contenido del Manual según las necesidades y actualizaciones de nuevas herramientas digitales para generar interactividad y conocimientos óptimos al público en general.
- Se insta a estimular el esfuerzo por aprender y leer las guías comunicacionales reforzando así la gestión interna dentro de la institución sin distinción por conocimientos.
- Para finalizar se recomienda socializar el manual interactivo en las diferentes áreas de la facultad de comunicación social para que toda la comunidad universitaria pueda utilizar de la mejor manera estos implementos.

Bibliografía

- Acuña, M. B. (2006). *Como se elabora el proyecto de investigación*. Obtenido de https://issuu.com/sonia_duarte/docs/como-se-elabora-el-proyecto-de-inve
- Angulo, M. J. (2017). *La formación de los comunicadores sociales. (Tesis Doctoral)*. Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26927/1/FJCS-POSG-097.pdf>
- Bedoya. (2017). *Configuración del mundo del trabajo: un panorama en Latinoamérica y Colombia*. Colombia. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/313266709_Configuracion_del_Mundo_del_Trabajo_un_Panorama_en_Latinoamerica_y_Colombia_Configuration_of_the_World_of_Work_a_Panorama_in_Latin_America_and_Colombia_Configurando_o_Mundo_do_Trabalho_um_Panorama_na_
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo*. Santiago: Colección Libros de la empresa. Obtenido de <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>
- Castro, A. D. (2014). *Comunicación organizacional, técnicas y estrategias*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Concha, G. C. (2015). *Nuevos retos en la función directiva: Cómo gestionar el trabajo en equipo*. Fere. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/253825583/La-Comunicacion-Interna-Horizontal-Vertical-Otras-Oportunidades>
- Denzin, L. &. (2005). *La entrevista en la investigación cualitativa: Nuevas tendencias y retos*. Costa Rica.
- Díaz, M. J. (2010). *Predicción del rendimiento laboral a partir de indicadores de motivación, personalidad y percepción de factores psicosociales. (Tesis Doctoral)*. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID, Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/id/eprint/10843/1/T31913.pdf>
- González, M. M. (2015). *Selección de personal: buscando al mejor candidato*. México: Alfaomega.

- Guzmán, A. (2019). *La comunicación interna como herramienta para lograr compromiso en Porter Novelli Perú (Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de Licenciado en Comunicación)*. Piura: Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Obtenido de <https://hdl.handle.net/11042/4037>
- Hernández, R. F. (2014). *Metodología de la investigación*. México: McGraw- Hill Interamericana Editores, S. A.
- Jimena Viteri, Myriam Sampedro & Efigenia Andrade. (2020). El uso de las Tecnologías de Información como herramienta de comunicación interna en las empresas de la ciudad de Riobamba. *Creative Commons Attribution License*, 260–275. Obtenido de <https://knepublishing.com/index.php/KnE-Engineering/article/view/6243/11615#info>
- Likert, R. (1967). *The human organization*. McGraw-Hill.
- Lovato, M. G. (2011). Plan estratégico de comunicación interna para organización eclesial. (*Tesis para licenciatura*). Universidad Católica del Ecuador, Quito. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8174/T-PUCE-3327.pdf;sequence=1>
- Mazo Salmerón, M. E. (2015). El rumor en las organizaciones desde una aproximación multidisciplinar. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 797 - 819.
- Medrano, S. M. (2012). "La Comunicación Interna En Las Organizaciones". *Contribuciones a la Economía*. Obtenido de <https://www.eumed.net/ce/2012/smm.html>
- Montoya Robles, M. d. (2013). Flujos de comunicación en organizaciones privadas de Tijuana. *Razón y palabra*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>
- Moreno, J. J. (2015). *La Comunicación interna: una herramienta al servicio de las organizaciones*. Barcelona: Tesis de Máster. Obtenido de

<https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/consulta/registro.do?id=154459>

Oliva, M. (2012). Gestión integral del sistema de comunicación en las organizaciones. *Ciencia en su PC*, 31-43. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1813/181324071003.pdf>

Pinto, M. (2019). *Habilidades y competencias de gestión de la información*. Obtenido de <http://www.mariapinto.es/alfineees/comunicacion/que.htm>

Prado, R. L. (2001). *Zaguán*. Obtenido de <https://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html#:~:text=En%20sentido%20m%C3%A1s%20espec%C3%ADfico%2C%20el,informaci%C3%B3n%20pertinente%20para%20la%20investigaci%C3%B3n>.

Putnam, L. (2006). En K. J. Linda Putnam, *Organizational Communication, Volumen 1* (págs. 25-46). Obtenido de [file:///C:/Users/Briones%20Mosquera/Downloads/Dialnet-HistoriaYAvancesEnLaInvestigacionEnComunicacionOrg-5301979%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Briones%20Mosquera/Downloads/Dialnet-HistoriaYAvancesEnLaInvestigacionEnComunicacionOrg-5301979%20(1).pdf)

Ramos, C. C. (2009). Las relaciones públicas en la gestión de la comunicación interna. España: AIRP (Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas). Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15719/1/LIBRO%20Las%20relaciones%20p%C3%BAblicas%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20interna.pdf>

Ritter, M. (2000). El rumor: Un análisis epistemológico. Obtenido de http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/bitstream/10819/297/1/Caracterizacion_Ru_mores_Organizacionales_Salazar_2010.pdf

Runa. (2017). *Runahr*. Obtenido de Flujos y tipos de comunicación organizacional: <https://runahr.com/recursos/hr-management/como-son-los-flujos-y-cuales-son-los-tipos-de-la-comunicacion-organizacional/>

- Sarzosa, M. J. (2011). Estrategias de comunicación interna para la difusión de información institucional en tecna Ecuador. *Tesis de Grado*. Universidad Internacional SEK, Quito.
- Simón, H. A. (1947). *Sistemas de comunicación en las organizaciones*.
- Stanton, Etzel y Walker. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: The McGraw-Hill Companies. Obtenido de <https://mercadeo1marthasandino.files.wordpress.com/2015/02/fundamentos-de-marketing-stanton-14edi.pdf>
- Tench. (2017). En *Excelencia en comunicación* (págs. 19-42). Palgrave Macmillan.
- Urcola, J. y. (2015). *Manual práctico de comunicación empresarial*. España: ESIC.

ANEXOS

ANEXO 1. Propuesta piloto

INTRODUCCIÓN

Aquí encontrarás una guía rápida para efectivizar la comunicación interna, mejorar el *feedback*, optimizar las funciones de las herramientas digitales en el contexto de la gestión interna para la socialización de información dentro de la institución.

El Manual de comunicación interna 2.0 también incluye videos interesantes e intuitivos de las diversas herramientas digitales: diseñados para todos los niveles. ¿Qué esperas? Administra tu propio proceso de aprendizaje ahora y contáctanos para compartirnos tus preguntas o dudas.



[Inicio | Manual de comunicación interna 2.0](#)

ANEXO II. ENCUESTAS



Preguntas	Respuestas 59
1. ¿Piensa usted que existe la comunicación y el intercambio de información para las gestiones que necesite realizar como estudiante? *	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Indiferente
2. ¿Se encuentra usted informado sobre los cambios, reuniones u otras actividades internas que se realicen en la Facultad de Comunicación Social? *	<input type="radio"/> Siempre <input type="radio"/> A veces <input type="radio"/> Casi nunca <input type="radio"/> Nunca
3. ¿Por cuál de estos canales de Comunicación usted recibe primero información u órdenes de la carrera? *	<input type="radio"/> Correo institucional <input type="radio"/> Redes sociales <input type="radio"/> Grupos de WhatsApp <input type="radio"/> Comunicados oficiales <input type="radio"/> Otros
4. ¿Considera usted que el personal administrativo y académico se encuentra capacitado para el uso correcto de herramientas digitales en la socialización de información? *	<input type="radio"/> Sí <input type="radio"/> No <input type="radio"/> Indiferente

Encuestas aplicadas de manera online

LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO HERRAMIENTA DE SOCIALIZACIÓN DIGITAL DE INFORMACIÓN (1-59) (1) [Vis... BRIONES MOSQUE

Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda ¿Qué desea hacer?

PROTEGIDA Tenga cuidado: los archivos de Internet pueden contener virus. Si no tiene que editarlo, es mejor que siga en Vista protegida. Habilitar edición

	Hora de inicio	Hora de finalización	Correo electrónico	Nombre	Total de puntos	Comen
1	1/11/21 11:07:41	1/11/21 11:11:40	odanis.moreirac@ug.ec	ODANIS GISSELLE MOREIRA CEDENO		
2	1/11/21 11:41:23	1/11/21 11:42:35	marcelo.bajanam@ug.e	MARCELO SEBASTIAN BAJANA MARTINEZ		
3	1/11/21 11:56:04	1/11/21 11:59:16	anonymous			
4	1/11/21 12:46:14	1/11/21 12:47:49	freddy.alvarezm@ug.ec	FREDDY STALYN ALVAREZ MOREIRA		
5	1/11/21 13:32:17	1/11/21 13:34:40	genesis.parralesm@ug.	GENESIS AZUCENA PARRALES MORALES		
6	1/11/21 15:10:33	1/11/21 15:13:29	jaritza.arauzc@ug.edu.é	JARITZA JAZMIN ARAUZ CUSME		
7	1/11/21 16:03:06	1/11/21 16:05:47	maria.zambranovera@i	MARIA JAMILETH ZAMBRANO VERA		
8	1/11/21 16:27:32	1/11/21 16:29:19	iskra.paredesc@ug.edu	ISKRA NATHALI PAREDES CARDENAS		
9	1/11/21 19:54:10	1/11/21 19:56:30	maria.suarezlo@ug.edu	MARIA DOLORES SUAREZ LOOR		
10	1/11/21 20:55:43	1/11/21 20:57:16	carla.vargaso@ug.edu.é	CARLA ARELIS VARGAS ORDONEZ		
11	1/11/21 21:08:01	1/11/21 21:10:02	claudia.ibarrav@ug.edu	CLAUDIA ALEXI IBARRA VERA		
12	1/11/21 21:29:36	1/11/21 21:31:57	joselyn.velezm@ug.edu	JOSELYN JAELE VELEZ MERA		
13	1/11/21 21:35:42	1/11/21 21:37:46	kevin.ramirez@ug.edu	KEVIN ARIEL RAMIREZ CRIOLLO		
14	1/11/21 21:54:30	1/11/21 21:59:54	bianca.guartant@ug.ed	BIANCA PAMELA GUARTAN TUMBACO		
15	1/12/21 1:04:42	1/12/21 1:06:10	andrea.roab@ug.edu.e	ANDREA CAROLINA ROA BARRAGAN		
16	1/12/21 1:44:49	1/12/21 1:46:33	jessica.rodasq@ug.edu.	JESSICA MELISA RODAS QUINTERO		
17	1/12/21 9:18:26	1/12/21 9:19:35	juan.munizf@ug.edu.ec	JUAN CARLOS MUNIZ FREIRE		
18	1/12/21 13:30:07	1/12/21 13:35:05	ivonne.barragant@ug.e	IVONNE STEFANIA BARRAGAN TRIANA		
19	1/12/21 18:34:11	1/12/21 18:35:28	xiomara.garcian@ug.ed	XIOMARA ELIZABETH GARCIA NAVAS		

ANEXO II. ACUERDO DE TUTORÍAS



ANEXO II.- ACUERDO DEL PLAN DE TUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

Guayaquil, 7 DE DICIEMBRE 2020

Sr (a).
Dra. Alba Barreth G.
Director (a) de Carrera
En su despacho. -

De nuestra consideración:

Nosotros, Pedro Wilfrido Alvarado Andino, docente tutor del trabajo de titulación y el o los estudiante (s) Leslie Catalina Briones Mosquera de la Carrera Comunicación Social, comunicamos que acordamos realizar las tutorías semanales en el siguiente horario viernes de 10h00 a 12h00, durante el periodo ordinario 2020-2021 Ciclo II.

De igual manera entendemos que los compromisos asumidos en el proceso de tutoría son:

Asistir a las tutorías individuales 2 horas a la semana, con un mínimo de porcentaje de asistencia de 70%.
Asistir a las tutorías grupales (3 horas a la semana), con un mínimo de porcentaje de asistencia de 70%.
Cumplir con las actividades del proceso, conforme al Calendario Académico.

Tengo conocimiento que es requisito para la presentación a la sustentación del trabajo de titulación, haber culminado el plan de estudio, los requisitos previos de graduación, y haber aprobado el módulo de actualización de conocimientos (en el caso que se encuentre fuera del plazo reglamentario para la titulación).

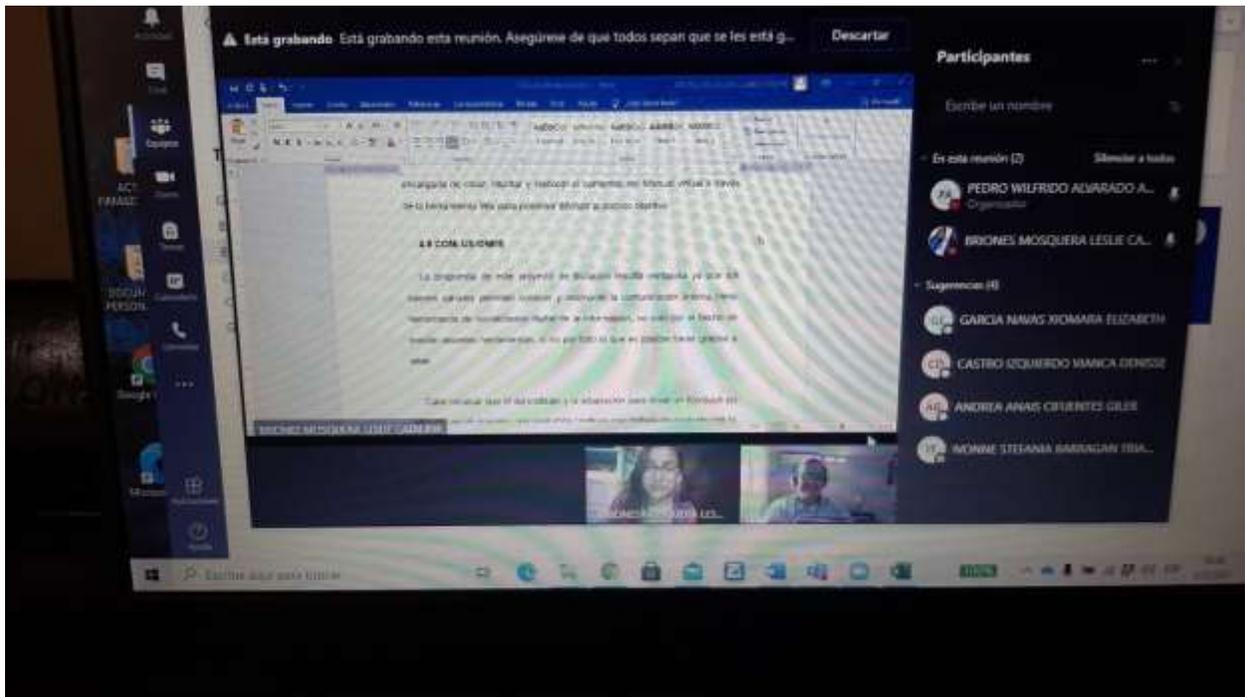
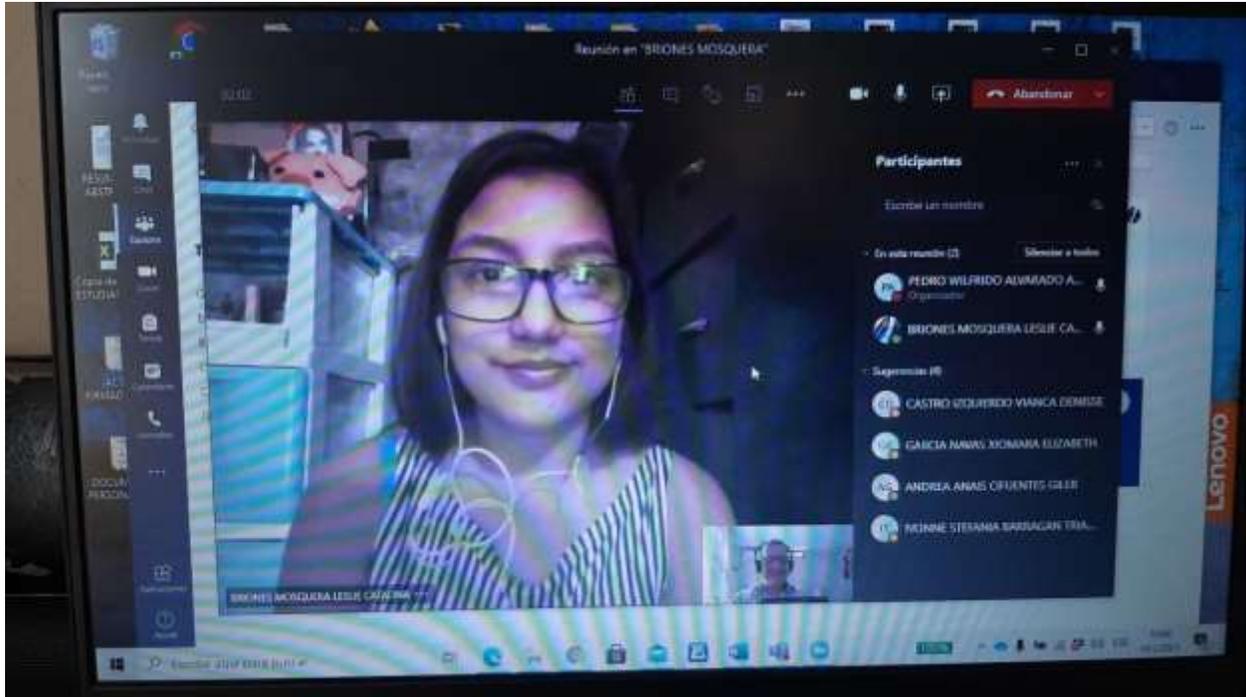
Agradeciendo la atención, quedamos de Ud.

Atentamente,

Firma del estudiante
Leslie Catalina Briones Mosquera
C. I: 0959117425

Firma del Docente Tutor
Ph.D. Pedro Alvarado Andino
CI: 0815099629

ANEXO III. TUTORÍAS INDIVIDUALES





ANEXO IV. INFORME DE AVANCE DE LAS TUTORÍAS



ANEXO IV.- INFORME DE AVANCE DE LA GESTIÓN TUTORIAL *La comunicación interna, como herramienta de socialización digital de información en la Facultad*
 Tutor: Pedro Alvarado Andino Título del trabajo: de Comunicación Social de la Universidad de Cuzco
 Tipo de trabajo de titulación: _____
 Carrera: Comunicaciones Sociales

No. DE SESIÓN	FECHA TUTORÍA	ACTIVIDADES DE TUTORÍA	DURACIÓN:		OBSERVACIONES Y TAREAS ASIGNADAS	FIRMA TUTOR	FIRMA ESTUDIANTE
			INICIO	FIN			
8	15/1/21	Capítulo 3	10h00	12h00	Aplicar las lecturas	Pedro Alvarado A.	Leslie Briones M.
9	22/1/21	Capítulo 3 terminado	10h00	12h00	Empieza cap 4	Pedro Alvarado A.	Leslie Briones M.
10	29/1/21	Capítulo 4	10h00	12h00	Trabaja con cuadros cap 4	Pedro Alvarado A.	Leslie Briones M.
11	5/2/21	Capítulo 4 terminado	10h00	12h00	Revisar conclusiones y recomendaciones	Pedro Alvarado A.	Leslie Briones M.

PEDRO WILFRIDO ALVARADO ANDINO
 Docente-tutor

Firmado digitalmente por PEDRO WILFRIDO ALVARADO ANDINO
 Fecha: 2021.02.05 10:40:16 -05'00'

Gestor de Integración Curricular y Seguimiento a Graduados.

C.I: 0915093629

C.I: _____

Leslie Briones Mosquera