



Universidad de Guayaquil

Facultad de Ciencias Administrativas

Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial

Trabajo de Titulación

**Presentado como requisito para optar por el título de Ingeniero en Marketing y
Negociación Comercial**

Tema:

**Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de
Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019.**

Autores:

Alarcón López Denisse Jordana

Peñaherrera Alonso David Eloy

Tutor:

Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE.

Guayaquil, Octubre 2019

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019		
AUTOR(ES)	Alarcón López Denisse Jordana Peñaherrera Alonso David Eloy		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Tutora: Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE. Revisor: Lcda. Frida Bohórquez, MAE.		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Ciencias Administrativas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial		
GRADO OBTENIDO:	Pre-Grado		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Octubre 2019	No. DE PÁGINAS:	201
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación interna		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Comunicación interna, benchmarking, estrategias, Facultad de Ciencias Psicológicas, Universidad de Guayaquil.		

El presente proyecto tiene como objetivo principal presentar propuestas de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas en la Universidad de Guayaquil. El nivel de investigación que empleado fue descriptiva no experimental, para esto se utilizaron diversas técnicas de investigación aplicadas a una muestra de 542 estudiantes, 60 docentes y 25 miembros del personal administrativo entre las herramientas usadas, se encuentran encuestas dirigidas a personal docente, administrativos, y estudiantes de la facultad, también se realizó un grupo focal con 6 estudiantes de la facultad, los resultados obtenidos permitieron conocer de mejor manera la situación actual de la comunicación interna en la facultad. El benchmarking competitivo fue la herramienta utilizada para la elaboración de estrategias que contribuyan a la mejora de la comunicación interna en la facultad de Ciencias Psicológicas.

ADJUNTO PDF:	X SI	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0984816898 0983165118	E-mail: denisse.alarconl@ug.edu.ec david.penaherreraa@ug.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ab. Elizabeth Coronel Castillo Teléfono: 04-2596830 E-mail: elizabeth.coronelc@ug.edu.ec	



**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Sr.
ECON. MAURICIO VILLACRESES COBO, MF.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING Y
NEGOCIACIÓN COMERCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría al Trabajo de Titulación “**Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019**”, de los estudiantes **Alarcón López Denisse Jordana** y **Peñaherrera Alonso David Eloy**, indicando que han 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 los estudiantes están aptos para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE
C.I. 0909777971



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Sr.

**ECON. MAURICIO VILLACRESES COBO, MF.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING Y
NEGOCIACIÓN COMERCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**

Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación **“Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019”**, de los estudiantes **Alarcón López Denisse Jordana** y **Peñaherrera Alonso David Eloy**. 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 22 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 sublíneas 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 el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que los estudiantes **Alarcón López Denisse Jordana** y **Peñaherrera Alonso David Eloy**, están aptos para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

**Lic. Frida Bohórquez Suárez, MAE.
C.I. No. 0912971397**



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrada **Ing. Leyla Flores Carvajal.**, tutora del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Alarcón López Denisse Jordana** C.C.: **0940280407** y **Peñaherrera Alonso David Eloy** C.C.: **0930453238**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial**.

Se informa que el trabajo de titulación: “**Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019**”, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa antiplagio **URKUND** quedando el 4% de coincidencia.

<https://secure.orkund.com/view/53244721-331266-122282>

**Ing. Leyla Flores Carvajal. MAE
C.I. 0909777971**



**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Habiendo sido nombrada **Ing. Leyla Flores Carvajal. MAE**, tutora del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por: **Alarcón López Denisse Jordana** con C.I.: **0940280407** y **Peñaherrera Alonso David Eloy** con C.I.: **0930453238**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial**.

Tema: “**Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019**”

Aseguro haber revisado el informe arrojado por el Software de Anti-plagio “**URKUND**” y que todas las fuentes utilizadas por el mismo en el trabajo en mención se encuentran debidamente citada de acuerdo con las normas APA vigente, por lo tanto, la presente tesis es de su autoría.

Ing. Leyla Flores Carvajal. MAE
C.I. 0909777971



**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL
USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS**

Nosotros, **Alarcón López Denisse Jordana** con C.C.: **0940280407** y **Peñaherrera Alonso David Eloy** con C.C.: **0930453238** certificamos que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019”**, son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizamos el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Alarcón López Denisse Jordana
C.I. **0940280407**

Peñaherrera Alonso David Eloy
C.I. **0930453238**

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



Universidad de Guayaquil

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICACIÓN DEL DOCENTE TUTOR

Habiendo sido nombrada **Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE**, tutora del trabajo de “**Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019**”. Certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **Alarcón López Denisse Jordana** con C.I.: **0940280407** y **Peñaherrera Alonso David Eloy** con C.I.: **0930453238**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial**, en la Facultad de Ciencias Administrativas, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE.
C.I. 0909777971



**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrado la Lic. Frida Bohórquez Suárez, tutor revisor del trabajo de titulación “**Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019**” certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por los estudiantes: **Alarcón López Denisse Jordana C.C.: 094028040-7** y **Peñaherrera Alonso David Eloy C.C.: 0930453238-8**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, en la Carrera de Marketing y Negociación Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

**Lic. Frida Bohórquez Suárez, MAE.
C.I. No. 0912971397**

Tabla de contenidos

Tabla de contenidos.....	viii
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xiv
CAPÍTULO I	4
1.2 Planteamiento del Problema	5
1.3 Justificación	7
1.4 Delimitación	8
1.4.1 Delimitación Temporal-Espacial.....	8
1.4.2 Delimitación del Universo	8
1.4.3 Delimitación de Contenido.....	8
1.5 Objetivos	9
1.5.1 Objetivo General	9
1.5.2 Objetivos específicos.....	9
1.6 Hipótesis y Variables	9
1.6.1 Hipótesis.....	9
1.6.2 Variable dependiente.....	9
1.6.3 Variable independiente.....	9
CAPÍTULO II	10
2. Marco teórico.....	10
2.1 Antecedentes teóricos	10
2.2 Bases Teóricas	11
2.2.1 Comunicación interna deficiente	11
2.2.1.2 Causas de una comunicación interna deficiente.....	12
2.2.1.3 Conflictos derivados de una comunicación interna deficiente.....	13
2.2.3 Desarrollo organizacional.....	14
2.2.3.1 Beneficios del desarrollo organizacional.....	14
2.2.3.2 Problemas derivados del desarrollo organizacional inadecuado.....	15
2.3 Marco Conceptual	16
2.3.1 Comunicación	16
2.3.2 Comunicación interna	16
2.3.3 Cliente interno.....	17
2.3.4 Cliente Externo	18

2.3.5 Desarrollo organizacional	18
2.3.6 Barreras de la comunicación	18
2.3.6 Benchmarking.....	19
2.4 Marco contextual	19
2.4.1 Historia de la Facultad	20
2.5 Herramientas de comunicación	22
Endomarketing	22
Marketing Digital.....	23
Benchmarking y sus tipos	24
2.6 Estrategias de comunicación en universidades de Guayaquil.	24
2.6 Benchmarking.....	26
2.6.1 Definir a que se va a aplicar y tipos de Benchmarking a utilizar	26
2.6.2 Formar un equipo de especialistas.....	27
2.6.4 Recopilar, procesar y analizar información	28
2.6.5 Concluir sobre mejores prácticas	29
CAPÍTULO III	31
3.1 Objetivo general.....	31
3.2 Objetivos específicos.....	31
3.3 Metodología	31
3.4 Enfoque de la investigación	31
3.4.1 Investigación cualitativa	32
3.4.1.1 Grupos focales.....	32
3.4.2 Investigación cuantitativa	32
3.4.2.1 Encuestas.....	33
3.5 Muestra	33
3.6 Limitaciones	34
3.6 Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes	35
3.6.1 Conclusión de las encuestas aplicada a estudiantes	68
3.7 Análisis de encuesta aplicadas a docentes.....	70
3.7.1 Conclusión de la encuesta de docentes	104
3.8 Análisis personal administrativo.	106
3.8.1 Conclusión de las encuestas a personal administrativo.....	141
3.9 Análisis del Focus Group realizado a estudiantes de la Facultad.....	143
Capítulo IV	146
4.1 Título	146
4.2 Objetivos de la propuesta	146

4.2.1 Objetivo General	146
4.2.2 Objetivos Específicos	146
4.3 Fundamentación de la propuesta	146
4.3.1 Problemas encontrados durante la investigación que se realizó a la Facultad de Psicología.....	147
4.3.2 Estrategias para aplicación.....	151
4.4 Cronograma de la propuesta	153
4.4 Costo/Beneficio de la propuesta	154
Conclusiones	155
Recomendaciones	156
Bibliografía	157
Apéndices	161

Índice de tablas

Tabla 1 Equipo de benchmarking.....	27
Tabla 2 Muestra para la investigación	33
Tabla 3 Sexo de los encuestados.....	35
Tabla 4 Edad de los encuestados	35
Tabla 5 Carrera de los encuestados	36
Tabla 6 Semestre de los encuestados	37
Tabla 7 Conocimiento historia de la facultad.....	38
Tabla 8 Conocimiento historia universidad.....	39
Tabla 9 Conocimiento de misión, visión y valores de la facultad	40
Tabla 10 Conocimiento de misión, visión y valores de la Universidad	41
Tabla 11 Valor con que se identifica la Facultad de Ciencias Psicológicas.....	42
Tabla 12 Valor con que se identifica la Universidad de Guayaquil	43
Tabla 13 Conocimiento de autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas.....	44
Tabla 14 Reputación de la Universidad de Guayaquil.....	45
Tabla 15 Reputación de la Facultad de Ciencias Psicológicas	46
Tabla 16 Relación entre comunicación interna y desarrollo organizacional	47
Tabla 17 Importancia de la gestión de la comunicación	48
Tabla 18 Conocimientos de los medios oficiales en la facultad de Ciencias Psicológicas.....	49
Tabla 19 Grado de satisfacción respecto a mensajes y medios	50
Tabla 20 Área para gestionar la comunicación interna.....	51
Tabla 21 Persona encargada de Comunicación Interna.....	52
Tabla 22 Canales de Comunicación interna que conoce que utiliza la Facultad.....	53
Tabla 23 Medios donde se da a conocer la información importante	54
Tabla 24 Tipo de mensaje que recibe por parte de la Facultad	55
Tabla 25 Medios que se debe cuidar para mejorar la imagen interna	57
Tabla 26 Infraestructura destinada a estudiantes	58
Tabla 27 Reconocimiento del personal administrativo y docente.....	59
Tabla 28 Autoridades mejoran el área académica y administrativa.....	60
Tabla 29 Universidades mejores que la universidad de Guayaquil	61
Tabla 30 Sentido de pertenencia	62
Tabla 31 Oportunidad de cambiarse de Universidad.....	62
Tabla 32 Aspectos Prioritarios de mejora	63
Tabla 33 Guía que contribuye a la mejorar la calidad.....	64
Tabla 34 Recomendación de canales de comunicación.....	65
Tabla 35 Sexo de los encuestados.....	70
Tabla 36 Edad de los docentes encuestados.....	70
Tabla 37 Tiempo de los docentes encuestados trabajando en la facultad	71
Tabla 38 Conocimiento de los docentes sobre historia de la facultad	72
Tabla 39 Conocimiento de los docentes sobre la historia universidad.....	73
Tabla 40 Conocimiento de los docentes sobre la misión, visión y valores de la facultad.....	74
Tabla 41 Conocimiento de docentes sobre la misión, visión y valores de la Universidad	75
Tabla 42 Valor con que los docentes consideran que se identifica la facultad de Ciencias Psicológicas	76

Tabla 43 Valor que indicaron los docentes con el cual se identifica la Universidad de Guayaquil	77
Tabla 44 Conocimiento de autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas por parte de los docentes	78
Tabla 45 Reputación que consideran los docentes posee la Universidad de Guayaquil	78
Tabla 46 Reputación que consideran los docentes goza la Facultad de Ciencias Psicológicas...	79
Tabla 47 Relación entre comunicación interna y desarrollo organizacional según docentes	80
Tabla 48 Importancia de la gestión de la comunicación acorde a docentes	81
Tabla 49 Conocimientos de los medios oficiales en la facultad de Ciencias Psicológicas por parte de los docentes.....	82
Tabla 50 Comunicación interna con jefe inmediato según docentes	83
Tabla 51 Compañerismo en el entorno laboral según docentes	84
Tabla 52 Grado de satisfacción respecto a mensajes y medios acorde a docentes	85
Tabla 53 Área para gestionar la comunicación interna según el criterio de los docentes	86
Tabla 54 Persona encargada de Comunicación Interna según criterio docentes.....	87
Tabla 55 Canales de Comunicación interna que conoce que utiliza la Facultad acorde a docentes.....	88
Tabla 56 Medios donde se da a conocer la información importante a docentes.....	89
Tabla 57 Tipo de mensaje que reciben por parte de la Facultad los docentes.....	91
Tabla 58 Medios que se debe cuidar para mejorar la imagen interna según docentes.	92
Tabla 59 Recursos destinados a docentes	93
Tabla 60 Reconocimiento del personal administrativo y académico según docentes.	94
Tabla 61 Autoridades mejoran el área académica y administrativa según docentes.....	95
Tabla 62 Universidades mejores que la universidad de Guayaquil acorde a docentes.....	96
Tabla 63 Sentido de pertenencia de docentes.....	97
Tabla 64 Oportunidad de cambiarse de Universidad acorde a docentes	98
Tabla 65 Aspectos prioritarios de mejora según docentes	99
Tabla 66 Aumento de compromiso laboral de docentes	100
Tabla 67 Guía que contribuye a la mejorar la calidad según docentes	101
Tabla 68 Recomendación de canales de comunicación acorde a docentes	102
Tabla 69 Sexo del Personal Administrativo	106
Tabla 70 Edad del Personal Administrativo	106
Tabla 71 Tiempo laborando den la Facultad	107
Tabla 72 Conoce la historia de su Facultad	108
Tabla 73 Conoce la historia de su Universidad	109
Tabla 74 Conoce misión, visión y valores de la Facultad	110
Tabla 75 Conocimiento de misión, visión y valores de la Universidad	111
Tabla 76 Valores que se identifica en la práctica profesional.....	112
Tabla 77 Valores que la Universidad identifica en su práctica profesional	113
Tabla 78 Conoce a las autoridades de la Facultad	114
Tabla 79 Reputación de la Universidad de Guayaquil.....	115
Tabla 80 Reputación de la Facultad de Ciencias Psicológicas	116
Tabla 81 Comunicación interna ayuda al Desarrollo Organizacional.....	117
Tabla 82 Importancia de gestionar Comunicación Interna	118
Tabla 83 Medios de comunicación oficiales que conoce dentro de la Facultad.....	119
Tabla 84 Comunicación con su jefe inmediato en general	120
Tabla 85 Satisfacción respecto a los canales de comunicación	121
Tabla 86 Compañerismo en su entorno laboral.....	122

Tabla 87 Área para gestionar la comunicación interna.....	123
Tabla 88 Persona encargada de comunicación interna	124
Tabla 89 Canales que usa la Facultad.....	125
Tabla 90 Medio por el cual se da a conocer la información importante	126
Tabla 91 Tipo de mensajes que recibe por la Facultad	127
Tabla 92 Medios que cuidar para mejorar la imagen interna	128
Tabla 93 Recursos para su desempeño laboral.....	129
Tabla 94 Reconocimiento del personal	130
Tabla 95 Las autoridades mejoran el área académica y administrativa	131
Tabla 96 Otras Universidades mejores que las de Guayaquil	132
Tabla 97 Sentido de pertenencia	133
Tabla 98 Se cambiaría de trabajo	134
Tabla 99 Aspectos que debería mejorar la Facultad	135
Tabla 100 Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil	136
Tabla 101 La guía contribuye	137
Tabla 102 Recomendación de canales de comunicación.....	138
Tabla 103 Estrategia 1	151
Tabla 104 Estrategia 2	151
Tabla 105 Estrategia 3	152
Tabla 106 Estrategia 4	152
Tabla 10714 Cronograma de la propuesta.....	153

Índice de figuras

Figura 1 Ubicación Facultad de Ciencias Psicológicas.....	22
Figura 2 Sexo de los encuestados	35
Figura 3 Edad de los encuestados	36
Figura 4 Carrera de los encuestados	36
Figura 5 Semestre de los encuestados.....	38
Figura 6 Conocimiento historia de la facultad	39
Figura 7 Conocimiento historia universidad	40
Figura 8 Conocimiento de misión, visión y valores de la Facultad.....	41
Figura 9 Conocimiento de misión, visión y valores de la Universidad	42
Figura 10 Valor con que se identifica la facultad de Ciencias Psicológicas	43
Figura 11 Valor con que se identifica la Universidad de Guayaquil	44
Figura 12 Conocimiento de autoridades Facultad de Ciencias Psicológicas	45
Figura 13 Reputación de la Universidad de Guayaquil	46
Figura 14 Reputación de la Facultad de Guayaquil	47
Figura 15 Relación entre comunicación interna y desarrollo organizacional	48
Figura 16 Importancia de la gestión de la comunicación.....	49
Figura 17 Conocimiento de los medios oficiales en la Facultad de Ciencias Psicológicas	50
Figura 18 Grado de satisfacción respecto a mensajes y medios.....	51
Figura 19 Área para gestionar la comunicación interna	52
Figura 20 Persona encargada de Comunicación Interna	53
Figura 21 Canales de Comunicación Interna que conoce que utiliza la Facultad	54
Figura 22 Medios donde se da a conocer la información importante	55
Figura 23 Tipo de mensaje que recibe por parte de la Facultad.....	56
Figura 24 Medios que se deben cuidar para mejorar la imagen interna	57
Figura 25 Infraestructura destinada a estudiantes	58
Figura 26 Reconocimiento del personal administrativo y docente	59
Figura 27 Autoridades mejoran el área académica y administrativa.....	60
Figura 28 Universidades mejores que la Universidad de Guayaquil.....	61
Figura 29 Sentido de pertenencia	62
Figura 30 Oportunidad de Cambiarse de Universidad	63
Figura 31 Aspectos prioritarios de mejora	64
Figura 32 Guía que contribuye a mejorar la calidad	65
Figura 33 Recomendación de canales de comunicación.....	66
Figura 34 Jornada de ideas para mejorar la comunicación.....	67
Figura 35 Sexo de los docentes encuestados.....	70
Figura 36 Edad de los docentes encuestados	71
Figura 37 Tiempo de los docentes encuestados trabajando en la facultad.....	71
Figura 38 Conocimiento de los docentes sobre historia de la facultad	72
Figura 39 Conocimiento de los docentes sobre la historia universidad	73
Figura 40 Conocimiento de los docentes sobre la misión, visión y valores de la facultad	74
Figura 41 Conocimiento de los docentes sobre la misión, visión y valores de la Universidad ...	75
Figura 42 Valor con los docentes consideran que se identifica la facultad de Ciencias Psicológicas	76
Figura 43 Valor que indicaron los docentes con el cual se identifica la Universidad de Guayaquil	77

Figura 44 Conocimiento de autoridades Facultad de Ciencias Psicológicas por parte de los docentes.....	78
Figura 45 Reputación que consideran los docentes posee la Universidad de Guayaquil.....	79
Figura 46 Reputación que consideran los docentes goza la Facultad de Ciencias Psicológicas .	80
Figura 47 Relación entre comunicación interna y desarrollo organizacional según docentes...	81
Figura 48 Importancia de la gestión de la comunicación acorde a docentes	82
Figura 49 Conocimientos de los medios oficiales en la facultad de Ciencias Psicológicas por parte de los docentes.....	83
Figura 50 Comunicación interna con jefe inmediato según docentes.....	84
Figura 51 Compañerismo en el entorno laboral según docentes.....	85
Figura 52 Grado de satisfacción respecto a mensajes y medios acorde a docentes	86
Figura 53 Área para gestionar la comunicación interna acorde a docentes.....	87
Figura 54 Persona encargada de Comunicación Interna según criterio docentes.....	88
Figura 55 Canales de Comunicación Interna que conoce que utiliza la Facultad acorde a docentes.....	89
Figura 56 Medios donde se da a conocer la información importante a docentes	90
Figura 57 Tipo de mensaje que reciben por parte de la Facultad los docentes	91
Figura 58 Medios que se debe cuidar para mejorar la imagen interna según docentes.....	92
Figura 59 Recursos destinados a docentes	93
Figura 60 Reconocimiento del personal administrativo y docente	94
Figura 61 Autoridades mejoran el área académica y administrativa según docentes	95
Figura 62 Universidades mejores que la Universidad de Guayaquil acorde a docentes.	96
Figura 63 Sentido de pertenencia de docentes	97
Figura 64 Oportunidad de Cambiarse de Universidad acorde a docentes	98
Figura 65 Aspectos prioritarios de mejora según docente	99
Figura 66 Aumento de compromiso laboral de docentes.....	100
Figura 67 Guía que contribuye a mejorar la calidad acorde a docentes.....	101
Figura 68 Recomendación de canales de comunicación según docentes	102
Figura 69 Sexo del Personal Administrativa.....	106
Figura 70 Edad del Personal Administrativo	107
Figura 71 Tiempo laborando en la Facultad.....	108
Figura 72 Conocimiento de la Historia de la Facultad.....	109
Figura 73 Conocimiento de la historia de la Universidad	110
Figura 74 Conoce misión, visión y valores de la Facultad	111
Figura 75 Conocimiento de misión, visión y valores de la Universidad	112
Figura 76 Valores que se identifican en la práctica profesional	113
Figura 77 Valores que la Universidad identifica en su práctica profesional	114
Figura 78 Conoce a las autoridades de la Facultad	115
Figura 79 Reputación de la Universidad de Guayaquil	116
Figura 80 Reputación de la Facultad de Ciencias Psicológicas.....	117
Figura 81 Comunicación interna ayuda al Desarrollo Organizacional	118
Figura 82 Importancia de gestionar Comunicación Interna.....	119
Figura 83 Medios de comunicación oficiales que conoce dentro de la Facultad	120
Figura 84 Comunicación con su jefe inmediato en general	121
Figura 85 Satisfacción respecto a los canales de comunicación	122
Figura 86 Compañerismo en su entorno laboral.....	123
Figura 87 Área para gestionar la comunicación interna	124
Figura 88 Persona Encargada de comunicación interna	125

Figura 89 Canales que usa la Facultad	126
Figura 90 Medio por el cual se da a conocer la información importante	127
Figura 91 Tipo de mensajes que recibe por la Facultad.....	128
Figura 92 Medios que cuidar para mejorar la imagen interna	129
Figura 93 Recursos para su desempeño laboral	130
Figura 94 Reconocimiento del personal.....	131
Figura 95 Las autoridades mejoran el área académica y administrativa	132
Figura 96 Otras Universidades mejores que las de Guayaquil.....	133
Figura 97 Sentido de Pertenencia	134
Figura 98 Oportunidad de cambio de trabajo.....	135
Figura 99 Aspectos que mejorar en la Facultad	136
Figura 100 Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil.....	137
Figura 101 La guía contribuye	138
Figura 102 Recomendación de canales de comunicación.....	139
Figura 103 Metas y objetivos de las unidades administrativas de la Universidad de Guayaquil Recuperado de: Matriz de metas por departamento de la Universidad de Guayaquil, 2015..	147
Figura 104 Flujo de la comunicación dentro de la FCP	150
Figura 105 Evidencia del focus group.....	161
Figura 106 Evidencia 2 del focus group.....	161
Figura 107 Audio del focus group	162



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE
MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL**

**PROPUESTA DE MEJORA PARA EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA
EN LA FACULTAD DE CIENCIAS PSICOLÓGICAS DE LA UNIVERSIDAD DE
GUAYAQUIL, AÑO 2019**

Autores: Denisse Alarcón López y David Eloy Peñaherrera Alonso

Tutor de tesis: Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE.

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo principal presentar propuestas de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas en la Universidad de Guayaquil. El nivel de investigación que empleado fue descriptiva no experimental, para esto se utilizaron diversas técnicas de investigación aplicadas a una muestra de 542 estudiantes, 60 docentes y 25 miembros del personal administrativo entre las herramientas usadas, se encuentran encuestas dirigidas a personal docente, administrativos, y estudiantes de la facultad, también se realizó un grupo focal con 6 estudiantes de la facultad, los resultados obtenidos permitieron conocer de mejor manera la situación actual de la comunicación interna en la facultad. El benchmarking competitivo fue la herramienta utilizada para la elaboración de estrategias que contribuyan a la mejora de la comunicación interna en la facultad de Ciencias Psicológicas.

Palabras claves: Benchmarking, comunicación interna, estrategias, Facultad de Ciencias Psicológicas, Universidad de Guayaquil.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS CARRERA DE MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

IMPROVEMENT PROPOSAL FOR THE INTERNAL COMMUNICATION SYSTEM IN THE FACULTY OF PSYCHOLOGICAL SCIENCES OF THE UNIVERSITY OF GUAYAQUIL, YEAR 2019

Authors: Denisse Alarcón López y David Eloy Peñaherrera Alonso

Tutor: Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE.

ABSTRACT

The main objective of this project is to present improvement's proposals for the internal communication system at the Faculty of Psychological Sciences at the University of Guayaquil. The level of research that was used was non-experimental descriptive, for this purpose various research techniques applied to a sample of 542 students, 60 teachers and 25 members of the administrative staff, among the tools used, there are surveys aimed at teaching staff, administrative staff, and students of the faculty, a focus group was also run with 6 students of the faculty, the results obtained allowed to know the current situation of internal communication in the faculty in a better way. Competitive benchmarking was the tool used to develop strategies that contribute to the improvement of internal communication in the Faculty of Psychological Sciences.

Palabras claves: Benchmarking, internal communication, strategies, Faculty of Psychological Sciences, University of Guayaquil.

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo se tiene como finalidad desarrollar propuestas que contribuyan en la mejora de la comunicación interna en la facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, por esta razón este trabajo se encuentra constituido por 4 capítulos, pudiendo así desarrollar el tema de manera amplia y cumplir los objetivos propuestos dentro de la investigación.

Para cumplir con dichos objetivos se estableció el nivel de investigación a ser usado dentro del proyecto, al igual que las herramientas de evaluación cualitativas y cuantitativas.

Dentro del Capítulo I se presentó la problemática y justificación de la investigación, se establecieron los objetivos de la investigación, se plantearon las diversas delimitaciones para el proyecto y se elaboró la hipótesis con sus respectivas variables.

En el Capítulo II, se revisaron diferentes teorías relacionadas con la comunicación interna, desarrollo organizacional, y benchmarking, las cuales servirían de sustento para la elaboración de la propuesta.

En la parte correspondiente al Capítulo III, se estableció el nivel de investigación, el cual fue descriptivo no experimental, se definieron las herramientas a utilizar para la recolección de información, las cuales fueron, el cuestionario para las encuestas, y la guía de preguntas para el grupo focal, para el cálculo de las muestras, se aplicó la fórmula de muestreo estratificado para poblaciones finitas, finalmente en este capítulo se analizan los datos obtenidos de la investigación, los cuales servirán en la elaboración de la propuesta.

En el Capítulo IV, se desarrollaron las estrategias que contribuirían a la mejora de la comunicación interna en la facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, para elaborar dicha propuesta se utilizó el benchmarking.

CAPÍTULO I

1. Antecedentes

El creciente ritmo en las transformaciones sociales, culturales y políticas, acelerados con las innovaciones tecnológicas, ha conferido especial protagonismo especial a la comunicación organizacional. (Túñez López, 2012).

Esto ha provocado que la supervivencia de las instituciones este estrechamente ligada en gran manera a la imagen y confianza que logren generar, no solo a su cliente externo, sino que también con el interno. (Simancas González & García López, 2017)

Las Instituciones de Educación Superior en Ecuador, también atraviesan por momentos de cambio, uno de ellos es la gestión que dan a la comunicación, dado que se está dejando atrás el antiguo enfoque solamente direccionado al cliente externo y el cliente interno está cobrando vital relevancia en todos los procesos que se dan dentro de dichas instituciones.

Según Rodríguez Castillo (2017) en un estudio realizado a las universidades en el Ecuador, en el cual está incluido la Universidad de Guayaquil, se pudo evidenciar que cerca del 70% de las Instituciones de Educación Superior no cuentan con un personal o departamento encargado exclusivamente a la gestión de la comunicación interna; sin embargo, todas si cuentan con departamentos que se encarguen de la que va dirigida al cliente externo, esto ha dado paso a que existan diversas falencias relacionadas a la comunicación dentro de las organizaciones, siendo el más común y recurrente de estos, situaciones de inconformidad generados por la manera en que fluye la información. (pág. 51)

Sin embargo, las universidades en el Ecuador están tomando medidas respecto a estos problemas ligados a la comunicación interna, es así que existen planes en desarrollo para la implementación de sistemas, con los cuales se pueda gestionar la

comunicación interna de mejor manera y hacer cambios que contribuyan al crecimiento de los sistemas actualmente existentes, los cuales en la mayoría de los casos se ha visto en desuso, estos cambios planificados por los administrativos de las universidades se ven relacionados con la implementación de herramientas tecnológicas las cuales permitan a las universidades conectar de mejor manera con su cliente interno.

(Rodríguez Castillo, 2017)

1.2 Planteamiento del Problema

En el Ecuador el interés hacia la comunicación interna se da de forma limitada tanto en empresas como en universidades afectando así el desarrollo organizacional efectivo de las mismas. En las Instituciones de Educación Superior la comunicación con el cliente interno que estas poseen no se ha dado de la manera más óptima, llegando esto a generar situaciones de inconformidad dentro del ambiente laboral. (Gutiérrez Paredes, 2016)

Las empresas y universidades que existen en el Ecuador manejan la comunicación interna a través del departamento de Talento Humano o Relaciones Públicas, la prioridad de estos ha sido la comunicación externa, debido a que erróneamente se ha considerado que este tiene más relevancia, ya que sus resultados pueden ser evidenciados de manera económica y social, restándole de esta forma importancia a la comunicación interna. Esto ha dado origen a que exista gran número de problemas al momento de desempeñar funciones dentro de las organizaciones, primando el uso incorrecto de los canales de comunicación para enviar mensajes entre quienes conforman el cliente interno de las organizaciones; en el caso universitario, el personal administrativo, docente y estudiantes. (Toaquiza Changoluisa, 2018)

La falta de comunicación interna dentro de las universidades genera situaciones de ruido e incertidumbre, las cuales son causantes de efectos negativos en la motivación

del personal y en el sentido de pertenencia que estos deberían tener hacia la universidad en la cual desempeñan sus funciones.

La Universidad de Guayaquil históricamente ha presentado inconvenientes relacionados a su planificación operativa, esto ha generado que surjan nuevas necesidades dentro de la Institución de Educación Superior que afectan su correcto funcionamiento en cuanto a la parte operativa, infraestructura y sistemas de información, gestión tecnológica, de comunicación interna y talento humano. (Universidad de Guayaquil, 2018)

Estas fallas dadas en la Universidad de Guayaquil han ocasionado que no se pueda dar una correcta gestión en los diferentes ámbitos de las facultades que conforman la ciudadela universitaria, es por esto que para la elaboración del presente proyecto de titulación se escogió a la Facultad de Ciencias Psicológicas como objeto de estudio, parte de estas fallas dentro de dicha facultad se pueden evidenciar en el estudio realizado por Calderón Velazco (2017) quien en su trabajo de investigación realizado sobre la gestión de la comunicación interna existente dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas en la Universidad de Guayaquil, manifestó que en base a los resultados obtenidos, se puede constatar que existe una resistencia que permitan la correcta transmisión de información entre los agentes internos que interactúan de manera diaria en dicha facultad, otro de los principales hallazgos a resaltar de su investigación, está que el 52% de los encuestados considera que la facultad carece de un sistema que permita gestionar la comunicación interna de manera correcta, lo cual incide en las falencias que presentan en su desempeño los estudiantes, docentes y personal administrativo. (pág. 76)

La Facultad de Ciencias Psicológicas de la Educación de la Universidad de Guayaquil en la actualidad presenta falencias relacionadas con la comunicación interna,

fallas que se han dado por diversos factores y se refieren en general a un desarrollo organizacional no tan óptimo que existe dentro de la misma, lo cual ha dado origen a situaciones de desinformación e inconformidad entre los estudiantes, docentes y personal administrativo, esto llevado al surgimiento de rumores y en muchos casos a la divulgación de información falsa.

1.3 Justificación

La presente investigación realiza con el fin de desarrollar una propuesta que contribuya a mejorar del sistema de comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, que brindará un amplio beneficio a quienes conforman el cliente interno y externo de la misma, ya que contribuirá a que exista un mejor manejo de la comunicación interna que se da en dicha facultad. Por esta razón, es necesario estudiar los componentes que influyen en el proceso de la comunicación interna y en base a estos generar una investigación profunda dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

La investigación será de corte descriptiva no experimental, con enfoque cuantitativo y cualitativo, se aplicarán diversas herramientas de investigación pertenecientes a estos enfoques, teniendo como unidades de análisis a docentes, personal administrativo y estudiantes, con el fin de generar una propuesta que contribuya en la solución de los problemas que presenta la Facultad respecto a la manera en que se transmite la información en su interior. Además, es de gran relevancia social puesto que los resultados obtenidos contribuirán a impulsar futuras investigaciones en este campo.

La línea de investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas a la cual se encuentra ligado el proyecto es: Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Empresarial, que a su vez tributa a la sub-línea de investigación: La comunicación en la

mercadotecnia, perteneciente a la carrera Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial.

1.4 Delimitación

1.4.1 Delimitación Temporal-Espacial

El presente proyecto de investigación se desarrollará en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, ubicada en la ciudadela universitaria Salvador Allende, durante los meses de abril hasta agosto del año 2019.

1.4.2 Delimitación del Universo

El público a quien irá dirigido el proyecto de investigación es el personal docente, administrativo y estudiantes que forman parte de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

1.4.3 Delimitación de Contenido

El contenido del presente proyecto de investigación se establecen los siguientes puntos a tomar en consideración:

- Comunicación interna y sus tipos
- Problemas y bondades surgidos de la comunicación interna
- Diagnóstico de la comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas.

La investigación culminará con el desarrollo de una propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Proponer mejoras al sistema de comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil que contribuya al desarrollo organizacional.

1.5.2 Objetivos específicos

- Revisar la bibliografía correspondiente al estudio de comunicación interna en las instituciones de educación superior.
- Diagnosticar el estado actual de la Comunicación Interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.
- Diseñar propuesta de mejoramiento de la comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

1.6 Hipótesis y Variables

1.6.1 Hipótesis

La elaboración de una propuesta para el mejoramiento del sistema de comunicación interna en de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil contribuirá a una mejora del desarrollo organizacional.

1.6.2 Variable dependiente

Desarrollo organizacional

1.6.3 Variable independiente

Comunicación Interna

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1 Antecedentes teóricos

Balarezo Toro (2014) en su estudio denominado “ La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de las empresas” pudo identificar el vínculo existente entre la comunicación interna y el desarrollo organizacional. Para la elaboración de su estudio el autor revisó literatura relacionada con el desarrollo organizacional, y mediante una encuesta aplicada a 238 empleados de diferentes empresas, le permitió concluir que el manejo erróneo de la comunicación interna da origen a problemas en desarrollo organizacional, haciendo que este se de en forma inadecuada, llegando a afectar la coordinación de actividades dentro de la organización y los niveles de productividad que los trabajadores deberían tener. (pág. 110)

Sánchez Cortés (2015) presentó un estudio titulado “ La importancia del desarrollo organizacional en una Institución Pública de Educación Superior” con el cual buscaba identificar los principales factores que contribuyen a que exista un correcto desarrollo organizacional dentro de las universidades públicas, determinó que para evitar la formación de un clima organizacional inadecuado, es importante hacer énfasis en el fortalecimiento de los elementos de motivación apropiados, con una filosofía de servicio plasmada en la misión y visión, que fundamenten y que den sentido a los valores de los diferentes departamentos existentes dentro de las universidades, además de realizar un esfuerzo constante por crear una cultura proactiva y dispuesta al cambio como estrategia directiva, contribuyendo todo esto para el desarrollo de un personal comprometido y solidario con la meta de la universidad en proporcionar servicios educativos de calidad . (pág. 136)

Andrade Amaya (2010) en su trabajo de tesis titulado “Desarrollo organizacional y motivación en el sector público ecuatoriano” destacó que existen factores esenciales a controlar para evitar un desarrollo organizacional inadecuado, entre estos están garantizar que la comunicación dentro de organización sea; oportuna, transparente y clara, además de garantizar la creación de ambientes de trabajo libres de conflictos, en los cuales el talento humano que forma parte de la institución pueda desempeñar sus labores de forma óptima, debido a que si se brindan las vías de comunicación y espacios de trabajo adecuados, el personal se sentirá más comprometido, presentarán menos resistencia a los cambios, y se podrá evidenciar un desarrollo organizacional constante y sostenido. (pág. 97)

Wills, Cevallos, Sadi y Ancin (2017) en su tesis de investigación titulada “La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso organizacional: El caso de una universidad ecuatoriana” definieron dentro de la primera fase la relación que existe entre la comunicación interna y el compromiso organizacional, de la cual se establecieron diferencias empíricas acerca de las organizaciones y los supervisores que deben centrar sus esfuerzos en la comunicación interna y, de esta manera, aumentar la percepción de apoyo recibido y lograr una mayor identificación de los empleados con la organización y realza lo esencial que es el hecho de que el personal se identifique con la filosofía organizacional y con las estrategias que la organización desea implementar en su ámbito de función. (pág. 156)

2.2 Bases Teóricas

2.2.1 Comunicación interna deficiente

Según la Universidad de Puerto Rico (2016) en una investigación realizada menciona que una mala gestión de la comunicación interna es la causa de la mayoría de los problemas puertas adentro que presentan las organizaciones. Cuando no se resuelven

rápida pueden crear sentimientos negativos entre compañeros, relaciones débiles entre los líderes y el resto de los empleados, un mal clima laboral y una disminución de la productividad, afectando la continuidad de cada proceso que desarrolla la empresa.

2.2.1.2 Causas de una comunicación interna deficiente

Según Info As Enterprises (2008) en un estudio realizado, identifiqué 8 de las causas más importantes por las cuales se genera una comunicación interna deficiente dentro de las organizaciones, las mismas que serán presentadas a continuación:

1. Estilo de dirección autocrático: Un estilo autocrático propicia la falta de comunicación ascendente y todo tipo de retroalimentación, el principal temor es la pérdida de poder. La dinámica cultural de colaboración entre compañeros y departamentos puede representar una barrera de difícil superación
2. Conflictos entre personas: Los conflictos entre diferentes empleados o equipos en la organización hacen que la información no fluya y se vea distorsionada.
3. Tipo de canales usados: La elección equivocada de los canales y herramientas usados en la comunicación puede llegar a ser un elemento clave en el fracaso comunicativo. En este apartado, Internet y sus diferentes usos según rango de edad o habitualidad en su uso, pueden representar un claro ejemplo.
4. Cantidad inadecuada de información: Esta causa está asociada normalmente a la falta de información, por lo que entre empleados podría crear rumores y distorsionar el mensaje original.
5. Falta de capacidad para la comunicación: Otro error puede ser la falta de formación de los empleados para que generen una comunicación efectiva y formal en los momentos clave.
6. Falta de seguimiento: La retroalimentación en estos casos puede ser vital para futuras comunicaciones internas. Habitualmente no se controla el correcto recibimiento del

mensaje, junto con su completa comprensión, por lo que puede que no se realice de la mejor manera posible.

7. Fracaso en el crear una cultura de comunicación: Por último, la cultura de confianza con la empresa y su equipo directivo, ayudará a que cualquier tipo de comunicación interna consiga el éxito. (Info As Enterprises, 2008)

2.2.1.3 Conflictos derivados de una comunicación interna deficiente

Según Marco Arru (2014), especialista en Comunicación Organizacional, en su investigación menciona que existen conflictos derivados de una inadecuada gestión formal de comunicación, entre los cuales se pueden destacar los siguientes:

1. Desorientación y dificultades de alineamiento del personal con la estrategia corporativa: Si no hay una buena comunicación entre los colaboradores, cada cual entenderá las cosas de forma diferente y la inexistencia de un discurso común los desorientará.
2. Falta de colaboración y compromiso: Si el personal no se siente parte de la organización, su grado de compromiso será muy pobre.
3. Dificultades en la circulación de la información: La información operativa carece de circuitos para circular en tiempo y forma, generando obstáculos en las operaciones y pérdida de productividad.
4. Profusión del rumor y de una cultura basada en la desconfianza: Si los flujos de comunicación corren por canales formales con la transparencia y velocidad adecuadas, se producen vacíos de información que son llenados por el rumor, prejuicios positivos o negativos verosímiles pero falsos y que desvían la atención de la gestión profesional.
5. Desmotivación y pérdida de productividad: Si los trabajadores sienten que no están informados de lo que pasa y que sus opiniones o ideas no importan, dejarán de poner interés y pasión en lo que hacen.

6. Deterioro del clima laboral: Si no se deja hablar y no se escucha al personal, cualquier acción puede acabar en negatividad, secretismos y rumores.
7. Escasez de oportunidades de desarrollo de habilidades colaborativas: Existen pocas oportunidades de desarrollo de habilidades colaborativas y ello dificulta el crecimiento de los proyectos y de las personas.
8. Problemas de adaptación a cambios y/o a nuevas condiciones de trabajo: Los cambios en el contexto socioeconómico de los países requieren la urgencia en la capacidad de transformación de las organizaciones.
9. Falta de espacios de colaboración: Las organizaciones necesitan incorporar herramientas con las que desarrollar espacios para trabajar de una manera más colaborativa y transversal. Si no se tiene espacios para almacenar el conocimiento colectivo, se puede perder parte del mismo.
10. Falta de canales para vehicular las necesidades que la gente tiene de expresarse: La gestión de las personas tiene que considerar la posibilidad de expresión de los colaboradores para que puedan canalizar sus opiniones y sugerencias de manera que enriquezcan a la organización y sus resultados.

2.2.3 Desarrollo organizacional

Bennis (1966) define al desarrollo organizacional como:

Una respuesta al cambio, una compleja estrategia educacional con la finalidad de cambiar las creencias, actitudes, valores y estructura de las organizaciones, de modo que éstas puedan adaptarse mejor a nuevas tecnologías, nuevos mercados y nuevos desafíos, y al aturdidor ritmo de los propios cambios (pág. 14).

2.2.3.1 Beneficios del desarrollo organizacional

Acorde a Cassiraga (2017) entre los principales beneficios que se pueden identificar derivados del correcto desarrollo organizacional están:

1. Mejora en las relaciones humanas, fomentando el trabajo en equipo entre los miembros de la organización, mediante la apertura en la comunicación.
2. Integración de los intereses individuales a los objetivos y metas organizacionales.
3. Optimización de recursos y mejora en la competitividad de los miembros de la organización.
4. Conseguir armonización entre los factores tecnológicos y el talento humano.

2.2.3.2 Problemas derivados del desarrollo organizacional inadecuado

Reyes Díaz (2017) destaca la existencia de problemas derivados por el mal desarrollo organizacional, entre estos problemas están:

1. Problemas en la comunicación interna: Un desarrollo organizacional conlleva al surgimiento de problemas de comunicación entre las partes que conforma a la organización o a que se sufran trastornos en el proceso de comunicación, lo cual dificulta la transmisión de mensajes.
2. **Problemas de adaptación a cambios y/o a nuevas condiciones de trabajo:** Los cambios en el contexto socioeconómico de los países requieren la urgencia en la capacidad de transformación de las organizaciones que, mientras tanto, están con dificultades para lograr la adaptación a cambios y/o a nuevas condiciones de trabajo necesarias para dar respuesta a la realidad cambiante de los tiempos que corren.
3. **Falta de colaboración y compromiso:** Si el personal no se siente parte de la organización, su grado de compromiso será muy pobre, carecerá de un sentimiento de pertenencia hacia la institución donde desempeña sus labores.
4. Mal clima laboral: Un desarrollo organizacional inadecuado, puede dar origen a conflictos entre los miembros que conforman a la organización, creando malestar e inconformidad entre las personas que se encuentran cercanos a ellos en sus puestos de trabajo.

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 Comunicación

La comunicación se ha convertido en una herramienta vital para el desarrollo de las actividades que realizan las personas en los diferentes entornos en los que se desenvuelven. Según Etzel, Walker & Santon (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)

Complementando la definición previamente expuesta se puede agregar lo mencionado por Hernández y Garay (2005) quienes sostienen que la comunicación puede o no tener la intención de influir en el comportamiento de las personas que están al alcance del mensaje emitido. (pág. 31).

Para Albuérne González & Pino Fernández (2013) “La comunicación es hacer a otro partícipe de lo que uno tiene, quiere o siente. Expresando emociones, necesidades o pensamientos, es un acto intencional que debe apoyarse en un sistema de símbolos y reglas para ser más eficaz. (pág. 8)

Estas definiciones presentan la idea de que la comunicación es un proceso el cual se da entre 2 o más actores los cuales tienen la intención de compartir un mensaje, este proceso de comunicación se da de manera intencionado entre las personas, también se puede resaltar que en algunas ocasiones los mensajes transmitidos tienen la intención de influir en la conducta de la persona.

2.3.2 Comunicación interna

Según Elorriaga (2018) la comunicación interna puede definirse como el uso planeado de acciones de comunicación para influenciar sistemáticamente el conocimiento, las actitudes y los comportamientos de todas las personas que forman parte de las actividades diarias de una organización, fomentando de esta forma su

participación y estimularlos a que sean agentes generadores de cambios dentro de la institución donde desempeñan sus funciones (pág. 9).

La comunicación interna tiene como objetivo contribuir al desarrollo de un ambiente laboral idóneo dentro de las organizaciones. Fernández Collado (2014) define a la comunicación interna como:

El conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan bien informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (pág. 94)

Las presentes definiciones exponen la importancia que existe en las organizaciones acerca del desarrollo de buenas estrategias de comunicación interna que permitan al personal generar confianza, empatía y la motivación adecuada para que pueda desarrollar sus actividades diarias, es importante hacer partícipe de este proceso a todas aquellas personas que forman parte del cliente interno de la organización.

2.3.3 Cliente interno

Clientes internos son todas las personas involucradas en las actividades que se desarrollan dentro de una organización, cualquiera que fuere este su tipo, que, por su ubicación en el puesto de trabajo, pueden ser de carácter administrativo, directivo u obrero. (Flores , 2014)

Cortez (2017) define al cliente interno como el factor humano que atrae nuevas audiencias y funciona como engranaje para que se puedan desempeñar las funciones dentro de una institución a plenitud. De acuerdo a la publicación realizada por Cortez es importante que las instituciones destinen la misma energía y recursos que se le da al tratamiento para lograr nuevos clientes, al cuidado del cliente interno, en especial a la

generación de canales de comunicación adecuados, dado que la comunicación tiene gran incidencia en el correcto desempeño de las actividades realizadas.

En el caso universitario, el cliente interno sigue siendo el motor que mueve las actividades que se efectúan en las instituciones, es de suma importancia que se procure tener las correctas vías para gestionar la comunicación entre docentes y administrativos dado que de esta manera se reducirán los momentos de incertidumbre y ruido derivados por la falta de comunicación.

2.3.4 Cliente Externo

Álvarez Botello & Chaparro Salinas (2014) definen al cliente externo como “Los individuos que reciben los productos o los servicios de una empresa” (pág. 15).

2.3.5 Desarrollo organizacional

Beckard (2015) define el desarrollo organizacional como un esfuerzo planeado que abarca toda la organización, administrado desde arriba, para aumentar la eficacia y la salud de la organización, a través de intervenciones planeadas en los procesos organizacionales, usando conocimientos de la ciencia del comportamiento.

Lippitt (2014) caracteriza el desarrollo organizacional como el fortalecimiento de aquellos procesos humanos dentro de las organizaciones que mejoran el funcionamiento del sistema orgánico para alcanzar sus objetivos.

Estas definiciones indican que el desarrollo organizacional se vale de un conjunto de técnicas, herramientas y prácticas destinadas a mantener un correcto funcionamiento de la organización dinamizando los procesos y generando un favorable ámbito de trabajo.

2.3.6 Barreras de la comunicación

Juárez Donato (2012) menciona que se puede entender por barreras de comunicación a todos aquellos factores que la impiden u obstaculizan el proceso de

comunicación, estos pueden darse por factores externos a la organización o por falencias del emisor y receptor.

Según Manzano Chura (2017) el proceso de la comunicación está acompañado de barreras que funcionan como obstáculos o resistencias a la comunicación entre personas, logrando distorsionar el significado de los mensajes, situaciones que interfieren el acto comunicativo (pág. 29), dentro de las Instituciones de Educación Superior se pueden encontrar barreras relacionadas a la comunicación interna, entre ellas están:

- Directivos que ignoran la ejecución de los procesos de comunicación.
- Colaboradores que ignoran los objetivos de la organización.
- La carencia del control de los procesos de comunicación dentro de la organización.

Ambas definiciones presentadas respecto a las barreras que limitan la comunicación mencionan: que se pueden ocasionar obstáculos por distintos factores tanto como externos o internos a la organización y estos inconvenientes generan interrupciones en el proceso de comunicación, llegando a dañar el mensaje que se busca transmitir.

2.3.6 Benchmarking

El benchmarking puede definirse como: “Un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones reconocidas como las mejores prácticas, aquellos competidores más duros.” (Kearns, 1986)

2.4 Marco contextual

La presente investigación se realiza en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, la cual será analizada para así proponer mejoras al sistema de comunicación interna con que esta cuenta.

2.4.1 Historia de la Facultad

El 7 de agosto de 1979, el H. Consejo Universitario, aprobó el Reglamento de la Escuela de Psicología, en el cual se legitimaron, las carreras de Psicología Clínica, Psicología Educativa, Psicología Industrial y Psico rehabilitación Educativa. Este acto jurídico, justificó legalmente, la necesidad de la creación de la Facultad de Ciencias Psicológicas, toda vez que rebasaba los límites de la misión de la Escuela de Psicología. Fue así que el H. Consejo Universitario, resolvió la creación de la Facultad de Ciencias Psicológicas, en la sesión celebrada el 9 de junio de 1981. Las características del desarrollo de la Psicología como ciencia y profesión, estaban condicionadas al perfil profesional del claustro de los docentes y en consecuencia a los planes y programas de estudio por ellos propuestos. En su primer momento se atendía con énfasis a la formación de Orientadores Vocacionales y Profesores de Educación Media, con marcada influencia de los aportes de la Pedagogía, así como también, con el tratamiento de varios contenidos de la salud mental desde la perspectiva y la evolución de la Psiquiatría, incorporándose en el proceso algunas asignaturas que procuraban atender varios elementos de aplicación de la Psicología como profesión en práctica social, en los campos de la salud, el trabajo y la educación. Así la formación de los profesionales concluía en el nivel de la Licenciatura en Psicología, con competencias en líneas básicas de conocimientos y habilidades de carácter general. Cabe inscribir que el evidente reconocimiento de las demandas sociales a la profesión, así como el desarrollo científico de ésta, presionaron a los docentes y estudiantes a involucrarse en el proceso de reforma del Currículum que garantice la formación de los psicólogos profesionales en las diferentes especializaciones. Esto solo fue posible hacerlo construyendo las bases de una nueva Facultad, compromiso que asumieron

docentes y estudiantes que fueron parte de la Junta de Escuela de Psicología Ampliada del año 1976.

La misión de la Facultad de Ciencias Psicológicas es:

Somos una unidad académica de la Universidad de Guayaquil en base a valores, humanismo y rigor científico, encargada de formar profesionales en las ciencias psicológicas para coadyuvar a preservar la salud mental por medio de un egresado comprometido en la búsqueda de soluciones a problemas de la sociedad, las organizaciones, los grupos y los individuos, implementando una educación desarrolladoras de ciudadanos firmes, valientes, capaces, con actitud científica, críticos, solidarios, justos y eficientes. (Universidad de Guayaquil, 2013)

La visión que presenta la Facultad de Ciencias Psicológicas es:

La Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, está comprometida con el desarrollo equitativo, sustentable y el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de Guayaquil y el Ecuador, lo que representa la voluntad de constituir una comunidad universitaria que, cimentada en sólidos valores y vinculada al desarrollo de las personas y las comunidades, lidere la generación y gestión del conocimiento en los ámbitos de las humanidades, lo psicológico, la mente, las ciencias, lo social y el medio ambiente, mediante la investigación e innovación. (Aguirre, 2006)

La facultad de ciencias psicológicas consta con 6 carreras que oferta las cuales son:

- Diplomado Superior En Terapia Familiar Sistémica
- Especialización En Psicología Clínica
- Especialización En Psicología Educativa
- Especialización En Psicología En Rehabilitación Educativa

- Especialización En Psicología Industrial
- Psicología (Semestral).

Esta facultad consta de 2.620 estudiantes, 68 docentes y 30 personas que forman parte del personal administrativo. Los mismo que serán las unidades de análisis en esta investigación, que permitirá conocer el estado actual del sistema de comunicación interna que posee esta Facultad para así desarrollar una propuesta que pueda contribuir en su mejora.

La facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil se encuentra ubicada dentro de la ciudadela universitaria Salvador Allende



*Figura 1 Ubicación Facultad de Ciencias Psicológicas
Recuperado de Google Maps*

2.5 Herramientas de comunicación

Endomarketing

Se denomina Endomarketing a todas aquellas ideas o acciones de marketing que se realizan de manera interna en una organización. Juan Merodio, experto en marketing digital, lo define en su página web como “un conjunto de estrategias y acciones de marketing digital enfocadas a mejorar la relación y el bienestar interno de los

trabajadores y colaboradores de la empresa, con el fin de implicarlos en el negocio para generar una mayor motivación y mejora de productividad. (Barragan, 2015)

Existen diferentes razones para utilizar Endomarketing en una organización, para mantener un excelente clima laboral, algunas de ellas son: (Turambar, 2018)

- Equipo feliz y productivo;
- Trabajadores buscando siempre la mejora y el crecimiento de la empresa;
- Personas recomendando profesionales estupendos para entrar en el equipo;
- Internalización de la cultura organizacional;
- Cada empleado se convierte en un multiplicador de la marca.
- Disminución de rotación, aumento de productividad y excelentes profesionales queriendo formar parte de tu equipo.

Marketing Digital

El marketing digital engloba todas aquellas acciones y estrategias publicitarias o comerciales que se ejecutan en los medios y canales de internet. Y contribuye con la mejora de comunicación interna dentro de una organización, La comunicación interna nace como respuesta a las nuevas necesidades de las empresas de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. Entre los beneficios de tener una buena estrategia de comunicación interna se pueden destacar las siguientes ventajas: (Mediaimpact, 2016)

- La mejora de los resultados finales del ejercicio de una empresa.
- El aumento de la eficiencia y la eficacia de los colaboradores.
- El incremento del grado de compromiso y la motivación.
- La reducción de las tensiones laborales.
- El enriquecimiento del clima de trabajo.

Benchmarking y sus tipos

El benchmarking puede definirse como: “Un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones reconocidas como las mejores prácticas, aquellos competidores más duros.” (Kearns, 1986)

En la actualidad puede definirse 3 tipos de benchmarking los cuales son:

- **Interno:** El benchmarking interno se lleva a cabo dentro de la misma empresa. Se suele llevar a cabo en empresas grandes que cuentan con diferentes departamentos o también con grupos empresariales que están formados por varias empresas. En el proceso se identifica un departamento o área que sea un ejemplo a seguir por sus buenos resultados para poder llevar a cabo un benchmarking con los demás departamentos internos de la compañía.
- **Competitivo:** El benchmarking competitivo busca medir los productos, servicios, procesos y funciones de los principales competidores para realizar una comparación con nuestra empresa y poder detectar y llevar a cabo mejoras que superen a las de nuestros competidores.
- **Funcional:** El benchmarking funcional identifica las mejores prácticas de una empresa que sea excelente en el área que se quiere mejorar. No es necesario que esta empresa sea competidora o incluso que pertenezca al mismo sector. (Espinoza , 2017)

2.6 Estrategias de comunicación en universidades de Guayaquil.

Universidad Tecnológica ECOTEC

En la investigación realizada por Ammy Romero, en su tesis de Pregrado menciona que la Universidad ECOTEC desarrolla diversos canales de comunicación entre su personal y la compañía. Todo esto con el propósito de generar buenas reacciones y relaciones profesionales y laborales, utilizan diferentes herramientas para

comunicar internamente las novedades de la universidad, tales como: folletería, carteleras en los pasillos, y dentro de las aulas; así mismo manejan una página Web considerada como su HUB Digital, alimentada diariamente según las necesidades; cuentan con redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube en los cuales mantienen una comunicación institucional con post de interés para el estudiante sobre talleres, cursos a 64 realizarse, proceso de inscripción, fechas de pago de las materias e información variada. Se suma a su comunicación externa el uso de medios ATL. (Sornoza, 2013)

Universidad Casa Grande

En la Universidad Casa Grande, existen varios métodos de comunicación, tanto internos como externos. En la comunicación interna la Universidad se encarga de enviar semanalmente un boletín donde se detalla los eventos que tomaron lugar durante la semana; así mismo, si la noticia es de mayor importancia se la envían al estudiante utilizando la herramienta mailing, publicaciones como oportunidad laboral, notificaciones, becas, eventos próximos, entre otros. Toda noticia exterior que sea productiva para el estudiante es notificada por este medio. Cabe recalcar que los estudiantes utilizan de manera obligatoria el mail de la universidad nombre@casagrande.edu.ec para fines académicos y así mantener una comunicación más directa. Internamente también utilizan lonas y afiches, donde mencionan cualquier actividad que este en curso dentro de la institución, así como volantes ubicados en la recepción que informan lo nuevo las facultades. En cuanto la comunicación externa cada periódicamente realizan una “casa abierta”, donde interactúan los estudiantes, docentes y público en general sobre diversos temas, proyectos; al mismo tiempo entregan material como folletos de mallas, folletos de convenios que tiene Casa Grande con Universidades del exterior, Stickers, plumas, libretas. En cuanto a medios lo hacen

mediante ATL y Digital, cuentan con Fan Page, Twitter y Página Web. En cuanto al Fan Page de la Universidad mantienen una comunicación variada, sin ser tan institucional, tratan de comunicar en el tono adecuado llegando a su target de una forma más coloquial. La cuenta de Twitter maneja contenido informativo de notificaciones y novedades en general para los estudiantes, siendo así un canal más versátil. (Sornoza, 2013)

Fuera del Ecuador existen universidades reconocidas a nivel mundial por la gestión que estas realizan en el área de comunicación interna, tal es el caso de la Universidad de País Vasco, la cual ha recibido amplio número de reconocimientos por su gestión de la comunicación en España, entre las acciones que más resaltan, se encuentran la habilitación de espacios webs que agilicen la comunicación entre quienes laboran y estudian en la universidad, la utilización de un canal de comunicación único y oficial, entre otras.

Una vez siendo analizadas las diversas herramientas utilizadas en la gestión de comunicación interna y las Universidades previamente expuestas, se decide aplicar Benchmarking competitivo a la Universidad del País Vasco debido a que presenta un plan de comunicación que puede ser adaptado a la realidad de la Facultad de Ciencias Psicológicas y contribuir en la mejora de la comunicación interna en esta, dicho plan será analizado a continuación haciendo uso del benchmarking competitivo.

2.6 Benchmarking

2.6.1 Definir a que se va a aplicar y tipos de Benchmarking a utilizar

Se usará benchmarking competitivo a la Universidad del País Vasco analizando su plan de comunicación creado en el 2016 y utilizado por un periodo de años desde el 2016 – 2019, en el cual presentan las acciones y estrategias utilizadas dentro de su comunicación ya sea de manera interna y externa.

2.6.2 Formar un equipo de especialistas

Encargados	Actividades	Recursos
Jefe del departamento de comunicación interna.	Nombrar a una persona encargada de los contenidos del sitio web.	Humanos.
Encargado del departamento.	Reorganizar la estructura de la comunicación interna.	Humanos y tecnológicos.
Departamento de Comunicación interna.	Difundir información y medio de comunicación oficial	Humanos y tecnológicos.
Departamento de comunicación interna.	Fomentar la socialización por medio de charlas o reuniones.	Humanos y tecnológicos.

Tabla 1 Equipo de benchmarking

Se creará un departamento de comunicación interna, el cual se encargará del manejo de funciones necesarias para socializar la información a todos los miembros de la Facultad de Ciencias Psicológicas, cumpliendo con las siguientes funciones.

2.6.3 Seleccionar socios estratégicos

Identificar a la Universidad que posee las mejores prácticas dentro del ámbito de la Comunicación Interna, se escogió a la Universidad del País Vasco en España, ubicada en el País Vasco situado en el centro del eje Atlántico, esta universidad está posicionada como una de las 500 mejores del mundo, debido a esto se ha elegido su plan de

comunicación interna para este análisis, se sitúa por su dimensión entre las ocho mayores universidades del Sistema Universitario Español, siendo la de mayor tamaño del Sistema Universitario Vasco con más de 45.000 alumnos y 5.000 profesionales en plantilla entre profesores, investigadores y personal de administración y servicios.

La Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, como única universidad pública de la Comunidad Autónoma del País Vasco, mantiene una amplia oferta de grados y postgrados en todas las ramas del conocimiento, destacando la oferta exclusiva de titulaciones en Ciencias Experimentales y en Ciencias de la Salud. Esta oferta se plantea con el objetivo de ofrecer una formación de calidad reconocida, que responda al conjunto de las necesidades de formación universitaria en la sociedad, y compatible con la nueva estructura de formación de Grado, Master, Doctorado y Formación Continua. La Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Ha formado a más de la décima parte del capital humano de la población vasca. Se trata, por tanto, de una universidad con una amplia oferta educativa y una actividad de investigación elevada, con una organización multicampus y una implantación multiterritorial. (Vasco, 2015)

2.6.4 Recopilar, procesar y analizar información

La Universidad del País Vasco ha creado un plan de comunicación de los años 2016 – 2019 en los cuales comparte estrategias, objetivos y acciones, las cuales han sido fundamentales para su buen manejo interno de comunicación y el prestigio con el que cuenta la Universidad.

Acciones de comunicación (2016):

- Habilitar espacios virtuales de comunicación (comunidades) que permitan el intercambio de información horizontal entre miembros de la universidad.

- Actualizar, divulgar y potenciar el uso del manual de identidad corporativa de la UPV/EHU.
- Potenciar y fomentar la atracción de eventos internacionales: congresos, jornadas, seminarios, etc.
- Difundir y compartir entre la comunidad universitaria los impactos de la UPV/EHU en los medios de comunicación.
- Crear una Dirección de Comunicación y nombrar una persona que ejerza de director/a de Comunicación de la UPV/EHU y sea responsable de la comunicación de la misma.
- Nombrar una persona Web master responsable de la imagen, de la gestión de contenidos y de la usabilidad de la página web.
- Crear espacios virtuales de comunicación (comunidades) entre los diferentes niveles de representación estudiantil para potenciar el intercambio de información horizontal y vertical (bidireccional), en la UPV/EHU en general y en sus centros en particular.
- Impulsar el uso del correo institucional del alumnado de la UPV/EHU, quedando en manos de éste el vínculo con su correo personal. (2016)

2.6.5 Concluir sobre mejores prácticas

Luego del análisis del plan de comunicación de la Universidad del País Vasco, se puede concluir que algunas de las acciones de comunicación realizadas por dicha Universidad, pueden ser aplicadas, mejoradas y puestas en práctica en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, siendo alguna de estas estrategias las siguientes:

- Habilitar espacios virtuales de comunicación, para el intercambio de información de manera horizontal entre miembros de la Facultad.

- Actualizar, divulgar y potenciar el uso del manual de identidad corporativa de la Facultad
- Establecer una plantilla que recoja los datos de las personas que trabajan y son parte de la Facultad y actualizar esta información según sea pertinente.
- Reorganizar la estructura de comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas.
- Nombrar una persona Web master responsable de la imagen, de la gestión de contenidos y de la usabilidad de la página web de la Facultad.

CAPÍTULO III

3.1 Objetivo general

Diagnosticar el estado actual de la comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

3.2 Objetivos específicos

- Establecer las necesidades del cliente interno en cuanto a los canales de comunicación que se manejan dentro de la facultad.
- Entender el nivel de integración de los miembros que conforman la Facultad de Ciencias Psicológicas.
- Identificar los factores que contribuyan a una comunicación interna efectiva.

3.3 Metodología

3.4 Enfoque de la investigación

El enfoque que se utilizará en el desarrollo del proyecto es mixto, dado que implicará un conjunto de procesos de recolección, análisis y vinculación de datos mediante herramientas de investigación cuantitativa y cualitativa en un mismo estudio. Hernández, Fernández, Baptista (2014) indican que: “El enfoque mixto otorga una perspectiva más amplia y profunda del problema, permitiendo que este sea analizado con mayor claridad, produciendo datos más ricos y variados, logrando una mejor exploración y explotación de los datos” (pág. 580).

El nivel de investigación en el presente proyecto es descriptiva no experimental, la cual es definida por Ñaupas, Mejía, Villagómez (2014) como:

Una investigación de segundo nivel, inicial, cuyo objetivo principal es recopilar datos e informaciones sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones, clasificación de los objetos, personas, agentes e instituciones o de los procesos naturales o sociales. (pág. 94)

Además, no experimental debido a que en el presente estudio no se manipulará ninguna de las variables de manera intencional para ver su efecto sobre otra variable.

3.4.1 Investigación cualitativa

Según Hernández, Fernández, Baptista (2014) “La investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto.” (pág. 358). Para efectuar de este enfoque se utilizará como método el grupo focales dirigidos a los estudiantes, de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil

3.4.1.1 Grupos focales

Según Hernández, Fernández, Baptista (2014) se puede definir a los grupos focales como: “Reuniones de grupos pequeños o medianos, 3 a 10 personas, en las cuales los participantes conversan en torno a uno o varios temas en un ambiente relajado e informal, bajo la conducción de un especialista en dinámicas grupales” (pág. 408)

Para llevar a cabo su ejecución, se utilizará como herramienta una guía de preguntas abiertas que serán tratadas en las diferentes sesiones de grupos focales realizadas a estudiantes de diferentes semestres para conocer su opinión respecto a la gestión de la comunicación interna en Facultad de Ciencias Psicológicas.

3.4.2 Investigación cuantitativa

Según Hernández, Fernández, Baptista (2014) el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. Se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo. (pág. 4)

Este método utiliza el cuestionario como herramienta, de los cuales se extraen datos que se analizan estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones

entre las variables definidas operacionalmente, regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas estadísticas, gráficas y un análisis numérico. (Rodríguez Peñuelas, 2010)

3.4.2.1 Encuestas

Ñaupas, Mejía, Villagómez (2014) definen a la encuesta como: “Conjunto sistemático de preguntas escritas, en una ficha, que están relacionadas a hipótesis de trabajo y por ende a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo.” (pág. 211). Como instrumento dentro este método de investigación cuantitativa, se realizará un cuestionario con preguntas cerradas.

3.5 Muestra

Según Hernández, Fernández, Baptista define a la muestra como: “Subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta.” (pág. 173). Para efecto de la investigación se utilizará un muestreo estratificado para poblaciones finitas, dicha muestra será tomada del total de personas que conforman las unidades de estudio.

Fórmula	$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) * Z^2 * p * q}$
Tipo de población	Finita
Error Muestral	3%
Nivel de confianza	95%

Tabla 2 Muestra para la investigación

La población de estudiantes es 2.620 la muestra será 542

La población de docentes es 65 la muestra será 60

La población de personal administrativo es 26 la muestra será 25

3.6 Limitaciones

Para el desarrollo de la investigación se presentó un inconveniente relacionado a las entrevistas, dentro de la facultad de Ciencias Psicológicas existe un protocolo a seguir dentro de este tipo de investigaciones, cuando el nombre de un docente aparecerá en el documento, para la obtención del permiso se debía entregar gran cantidad de documentos, entre los cuales estaban los marcos de la tesis ya terminados, cuadro de operacionalización de las variables, todo esto iba al gestor de proyectos de titulación de la facultad, posterior a eso él se reunía con el consejo de la facultad donde analizarían los documentos entregados, validarían las encuestas, realizarían las modificaciones consideradas pertinentes, esto sería finalmente evaluado por el decano y finalizado este proceso, sería entregada la aprobación, todo este proceso llevaría cerca de un mes, lo representaba un tiempo muy prolongado y no permitió que fuesen realizadas las entrevistas debido al factor tiempo.

3.6 Análisis de los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes

1. Sexo del encuestado

Sexo	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Hombre	276	51%
Mujer	266	49%
Total	542	100%

Tabla 3 Sexo de los encuestados

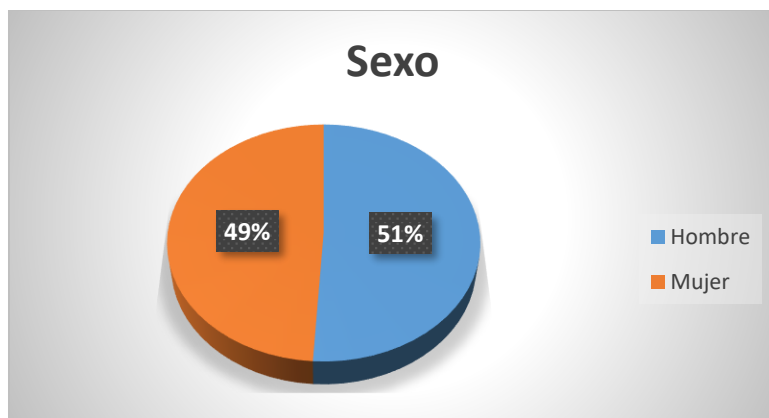


Figura 2 Sexo de los encuestados

Análisis:

Del total de los encuestados se puede observar que un 51% corresponde a hombres y un 49% a mujeres.

2. Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
18 a 21 años	116	21%
22 a 25 años	341	63%
26 a 29 años	27	5%
30 a 33 años	39	7%
34 en adelante	19	4%
Total	542	100%

Tabla 4 Edad de los encuestados

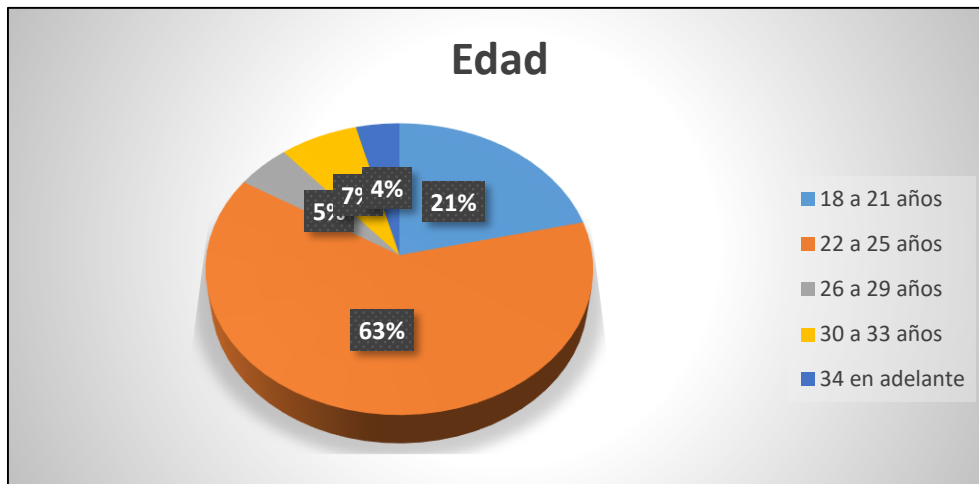


Figura 3 Edad de los encuestados

Análisis:

Del total de encuestados un 18% tienen entre 18 a 21 años, mientras que un 63% tienen entre 22 a 25 años. Por otra parte, un 5% tiene entre 26 a 29 años, un 7% entre 30 a 33 años y el restante conformado por el 4% de los encuestados tiene de 34 años en adelante.

3. Carrera de los encuestados

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Diplomado Superior en Terapia Familiar Sistémica	13	2%
Especialización en Psicología Clínica	12	2%
Especialización en Psicología Educativa	31	6%
Especialización en Psicología en Rehabilitación Educativa	2	1%
Psicología (Semestre)	484	89%
Total	542	100%

Tabla 5 Carrera de los encuestados



Figura 4 Carrera de los encuestados

Análisis:

Del total de los encuestados se puede evidenciar que la mayoría de ellos, con un 89% de representatividad pertenecen a la carrera de Psicología en la modalidad de semestre, mientras que con un 2% se tiene a 2 carreras dentro del grupo de encuestados las cuales son Especialización en Psicología Clínica y Diplomado Superior en Terapia Familiar Sistémica, en la carrera de Especialización en Psicología Educativa se puede encontrar a un 6% de los encuestados y finalmente un 1% en la carrera de Especialización en Psicología en Rehabilitación Educativa.

4. Semestre que se encuentran cursando los encuestados

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1er semestre	19	4%
2do semestre	78	14%
3er semestre	36	7%
4to semestre	86	16%
5to semestre	78	14%
6to semestre	92	17%
7mo semestre	66	12%
8vo semestre	44	8%
Titulación	43	8%
Total	542	100%

Tabla 6 Semestre de los encuestados

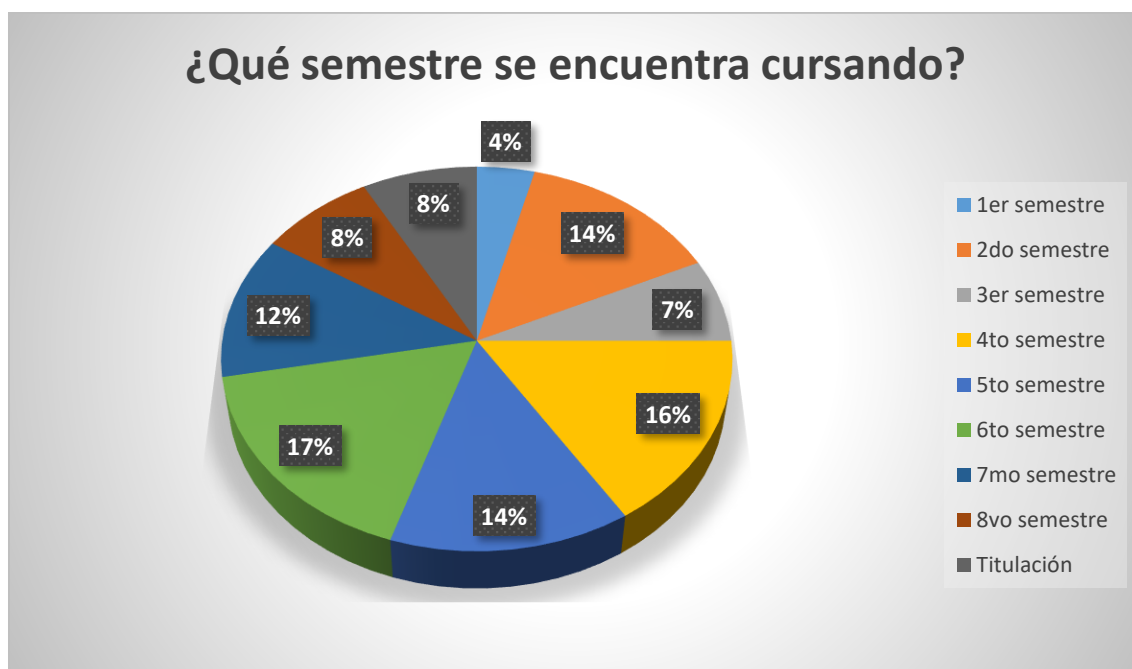


Figura 5 Semestre de los encuestados

Análisis:

Referente a los semestres a los cuales pertenecen los encuestados, se puede identificar que la mayoría de ellos con un 19% pertenecen a 6to semestre, 16% de las personas a las cuales se les aplicó la encuesta son alumnos pertenecientes al 4to semestre, a continuación, se pueden identificar a los alumnos de 2do y 5mo semestre, ambos con 14% participación en la encuesta, luego se tiene a los estudiantes de 7mo semestre con un 13% de representatividad dentro de la encuesta.

5. Conocimiento de la historia de la facultad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	65	12%
No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto	78	14%
Sí, por mis propios medios	62	11%
Sí, porque la facultad me ha informado al respecto	337	63%
Total	542	100%

Tabla 7 Conocimiento historia de la facultad

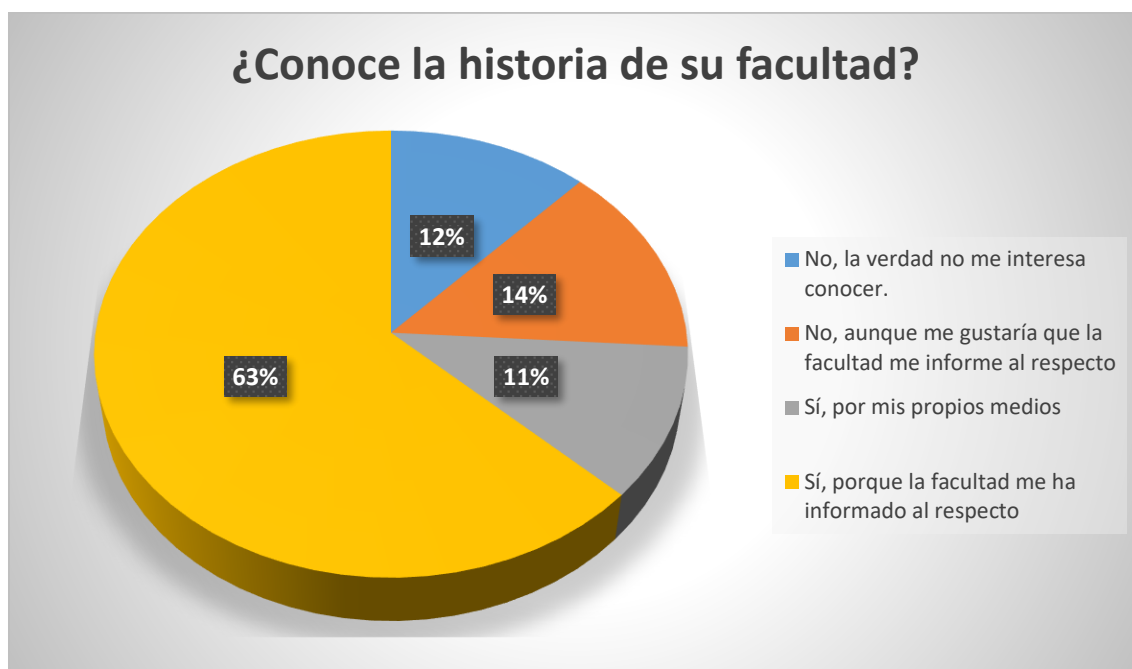


Figura 6 Conocimiento historia de la facultad

Análisis:

Se pudo constatar a través de las encuestas realizadas que, del total de encuestados, el 63% de ellos conoce la historia de su facultad debido a que la facultad los ha informado al respecto, un 14% manifestó que no conoce la historia, sin embargo, le gustaría que la facultad lo informe al respecto, un 12% manifestó no interesarle conocer la historia de la facultad y un 11% conocerla por sus propios medios.

6. Conocimiento historia de la universidad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	134	27%
No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto	181	33%
Sí, por mis propios medios	80	14%
Sí, porque la facultad me ha informado al respecto	147	26%
Total	542	100%

Tabla 8 Conocimiento historia universidad



Figura 7 Conocimiento historia universidad

Análisis:

Se pudo constatar a través de los resultados obtenidos de las encuestas que, del total de encuestados, el 33% de ellos conoce la historia de la universidad debido a que la ha sido informado respecto a ella, un 27% manifestó no le interesa conocer la historia de la universidad, un 26% manifestó conocerla porque la universidad se la ha hecho conocer finalmente un 14% dijo conocer la historia por sus propios medios

7. Conocimiento de misión, visión y valores de la facultad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)	109	20
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	201	37
Conozco la misión, visión y los valores.	65	12
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Facultad	15	3
No, no conozco nada del proyecto institucional	151	28
Total	542	100%

Tabla 9 Conocimiento de misión, visión y valores de la facultad

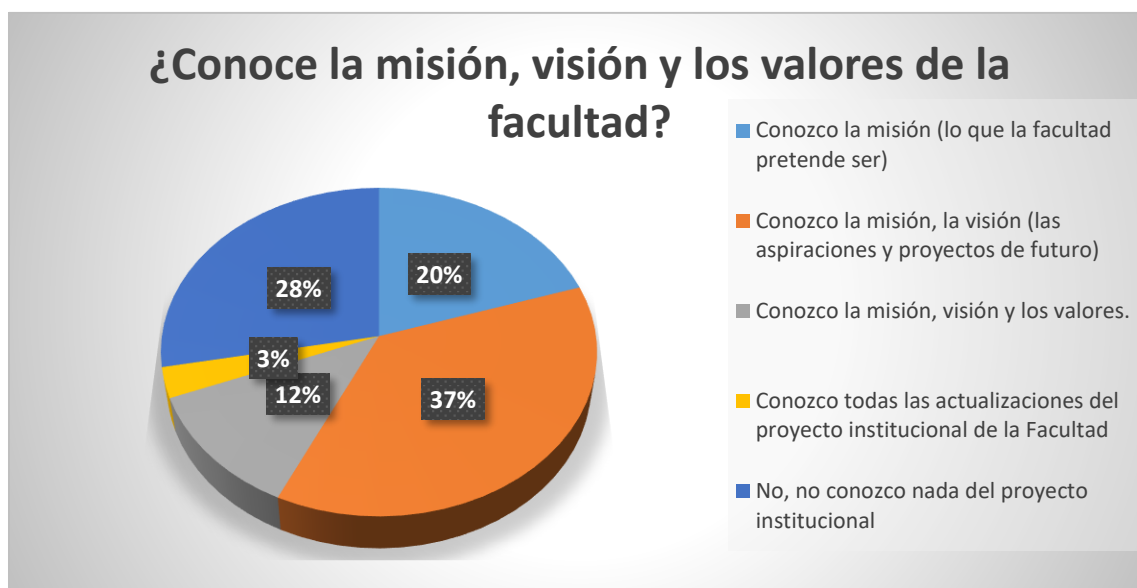


Figura 8 Conocimiento de misión, visión y valores de la Facultad

Análisis:

Respecto al conocimiento de la misión, visión y valores de la facultad de Ciencias Psicológicas, un 37% de los encuestados manifestó solamente conocer la misión y visión de la facultad, 28% de las personas encuestadas indicaron no conocer nada respecto al proyecto institucional de la facultad, el 20% de los encuestados manifestó únicamente conocer la misión de la facultad, mientras que solamente 12% de los encuestados indicaron conocer de manera conjunta la misión, visión y valores de la facultad.

8. Conocimiento de misión, visión y valores de la facultad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)	79	14
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	28	6
Conozco la misión, visión y los valores.	18	3
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la universidad	16	3
No, no conozco nada del proyecto institucional	401	74
Total	542	100%

Tabla 10 Conocimiento de misión, visión y valores de la Universidad

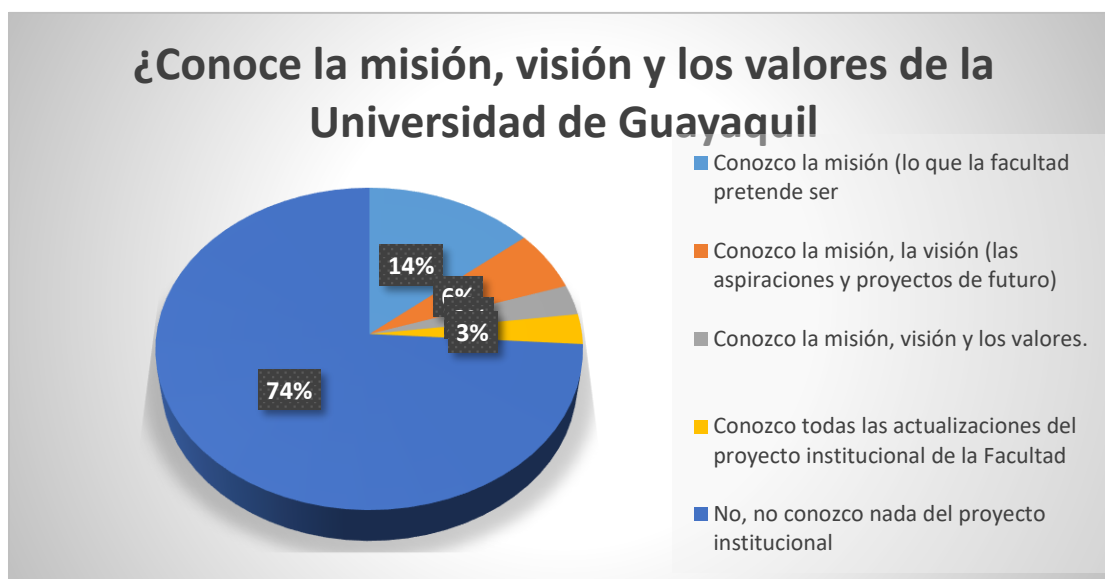


Figura 9 Conocimiento de misión, visión y valores de la Universidad

Análisis:

Respecto al conocimiento de la misión, visión y valores de la Universidad de Guayaquil, el 74% de los encuestados indicó no conocer nada respecto al proyecto institucional de la universidad, 14% indicó conocer solamente la misión de la universidad, de los encuestados un 6% manifestó conocer la misión y visión de la universidad.

9. Valor con que la Facultad de Ciencias Psicológicas se identifica en la práctica

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso social	312	57%
Excelencia y calidad educativa	159	29%
Iniciativa y trabajo en equipo	35	7%
Respeto	20	4%
Todas las anteriores son propuestas validas	16	3%
Total	542	100%

Tabla 11 Valor con que se identifica la Facultad de Ciencias Psicológicas



Figura 10 Valor con que se identifica la facultad de Ciencias Psicológicas

Análisis:

Del total de los encuestados un 57% de ellos indicó considerar que la Facultad de Ciencias Psicológicas se identifica con el valor de compromiso social en la práctica social, 29% de los encuestados considera que la facultad se identifica con la excelencia y calidad educativa, mientras que únicamente un 7% manifestó considerar a la iniciativa y trabajo en equipo como el valor que indica a la facultad de Ciencias Psicológicas.

10. Valor con que se identifica la Universidad de Guayaquil

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso social	312	46%
Excelencia y calidad educativa	159	13%
Iniciativa y trabajo en equipo	35	35%
Respeto	20	4%
Todas las anteriores son propuestas válidas	16	2%
Total	542	100%

Tabla 12 Valor con que se identifica la Universidad de Guayaquil



Figura 11 Valor con que se identifica la Universidad de Guayaquil

Análisis:

Respecto a los valores con que se identifica la Universidad de Guayaquil en la práctica profesional, la mayoría de los encuestados con un 46% considera que la institución se identifica con el compromiso social, un 35% considera que el valor que identifica a la Universidad de Guayaquil es la iniciativa y trabajo en equipo, luego se tiene con un 13% se encuentra el respeto como valor que identifica a la universidad de Guayaquil en la práctica profesional.

11. Conocimiento de las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	332	61%
No	210	39%
Total	542	100%

Tabla 13 Conocimiento de autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas

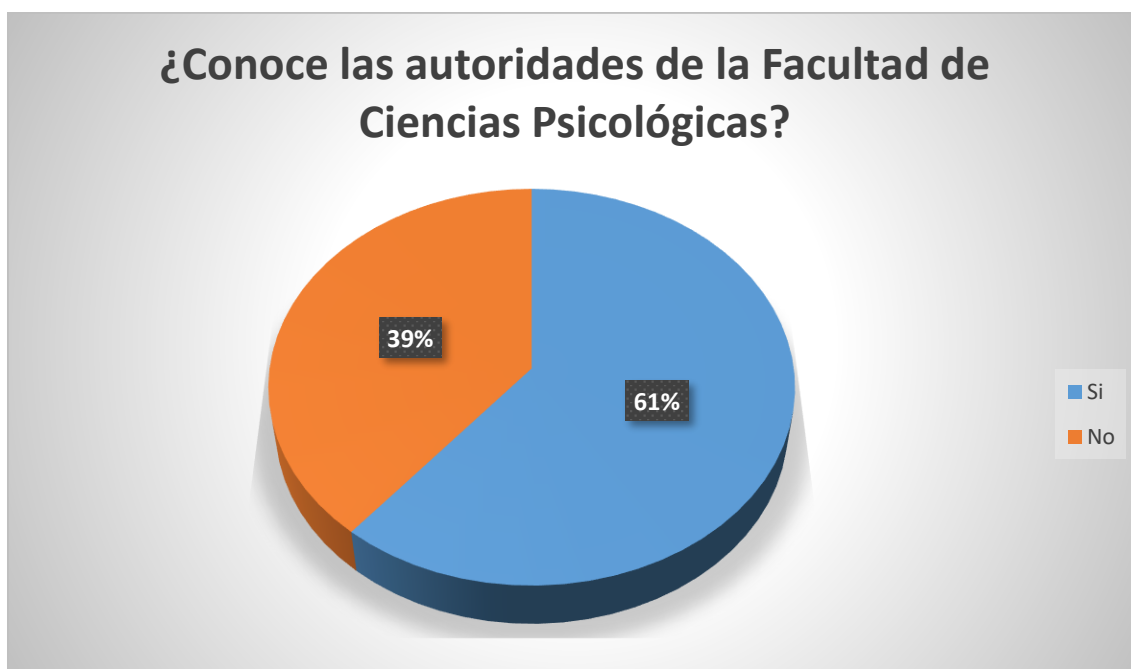


Figura 12 Conocimiento de autoridades Facultad de Ciencias Psicológicas

Análisis:

Del total de encuestados el 61% manifestó conocer a las autoridades dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas, mientras que un 39% indicó no conocerlas.

12. Reputación de la Universidad de Guayaquil

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	10	1%
Muy buena	100	19%
Buena	223	41%
Regular	183	34%
Deficiente	26	5%
Total	542	100%

Tabla 14 Reputación de la Universidad de Guayaquil



Figura 13 Reputación de la Universidad de Guayaquil

Análisis:

Con respecto a la reputación que goza la Universidad de Guayaquil el 41% de los encuestados considera que esta es buena, un 34% de las personas encuestadas la considera regular y en menor medida con un 19% considera que la reputación que goza la universidad es muy buena.

13. Reputación de la Facultad de Ciencias Psicológicas

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	319	59%
Muy buena	178	33%
Buena	40	7%
Regular	5	1%
Deficiente	0	
Total	542	100%

Tabla 15 Reputación de la Facultad de Ciencias Psicológicas



Figura 14 Reputación de la Facultad de Guayaquil

Análisis:

Con respecto a la reputación la mayoría de los encuestados con un 59% considera que la reputación que goza la facultad de Ciencias Psicológicas es excelente, un 33% considera a la reputación de la facultad como muy buena.

14. Comunicación interna y desarrollo organizacional

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	484	90%
No	58	10%
Total	542	100%

Tabla 16 Relación entre comunicación interna y desarrollo organizacional

¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

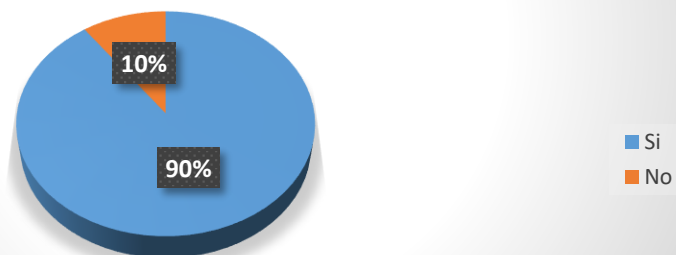


Figura 15 Relación entre comunicación interna y desarrollo organizacional

Análisis:

Un 90% de los encuestados considera que la Comunicación interna ayuda al desarrollo organizacional dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas, mientras que un 10% considera que no existe ninguna relación entre estas 2 variables.

15. Gestión de la comunicación dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy importante	335	62%
Importante	177	33%
Regular	30	5%
Total	542	100%

Tabla 17 Importancia de la gestión de la comunicación



Figura 16 Importancia de la gestión de la comunicación

Análisis:

Del total de los encuestados un 62% considera como muy importante que se dé una gestión efectiva de la comunicación interna dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas y un 33% considera a este factor como importante.

16. Conocimiento de los medios oficiales en la facultad de Ciencias Psicológicas

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	228	42%
No	314	58
Total	542	100%

Tabla 18 Conocimientos de los medios oficiales en la facultad de Ciencias Psicológicas



Figura 17 Conocimiento de los medios oficiales en la Facultad de Ciencias Psicológicas

Análisis:

Del total de encuestados el 58% no indicó conocer los medios de comunicación oficiales que tiene la facultad de Ciencias Psicológicas, mientras que un 42% indicó si conocerlos.

17. Grado de satisfacción respecto a los medios y mensajes

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	155	29%
Muy buena	167	30%
Buena	143	26%
Regular	72	14%
Deficiente	2	1%
Total	542	100%

Tabla 19 Grado de satisfacción respecto a mensajes y medios



Figura 18 Grado de satisfacción respecto a mensajes y medios

Análisis:

Del total de los encuestados un 31% indicó tener una satisfacción muy buena con respecto a los canales y mensajes de comunicación interna manejados dentro de la facultad de Ciencias Psicológicas, un 29% manifestó un grado de excelente satisfacción con respecto a los canales y mensajes de comunicación interna en la facultad, 26% de los encuestados manifestaron tener un buen grado de satisfacción por los mensajes y canales de comunicación interna recibidos en la facultad de Ciencias Psicológicas

18. ¿Desde qué área cree usted que se debe gestionar la comunicación interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dirección de comunicación	285	53%
Marketing	223	41%
Planeación estratégica	25	5%
Recursos humanos	9	2%
Total	542	100 %

Tabla 20 Área para gestionar la comunicación interna



Figura 19 Área para gestionar la comunicación interna

Análisis:

De los estudiantes encuestados se determinó que un 53% cree que la comunicación interna debe ser gestionada por el área de Marketing, esto seguido de un 41% que mencionaron que esta gestión debería realizarla Dirección de Comunicación, y un bajo número de los encuestados con un 5% considera que Planeación de Comunicación y con un 2% que Recursos Humanos deberían gestionar la comunicación interna.

19. ¿Conoce usted si en la Facultad de Ciencias Psicológicas hay una persona encargada de Comunicación Interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	242	45%
No	300	55%
Total	542	100%

Tabla 21 Persona encargada de Comunicación Interna



Figura 20 Persona encargada de Comunicación Interna

Análisis:

De los estudiantes encuestados en la Facultad de Ciencias Psicológicas el 55% mencionaron que No conocen si hay una persona encargada de comunicación interna, esto muy seguido del 45% que si tienen conocimiento que hay una persona encargada de esas funciones

20. ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP.	10	2%
Los canales digitales.	485	90%
Los canales interpersonales.	3	1%
Los canales multimedia.	32	6%
Los canales convencionales.	6	1%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	6	1%
Total	542	100%

Tabla 22 Canales de Comunicación interna que conoce que utiliza la Facultad

¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

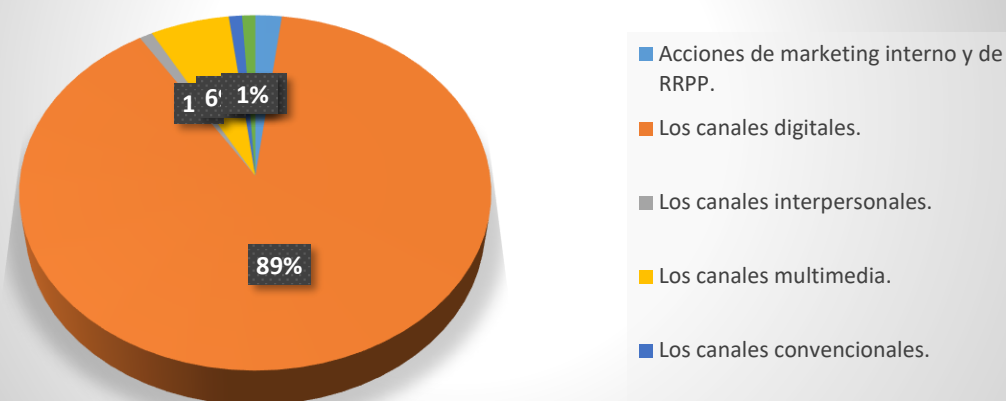


Figura 21 Canales de Comunicación Interna que conoce que utiliza la Facultad

Análisis:

En su mayoría con un 90% de los encuestados mencionan que los canales digitales son los que utilizan para la comunicación interna, un 6% menciona que se utilizan los canales multimedia, un 2% las Acciones de marketing interno y RRPP, seguido de un 1% que opinan que esta Facultad utiliza los canales interpersonales y convencionales para la comunicación interna.

21. ¿Por cuál medio se da a conocer la información importante dentro de la facultad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
E-mails	179	33%
Sistema interno de la Universidad de Guayaquil	29	5%
Redes Sociales	300	55%
Informes	8	2%
Todas las anteriores	26	5%
Total	542	100%

Tabla 23 Medios donde se da a conocer la información importante

¿Por cuál medio se da a conocer la información importante dentro de la facultad?

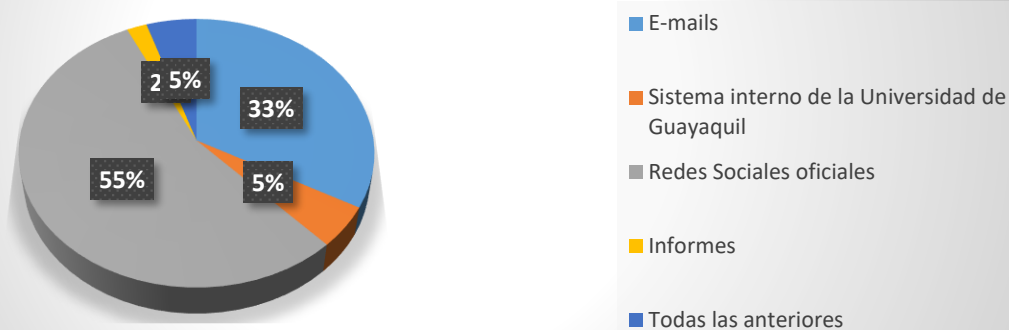


Figura 22 Medios donde se da a conocer la información importante

Análisis:

El 55% de los estudiantes encuestados indicaron que el mayor medio por el cual se da a conocer la información de gran importancia son las redes sociales oficiales, un 33% mencionaron que, por medio de E-mails, con un 5% de los estudiantes opinan que la información se da a conocer por medio del Sistema Interno de la Universidad de Guayaquil y un 2% que esta información se da por medio de informes.

22. ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.	407	75%
Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional.	18	3%
Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas.	81	15%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	28	5%
No recibo ningún tipo de mensaje.	8	2%
Total	542	100%

Tabla 24 Tipo de mensaje que recibe por parte de la Facultad

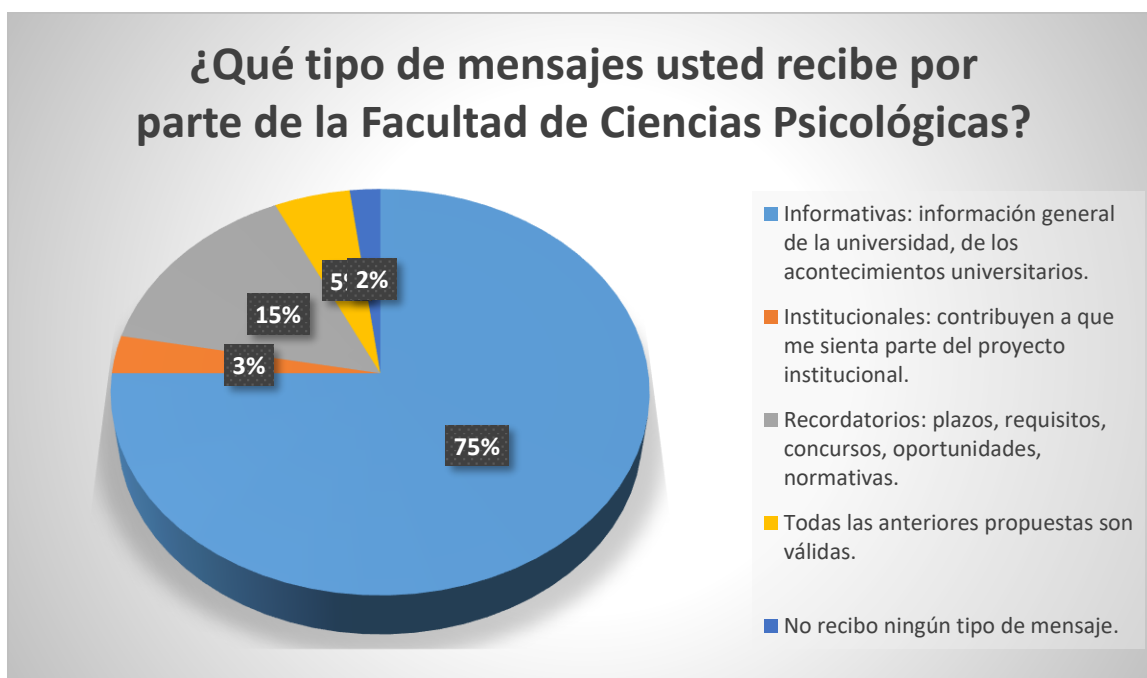


Figura 23 Tipo de mensaje que recibe por parte de la Facultad

Análisis:

Con un 75% los estudiantes encuestados indicaron que recibe mensajes de tipo informativos de la Universidad en general y acontecimientos universitarios, el 15% comentaron que los mensajes son de tipo recordatorios de plazos, requisitos, concursos, oportunidades y normativas. El 5% mencionaron que reciben información de todo tipo dentro de la Facultad.

23. ¿Qué medios cree que debe cuidar la Facultad de Ciencias Psicológicas para mejorar su imagen interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.	63	12%
Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.	8	2%
Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y de los exalumnos.	26	5%
Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.	271	50,0
Mejorar la imagen de marca de la web institucional y / o mejorar la intranet.	48	9%
Optimizar los canales de comunicación interna.	112	21%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	14	3%
Total	542	100%

Tabla 25 Medios que se debe cuidar para mejorar la imagen interna

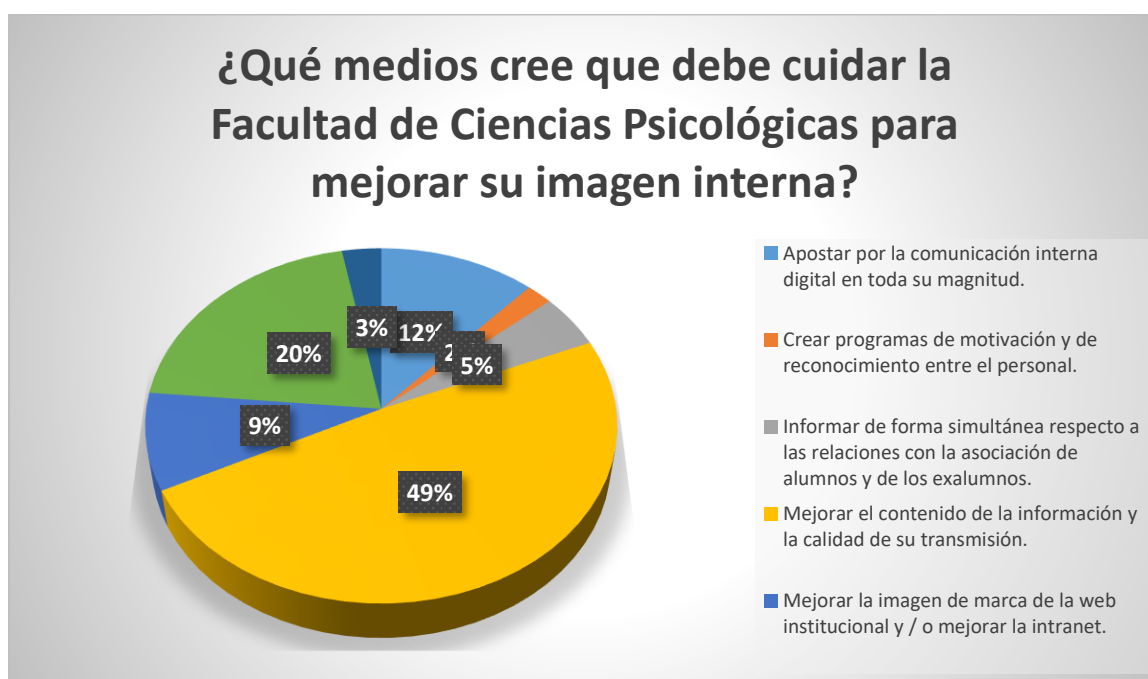


Figura 24 Medios que se deben cuidar para mejorar la imagen interna

Análisis:

El 50% de los estudiantes encuestados opinaron que la Facultad debe cuidar el contenido de la información y la calidad de su transmisión, a esto le sigue un 21% que menciona que debería optimizar los canales de comunicación interna, y con menores

porcentajes indicaron que debería apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.

24. ¿Cómo calificaría la infraestructura existente destinada a los estudiantes? Equipos de cómputo, paquetes informáticos, aulas y dotación en general.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	232	43%
Muy buena	201	37%
Buena	75	14%
Regular	34	6,3%
Total	542	100%

Tabla 26 Infraestructura destinada a estudiantes

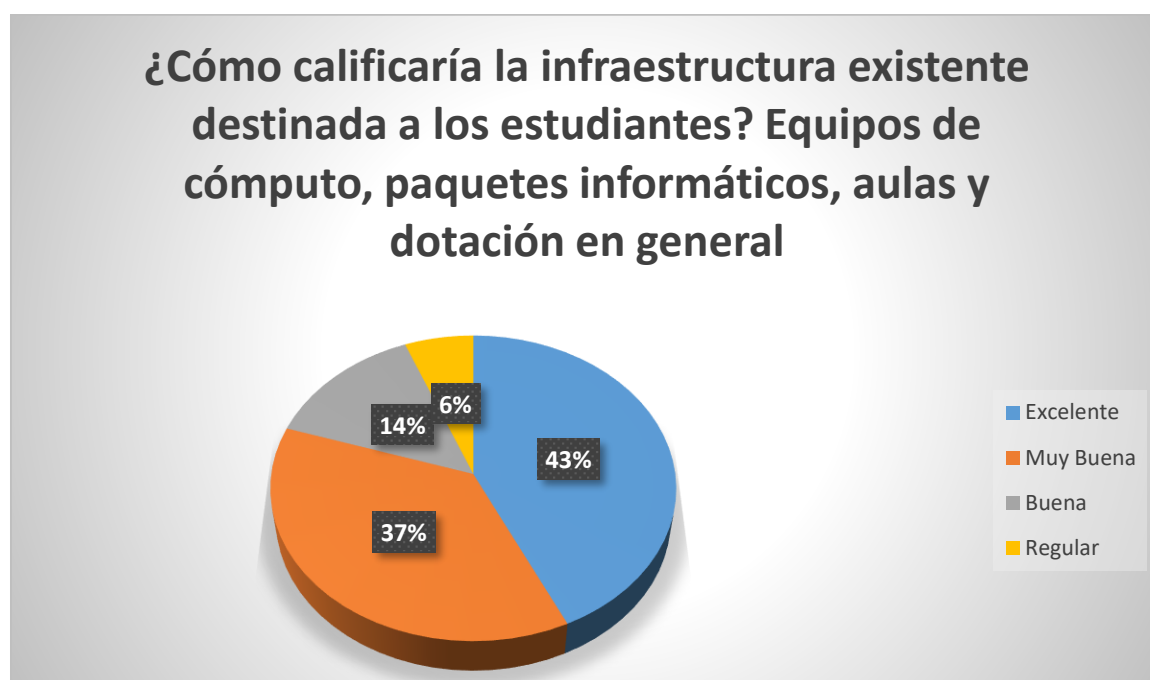


Figura 25 Infraestructura destinada a estudiantes

Análisis:

El 43% de los encuestados califican como excelente la infraestructura destinada a estudiantes, un 37% la califico como muy buena y un 14% como buena.

25. ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Es bueno, pero llega tarde.	98	18, %
Es excelente y motivador.	112	21%
Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.	149	28%
No existe.	183	34%
Total	542	100%

Tabla 27 Reconocimiento del personal administrativo y docente



Figura 26 Reconocimiento del personal administrativo y docente

Análisis:

El 33% de los estudiantes encuestados menciona que no existe reconocimiento que se brinda a los docentes y personal administrativo, el 28% menciona que existe, pero no es lo suficientemente efectivo, a esto le sigue un 21% que indica que a diferencia de las demás opciones este reconocimiento es excelente y motivador.

26. ¿Cree que las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No se preocupa nunca.	28	5%
No, hace poco	28	5%
Sí, hace algo. No mucho.	16	3%
Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.	117	22%
Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.	268	50%
Desconozco lo que hace el decano en estas áreas.	85	16%
Total	542	100%

Tabla 28 Autoridades mejoran el área académica y administrativa

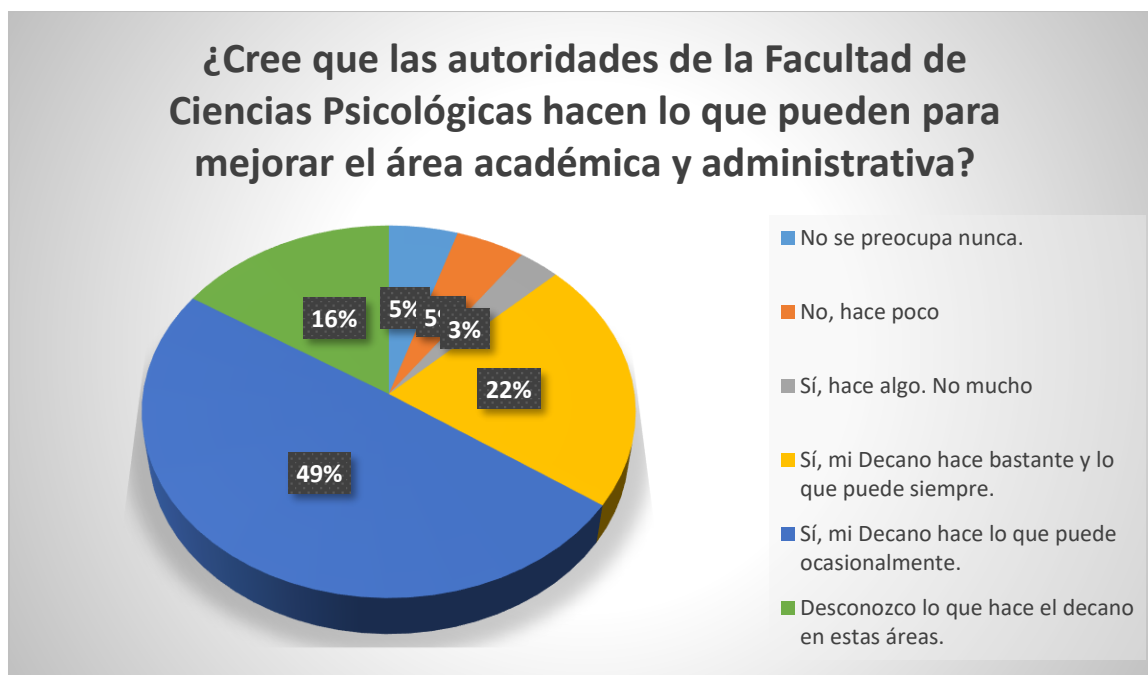


Figura 27 Autoridades mejoran el área académica y administrativa

Análisis:

El 50% de los encuestados opinan que el Decano de esta Facultad hace lo que puede ocasionalmente, además de un 22% que mencionan que el Decano realiza varias actividades y todas las que pueda. Un 16% no conoce las actividades que realiza el Decano

27. ¿Considera que otras universidades públicas son mejores que la universidad de Guayaquil? Elija una de las siguientes opciones.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.	4	1%
No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades	227	42%
No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.	5	1%
No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.	9	2%
Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.	39	7%
Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.	78	14%
Sí, otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario: oportunidades formativas, actividades sociales.	180	33%
Total	542	100%

Tabla 29 Universidades mejores que la universidad de Guayaquil

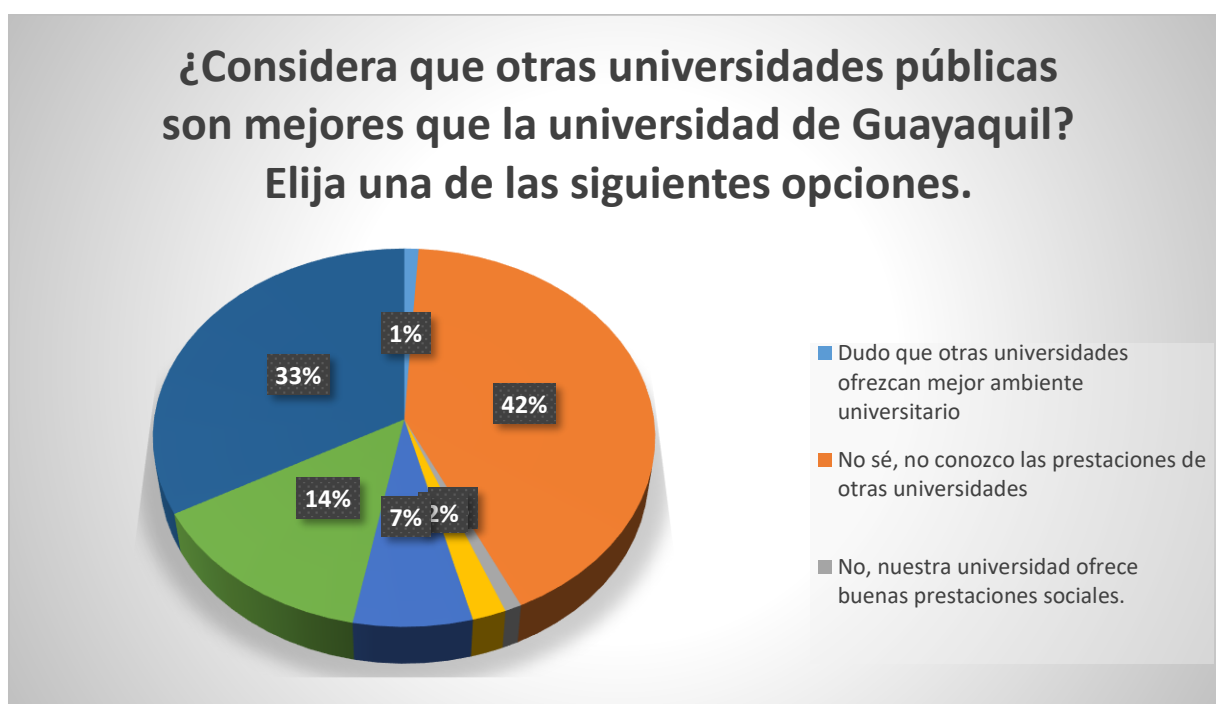


Figura 28 Universidades mejores que la Universidad de Guayaquil

Análisis:

El 42% de los estudiantes mencionan que no conocen las prestaciones de otras universidades, al considerar que otras universidades públicas son mejores que la universidad de Guayaquil, el 33% duda que otras universidades ofrezcan mejor

ambiente universitario, siguiéndole un 14% que afirman que otras universidades ofrecen mejores prestaciones.

28. ¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alto	142	26%
Medio	313	58%
Bajo	87	16%
Total	542	100%

Tabla 30 Sentido de pertenencia



Figura 29 Sentido de pertenencia

Análisis:

De los estudiantes encuestados un 58% califica como medio su nivel de pertenencia hacia la marca UG, un 26% menciona tener un alto nivel de pertenencia y un 16% indica que posee un bajo nivel de pertenencia hacia esta marca.

29. ¿Si tuviera oportunidad se cambiaría a otra universidad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.	55	10%
No, decididamente, en estos momentos no me iría.	279	52%
Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.	145	27%
Sí, me cambiaría con mucha pena.	16	3%
Sí, me cambiaría sin dudarlo.	47	9%
Total	542	100%

Tabla 31 Oportunidad de cambiarse de Universidad

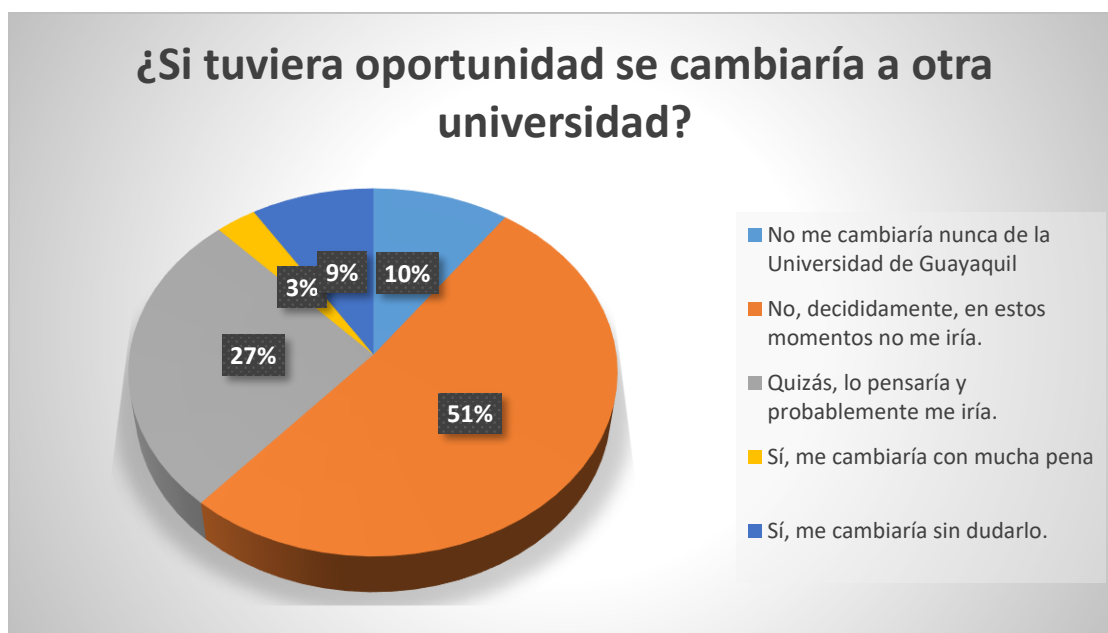


Figura 30 Oportunidad de Cambiarse de Universidad

Análisis:

El 52% de los encuestados arrojan como resultado que en este momento no se cambiarían de universidad, un 27% indica que lo pensaría y consideraría la idea de cambiarse de universidad, el 10% menciona que no se cambiaría de la Universidad de Guayaquil y con un 9% de encuestados que afirman que se cambiarían de universidad sin dudarlo.

30. Si se pudiera mejorar la comunicación interna en de la Facultad de Ciencias

Psicológicas ¿qué aspecto o aspectos considera prioritarios?

	Frecuencia	Frecuencia Relativa
Crear nuevos canales de comunicación interna.	54	10%
Diseñar políticas y planes de comunicación interna.	360	66%
Mejorar la participación e implicación de los Decanos en actividades y programas de comunicación interna.	5	1%
Optimizar los canales actuales de comunicación interna.	106	20%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	17	3%
Total	542	100,0

Tabla 32 Aspectos Prioritarios de mejora

Si se pudiera mejorar la comunicación interna en de la Facultad de Ciencias Psicológicas ¿qué aspecto o aspectos considera prioritarios?

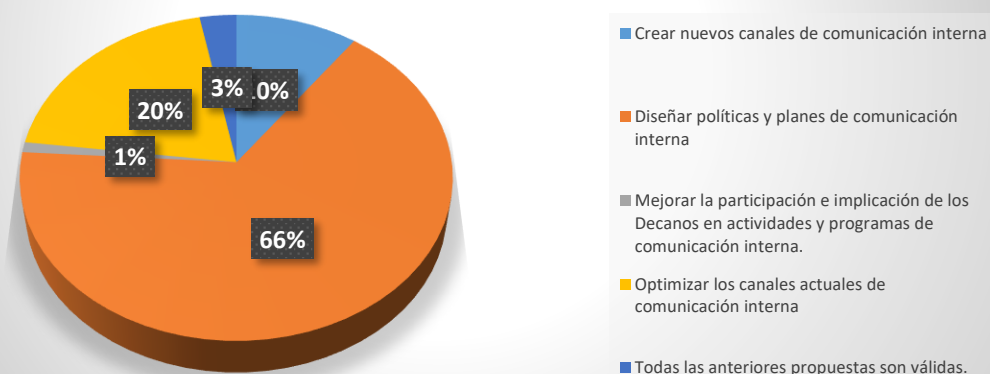


Figura 31 Aspectos prioritarios de mejora

Análisis:

Más de la mitad de los encuestados con un 66% sugieren que los aspectos que consideran prioritarios es Diseñar políticas y planes de comunicación interna, un 20% afirma que es más importante optimizar los canales de comunicación interna y un 10% considera que es mejor crear más canales de comunicación interna.

31. ¿Considera usted que el Proyecto Institucional es una guía que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
C78reo que no puedo opinar. No tengo información sobre este tema.	165	30%
No contribuye.	15	3%
Si contribuye.	362	67%
Total	542	100,0

Tabla 33 Guía que contribuye a la mejorar la calidad

¿Considera usted que el Proyecto Institucional es una guía que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal?

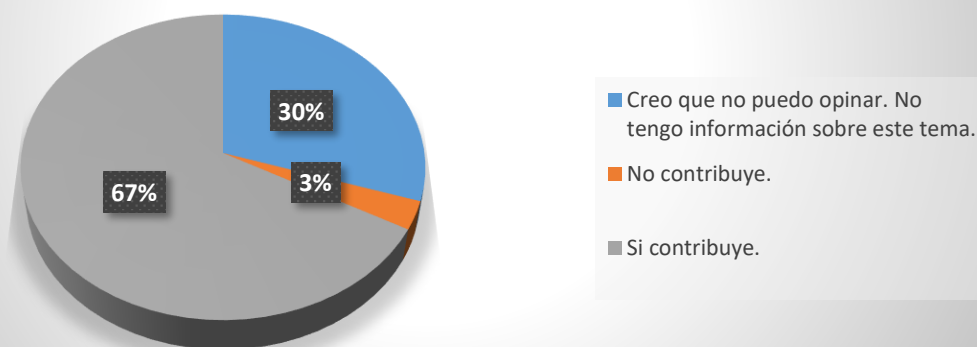


Figura 32 Guía que contribuye a mejorar la calidad

Análisis:

Un amplio número de encuestados con un 67% consideran que el proyecto institucional si contribuye a mejorar la calidad académica y la integración del personal, un 30% menciona no tener información acerca de este tema y el 3% restante opina que no contribuye.

32. ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP.	28	5%
Los canales digitales.	495	91%
Los canales interpersonales.	4	1%
Los canales multimedia.	5	1%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	10	2%
Total	542	100,0

Tabla 34 Recomendación de canales de comunicación

¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?

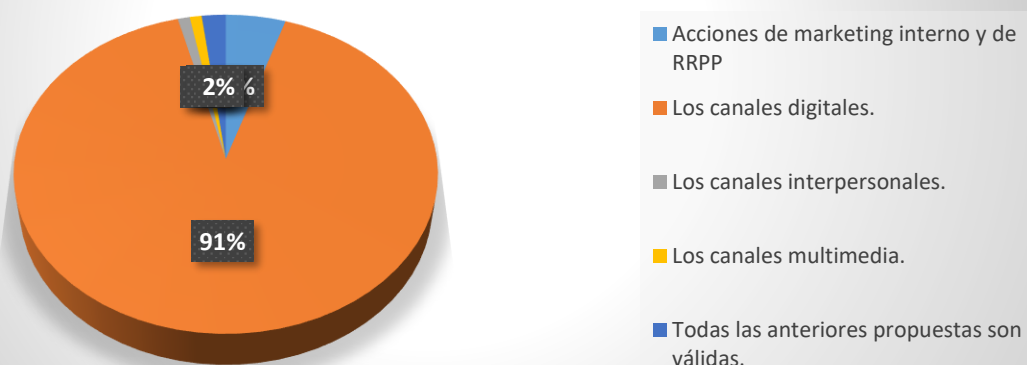


Figura 33 Recomendación de canales de comunicación

Análisis:

En su mayoría los encuestados con un 91% recomiendan que la Facultad utilice los canales digitales, un 5% opina que se deberían usar Acciones de marketing interno y RRPP. Un 2% considera que deben utilizar todos los canales y con el 1% los encuestados comparten que deberían usarse los canales interpersonales o canales multimedia.

34. ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	461	85%
Muy buena	63	12%
Buena	18	3%
Total	542	100,0

Tabla 35 Jornada de ideas para mejorar la comunicación

¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas?

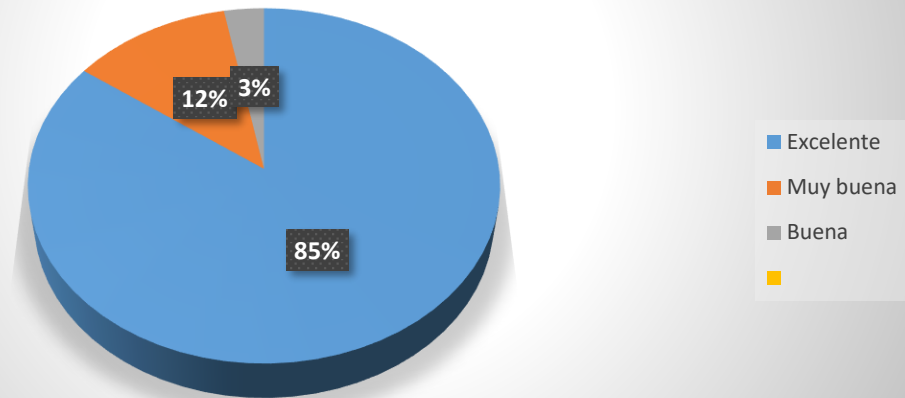


Figura 34 Jornada de ideas para mejorar la comunicación

Análisis:

En su mayoría con un 85% los estudiantes encuestados califican como excelente la idea de que hubiese jornadas para socializar ideas para la comunicación interna, y a un 12% la idea le parece muy buena.

3.6.1 Conclusión de las encuestas aplicada a estudiantes

De acuerdo a los datos obtenidos mediante la encuesta aplicada a estudiantes de la facultad de Ciencias Psicológicas, se puede determinar ciertos factores considerados por los alumnos como aquellos elementos claves que contribuirían a la mejora de la comunicación interna dentro de la facultad de Ciencias Psicológicas, entre las opciones a destacar se encuentra que el 55% de los estudiantes desconoce si existe un área o persona encargada de gestionar la comunicación interna en la facultad, 62% de los alumnos piensan que es muy importante que exista una gestión comunicativa de manera efectiva, el 58% de los alumnos manifiestan que no conocen los medios de comunicación oficiales de la facultad, al ser consultados sobre como consideran que se debe dar el manejo de la comunicación interna, 53% de los alumnos consideran que esta debe ser gestionada desde la dirección de comunicación, dentro de la facultad, en la actualidad, según indicaron el 55% de los encuestados indican que el medio más utilizado para la difusión de información son las redes sociales con las que cuenta la facultad, y la mayoría de los mensajes son de carácter informativo, en los cuales se puede apreciar contenido referente a eventos que toman lugar dentro de la universidad.

La mayoría de los alumnos considera que el proyecto institucional sirve como guía para que exista un buen desarrollo dentro de la facultad. Otro asunto a resaltar es que dentro de los alumnos existe un nivel medio en lo que respecta al sentido de pertenencia hacia la facultad, sin embargo, la mayoría de los encuestados con 59% consideran que su facultad goza con una excelente reputación dentro de la ciudadela universitaria.

Acorde a los alumnos los aspectos claves a considerar para mejorar la gestión de la comunicación interna, están diseñar de políticas y planes de comunicación interna, a esto se puede agregar una mejora en la calidad de la información y en la forma por la

cual esta es transmitida y que existan jornadas de lluvias de idea para aportar con opiniones que favorezcan al fortalecimiento de la comunicación interna en la facultad.

3.7 Análisis de encuesta aplicadas a docentes

1. Sexo del encuestado

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Hombre	24	40
Mujer	36	60%
Total	60	100%

Tabla 35 Sexo de los encuestados

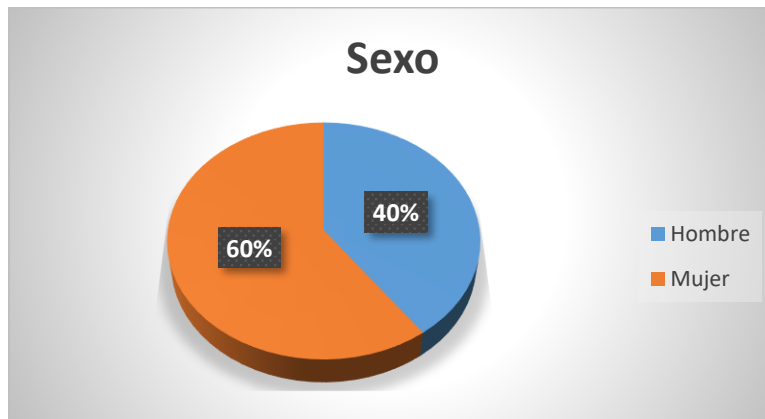


Figura 35 Sexo de los docentes encuestados

Análisis:

Del total de los docentes a los cuales se les aplicó la encuesta, se puede observar que un 40% son hombres y un 60% mujeres.

2. Edad de los encuestados

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 25 años	0	0
25 a 28 años	0	0
29 a 32 años	7	12
33 a 36 años	18	30
37 a 40 años	26	43
41 años en adelante	9	15
Total	60	100%

Tabla 36 Edad de los docentes encuestados



Figura 36 Edad de los docentes encuestados

Análisis:

Con respecto a la edad de los docentes encuestados, se puede observar que la mayoría de ellos con un 43% tienen entre 37 a 40 años, un 30% de los docentes a los cuales se encuestó tienen entre 33 a 36 años, el 15% de los docentes encuestados tiene más de 41 años y solamente un 12% se encuentran entre los 29 a 32 años.

3. Tiempo laborando en la facultad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 1 año	2	3%
1 a 3 años	7	12%
4 a 7 años	20	25%
7 años en adelante	30	30%
Total	60	100%

Tabla 37 Tiempo de los docentes encuestados trabajando en la facultad



Figura 37 Tiempo de los docentes encuestados trabajando en la facultad

Análisis:

Del total de los docentes a los cuales se encuestó se puede evidenciar que la mayoría de ellos, con un 54% lleva trabajando más de 7 años dentro de la facultad de Ciencias Psicológicas, un 27% de los docentes lleva trabajando entre 4 a 7 años dentro de la facultad, un 13% de ellos entre 1 a 3 años y un 6% lleva menos de un año trabajando en la facultad.

4. Conocimiento de la historia de la facultad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	6	10%
No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto	7	12%
Sí, por mis propios medios	6	10%
Sí, porque la facultad me ha informado al respecto	41	68%
Total	60	100%

Tabla 38 Conocimiento de los docentes sobre historia de la facultad

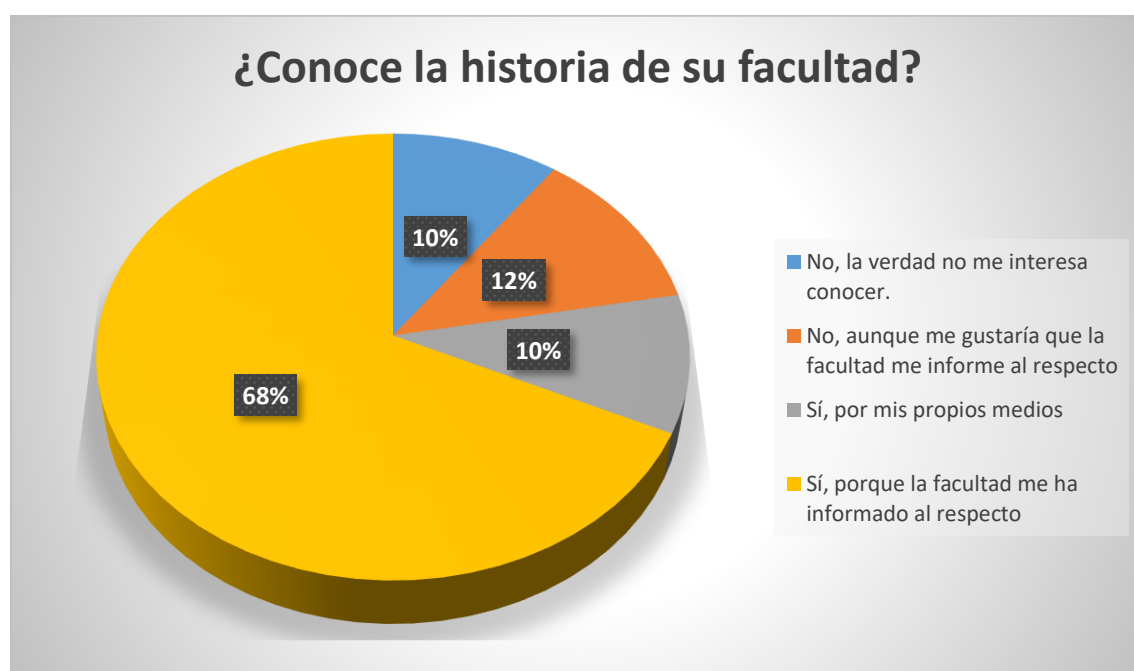


Figura 38 Conocimiento de los docentes sobre historia de la facultad

Análisis:

Se pudo constatar a través de las encuestas realizadas que, del total de docentes encuestados, el 68% de ellos conoce la historia de su facultad debido a que la facultad los ha informado al respecto, un 12% manifestó que no conoce la historia, sin embargo, le gustaría que la facultad lo informe al respecto, un 10% manifestó no interesarle conocer la historia de la facultad, al igual que otro 10% que indicó conocer la historia de la facultad por sus propios medios.

5. Conocimiento historia de la universidad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	5	8%
No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto	27	45%
Sí, por mis propios medios	4	7%
Sí, porque la facultad me ha informado al respecto	24	40%
Total	60	100%

Tabla 39 Conocimiento de los docentes sobre la historia universidad

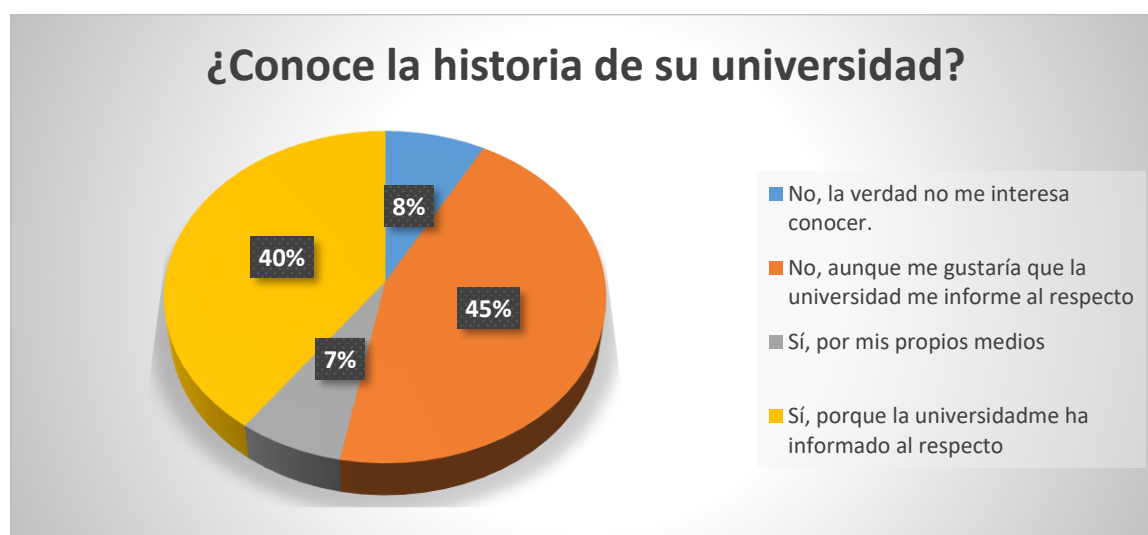


Figura 39 Conocimiento de los docentes sobre la historia universidad

Análisis:

Se pudo constatar a través de los resultados obtenidos de las encuestas que, del total de docentes encuestados, el 45% de ellos conoce la historia la universidad debido a que la universidad los ha informado respecto a ella, un 40% manifestó no conocerla sin

embargo le gustaría recibir información respecto a la misma, un 8% de los docentes manifestó no interesarle conocer la historia y únicamente un 7% indicó conocer la historia de la universidad por sus propios medios.

6. Conocimiento de misión, visión y valores de la facultad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)	37	61%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	13	22%
Conozco la misión, visión y los valores.	6	10%
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Facultad	1	2%
No, no conozco nada del proyecto institucional	12	5%
Total	60	100%

Tabla 40 Conocimiento de los docentes sobre la misión, visión y valores de la facultad

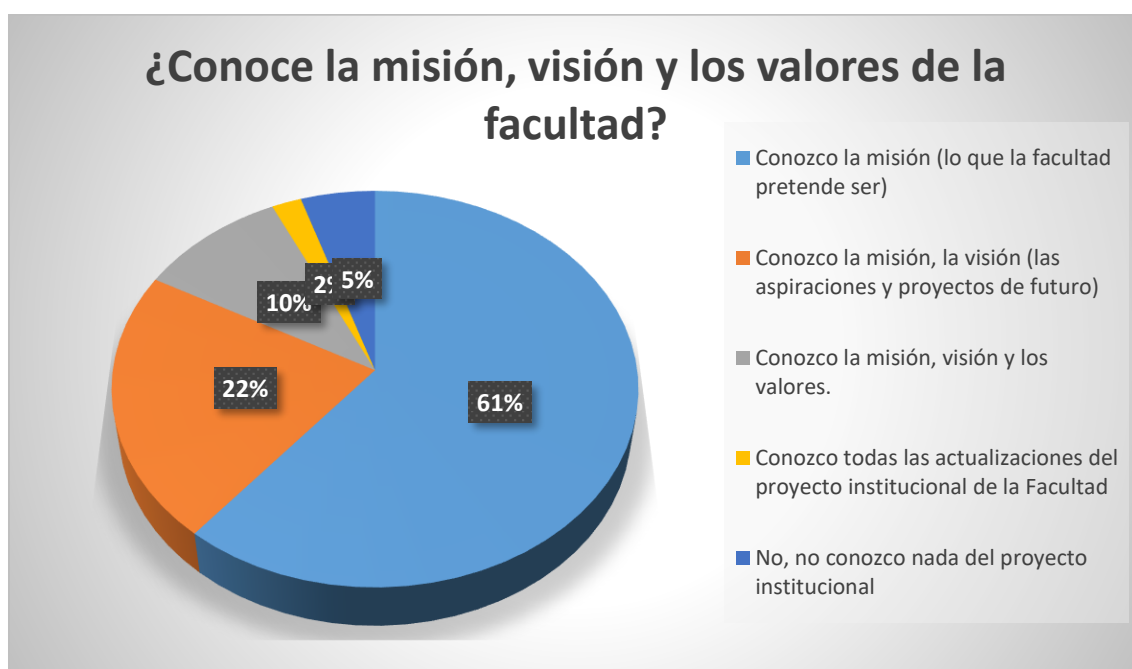


Figura 40 Conocimiento de los docentes sobre la misión, visión y valores de la facultad

Análisis:

Respecto al conocimiento de la misión, visión y valores de la facultad de Ciencias Psicológicas, un 61% de los encuestados manifestó solamente conocer la misión de la facultad, 22% de las docentes indicaron conocer la misión y visión de la facultad, el 10% de los encuestados manifestó conocer misión, visión y valores de la

facultad, un 5% de los docentes manifestó no conocer nada del proyecto institucional de la facultad

7. Conocimiento de misión, visión y valores de la universidad

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)	45	75%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	15	25%
Total	60	100

Tabla 41 Conocimiento de docentes sobre la misión, visión y valores de la Universidad

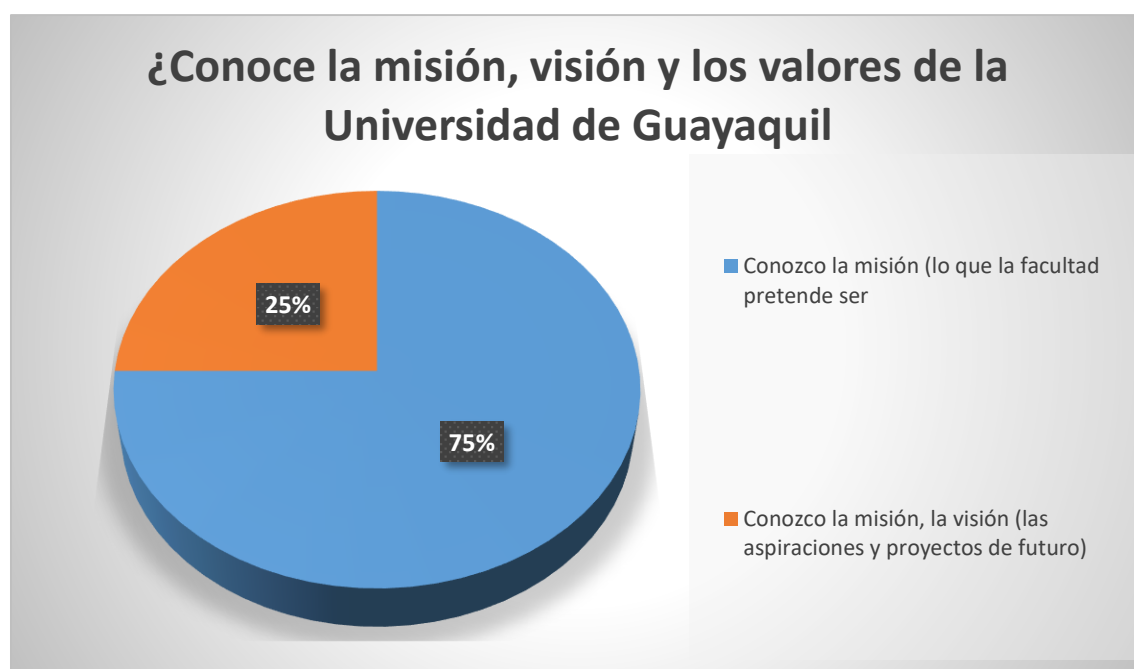


Figura 41 Conocimiento de los docentes sobre la misión, visión y valores de la Universidad

Análisis:

Respecto al conocimiento de la misión, visión y valores de la Universidad de Guayaquil, el 75% de los encuestados indicó conocer únicamente la misión de la Universidad de Guayaquil, 25% de los docentes manifestó conocer la misión y visión de la universidad.

8. Valor con que la Facultad de Ciencias Psicológicas se identifica en la práctica

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso social	16	27%
Excelencia y calidad educativa	25	42%
Iniciativa y trabajo en equipo	8	13%
Respeto	7	11%
Todas las anteriores son propuestas validas	4	7%
Total	60	100%

Tabla 42 Valor con que los docentes consideran que se identifica la facultad de Ciencias Psicológicas



Figura 42 Valor con los docentes consideran que se identifica la facultad de Ciencias Psicológicas

Análisis:

Del total de los docentes encuestados un 42% de ellos indicó considerar que la Facultad de Ciencias Psicológicas se identifica con el valor de la excelencia y calidad educativa, 27% de los encuestados consideran que la facultad se identifica con el compromiso social, mientras que 13% de los docentes considera la iniciativa y trabajo en equipo como el valor con el cual puede identificarse a la facultad de Ciencias Psicológicas, 11% considera al respeto como el valor que identifica a la facultad.

9. Valor con que se identifica la Universidad de Guayaquil

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso social	20	33%
Excelencia y calidad educativa	16	27%
Iniciativa y trabajo en equipo	17	28%
Respeto	7	12%
Total	60	100%

Tabla 43 Valor que indicaron los docentes con el cual se identifica la Universidad de Guayaquil



Figura 43 Valor que indicaron los docentes con el cual se identifica la Universidad de Guayaquil

Análisis:

Respecto a los valores con que se identifica la Universidad de Guayaquil en la práctica profesional, la mayoría de los encuestados con un 33% considera que la institución se identifica con el compromiso social, un 28% considera que el valor que identifica a la Universidad de Guayaquil es la iniciativa y trabajo en equipo, con un 27% se tiene a la excelencia y calidad educativa como el valor que identifica a la Universidad de Guayaquil, finalmente con un 12% los docentes indicaron el respeto como el valor con que se identifica a la Universidad de Guayaquil en la práctica profesional.

10. Conocimiento de las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	60	100%
No	0	0
Total	60	100%

Tabla 44 Conocimiento de autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas por parte de los docentes

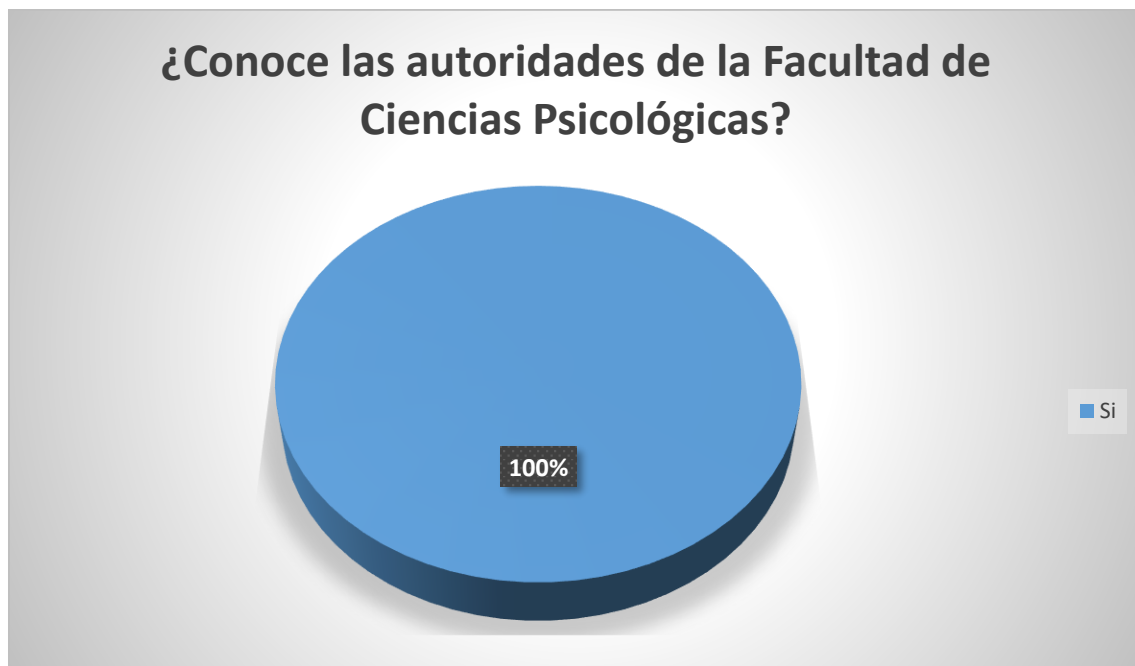


Figura 44 Conocimiento de autoridades Facultad de Ciencias Psicológicas por parte de los docentes

Análisis:

Del total de encuestados el 100% manifestó conocer a las autoridades dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas.

11. Reputación de la Universidad de Guayaquil

Grado	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	2	3%
Muy buena	5	9%
Buena	45	75%
Regular	8	13%
Total	60	100%

Tabla 45 Reputación que consideran los docentes posee la Universidad de Guayaquil



Figura 45 Reputación que consideran los docentes posee la Universidad de Guayaquil

Análisis:

Con respecto a la reputación que goza la Universidad de Guayaquil el 75% de los encuestados considera que esta es buena, un 13% de los docentes encuestados la considera regular y seguidos con un 9% consideran que la reputación que goza la universidad es muy buena, finalmente en menor medida, con un 3% consideran que la reputación es excelente.

12. Reputación de la Facultad de Ciencias Psicológicas

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	50	84%
Muy buena	9	15%
Buena	1	1%
Total	60	100%

Tabla 46 Reputación que consideran los docentes goza la Facultad de Ciencias Psicológicas



Figura 46 Reputación que consideran los docentes goza la Facultad de Ciencias Psicológicas

Análisis:

Con respecto a la reputación la mayoría de los encuestados con un 84% considera que la reputación que goza la facultad de Ciencias Psicológicas es excelente, un 15% considera a la reputación de la facultad como muy buena y un 1% considera esta reputación buena.

13. Comunicación interna y desarrollo organizacional

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	58	97%
No	2	3%
Total	60	100%

Tabla 47 Relación entre comunicación interna y desarrollo organizacional según docentes

¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

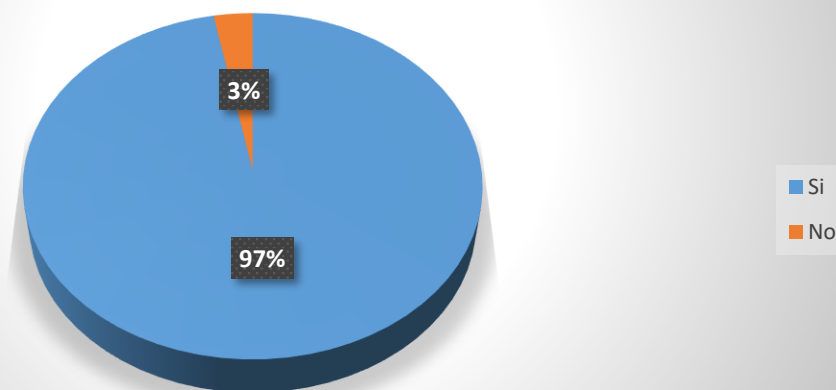


Figura 47 Relación entre comunicación interna y desarrollo organizacional según docentes

Análisis:

Un 97% de los encuestados considera que la Comunicación interna ayuda al desarrollo organizacional dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas, mientras que un 3% considera que no existe ninguna relación entre estas 2 variables.

14. Gestión de la comunicación dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy importante	34	57%
Importante	25	42%
Regular	1	1%
Total	60	100%

Tabla 48 Importancia de la gestión de la comunicación acorde a docentes



Figura 48 Importancia de la gestión de la comunicación acorde a docentes

Análisis:

Del total de los encuestados un 57% considera como muy importante que se dé una gestión efectiva de la comunicación interna dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas y un 42% considera a este factor como importante.

15. Conocimiento de los medios oficiales en la facultad de Ciencias Psicológicas

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	26	78%
No	24	22%
Total	60	100%

Tabla 49 Conocimientos de los medios oficiales en la facultad de Ciencias Psicológicas por parte de los docentes



Figura 49 Conocimientos de los medios oficiales en la facultad de Ciencias Psicológicas por parte de los docentes

Análisis:

Del total de docentes encuestados el 78% indicó conocer los medios de comunicación oficiales que tiene la facultad de Ciencias Psicológicas, mientras que un 22% indicó no conocerlos.

16. Comunicación interna con jefe inmediato

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente, se reúne conmigo periódicamente.	13	22%
Muy buena, se reúne conmigo cuando lo solicito, aclarando dudas.	36	60%
Buena, apenas hay comunicación interna, funciona mejor la comunicación informal.	10	17%
Regular, podría decirse que nos comunicamos solo por correo electrónico.	1	1%
Total	60	100%

Tabla 50 Comunicación interna con jefe inmediato según docentes

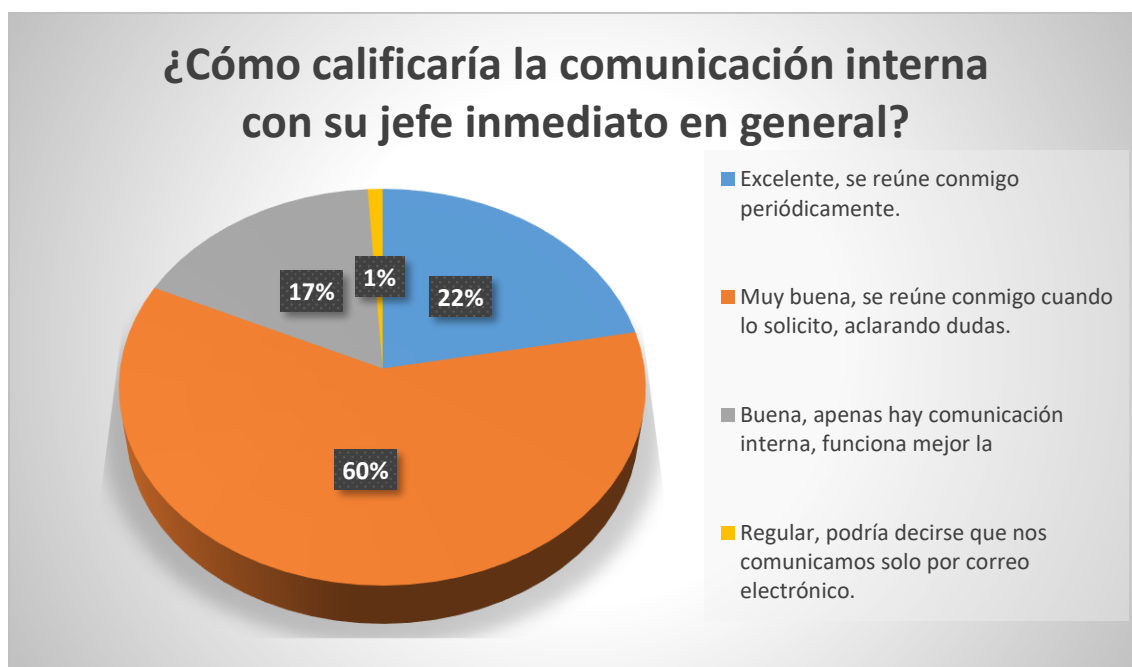


Figura 50 Comunicación interna con jefe inmediato según docentes

Del total de docentes encuestados, la mayoría con un 60% indicó que la comunicación interna con su jefe inmediato es muy buena, debido a que tienen reuniones las cuales ayudan a aclarar las dudas presentes en los docentes, 22% de los encuestados la consideran excelente, 17% indicó que es buena, aunque apenas haya comunicación interna y funcione mejor la informal.

17. Compañerismo en entorno laboral

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	19	32%
Muy buena	27	45%
Buena	13	22%
Regular	1	1%
Total	60	100%

Tabla 51 Compañerismo en el entorno laboral según docentes



Figura 51 Compañerismo en el entorno laboral según docentes

Del total de los encuestados, el 45% consideran como muy bueno el compañerismo existente en su entorno laboral, 32% de los docentes encuestados lo consideran excelente y un 22% considera que el compañerismo en su entorno es bueno.

18. Grado de satisfacción respecto a los medios y mensajes

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	12	20%
Muy buena	37	62%
Buena	10	17%
Regular	1	1%
Total	542	100%

Tabla 52 Grado de satisfacción respecto a mensajes y medios acorde a docentes



Figura 52 Grado de satisfacción respecto a mensajes y medios acorde a docentes

Análisis:

Del total de los docentes encuestados un 62% indicó tener una satisfacción muy buena con respecto a los canales y mensajes de comunicación interna manejados dentro de la facultad de Ciencias Psicológicas, un 20% manifestó un grado de excelente satisfacción con respecto a los canales y mensajes de comunicación interna en la facultad, 17% de los encuestados manifestaron tener un buen grado de satisfacción por los mensajes y canales de comunicación interna recibidos en la facultad de Ciencias Psicológicas

19. ¿Desde qué área cree usted que se debe gestionar la comunicación interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dirección de comunicación	42	70%
Marketing	11	18%
Recursos humanos	7	12%
Total	542	100 %

Tabla 53 Área para gestionar la comunicación interna según el criterio de los docentes



Figura 53 Área para gestionar la comunicación interna acorde a docentes

Análisis:

Un 70% de los docentes encuestados considera que la comunicación interna en la facultad debe gestionarse desde la Dirección de comunicación, 18% desde el departamento de Marketing y un 12% considera que el departamento responsable de gestionarla es Recursos Humanos.

20. ¿Conoce usted si en la Facultad de Ciencias Psicológicas hay una persona encargada de Comunicación Interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	26	43%
No	34	57%
Total	60	100%

Tabla 54 Persona encargada de Comunicación Interna según criterio docentes

¿Conoce usted si en la Facultad de Ciencias Psicológicas hay una persona encargada de Comunicación Interna?

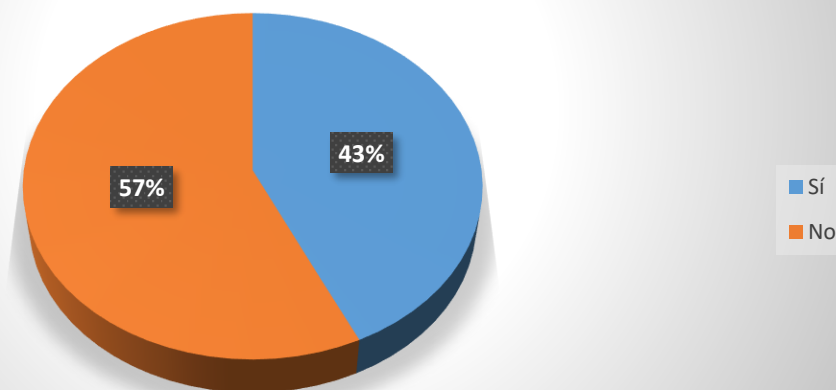


Figura 54 Persona encargada de Comunicación Interna según criterio docentes

Análisis:

De los docentes encuestados en la Facultad de Ciencias Psicológicas el 47% mencionaron que no conocen si hay una persona encargada de comunicación interna, mientras que 43% indicó que si tienen conocimiento sobre la existencia de una persona encargada de esta función.

21. ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Los canales digitales.	49	82%
Los canales interpersonales.	6	10%
Los canales multimedia.	5	8%
Total	60	100%

Tabla 55 Canales de Comunicación interna que conoce que utiliza la Facultad acorde a docentes.

¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

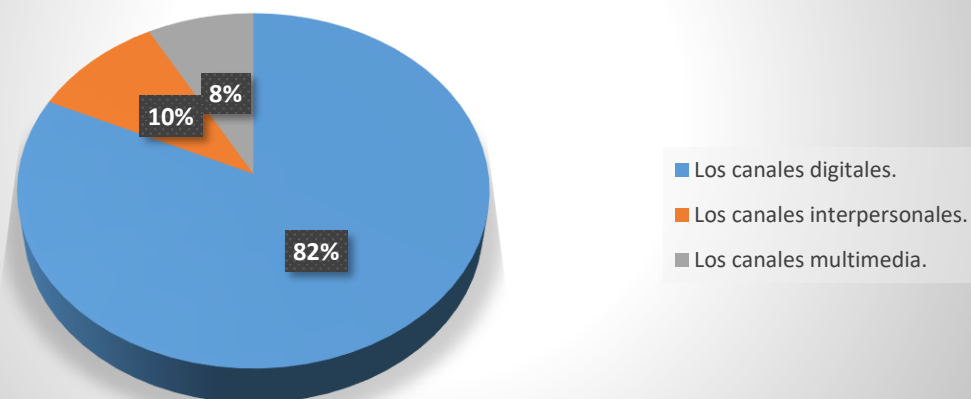


Figura 55 Canales de Comunicación Interna que conoce que utiliza la Facultad acorde a docentes

Análisis:

Un 82% los docentes encuestados mencionan que los canales digitales son los que utilizan para la comunicación interna en la facultad de Ciencias Psicológicas, un 10% menciona que se utilizan los canales interpersonales y un 8% indicó que los canales más usados dentro de la facultad son los canales multimedia.

22. ¿Por cuál medio se da a conocer la información importante dentro de la facultad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
E-mails	37	62%
Redes Sociales oficiales	3	5%
Informes	20	33%
Total	60	100%

Tabla 56 Medios donde se da a conocer la información importante a docentes

¿Por cuál medio se da a conocer la información importante dentro de la facultad?



Figura 56 Medios donde se da a conocer la información importante a docentes

Análisis:

El 62% de los docentes encuestados indicaron que el mayor medio por el cual se da a conocer la información de gran importancia dentro de la facultad son E-mails, un 33% mencionó que los informes también son usados con el fin de dar a conocer información relevante dentro de la facultad y finalmente un 5% de los docentes a quienes se les aplicó la encuesta señalaron a las redes sociales como el medio por donde se da a conocer información importante dentro de la facultad.

23. ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.	37	61%
Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional.	2	3%
Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas.	1	34%
Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil.	20	2%
Total	60	100%

Tabla 57 Tipo de mensaje que reciben por parte de la Facultad los docentes

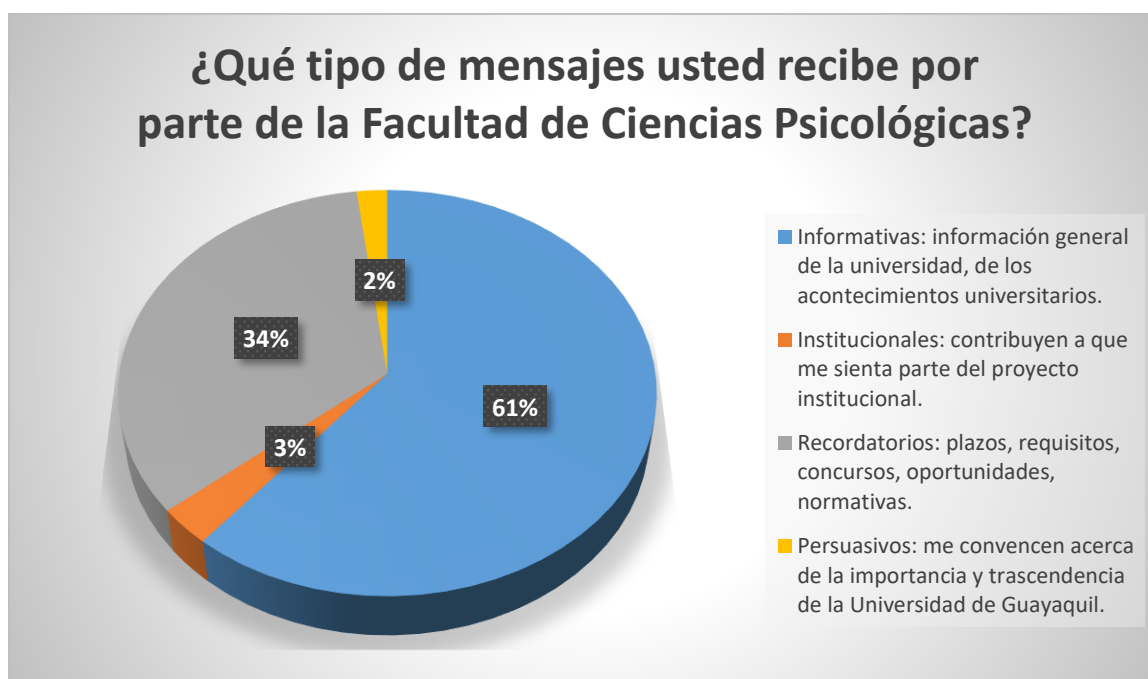


Figura 57 Tipo de mensaje que reciben por parte de la Facultad los docentes

Análisis:

61% de los docentes encuestados indicaron que los tipos de mensajes que reciben por parte de la facultad de Ciencias Psicológicas son de carácter informativo, en los cuales se detalla información concerniente a acontecimientos universitarios y demás información general relacionada a la universidad, 34% de los docentes indicó recibir mensajes del tipo recordatorio relacionado a plazos, requisitos o concursos que deban

cumplir, 3% indicó que recibe mensajes institucionales y 2% mensajes de carácter persuasivos.

24. ¿Qué medios cree que debe cuidar la Facultad de Ciencias Psicológicas para mejorar su imagen interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.	8	13%
Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.	25	42%
Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y de los exalumnos.	3	5%
Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.	24	40,0
Total	60	100%

Tabla 58 Medios que se debe cuidar para mejorar la imagen interna según docentes.

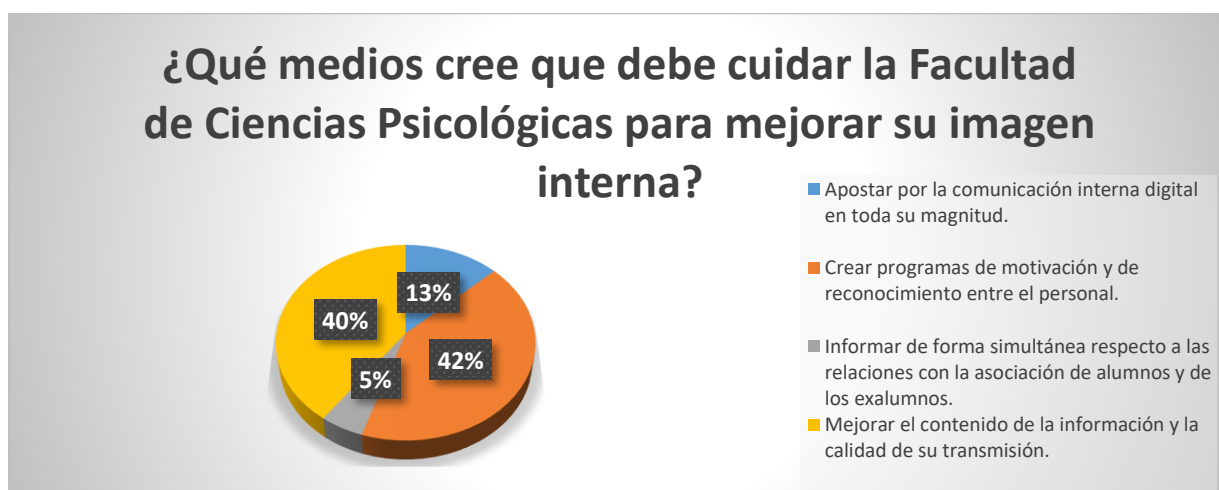


Figura 58 Medios que se debe cuidar para mejorar la imagen interna según docentes.

Análisis:

El 42% de los docentes encuestados indicaron que la facultad debe cuidar el crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal, un 40% de los docentes indicó que para mejorar la imagen interna de la facultad se debe mejorar el contenido y calidad de la información junto a su transmisión, 13% considera como factor fundamental para mejorar la imagen interna el apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.

25. ¿Cómo calificaría la infraestructura existente destinada a los estudiantes? Equipos de cómputo, paquetes informáticos, aulas y dotación en general.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	23	38%
Muy buena	35	58%
Buena	1	2%
Regular	1	2%
Total	60	100%

Tabla 59 Recursos destinados a docentes

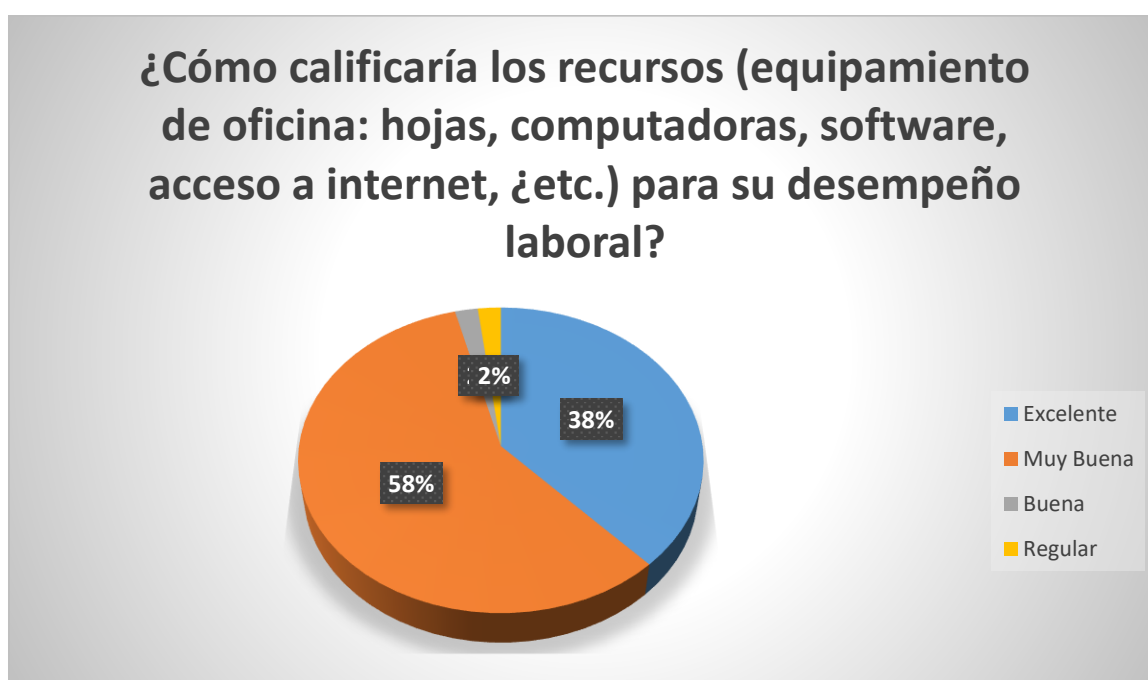


Figura 59 Recursos destinados a docentes

Análisis:

El 58% de los encuestados califican como muy bueno los recursos y equipamientos destinado al uso de docentes para el desarrollo de su desempeño laboral, 38% de los docentes lo califica como excelente mientras que un 2% lo califica como bueno y otro 2% como regular.

26. ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Es bueno, pero llega tarde.	14	24%
Es excelente y motivador.	37	62%
Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.	8	13%
No existe.	1	1%
Total	60	100%

Tabla 60 Reconocimiento del personal administrativo y académico según docentes.



Figura 60 Reconocimiento del personal administrativo y docente

Análisis:

El 62% de los estudiantes encuestados menciona que existe un reconocimiento excelente y motivador hacia docentes y personal administrativo de la facultad de Ciencias Psicológicas, el 24% menciona que existe, pero este reconocimiento suele llegar tarde, un 13% indica que este reconocimiento no es lo suficientemente motivador, mientras que un 1% considera que no existe ningún tipo de reconocimiento al interior de la facultad.

27. ¿Cree que las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí, hace algo. No mucho.	9	15%
Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.	36	60%
Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.	14	23%
Desconozco lo que hace el decano en estas áreas.	1	2%
Total	60	100%

Tabla 61 Autoridades mejoran el área académica y administrativa según docentes



Figura 61 Autoridades mejoran el área académica y administrativa según docentes

Análisis:

El 60% de los encuestados opinan que el decano de la Facultad hace lo que puede siempre por mejorar el área académica y administrativa, un 23% que consideran que el decano hace lo que puede por mejorar estas áreas de manera ocasional. Un 15% considera que el decano no hace mucho por estas áreas y solamente un 2% desconoce lo que el decano hace por estas áreas.

28. ¿Considera que otras universidades públicas son mejores que la universidad de Guayaquil? Elija una de las siguientes opciones.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.	1	2%
No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades	20	33%
No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.	2	3%
No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.	5	8%
Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.	19	32%
Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.	3	5%
Sí, otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario: oportunidades formativas, actividades sociales.	10	17%
Total	60	100%

Tabla 62 Universidades mejores que la universidad de Guayaquil acorde a docentes

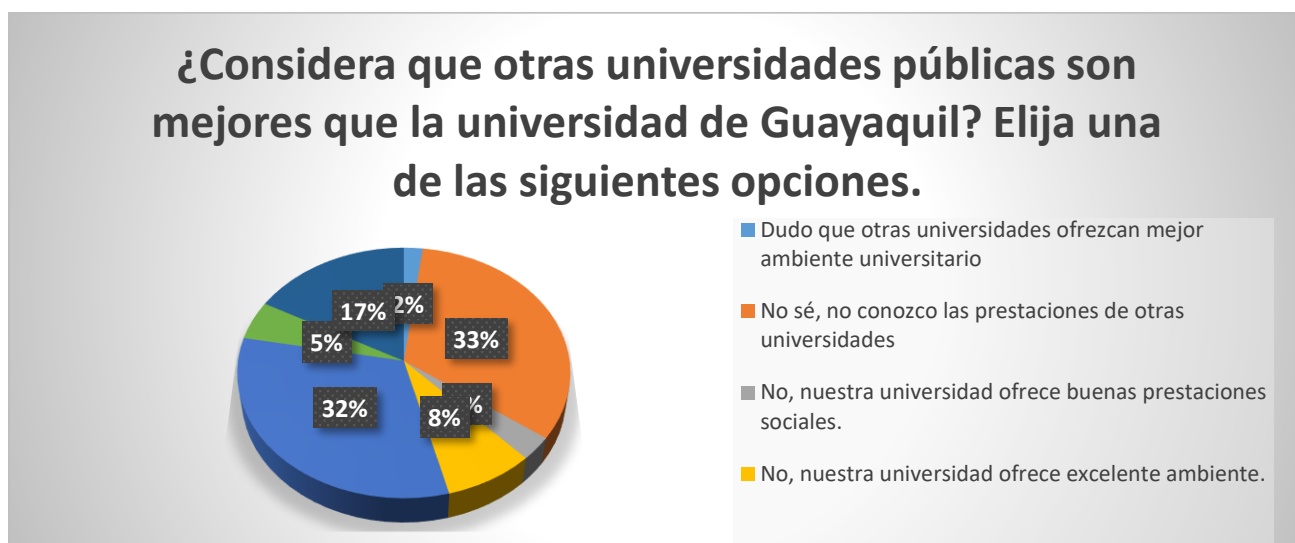


Figura 62 Universidades mejores que la Universidad de Guayaquil acorde a docentes.

Análisis:

El 33% de los docentes encuestados mencionaron que no conocen las prestaciones de otras universidades, 32% de ellos indicó que, si existen mejores universidades públicas que la de Guayaquil, aunque esta se destaca por su calidad educativa, 17% de los docentes encuestados indicó que existen mejores universidades que la de Guayaquil ya que éstas ofrecen buen ambiente universitario, oportunidades

formativas y actividades sociales, 8% de los docentes encuestados manifestó que no existen mejores universidades que la de Guayaquil y además resaltaron el excelente ambiente que esta tiene.

29. ¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alto	47	78%
Medio	12	20%
Bajo	1	2%
Total	60	100%

Tabla 63 Sentido de pertenencia de docentes

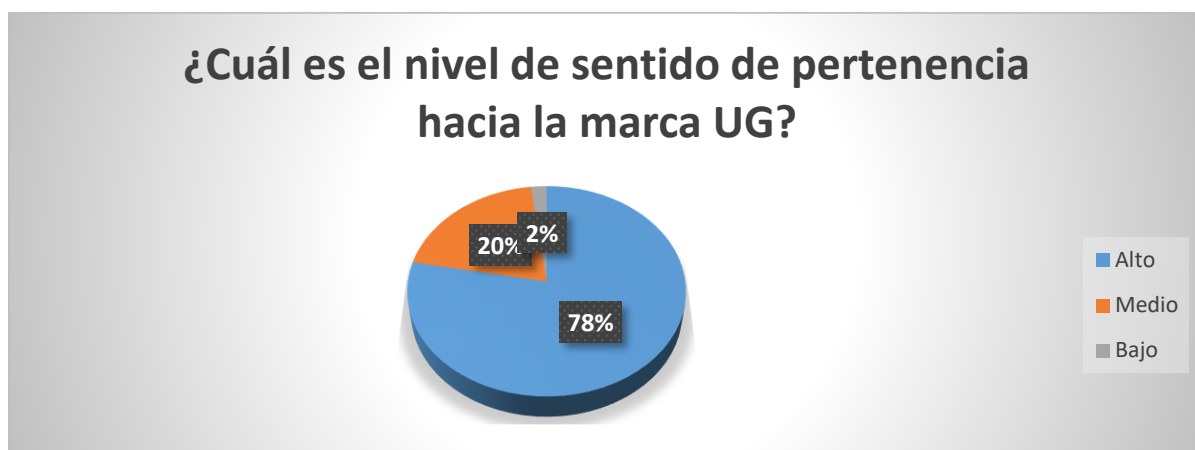


Figura 63 Sentido de pertenencia de docentes

Análisis:

De los docentes encuestados un 78% manifiesta tener un alto sentido de pertenencia hacia la marca UG, un 20% indica tener un nivel medio de pertenencia hacia la marca y un 2% de los docentes que fueron encuestados indicaron que posee un bajo nivel de pertenencia hacia esta marca.

30. Si tuviera oportunidad de cambiarse de trabajo ¿Lo haría?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.	36	60%
No, decididamente, en estos momentos no me iría.	15	25%
Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.	8	13%
Sí, me cambiaría sin dudarlo.	1	2%
Total	60	100%

Tabla 64 Oportunidad de cambiarse de Universidad acorde a docentes

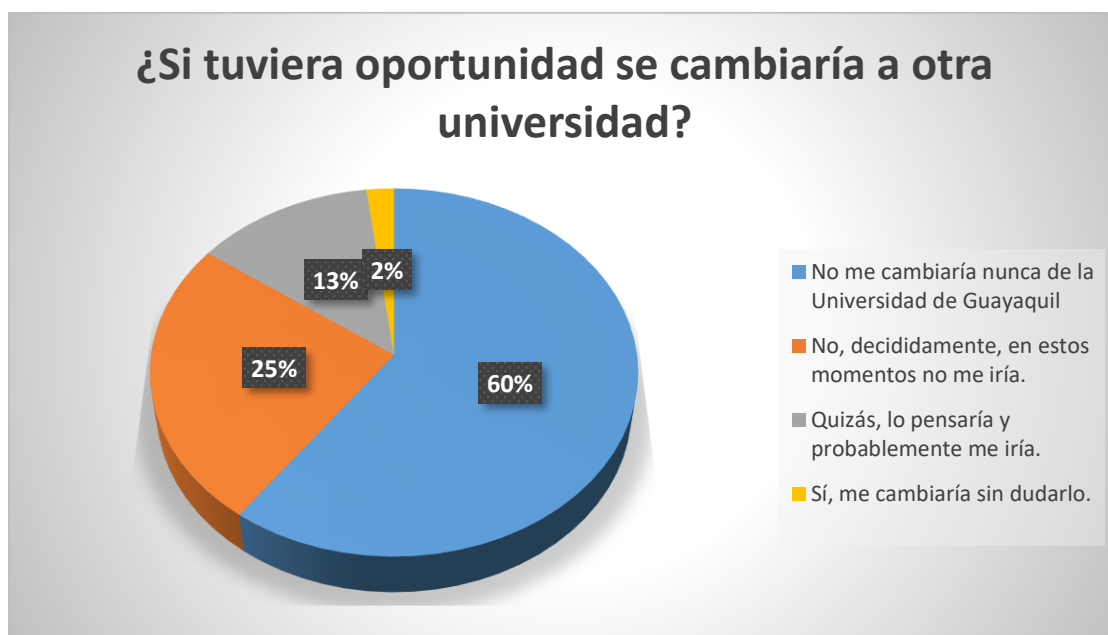


Figura 64 Oportunidad de Cambiarse de Universidad acorde a docentes

Análisis:

El 60% de los encuestados arrojan como resultado que nunca dejarían su trabajo en la Universidad de Guayaquil, 25% de los docentes encuestados indicaron que en estos momentos no dejarían su trabajo, 13% lo pensaría y quizás lo haría, mientras que un 2% lo dejaría su trabajo en la Universidad de Guayaquil sin dudarlo.

31. Si se pudiera mejorar la comunicación interna en de la Facultad de Ciencias

Psicológicas ¿qué aspecto o aspectos considera prioritarios?

	Frecuencia bsoluta	Frecuencia Relativa
Crear nuevos canales de comunicación interna.	10	17%
Diseñar políticas y planes de comunicación interna.	26	43%
Mejorar la participación e implicación de los decanos en actividades y programas de comunicación interna.	9	15%
Optimizar los canales actuales de comunicación interna.	5	8%
Realizar campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado	10	17%
Total	60	100%

Tabla 65 Aspectos prioritarios de mejora según docentes



Figura 65 Aspectos prioritarios de mejora según docente

Análisis:

43% de los docentes encuestados considera que para mejorar la comunicación interna dentro de la facultad se deben diseñar políticas y planes de comunicación interna, 17% de ellos indicó que crear nuevos canales de comunicación interna sería un aspecto prioritario que contribuiría a la mejora de la comunicación interna en la facultad de Ciencias Psicológicas, 17% de los encuestados indicó que realizar campañas para

fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado sería un aspecto prioritario mejorar, 15% de los docentes indicó que para mejorar la comunicación interna se debería implicar al decano en actividades de comunicación interna.

32. De los siguientes aspectos ¿Cuál considera usted aumentaría el compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acoger al personal desde el inicio para que se involucre en el puesto y en los objetivos departamentales.	19	32%
Apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto	35	58%
Diseñar políticas y ofrecer mejores prestaciones sociales en RR.HH.	6	10%
Total	60	100%

Tabla 66 Aumento de compromiso laboral de docentes



Figura 66 Aumento de compromiso laboral de docentes

Un 58% de los docentes encuestados indicó que apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto sería el factor que más favorecería en el aumento del compromiso laboral dentro de la universidad de Guayaquil, un 32% considera que acoger al personal desde el inicio para que se involucre en el puesto y en los objetivos

departamentales sería el factor clave que ayude al incremento en su compromiso laboral, finalmente con un 10% se encuentra el diseñar políticas y ofrecer mejores prestaciones sociales en el departamento de Recursos Humanos.

33. ¿Considera usted que el Proyecto Institucional es una guía que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si contribuye.	60	1000
Total	60	100,0

Tabla 67 Guía que contribuye a la mejorar la calidad según docentes

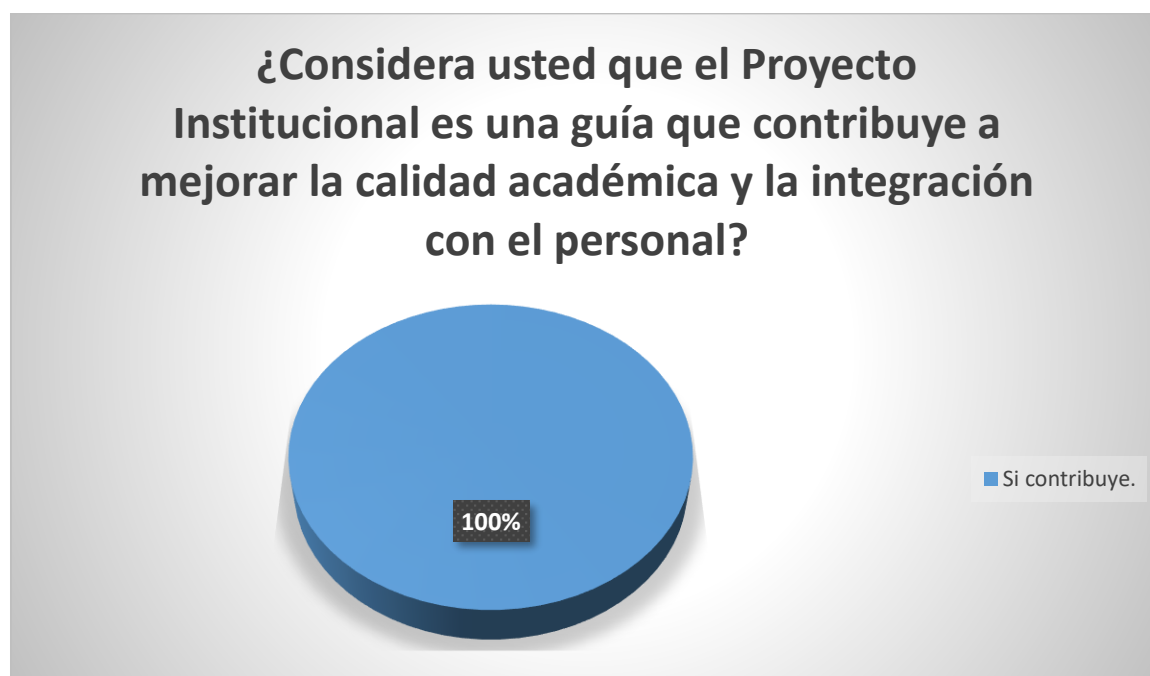


Figura 67 Guía que contribuye a mejorar la calidad acorde a docentes

Análisis:

El 100% de los docentes encuestados manifestaron que considerar que el proyecto institucional es una guía que contribuye a la mejora en la calidad académica y a la integración con el personal

34. ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP.	3	5%
Los canales digitales.	30	50%
Los canales interpersonales.	8	13%
Los canales multimedia.	19	32%
Total	60	100,0

Tabla 68 Recomendación de canales de comunicación acorde a docentes

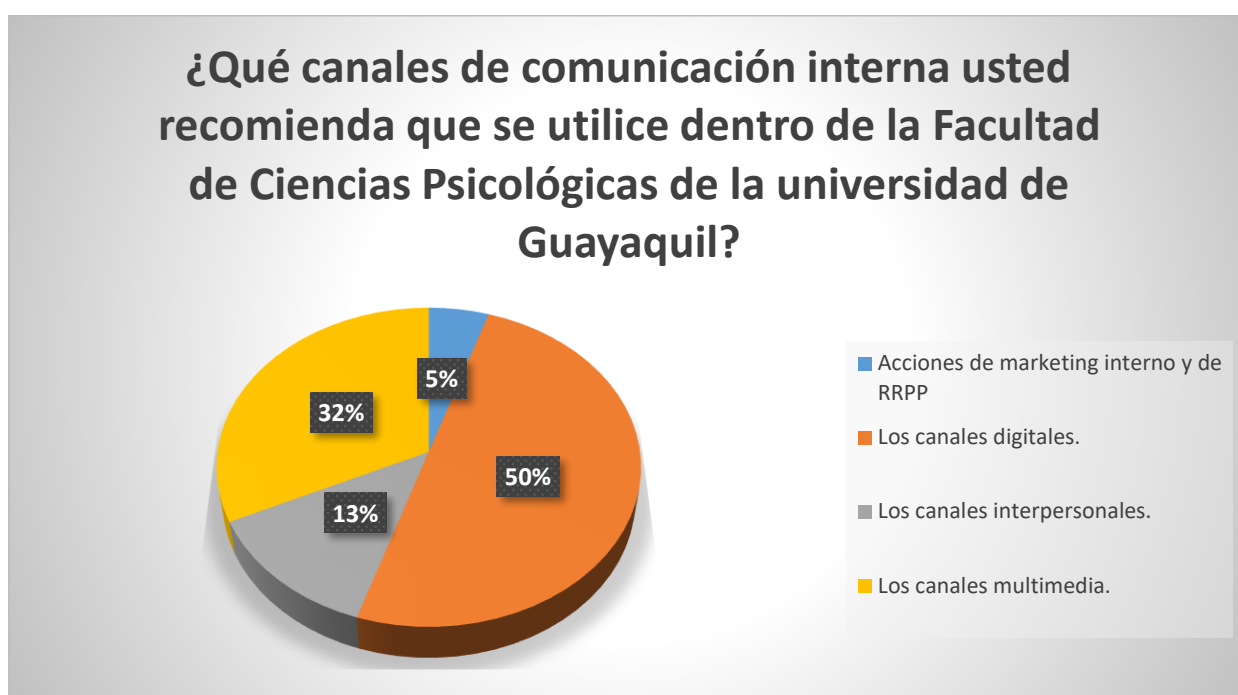


Figura 68 Recomendación de canales de comunicación según docentes

Análisis:

Un 50% de los encuestados recomiendan que la facultad utilice los canales digitales, un 32% opina que se deberían usar canales multimedia como canales para gestionar la comunicación interna en la facultad, un 13% considera que deben utilizar interpersonales y finalmente un 5% considera a las acciones de marketing interno y Relaciones Públicas como los canales idóneos para gestionar la comunicación interna en la facultad de Ciencias Psicológicas.

35. ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	37	62%
Muy buena	20	33%
Buena	3	5%
Total	60	100%

Tabla 71 Jornada de ideas para mejorar la comunicación

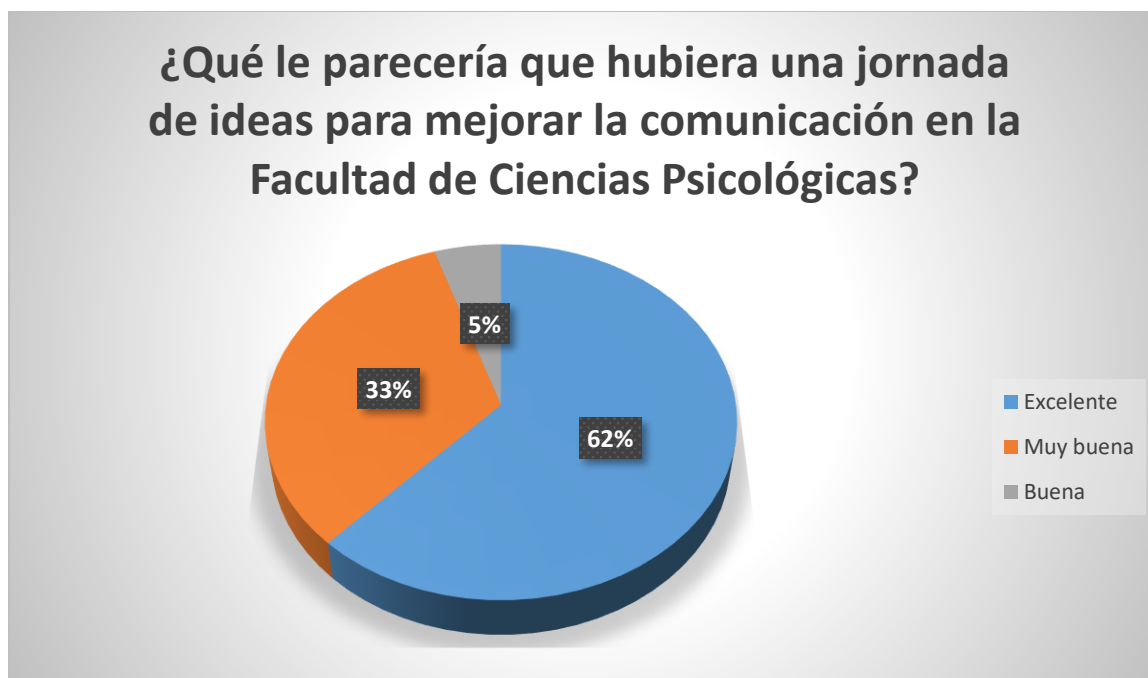


Figura 71 Jornada de ideas para mejorar la comunicación

Análisis:

En su mayoría con un 62% los docentes encuestados calificaron como excelente la idea de que hubiese jornadas para socializar ideas para mejorar la comunicación interna, un 33% considera muy buena esta propuesta de jornada de lluvia de ideas para mejorar la comunicación interna dentro de la facultad.

3.7.1 Conclusión de la encuesta de docentes

Para la presente investigación se realizó encuestas con un instrumento previamente validado, que permita conocer la opinión de los docentes que laboran dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil, se consideró docentes hombres y mujeres con un rango de edad de 25 años en adelante, en su mayoría los encuestados tienen más de 7 años laborando en esta facultad, esto representado por un 57% en las encuestas.

Los docentes considerados en la encuesta realizada, en su mayoría, indicaron conocen la historia, las autoridades y el Proyecto institucional de su Facultad, eso debido a que han sido informados previamente, consideran que este contribuye a mejorar la calidad académica y la integración del personal y además aseguran que la Facultad goza de una excelente reputación, a diferencia de esto, cuando se les preguntó sobre su conocimiento sobre la universidad, mencionaron en su mayoría que les agradaría pero que no tienen información sobre la historia de la Universidad debido a que no les ha sido informado por la misma, con respecto a la reputación que goza la Universidad de Guayaquil, los encuestados indicaron que esta es buena, además indicaron estar de acuerdo en que la comunicación interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas.

La mayoría de docentes encuestados, representados con un 57%, consideran de gran importancia la gestión de comunicación interna dentro de la Facultad y Universidad, además de afirmar que el decano se involucra de manera constante en todos los procesos que se dan dentro de la facultad, en lo que respecta a su entorno laboral, indicaron tener un compañerismo excelente, gozar de una muy buena comunicación con su jefe ya que mantienen reuniones frecuentes y despejan dudas existentes, además califican como excelente y motivador el reconocimiento que la

Facultad brinda al personal administrativo y docente, debido a esto manifiestan que poseen un alto sentido de pertenencia en la marca Universidad de Guayaquil y que no se cambiarían del lugar donde laboran.

58% de los docentes encuestados indicaron no tener un claro conocimiento acerca de las personas encargadas de la comunicación de manera interna, además manifestaron si conocer los medios oficiales existentes en la Facultad y están satisfechos con ellos, indicaron que el canal más usado por su parte para la comunicación, son los digitales medio, siendo los E-mails la herramienta utilizada con mayor frecuencia, la información que reciben con mayor frecuencia es de carácter informativa y recordatoria. Recomiendan que se continúen usando los canales digitales de manera interna en la Facultad.

Sugieren que la comunicación interna debe ser gestionada por una dirección de comunicación, que se deberían crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal, diseñar políticas y planes de comunicación interna, apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto. Califican como excelente la propuesta de jornadas de ideas para mejorar la comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

3.8 Análisis personal administrativo.

1. Sexo

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Hombre	7	28%
Mujer	18	72%
Total	25	100%

Tabla 69 Sexo del Personal Administrativo

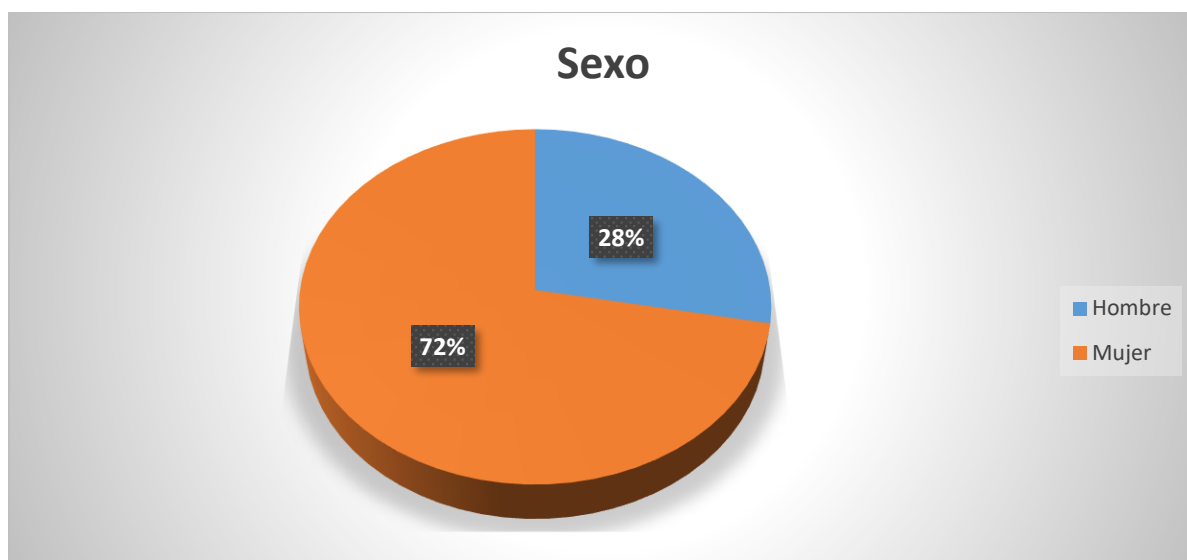


Figura 69 Sexo del Personal Administrativa

Análisis:

De las encuestas realizadas al personal administrativo de la Facultad de Ciencias Psicológicas el 72% de ellos son del género masculino y el 28% femenino.

2. ¿Qué edad tiene usted?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
29 a 32 años	4	16%
33 a 36 años	9	36%
37 a 40 años	6	24%
41 años en adelante	6	24%
Total	25	100%

Tabla 70 Edad del Personal Administrativo



Figura 70 Edad del Personal Administrativo

Análisis

El 36% del personal administrativo encuestado tienen una edad entre 33 y 36 años, un 24% de ellos tienen edades entre 37 y 40, al igual que edades de 41 en adelante comparten un 24% de los encuestados.

3. ¿Cuánto tiempo tiene laborando en la Facultad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 1 año	1	4%
1 a 3 años	3	12%
4 a 7 años	11	44%
7 años en adelante	10	40%
Total	25	100%

Tabla 71 Tiempo laborando den la Facultad



Figura 71 Tiempo laborando en la Facultad

Análisis

De las personas encuestadas el 44% tiene de 4 a 7 años laborando es la Facultad de Ciencias Psicológicas, esto seguido de un 40% que menciona tener más de 7 años laborando ahí, un 12% de los encuestados tienen de 1 a 3 años laborando en la facultad.

4. ¿Conoce la historia de su facultad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	5	20%
No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto.	6	24%
Sí, por mis propios medios.	4	16%
Sí, porque la facultad me ha informado al respecto.	10	40%
Total	25	100%

Tabla 72 Conoce la historia de su Facultad

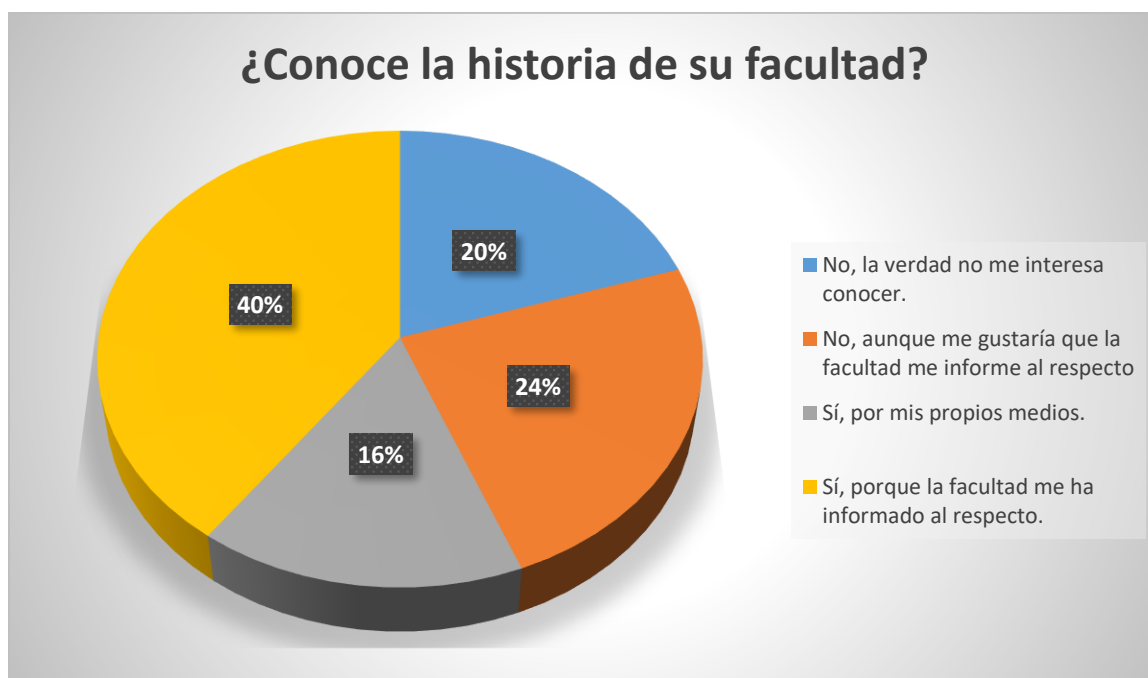


Figura 72 Conocimiento de la Historia de la Facultad

Análisis

Del personal encuestado el 40% afirma que conoce la historia de la Facultad ya que ha sido informado al respecto, el 24% menciona que no la conoce, pero le gustaría ser informado de esto por la Facultad, A un 20% no le interesa conocer al respecto y el 16% la conoce por sus propios medios.

5. ¿Conoce la historia de su universidad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	2	8%
No, aunque me gustaría que la universidad me informe al respecto.	12	48%
Sí, por mis propios medios.	3	12%
Sí, porque la universidad me ha informado al respecto.	8	32%
Total	25	100%

Tabla 73 Conoce la historia de su Universidad

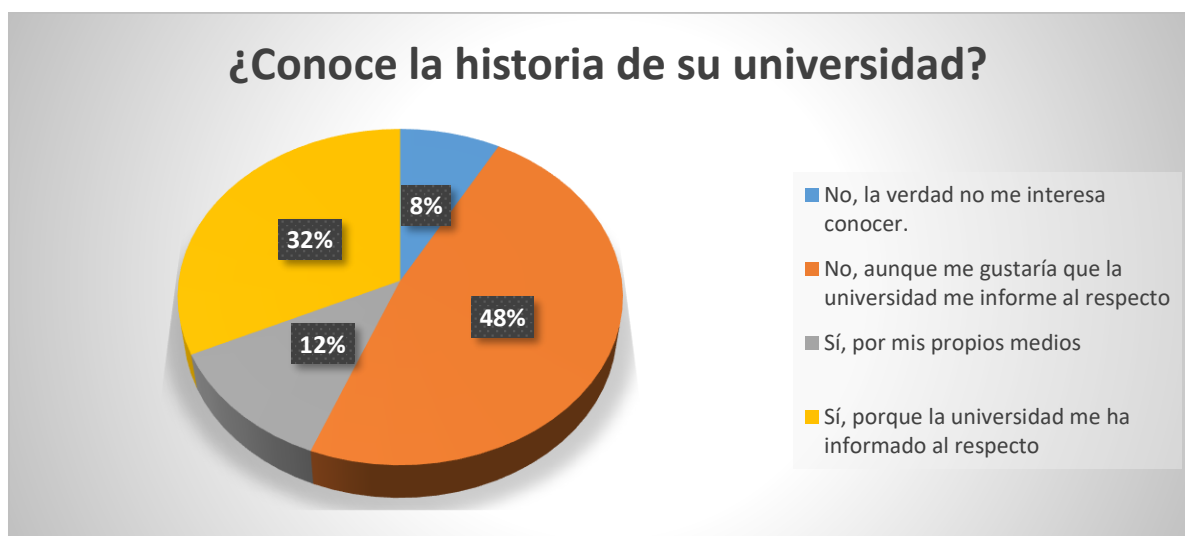


Figura 73 Conocimiento de la historia de la Universidad

Análisis

De las encuestas realizadas al personal administrativo el 48% indicó que no la conoce, pero le gustaría ser informado al respecto por la Facultad, el 38% si la conoce y ha sido informado por la Facultad. Un 12% menciona que la conoce por sus propios medios y a un 8% no le interesa conocer al respecto.

6. ¿Conoce la misión, visión y los valores de la facultad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)	11	44%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro).	4	16%
Conozco la misión, visión y los valores.	6	24%
No, no conozco nada del proyecto institucional.	4	16%
Total	25	100,0

Tabla 74 Conoce misión, visión y valores de la Facultad



Figura 74 Conoce misión, visión y valores de la Facultad

Análisis

Del total de Encuesta arroja que el 44% conoce la Misión de la Facultad, un 24% tiene conocimiento de la misión, visión y valores. El 16% de los encuestados mencionan conocer misión y visión. Al otro 16% no conoce nada del proyecto institucional.

7. ¿Conoce la misión, visión y los valores de la Universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)	9	36%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro).	5	20%
No, no conozco nada del proyecto institucional.	11	44%
Total	25	100%

Tabla 75 Conocimiento de misión, visión y valores de la Universidad



Figura 75 Conocimiento de misión, visión y valores de la Universidad

Análisis

El 44% de los encuestados del área administrativa de la Facultad menciono que no conoce nada del proyecto institucional de la Universidad de Guayaquil, el 36% manifestó que si conoce la misión. Un 20% indico que conoce la misión y visión.

8. ¿Con qué valor cree que la Facultad de Ciencias Psicológicas se identifica en la práctica profesional?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso social.	8	32%
Excelencia y calidad educativa.	7	28%
Iniciativa y trabajo en equipo.	5	20%
Respeto.	4	16%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	1	4%
Total	25	100%

Tabla 76 Valores que se identifica en la práctica profesional



Figura 76 Valores que se identifican en la práctica profesional

Análisis

Del personal administrativo encuestado el 32% se identifica con el compromiso social, el 28% con la Excelencia y Calidad educativa, esto muy seguido de un 20% que se identifica con iniciativa y trabajo en equipo, además de un 16% que el respeto es lo que se identifica en su práctica profesional.

9. ¿Con qué valor cree que la Universidad de Guayaquil se identifica en la práctica profesional?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso social.	12	48%
Excelencia y calidad educativa.	8	32%
Iniciativa y trabajo en equipo.	5	20%
Total	25	100%

Tabla 77 Valores que la Universidad identifica en su práctica profesional



Figura 77 Valores que la Universidad identifica en su práctica profesional

Análisis

El 48% de los administrativos de la Facultad de Ciencias Psicológicas encuestados mencionan que se identificaban a la Universidad de Guayaquil con el compromiso social, el 32% con la excelencia y calidad educativa y un 20% con iniciativa y trabajo en equipo.

10. ¿Conoce las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	23	92%
No	2	8%
Total	25	100%

Tabla 78 Conoce a las autoridades de la Facultad

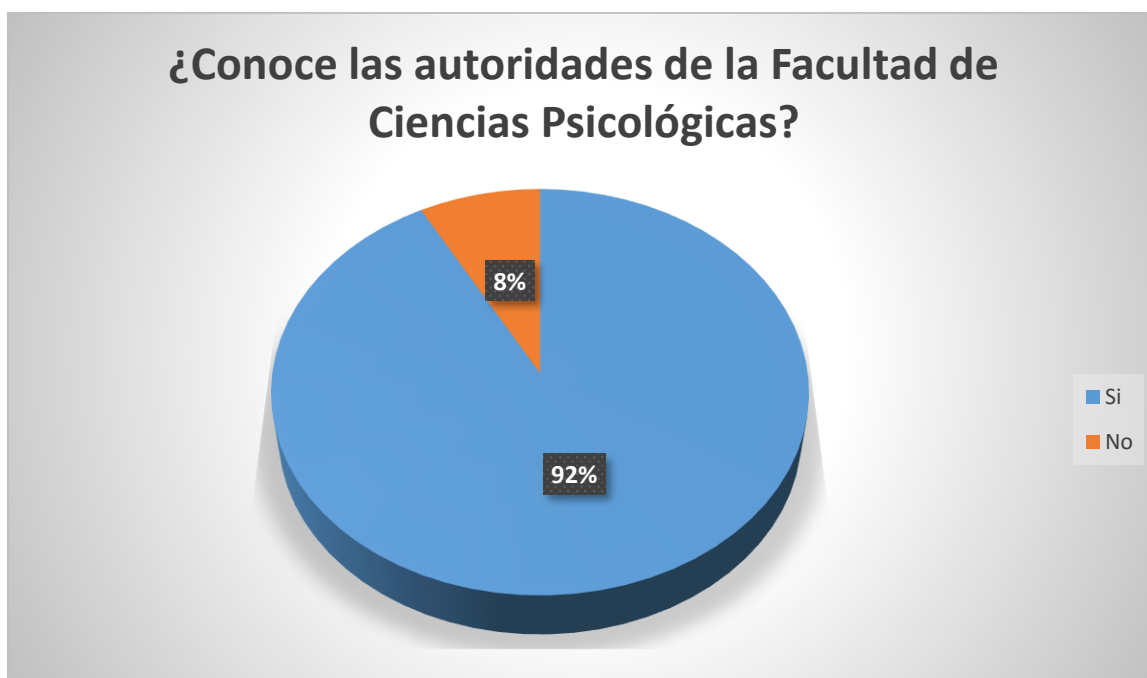


Figura 78 Conoce a las autoridades de la Facultad

Análisis

En su mayoría con un 92% los trabajadores del área administrativa si conocen a las autoridades de la Facultad y un 8% no la conoce.

11. ¿Cree que la Universidad de Guayaquil goza de una reputación?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy buena	4	16%
Buena	18	72%
Regular	3	12%
Total	25	100%

Tabla 79 Reputación de la Universidad de Guayaquil



Figura 79 Reputación de la Universidad de Guayaquil

Análisis

El 72% del personal administrativo encuestado manifestó que considera que la Universidad de Guayaquil cuenta con una reputación buena, el 16% considera que tiene una reputación muy buena y un 12% cree que su reputación es regular.

12. ¿Cree que la Facultad de Ciencias Psicológicas goza de una reputación?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	17	68%
Muy buena	8	32%
Total	25	100,0

Tabla 80 Reputación de la Facultad de Ciencias Psicológicas

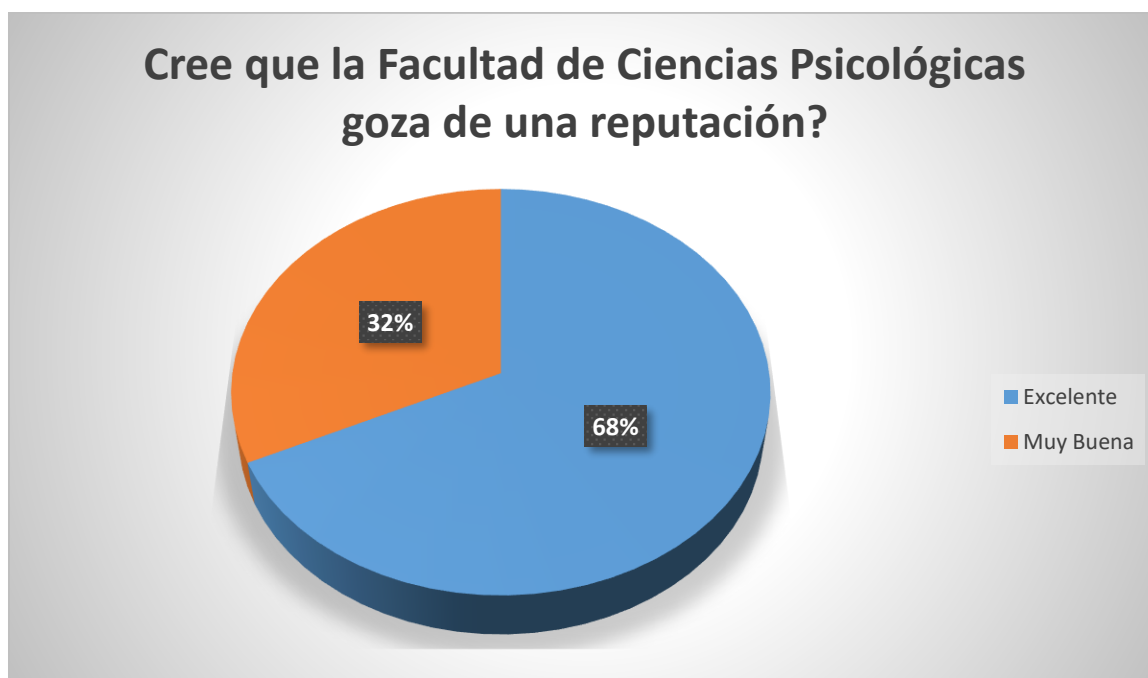


Figura 80 Reputación de la Facultad de Ciencias Psicológicas

Análisis

Del personal administrativo dentro de la Facultad de Ciencias Administrativas el 68% de los encuestados consideran que la Facultad cuenta con una reputación excelente y un 32% menciona que su reputación es muy buena.

13. ¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	23	92%
No	2	8%
Total	25	100,0

Tabla 81 Comunicación interna ayuda al Desarrollo Organizacional

¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

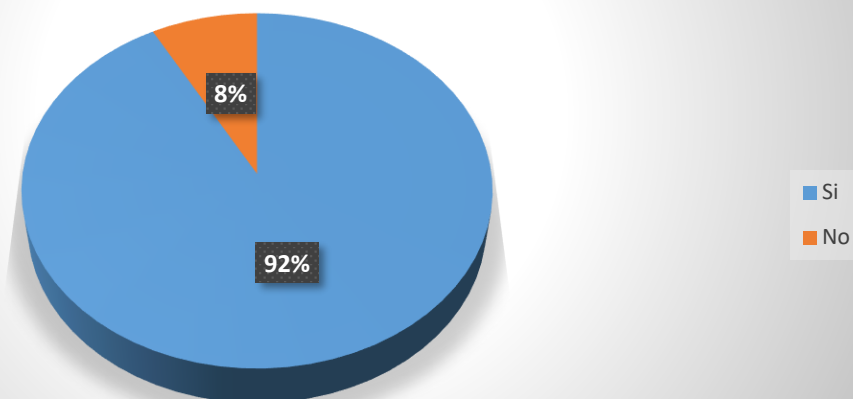


Figura 81 Comunicación interna ayuda al Desarrollo Organizacional

Análisis

La gran mayoría de los administrativos encuestados manifestaron con un 92% que si es importante la comunicación interna al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas y un 8% mencionaron no esto no es importante.

14. ¿Qué tan importante es gestionar la Comunicación Interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy Importante	18	72%
Importante	7	28%
Total	25	100%

Tabla 82 Importancia de gestionar Comunicación Interna

¿Qué tan importante es gestionar la Comunicación Interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad?

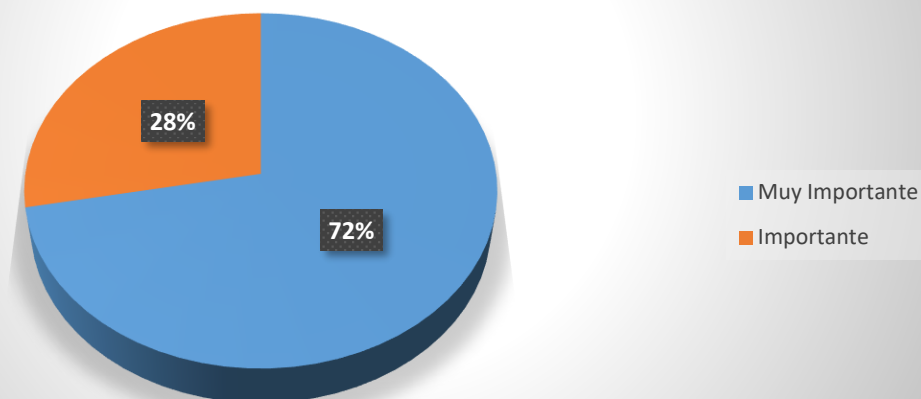


Figura 82 Importancia de gestionar Comunicación Interna

Análisis

Del total de trabajadores administrativos en la Facultad de Ciencias Psicológicas un 72% considera muy importante gestionar la comunicación interna dentro de la Facultad y un 28% considera importante gestionar esta comunicación en la Facultad.

15. ¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	18	72%
No	7	28%
Total	25	100%

Tabla 83 Medios de comunicación oficiales que conoce dentro de la Facultad

¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

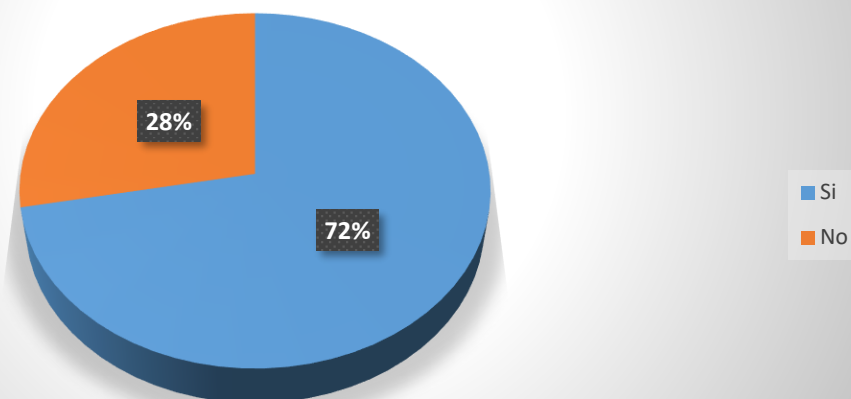


Figura 83 Medios de comunicación oficiales que conoce dentro de la Facultad

Análisis

El 72% de los encuestados manifestaron que, si conocen los medios oficiales de la Facultad de Ciencias de Psicológicas, un 28% menciona que no conoce los medios de comunicación oficiales.

16. ¿Cómo calificaría la comunicación interna con su jefe inmediato en general?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente, se reúne conmigo periódicamente.	2	8%
Muy bueno, se reúne conmigo cuando lo solicito, aclarando dudas.	21	84%
Bueno, apenas hay suficiente diálogo interno funciona mejor la comunicación informal.	2	8%
Total	25	100%

Tabla 84 Comunicación con su jefe inmediato en general



Figura 84 Comunicación con su jefe inmediato en general

Análisis

El 84% de los administrativos encuestados califican como muy buena la comunicación, ya que tiene reuniones periódicas para despejar dudas. El 8% de los administrativos califican como excelente la comunicación con sus jefes inmediatos y de igual manera un 8% considera buena esa comunicación.

17. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de comunicación interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	6	24%
Muy buena	15	60%
Buena	4	16%
Total	25	100%

Tabla 85 Satisfacción respecto a los canales de comunicación



Figura 85 Satisfacción respecto a los canales de comunicación

Análisis

De las encuestas realizadas en el área administrativa en la Facultad de Ciencias Psicológica arroja que el 60% de los trabajadores de esa área tienen una muy buena satisfacción respecto a los canales y mensajes de comunicación interna, un 24% tiene una excelente satisfacción con sus canales de comunicación y el 16% opina tener una buena satisfacción.

18. ¿Cómo calificaría el compañerismo en su entorno laboral?

		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Excelente	8	32%
	Muy buena	12	48%
	Buena	5	20%
	Total	25	100,0

Tabla 86 Compañerismo en su entorno laboral

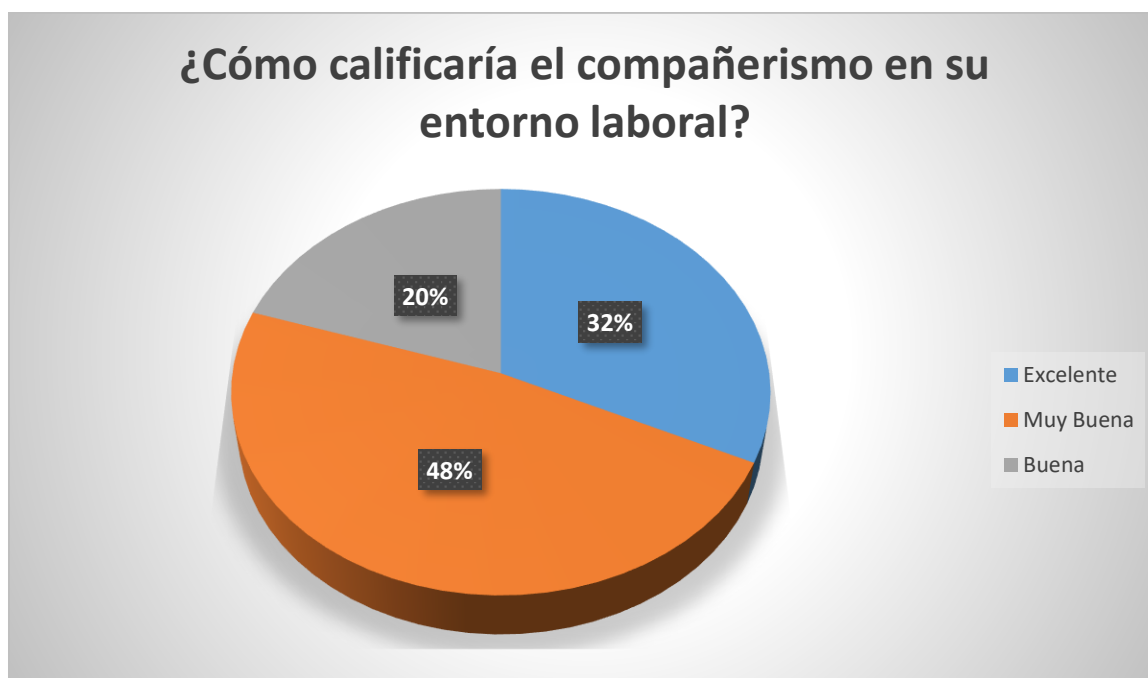


Figura 86 Compañerismo en su entorno laboral

Análisis

De los encuestados un 48% menciona que califica como muy buena el compañerismo laboral que posee, un 32% califica como excelente ese compañerismo y un 20% califica como buena el compañerismo en su entorno laboral.

19. ¿Desde qué área cree usted que se debe gestionar la comunicación interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dirección de comunicación	19	76%
Marketing	3	12%
Recursos humanos	3	12%
Total	25	100%

Tabla 87 Área para gestionar la comunicación interna



Figura 87 Área para gestionar la comunicación interna

Análisis

El 76% del personal administrativo encuestado opina que la comunicación interna debería gestionarse en Dirección de comunicación, un 12% considera que esa gestión debería hacerla Marketing o Recursos Humanos.

20. ¿Conoce usted si en la Facultad de Ciencias Psicológicas hay una persona encargada de Comunicación Interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	10	40%
No	15	60%
Total	25	100%

Tabla 88 Persona encargada de comunicación interna

¿Conoce usted si en la Facultad de Ciencias Psicológicas hay una persona encargada de Comunicación Interna?

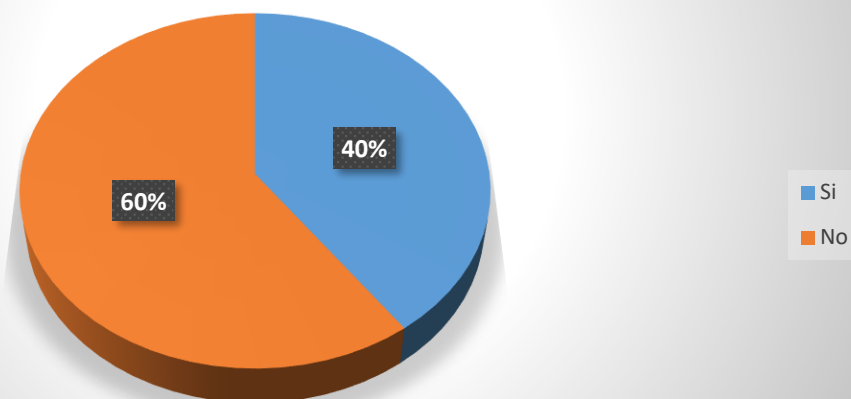


Figura 88 Persona Encargada de comunicación interna

Análisis

De los trabajadores encargados del área administrativa en la Facultad de Ciencias Psicológicas el 60% menciona que no conoce a una persona encargada de la comunicación Interna y un 40% afirman que si conocen a una persona encargada de esta función.

21. ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

		Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Válido	Acciones de marketing interno y de RRPP.	1	4%
	Los canales digitales.	18	72%
	Los canales interpersonales.	3	12%
	Los canales multimedia.	3	12%
	Total	25	100,0

Tabla 89 Canales que usa la Facultad

¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

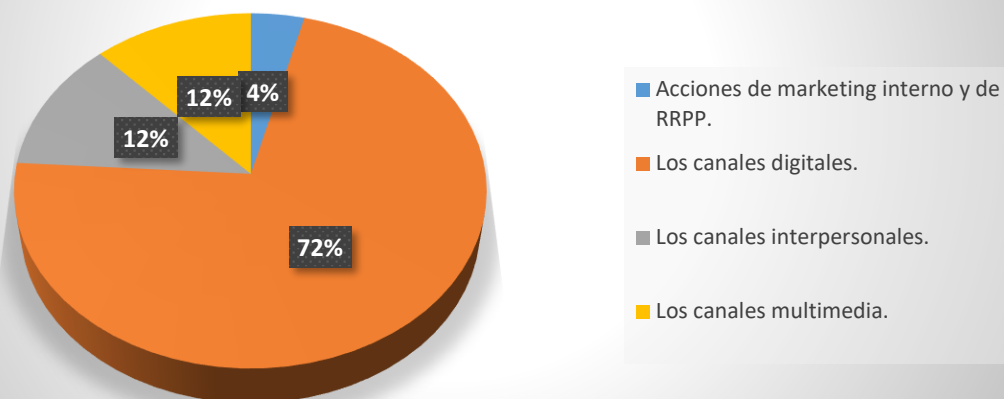


Figura 89 Canales que usa la Facultad

Análisis

El 72% de los encuestados conocen que en la Facultad se usa los medios digitales para la comunicación, con un 12% conocen los medios interpersonales y canales multimedia. Un 4% conoce las acciones de marketing interno y de RRPP.

22. ¿Por cuál medio se da a conocer la información importante obtenida a nivel administrativo, dentro de la facultad?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
E-mails	17	68%
Informes	8	32%
Total	25	100,0

Tabla 90 Medio por el cual se da a conocer la información importante

¿Por cuál medio se da a conocer la información importante obtenida a nivel administrativo, dentro de la facultad?

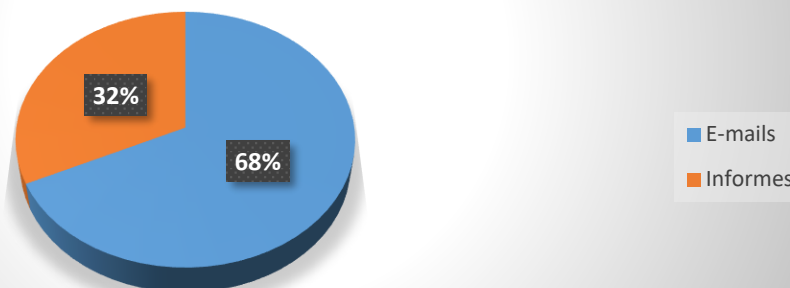


Figura 90 Medio por el cual se da a conocer la información importante

Análisis

Del personal administrativo incluido en esta encuesta el 68% comenta que los e-mails son por medio de que se enteran de información importante en la Facultad. Un 32% considera que los informes son el medio para dar a conocer la información importante.

23. ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.	13	52,0
Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional.	1	4,0
Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil.	1	4,0
Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas.	10	40,0
Total	25	100,0

Tabla 91 Tipo de mensajes que recibe por la Facultad

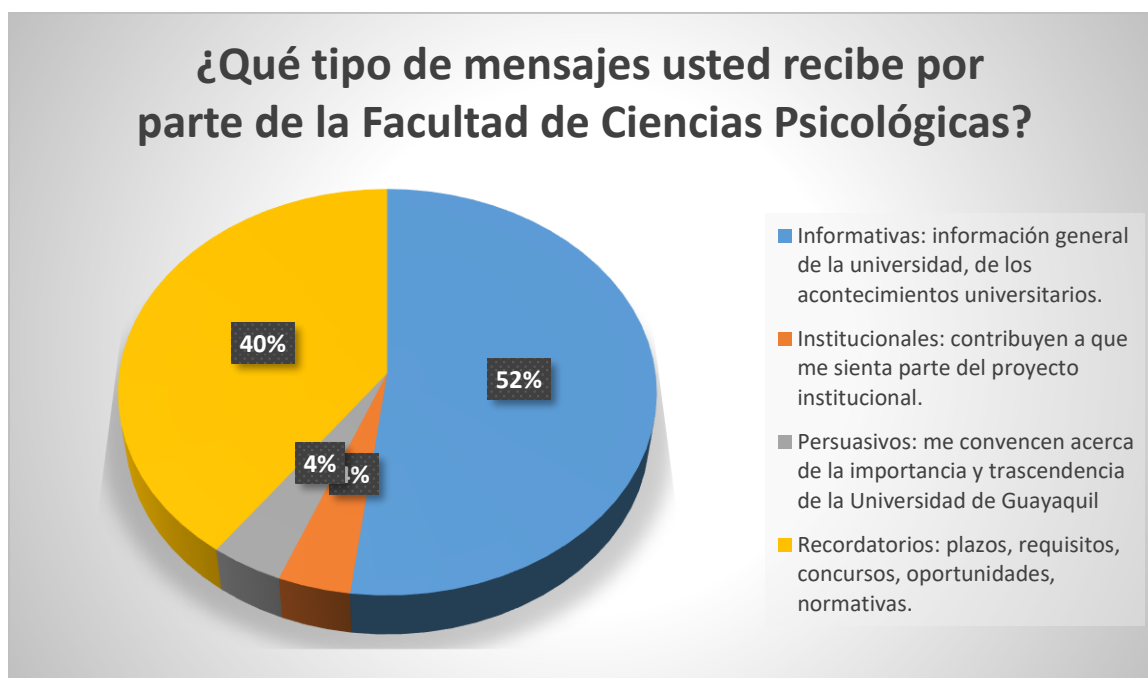


Figura 91 Tipo de mensajes que recibe por la Facultad

Análisis

De los administrativos encuestados en 52% mencionaron que reciben mensajes de tipo informativos de los acontecimientos académicos, el 40% indicó que recibe recordatorios de plazos, concursos, normativas y demás. Un 4% manifestó que recibe mensajes de tipo institucionales y persuasivos.

24. ¿Qué medios cree que debe cuidar la Facultad de Ciencias Psicológicas para mejorar su imagen interna?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.	3	12%
Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.	16	64%
Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y de los exalumnos.	1	4%
Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.	5	20%
Total	25	100%

Tabla 92 Medios que cuidar para mejorar la imagen interna

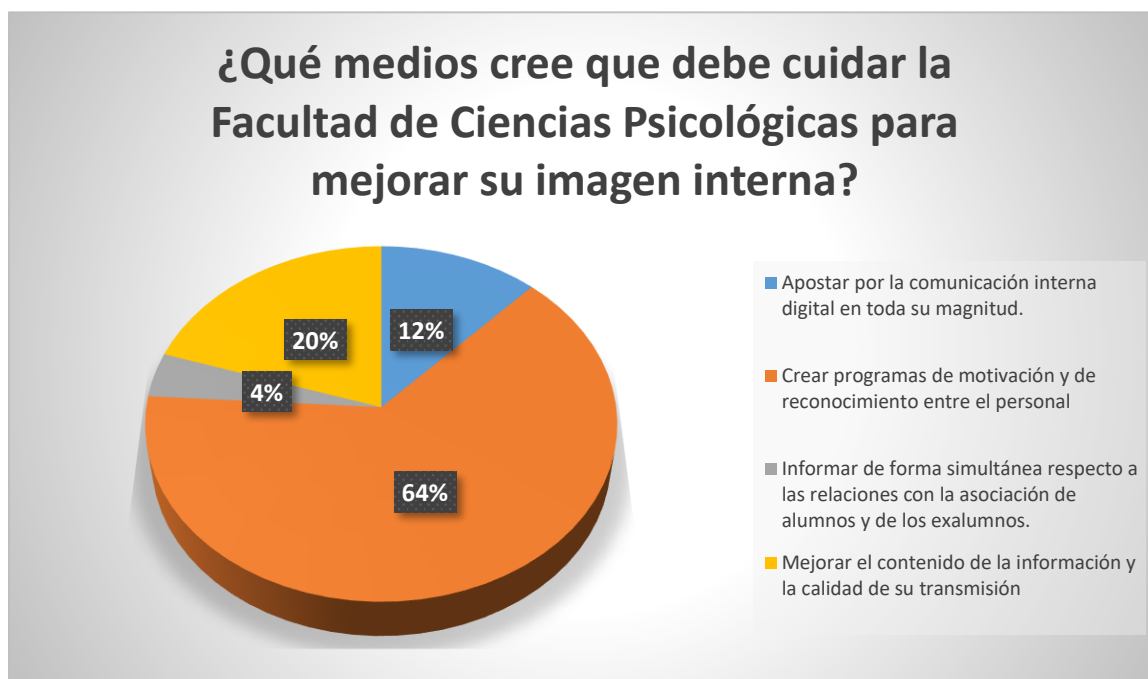


Figura 92 Medios que cuidar para mejorar la imagen interna

Análisis

El 64% de los encuestados sugieren que se deberían crear programas de motivación y de reconocimiento del personal, en 20% opina que se debería mejorar el contenido de la información de la calidad de la transmisión. Un 12% menciona que se debería apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.

25. ¿Cómo calificaría los recursos (equipamiento de oficina: hojas, computadoras, software, acceso a internet, ¿etc.) para su desempeño laboral?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	12	48%
Muy buena	13	52%
Total	25	100,0

Tabla 93 Recursos para su desempeño laboral

¿Cómo calificaría los recursos (equipamiento de oficina: hojas, computadoras, software, acceso a internet, ¿etc.) para su desempeño laboral?

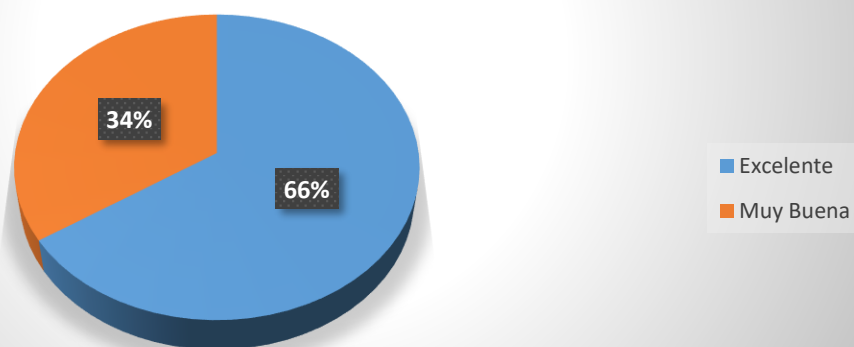


Figura 93 Recursos para su desempeño laboral

Análisis

En su mayoría con un 66% los administrativos califican como excelente los recursos para su desempeño laboral, un 34% lo califica como muy bueno.

26. ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Es bueno, pero llega tarde.	6	24,0
Es excelente y motivador.	15	60,0
Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.	4	16,0
Total	25	100,0

Tabla 94 Reconocimiento del personal

¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil?

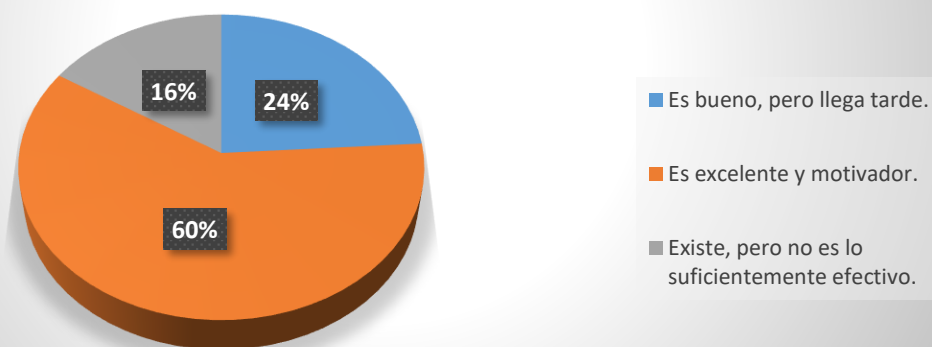


Figura 94 Reconocimiento del personal

Análisis

Del personal administrativo encuestado un 60% menciona que califica como excelente y motivador el reconocimiento que se le da al personal administrativo y académico. Un 24% lo califican como bueno, pero llega tarde y un 16% opina que existe, pero no es lo suficientemente efectivo.

27. ¿Cree que las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí, hace algo. No mucho.	2	8%
Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.	15	60%
Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.	8	32%
Total	25	100%

Tabla 95 Las autoridades mejoran el área académica y administrativa

¿Cree que las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?

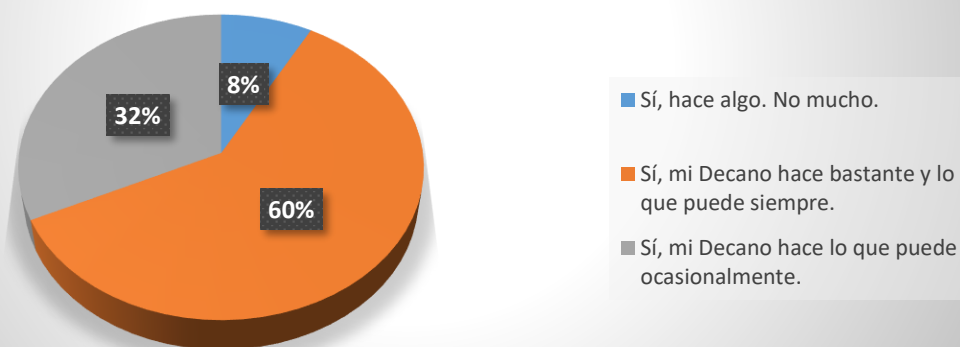


Figura 95 Las autoridades mejoran el área académica y administrativa

Análisis

El 60% del personal administrativo encuestado considera que el decano realiza bastantes funciones y lo que puede siempre, un 32% opina que el decano hace lo que puede de manera ocasional y un 8% menciona que el decano si hace, pero no mucho.

28. ¿Considera que otras universidades públicas son mejores que la universidad de Guayaquil? Elija una de las siguientes opciones.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades	9	36%
No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.	2	8%
No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.	3	12%
Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.	5	20%
Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.	2	8%
Sí, otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario: oportunidades formativas, actividades sociales.	4	16%
Total	25	100%

Tabla 96 Otras Universidades mejores que las de Guayaquil

28. ¿Considera que otras universidades públicas son mejores que la universidad de Guayaquil?

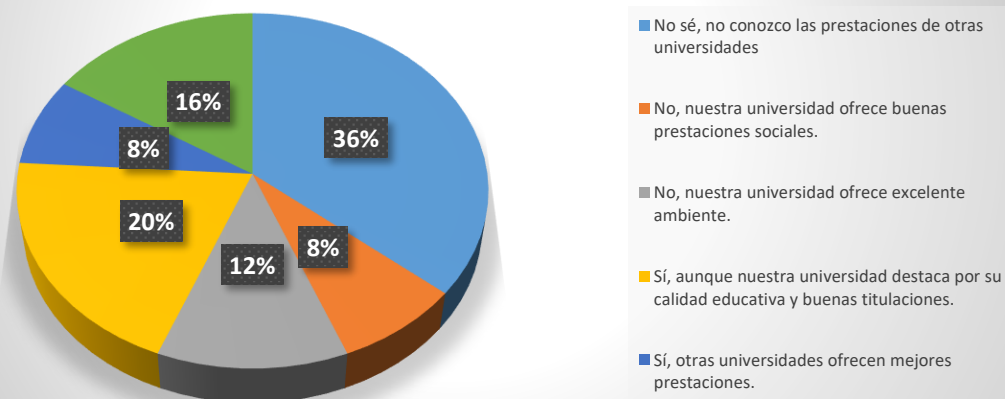


Figura 96 Otras Universidades mejores que las de Guayaquil

Análisis

El 36% de los administrativos encuestados no conocen acerca de las prestaciones de otras universidades, el 20% está consiente que hay otras universidades mejores, pero menciona que la Universidad de Guayaquil destaca por su calidad educativa y tesis. Un 16% opina que hay mejores universidades con mejor ambientes. El 12% indica que la Universidad ofrece un excelente ambiente y finalmente un 8% manifiesta que la Universidad de Guayaquil ofrece las mejores prestaciones sociales.

29. ¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alto	17	68%
Medio	8	32%
Total	25	100,0

Tabla 97 Sentido de pertenencia



Figura 97 Sentido de Pertenencia

Análisis

En su mayoría con un 68% los trabajadores del área administrativa de la Facultad de Ciencias Psicológicas, tiene un alto sentido de pertenencia y un 32% tienen un sentido de pertenencia hacia la marca Universidad de Guayaquil medio.

30. Si tuvieras la oportunidad de cambiarse de trabajo. ¿Lo haría?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.	10	40%
No, decididamente, en estos momentos no me iría.	9	36%
Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.	6	24%
Total	25	100,0

Tabla 98 Se cambiaría de trabajo

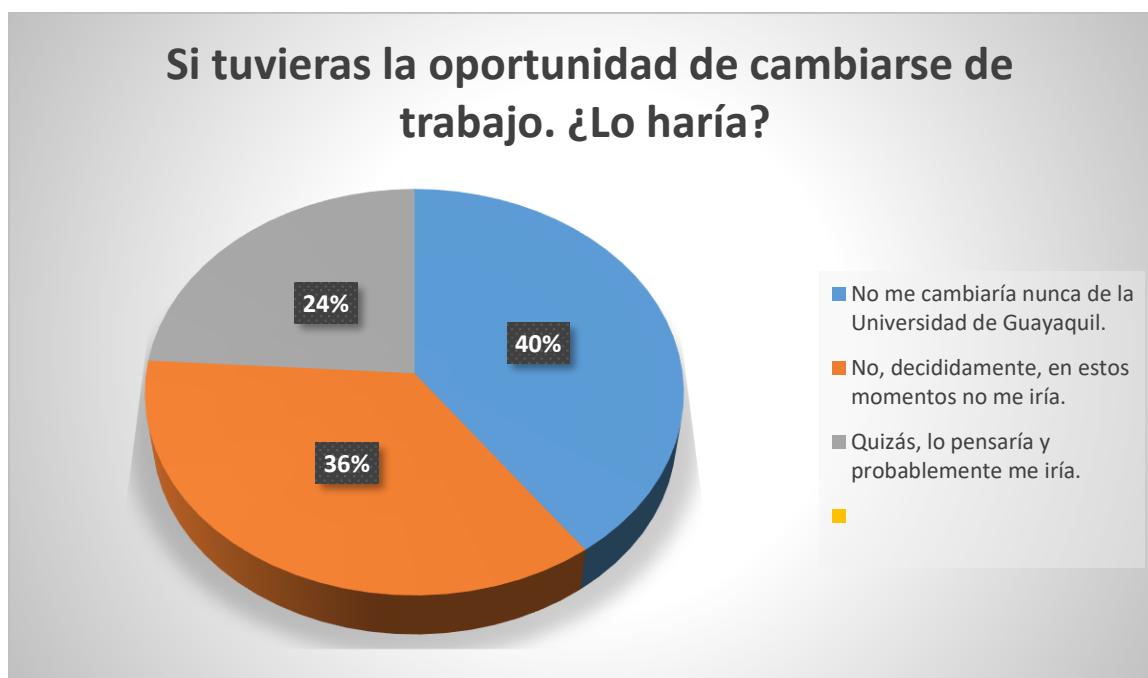


Figura 98 Oportunidad de cambio de trabajo

Análisis

El 40% de los encuestados no se cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil, un 36% manifestó que decididamente en estos momentos seno cambiaria, y el 24% opino que lo pesara o hay una probabilidad que se vaya.

31. Si se pudiera mejorar la comunicación interna en de la Facultad de Ciencias Psicológicas ¿qué aspecto o aspectos considera prioritarios?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Crear nuevos canales de comunicación interna.	8	32%
Diseñar políticas y planes de comunicación interna.	10	40%
Mejorar la participación e implicación de los Decanos en actividades y programas de comunicación interna.	5	20%
Optimizar los canales actuales de comunicación interna.	1	4%
Realizar campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado.	1	4%
Total	25	100%

Tabla 99 Aspectos que debería mejorar la Facultad

Si se pudiera mejorar la comunicación interna en de la Facultad de Ciencias Psicológicas ¿qué aspecto o aspectos considera prioritarios?

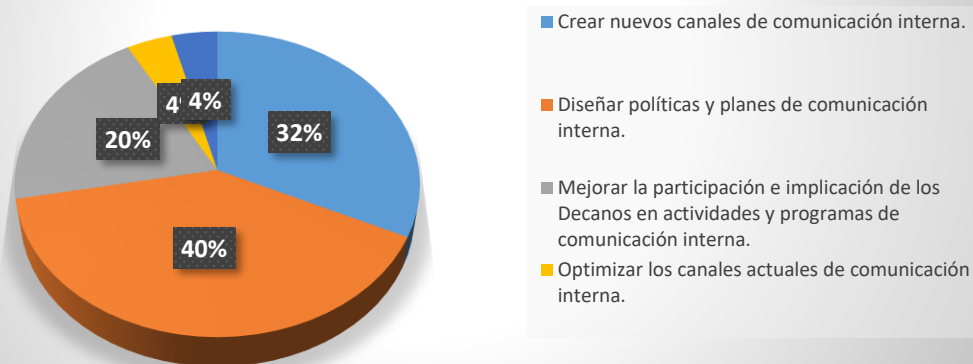


Figura 99 Aspectos que mejorar en la Facultad

Análisis

El 40% de los encuestados sugirieron que se podrían diseñar políticas y planes de comunicación, el 32% opino que se deberían crear nuevos canales de comunicación interna. Un 20% manifiesta que se deberían mejorar la participación e implicación de decanos en actividades y programas de comunicación interna.

32. De los siguientes aspectos ¿Cuál considera usted aumentaría el compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acoger al personal desde el inicio para que se involucre en el puesto y en los objetivos departamentales.	7	28%
Apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto.	13	52%
Diseñar políticas y ofrecer mejores prestaciones sociales en RR.HH.	5	20%
Total	25	100,0

Tabla 100 Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil

De los siguientes aspectos ¿Cuál considera usted aumentaría el compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil?

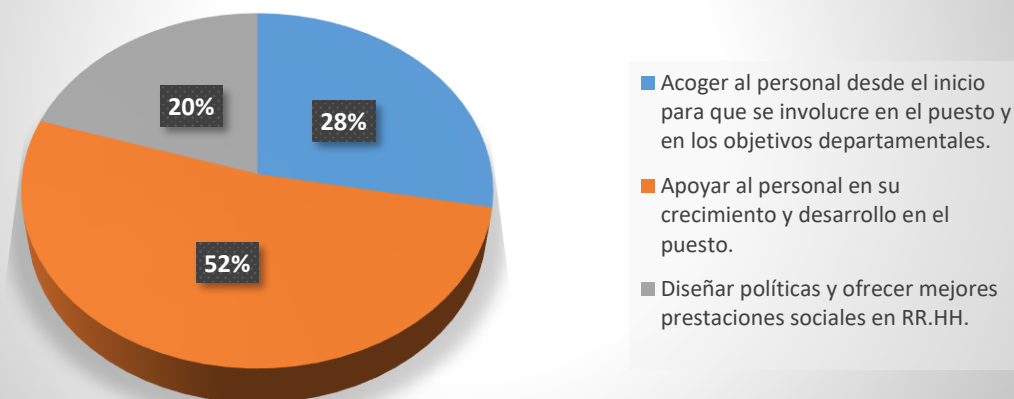


Figura 100 Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil

Análisis

El 52% de los trabajadores administrativos consideran que para aumentar el compromiso laboral es importante apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto. El 28% cree que se debería acoger al personal desde el inicio y que se involucre de los puestos departamentales. Esto seguido de un 20% que considera que se debería diseñar las políticas de mejores prestaciones.

33. ¿Considera usted que el Proyecto Institucional es una guía que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si contribuye.	24	96%
No tengo información sobre ese tema.	1	4%
Total	25	100%

Tabla 101 La guía contribuye

¿Considera usted que el Proyecto Institucional es una guía que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal?

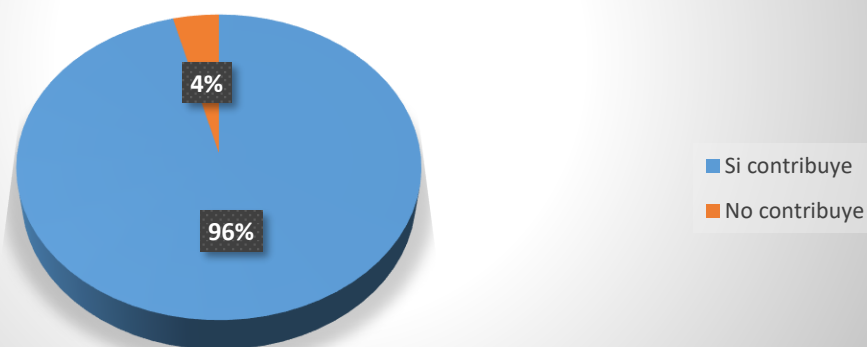


Figura 101 La guía contribuye

Análisis

Del personal administrativo encuestado el 96% considera que el proyecto institucional si contribuye a mejorar la calidad académica y la integración del personal, el 4% opina que no contribuye a eso.

34. ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP.	2	8%
Los canales digitales.	14	56%
Los canales interpersonales.	3	12%
Los canales multimedia.	6	24%
Total	25	100%

Tabla 102 Recomendación de canales de comunicación

¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?

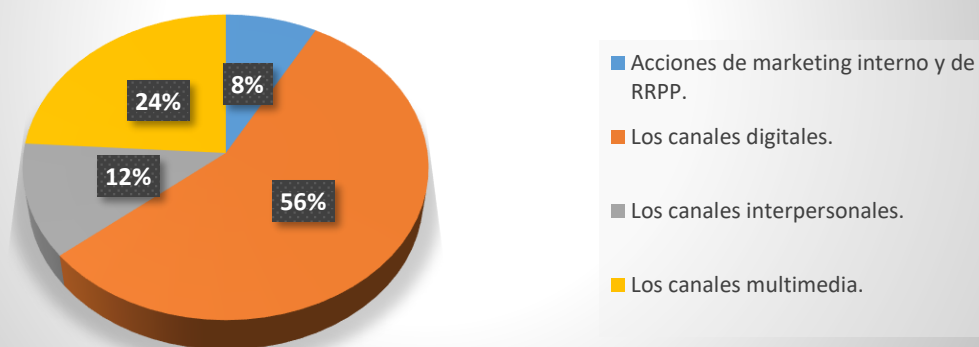


Figura 102 Recomendación de canales de comunicación

Análisis

De los encuestados el 55% consideran que se deberían usar los medios digitales, el 24% recomienda los canales multimedia, un 12% sugiere usar los canales interpersonales y el 8% manifiesta que deberían hacerse acciones de marketing interno.

35. ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas?

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	15	60%
Muy buena	8	32%
Buena	2	8%
Total	25	100%

Tabla 107 Jornada de ideas

¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas?



Figura 107 Jornada de Ideas

Análisis

El 60% de los trabajadores en el área administrativa de la Facultad de Ciencias Psicológicas le parece una excelente idea el que haya jornada de ideas para mejorar la comunicación, un 32% considera que esta propuesta es muy buena y un 8% manifiesta que esta es una buena idea.

3.8.1 Conclusión de las encuestas a personal administrativo

De la investigación realizada al personal que labora dentro del área administrativa de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, se encontró que los encuestados en su mayoría llevan trabajando por un periodo de 4 a 7 años, y si bien tienen conocimiento acerca de la Facultad donde laboran, no es el caso con respecto a la Universidad como entidad máxima, esto se ha dado debido a la falta de comunicación que se observó durante el desarrollo de esta encuesta con el instrumento correspondiente, previamente validado.

Del personal administrativo encuestado en su gran mayoría estuvo de acuerdo en la importancia de la comunicación interna y la ayuda que esta brinda al desarrollo organizacional, tienen conocimiento de que existe un encargado de comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas. En su mayoría los administrativos conocen los medios de comunicación que se utilizan de manera oficial y están satisfechos con ellos, siendo los medios digitales el canal de uso más frecuente, con la transmisión de e-mails para compartir la información que en su mayoría es de tipo informativa y recordatoria.

Consideran tener muy buen ambiente laboral, compañerismo, un Decano que está pendiente de las actividades pertinentes a su cargo, un jefe que se reúne de manera periódica y despeja dudas existentes que surgen durante el desempeño de las funciones, de igual manera califican como excelente y motivador el reconocimiento que obtiene el personal administrativo y docente dentro de la Facultad. Los trabajadores del área administrativa consideran que la comunicación interna debería ser gestionada en el área de dirección de comunicación.

El nivel de pertenencia de la marca Universidad de Guayaquil es alta, en su mayoría mencionan que no se cambiarían del lugar donde laboran y están de acuerdo

con el Proyecto Institucional que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal. Los administrativos sugieren que la Facultad debería crear programas de motivación y reconocimiento entre el personal, diseñar políticas y planes de comunicación interna, apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en su respectivo puesto.

También manifiestan su satisfacción con respecto a la propuesta de que existieran jornadas de ideas para mejorar la comunicación interna.

3.9 Análisis del Focus Group realizado a estudiantes de la Facultad.

Se realizó una sesión de grupo focal el día 22 de Julio del 2019, en la que participaron estudiantes de la facultad de Ciencias Psicológicas para conocer las opiniones que tiene este grupo dentro del manejo de comunicación en esta facultad, brindando información y sugerencias de gran importancia para el presente estudio.

Antecedentes de la comunicación en la Facultad

De los estudiantes participantes del grupo focal coinciden que posee un buen manejo de comunicación, pero aun así hay en ella ciertos aspectos que consideran mejorables, esto debido a que encuentran varios sitios web que se atribuyen como canal oficial y generan confusión en cuanto a la información que es dada por medio de estas plataformas digitales. Consideran que esto podría remediarse mediante la creación de un canal único oficial de manera que se evite la distorsión y tergiversación la información que circula en estos medios, de igual manera sugieren que se designe a una persona encargada de comunicación, que exista control y monitoreo del canal oficial al igual que de la información que en este se emita.

Implicación de autoridades

Los alumnos mencionaron que las autoridades en los procesos relacionados a la comunicación interna, consideran que efectivamente existe participación por parte de las autoridades de la Facultad, sin embargo consideran que esta podría ser más alta, para muestra de esa participación mencionaron que en la página de Facebook manejada por el departamento de cómputo de la Facultad, toda noticia que es publicada allí bajo previa autorización y revisión del Decano, lo cual para los alumnos demuestra que existe interés por parte de las autoridades en cómo se da la comunicación, sin embargo consideran que no existe retroalimentación una vez que la información es emitida; es decir, brindar sugerencias por parte de quienes reciben la información. Los alumnos

consideran que las autoridades la facultad están dispuestas a invertir en un departamento dedicado a la comunicación interna, con infraestructura básica y necesaria con el fin de gestionar la comunicación interna de manera correcta.

Los estudiantes están convencidos según lo indicado en la encuesta que debe existir diálogo dentro de los procesos de comunicación con las autoridades, con ello pueden surgir ideas y opiniones de interés para ambas partes que podrían resultar en nuevas formas o métodos para gestionar la comunicación.

Evaluación y resolución de problemas relacionados con la comunicación interna

Al dialogar con los alumnos sobre si consideraban necesario crear equipos multidisciplinarios para investigar o resolver problemas de Comunicación Interna dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas, indicaron que es una buena idea, dado que se podría tener muchos puntos de vista de personas especializadas en comunicación interna y esto ayudaría a tener un panorama más amplio de la situación actual, algún problema existente y en caso que haya uno, brindarle una solución rápida y oportuna a dicho problema, además sería muy bueno la conformación de este equipo para evitar la aparición de problemas futuros, piensan que debe existir un seguimiento a la información dada, porque en el proceso de comunicación pueden existir distorsiones. Los alumnos mencionaron que contar con una intranet favorecería a la comunicación directa entre docentes, administrativos y estudiantes, haciendo todo este proceso más ágil mediante la utilización de una plataforma especializada.

Infraestructura y funciones a realizar por el departamento de Comunicación Interna

Referente a este punto los estudiantes indicaron que lo principal para el funcionamiento de un área dedicada a la gestión de la comunicación interna sería contar

con un espacio físico dentro de la Facultad, con equipo tecnológico como computadoras 100% funcionales e internet, entre las funciones que mencionaron los estudiantes que se deberían realizar, están:

- La gestión de redes sociales y la publicación de información actualizada y confiable.
- El desarrollo de campañas de comunicación para difundir las actividades académicas que se desarrollen dentro de la Facultad.
- La colocación y mantenimiento de pantallas electrónicas informativas donde todo el día se proyecte información de importancia sobre la Facultad y toda la Universidad.
- La habilitación de un buzón de quejas y sugerencias para docentes y estudiantes fue una de las opciones más mencionadas, debido a que consideran que es sumamente importante un espacio en donde se pueda opinar de manera libre para procurar la solución de un problema o sugerir un cambio que contribuya a la mejora.

Campaña de lanzamiento para el departamento

Dentro de las actividades que mencionaron los alumnos para la campaña de lanzamiento del departamento de comunicación interna, destacó la realización de una jornada informativa, en la cual se cuenta con un stand ubicado en algún punto clave de la Facultad, en el cual cuenta con personas debidamente informadas sobre quiénes y que funciones se realizarán por el departamento encargado de gestionar la comunicación interna dentro de la facultad, resaltaron como herramienta clave la utilización de las redes sociales para crear expectativa en los alumnos.

Capítulo IV

4.1 Título

Propuesta de estrategias de comunicación interna aplicables en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019

4.2 Objetivos de la propuesta

4.2.1 Objetivo General

- Diseñar propuesta de mejoramiento de la comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Análisis de Benchmarking a universidades de prestigio que han sido galardonadas por sus funciones en comunicación.
- Revisar el Plan de comunicación de las Universidades galardonadas en comunicación e identificar las mejores prácticas utilizadas por las mismas.
- Diseñar un plan de comunicación para la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

4.3 Fundamentación de la propuesta

El departamento de Relaciones Públicas es el encargado de gestionar la comunicación interna y externa en la Universidad de Guayaquil, según lo manifestado en la Matriz de metas y objetivos de las unidades administrativas de conformidad con sus programas operativos, en la actualidad este departamento tiene como objetivo incrementar la eficacia de ambos tipos de comunicación que se dan en la Universidad. (Universidad de Guayaquil)

No.	Descripción de la unidad	Objetivo de la unidad	Indicador
PROCESOS GOBERNANTES / NIVEL DIRECTIVO			
32	Departamento de Relaciones Públicas	Incrementar la eficacia en la gestión de la comunicación interna y externa de la UG.	Porcentaje de coberturas atendidas
33			Número de campañas ejecutadas
34			Porcentaje de participación en actividades interinstitucionales
35			Número de eventos organizados y/o conformados

Figura 103 Metas y objetivos de las unidades administrativas de la Universidad de Guayaquil
Recuperado de: Matriz de metas por departamento de la Universidad de Guayaquil, 2015.

En el presente trabajo de titulación una vez realizada la investigación y habiendo identificados los principales problemas relacionados a la comunicación interna que existen en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, se procederá a utilizar el Benchmarking, el cual es una herramienta que permite evaluar las distintas áreas que posee una organización, identificar sus mejores prácticas y adaptarlas dentro de la propia institución.

Se realizó un benchmarking a una prestigiosa, importante y reconocida Universidad en España, la Universidad del País Vasco, la cual en su plan de comunicación propuesto para los años 2016 – 2019 muestra una serie de acciones de comunicación interna y externa que han sido puestos en prácticas en dicha Universidad para el excelente manejo de comunicación que presentan. Al identificar las mejores prácticas realizadas por esta universidad, adaptar y mejorar estas estrategias de manera que contribuyan a la gestión de comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas.

4.3.1 Problemas encontrados durante la investigación que se realizó a la Facultad de Psicología

- Falta de un departamento destinado al único manejo de la gestión de comunicación interna a los docentes, personal administrativo y estudiantes de la Facultad.
- Desconocimiento de la persona que ejecute actualmente alguna función relacionada a la comunicación en la facultad.

- Falta de espacio virtual para comunicación de docentes y administrativos de manera directa.
- Inconformidad debido a la gran cantidad de sitios web que se atribuyen el nombre de oficiales y generan confusión y rumores.
- Descuido hacia los alumnos al momento de ser informados.
- Poca utilización de los canales para comunicación formal, como correo institucional en alumnos.
- Falta de seguimiento a la información una vez emitida.

Objetivo general: Proponer mejoras al sistema de comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil que contribuya al desarrollo organizacional.		
Problemas hallados en la investigación.	Estrategias planteadas en la propuesta como solución a los problemas hallados.	Responsables a desarrollar las estrategias.
- Falta de un departamento destinado al manejo de la comunicación interna a los docentes, personal administrativo y estudiantes de la Facultad. - Falta de seguimiento a la información una vez emitida. - Retroalimentación.	Crear un departamento de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas que garantice la correcta gestión de la misma.	Autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas.
Desconocimiento de la persona que ejecute actualmente alguna función relacionada a la comunicación en la Facultad.	Nombrar una persona Web master responsable de la imagen, de la gestión de contenidos y del uso de la página web de la Facultad.	Departamento de comunicación interna (recurso humano capacitado)
Falta de espacio virtual para comunicación de docentes y personal administrativo de manera directa.	Diseño de espacios virtuales de comunicación, para el intercambio de información de manera horizontal y vertical entre miembros de la Facultad.	Departamento de comunicación interna (recurso humano capacitado y tecnológico).
- Inconformidad debido a la gran cantidad de sitios web que se atribuyen el nombre de oficiales y generan confusión y rumores. - Poca utilización de los canales para comunicación formal, como correo institucional por parte de los estudiantes. - Descuido hacia los alumnos al momento de ser informados.	Garantizar el uso de canal único y oficial en redes sociales y correo electrónico institucional para la comunicación interna, de modo que se eliminen los diversos canales que producen confusión y generan rumores.	Departamento de comunicación interna (recurso humano capacitado).

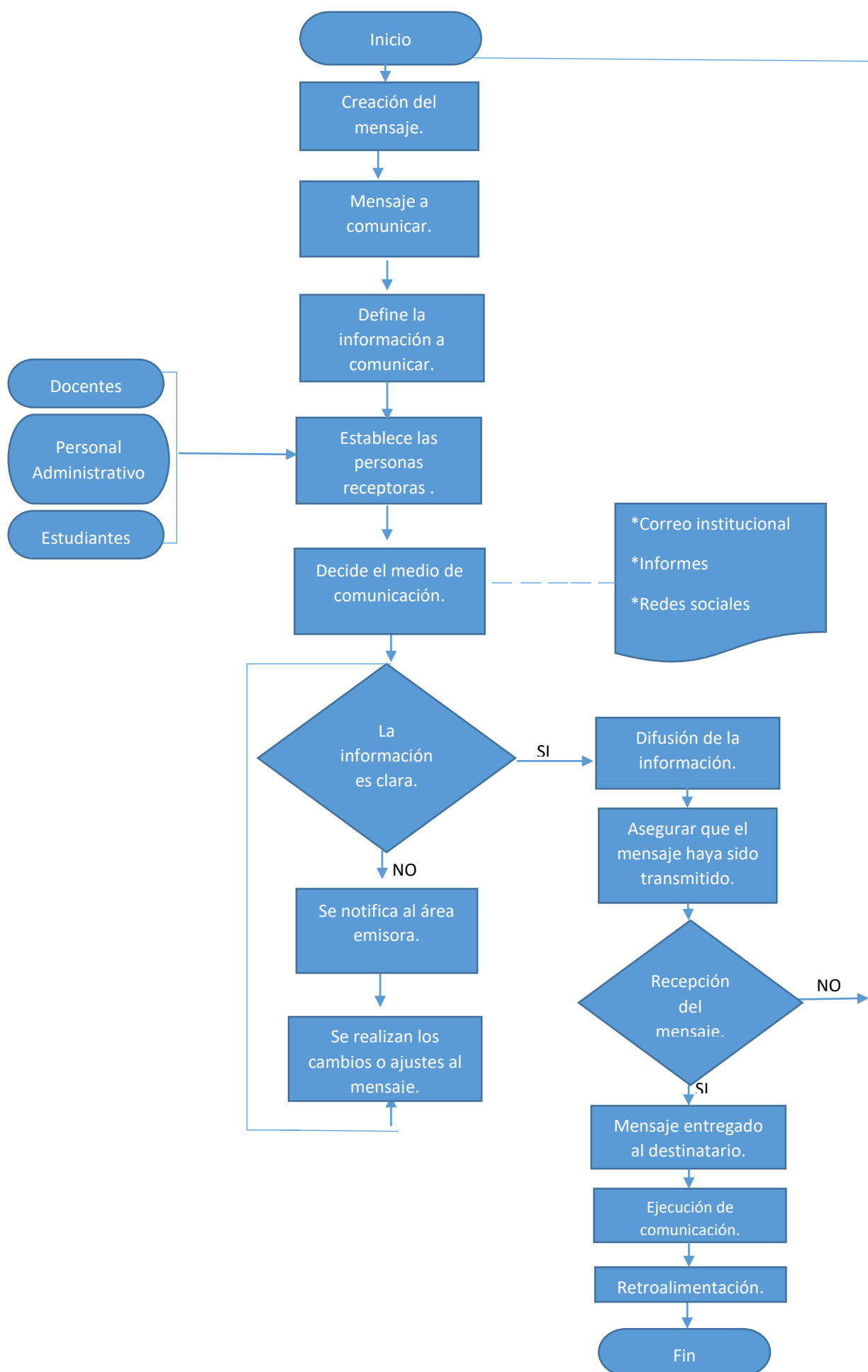


Figura 104 Flujo de la comunicación dentro de la FCP

4.3.2 Estrategias para aplicación

Estrategia: Creación de espacios virtuales para la Facultad.	Diseño de espacios virtuales de comunicación, para el intercambio de información de manera horizontal y vertical entre miembros de la Facultad.
Público objetivo	Comunidad universitaria: Docentes, administrativos y estudiantes.
Descripción	Consiste en habilitar espacios virtuales dentro de las páginas con las que cuenta la entidad que permitan a las diversas personas que conforman la Facultad tener un intercambio de información de manera ágil, monitoreado por quienes se encuentren a cargo del departamento de comunicación para garantizar así su veracidad, además de que esta sección funcione como centro de sugerencias que aporten en el desarrollo de la comunicación.
Objetivo	Incentivar la comunicación horizontal y vertical por parte de todos los miembros de la Facultad de Ciencias Psicológicas
Evaluación de Resultados	Sondeo del número de visitas en los espacios virtuales, número de sugerencias recibidas y número de veces de intercambio de información.
Responsable	Departamento de comunicación interna.
Prioridad	Media.

Tabla 103 Estrategia 1

Estrategia: Web master para control de contenidos en páginas de la Facultad.	Nombrar una persona Web master responsable de la gestión de contenidos y de la accesibilidad de la página web de la Facultad.
Público Objetivo	Comunidad universitaria: Docentes, administrativos y estudiantes
Descripción	Es necesario la asignación de un especialista tecnológico, encargado de la gestión de los contenidos en la web y la imagen que esta proyecta
Objetivo	Alcanzar a un amplio número de personas informadas, sitios web de mayor profesionalismo y efectivos.
Evaluación de Resultados	Medir la interacción que logre un sitio web con diseños profesionales, que contribuya a la imagen de la Facultad
Responsable	Especialista tecnológico dentro del departamento de Comunicación
Prioridad	Media.

Tabla 104 Estrategia 2

Estrategia de comunicación en medios digitales.	Garantizar el uso de canal único y oficial en redes sociales y correo electrónico institucional para la transmisión de información oportuna y veraz, de modo que se eliminen los diversos canales que producen confusión y generan rumores.
Público objetivo	Comunidad universitaria: Docentes, administrativos y estudiantes
Descripción	Se creará un canal por medio de redes sociales que se manejará dentro del departamento de comunicación interna y tendrá información única y confiable, el cual será monitoreado de manera diaria por el departamento de comunicación interna.
Objetivo	Evitar la confusión generada por la variedad de canales que publican información incorrecta y distorsionada.
Evaluación de Resultados	Medir la satisfacción, comentarios y sugerencias que surjan en dicha plataforma de comunicación oficial.
Responsable	Departamento de Comunicación interna.
Prioridad	Alta.

Tabla 105 Estrategia 3

Estrategia: Creación de departamento de comunicación interna en la Facultad	Crear un departamento de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas que garantice la correcta gestión de la misma.
Público objetivo	Comunidad Universitaria: Docentes, administrativos y estudiantes.
Descripción	Conformar un departamento que cumpla la única función de comunicación interna dentro de la Facultad, para de este modo encargarse a profundidad de conflictos dedicados por la falta de ella.
Objetivo	Generar mayor organización dentro de la Facultad y distribuir las funciones de manera correspondiente para el excelente cumplimiento de ellas.
Evaluación de Resultados	Medir la aceptación de la comunidad universitaria a este nuevo departamento y analizar las sugerencias y dudas existentes.
Responsable	Departamento de Comunicación interna.
Prioridad	Alta .

Tabla 106 Estrategia 4

4.4 Cronograma de la propuesta

5. Cronograma de la propuesta																				
Actividades	Tiempo de ejecución, mes de Septiembre 2019																			
	Semana 1					Semana2					Semana 3					Semana 4				
	2	3	4	5	6	9	10	11	12	13	16	17	18	19	20	23	24	25	26	27
Diseño de espacio virtual para comunicación entre docentes y administrativos.																				
Establecer web master responsable para las redes sociales de la Facultad y publicación de información en canales.																				
Monitoreo diario del canal oficial para garantizar su correcto uso y evitar errores en la transmisión de la información.																				
Creación de departamento de comunicación interna para la Facultad de Ciencias Psicológicas.																				

Tabla 10714 Cronograma de la propuesta

 Evaluación de los niveles de interacción, y sugerencias recibidas mediante redes sociales.

4.4 Costo/Beneficio de la propuesta

Se determinó de manera cualitativa los beneficios que se obtendrían al aplicarse las propuestas establecidas por la presente investigación.

- Rapidez en la comunicación al contar con un sistema de transmisión pronta de información.
- Comunidad Universitaria (Docentes, administrativos y estudiantes) satisfechos con la transmisión oportuna de información dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas.
- Reducir la posibilidad de encontrar información tergiversada, al crear un canal único de información oficial, dirigido por un departamento dentro de la Facultad
- Rapidez en la ejecución de los procesos de comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas.

Conclusiones

Mediante la investigación se pudo conocer la gestión de comunicación que tiene la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil con su comunidad universitaria (Docentes, Personal Administrativo y Estudiantes), determinar las opiniones de estos frente al presente problema de déficit de comunicación interna que mantiene la Facultad y diseñar estrategias que permitan mejorar esta gestión.

- La investigación cualitativa fue realizada a través de un Grupo Focal que permitió conocer la opinión de los que mencionan la inconformidad existente respecto a la rapidez en la transmisión de información.
- La inexistencia de un departamento de comunicación interna que sea el medio oficial que se encargue del manejo de esta gestión en su totalidad.
- La investigación cuantitativa dirigida a docentes, personal administrativo y estudiantes permitió determinar la inconformidad en la fluidez en comunicación a pesar de contar con un alto grado de pertenencia a su Facultad.

.

Recomendaciones

- Poner en práctica las propuestas planteadas en el capítulo IV, las cuales fueron desarrolladas mediante el uso del benchmarking, estas ayudarán a la mejora de la gestión de comunicación de la Facultad de Ciencias Psicológicas, y darán una visión diferente de la comunicación que se maneja en la actualidad.
- Realizarla medición de satisfacción de los Docentes, Personal Administrativo y Estudiantes, luego de la puesta en marcha de las estrategias previamente propuestas,
- Analizar la información obtenida en la presente investigación, para la realización de un modelo de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas.
- Diseñar un manual o Guía de comunicación interna dirigida a un departamento de Comunicación interna dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.

Bibliografía

- Aguirre, A. G. (Septiembre de 2006). *Oportunidades para fortalecer la investigación científica en el currículo de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos60/fortalecer-investigacion-cientifica/fortalecer-investigacion-cientifica2.shtml>
- Albuérne González, S., & Pino Fernández, M. J. (2013). *Apoyo a la comunicación*. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana de España, S. L. Recuperado el 28 de Mayo de 2019
- Álvarez Botello, J., & Chaparro Salinas, E. (2014). *La calidad del servicio en los clientes*. Madrid.
- Andrade Amaya, F. (2010). *Desarrollo organizacional y motivación en el sector público ecuatoriano, caso: Banco Central, Sucursal Cuenca*. Tesis de maestría, Universidad del Azuay, Azuay. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3061>
- Arru, M. (12 de Marzo de 2014). *América Economía*. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/analisis-opinion/comunicacion-interna-una-oportunidad-de-mejora-para-la-empresa>
- Arru, M. (2014). *Los conflictos que genera la ausencia de comunicación interna*.
- Arru, M. (14 de Febrero de 2014). *Negocios & Management*. Obtenido de <https://negociosmanagement.com.ar/?p=5264>
- Arru, M. (16 de Marzo de 2014). *Observatorio de RRHH*. Obtenido de <https://www.observatoriorh.com/articulos-orh/comunicacion-interna-oportunidades-trabajar-en-las-organizaciones.html>
- Balarezo Toro, B. D. (2014). *La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa San Miguel Drive*. Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de <http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/6696>
- Beckhard, R. (2015). *Desarrollo Organizacional*. México: McGraw - Hill.
- Bennis, W. (1966). *Impacto del Desarrollo Organizacional*.
- Blasco Mira, J. E., & Pérez Turpín, J. A. (2014). *Metodologías de investigación en las ciencias de la actividad física y el deporte: Ampliando Horizontes*.
- Calderón Velzaco, L. O. (2017). *Análisis de la comunicación interna, en facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil, en el periodo 2016 - 2017*. Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 21 de Abril de 2019
- Cassiraga, P. X. (1 de Junio de 2017). *Beyond Limits*. Obtenido de <http://www.hlgdoit.com/blog-general/por-que-es-importante-el-desarrollo-organizacional>
- Chicaiza Caluquí, S. M. (2014). *Estrategias de comunicación en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Pijal de González Suárez provincia de Imbabura*. Tesis de pregrado, Universidad Regional Autónoma del los Andes, Ibarra. Obtenido de <http://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/2675>

- Cortez, M. (17 de Enero de 2017). *Merca2.0*. Obtenido de <https://www.merca20.com/cliente-interno-lo-debes-consentir/>
- El telégrafo. (9 de Enero de 2019). Intervención de la Universidad de Guayaquil se extiende hasta 2021. *El telégrafo*.
- Elloriaga, G. (25 de Agosto de 2018). *EAE Business School*. Recuperado el 15 de Mayo de 2019, de https://retos-directivos.eae.es/es-importante-la-comunicacion-interna-en-una-empresa/#Que_es_la_comunicacion_interna_de_una_empresa
- Enterprises, I. A. (02 de Febrero de 2008). *Newsletters*. Obtenido de Grupo As Interprises: <http://www.infoasenterprises.com/esp/2008/02/las-8-causas-mas-comunes-de-la-mala-comunicacion-interna/>
- Espinoza , R. (13 de mayo de 2017). *Robertoespinoza*. Obtenido de <https://robertoespinoza.es/2017/05/13/benchmarking-que-es-tipos-ejemplos>
- Etzel, M., Walker , B., & Stanton, M. (2007). *Fundamento de Marketing*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Fernández Collado, C. (2014). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- Flores , A. (26 de Marzo de 2014). *Ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Cliente_interno
- García Ríos, E. A., & Herreros Criollo, A. E. (2012). *Análisis de la comunicación organizacional interna de la compañía Vistony S.A. con la propuesta de la elaboración de un manual sistemático comunicativo*. Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social, Guayaquil. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/2228>
- Gutiérrez Paredes, P. E. (2016). *Plan de comunicación interno y externo para la Secretaría del Buen Vivir*. Tesis de pregrado, Universidad San Francisco de Quito, Quito.
- Hernández Mendo, A., & Garay Plaza, O. (2005). *La comunicación en el contexto deportivo*. Wanceulen Editorial Deportiva.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Info As Enterprises. (02 de Febrero de 2008). *Newsletters*. Obtenido de Grupo As Interprises: <http://www.infoasenterprises.com/esp/2008/02/las-8-causas-mas-comunes-de-la-mala-comunicacion-interna/>
- Juárez Donato, A. (17 de Mayo de 2012). *Comunicación*. Obtenido de <http://anali-judoali.blogspot.com/2012/05/barreras-de-la-comunicacion.html>
- Kearns, D. (1986). *Benchmarking*.
- Lippitt, G. (2014). *El Desarrollo Organizacional: Una estrategia de cambio para las instituciones documentales*. Universidad de Murcia.
- Manzano Chura, H. B. (2017). *La comunicación interna y el desempeño laboral*. Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano, Puno. Obtenido de

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4840/Manzano_Chura_Hilda_Beatriz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Nicola Wills-Espinosa, M. I. (2017). *La relación entre la satisfacción con la comunicación interna y el compromiso Organizacional: El caso de Universidad de una Universidad Ecuatoriana*. Recuperado el 12 de Junio de 2019, de file:///C:/Users/Sony%20Vaio/Downloads/Dialnet-LaRelacionEntreLaSatisfaccionConLaComunicacionInte-6067433.pdf
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). *Metodología de la Investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- (2016). *Plan de Comunicación 2016 - 2019 UPV/EHU*. País Vasco. Recuperado el 31 de Julio de 2019, de file:///C:/Users/Sony%20Vaio/Downloads/Plan%20Comunicacion%2016-19.pdf
- Reyes Días, S. (26 de Marzo de 2017). *OBS*. Obtenido de <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/gestion-de-equipos-y-project-management/desarrollo-organizacional-tecnicas-y-conceptos-clave>
- Rodríguez Castillo, J. F. (2017). *Gestión de la comunicación interna en las Universidades del Ecuador*. Universidad Técnica Particular de Loja, Loja. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de <http://dspace.utpl.edu.ec/handle/123456789/16892>
- Rodríguez Peñuelas, M. A. (2010). *Métodos de Investigación* (Primera ed.). México: Universidad Autónoma de Sinaloa. Recuperado el 22 de Mayo de 2019
- Sánchez Cortés, J. A. (2015). *La importancia del desarrollo organizacional en una Institución Pública de Educación Superior*. Tesis de pregrado, Cuba.
- Shutterstock. (30 de Diciembre de 2016). *Consecuencias de la mala comunicación interna en una empresa*. Obtenido de <https://noticias.universia.pr/practicas-empleo/noticia/2016/12/30/1147984/consecuencias-mala-comunicacion-interna-empresa.html>
- Simancas González, E., & García López, M. (17 de Julio de 2017). Gestión de la comunicación en las universidades públicas españolas. *El profesional de la Información*, 26(4). doi:<https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.17>
- Tamato y Tamayo, M. (2008). *El proceso de la investigación científica*. México: Limusa.
- Toaquiza Changoluisa, M. R. (2018). *Comunicación y estrategias innovativas para la ampliación del mercado internacional de la finca T&T FLOWERS*. Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/15608>
- Túñez López, M. (2012). *La gestión de la comunicación*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Universidad de Guayaquil. (2013). Facultad de Ciencias Psicológicas. Guayaquil. Obtenido de http://www.ug.edu.ec/leytransparencia/literalm/seguimiento_de_planos_y_programas_2013/PSICOLOGIA.pdf

Universidad de Guayaquil. (2018). *Informe de rendición de cuentas 2018*. Rendición de Cuentas, Universidad de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 22 de Mayo de 2019, de http://www.ug.edu.ec/rendicion_cuentas/2018/PDI_INFORME_RC_UG_2018_INTERVENCION_CIFI2_20MAR2019.pdf

Universidad de Guayaquil. (s.f.). *Universidad de Guayaquil*. Obtenido de http://www.ug.edu.ec/leytransparencia/literala/2015/a4/Matriz_literal_a4%29_metas_objetivos_unidades_administrativas_septiembre_2015.pdf

Universidad del País Vasco. (2016). *Plan de Comunicación 2016 - 2019 UPV/EHU*. País Vasco. Recuperado el 31 de Julio de 2019, de <file:///C:/Users/Sony%20Vaio/Downloads/Plan%20Comunicacion%2016-19.pdf>

Vasco, S. w. (2015). *euskadi.eus*. Recuperado el 31 de Julio de 2019, de <https://www.euskadi.eus/informacion/sistema-universitario-vasco-universidades/web01-a2hunib/es/>

Apéndices

a) Cálculo del valor del Alfa de Cronbach

$$\alpha = \frac{34 * 0,933}{1 + 0,0933(34 - 1)} = 0,78$$

El valor obtenido mediante el cálculo en la matriz de correlación de las variables está dentro de los parámetros que indican que el instrumento a utilizar para las encuestas de alumnos es estable y está dentro de la escala de lo aceptable.

b) Fotos del Focus Group realizado a estudiantes de la facultad de Ciencias Psicológicas.



Figura 105 Evidencia del focus group



Figura 106 Evidencia 2 del focus group

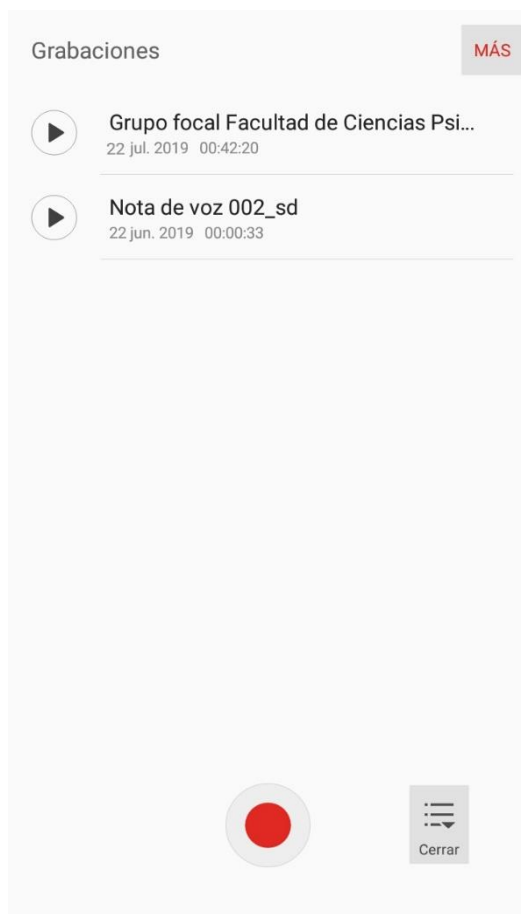


Figura 107 Audio del focus group

c) Cuestionario Estudiantes

Objetivo: Conocer la situación actual de la Facultad de Ciencias Psicológicas con respecto a su comunicación interna.

Cuestionario Estudiantes

Objetivo: Conocer la situación actual de la Facultad de Ciencias Psicológicas con respecto a su comunicación interna.

1. Sexo:

- ☐ Hombre
- ☐ Mujer

2. ¿Qué edad tiene usted?

- ☐ Menos 18
- ☐ 18 a 21 años
- ☐ 22 a 25 años
- ☐ 26 a 29 años
- ☐ 30 a 33 años
- ☐ 34 en adelante

3. ¿A qué carrera pertenece?

- ☐ Diplomado en Terapia Familiar Sistémica
- ☐ Especialización en Psicología Clínica
- ☐ Especialización en Psicología Educativa
- ☐ Especialización en Rehabilitación Educativa
- ☐ Psicología (semestral)

4. ¿Qué semestre/año se encuentra cursando?

- ☐ 1 semestre
- ☐ 2 semestre
- ☐ 3 semestre
- ☐ 4 semestre
- ☐ 5 semestre
- ☐ 6 semestre
- ☐ 7 semestre
- ☐ 8 semestre
- ☐ Titulación

5. ¿Conoce la historia de su facultad?

- ☐ No, la verdad no me interesa conocer.
- ☐ No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto.
- ☐ Sí, por mis propios medios.
- ☐ Sí, porque la facultad me ha informado al respecto.

6. ¿Conoce la historia de su universidad?

- ☐ No, aunque me gustaría que la universidad me informe al respecto.
- ☐ Sí, por mis propios medios.
- ☐ Sí, porque la universidad me ha informado al respecto.

7. ¿Conoce la misión, visión y los valores de su facultad?

- ☐ Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)
- ☐ Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro).
- ☐ Conozco la misión, visión y los valores.
- ☐ Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Facultad.
- ☐ No, no conozco nada del proyecto institucional.

8. ¿Conoce la misión, visión y los valores de la Universidad de Guayaquil?

- ☐ Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)
- ☐ Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro).
- ☐ Conozco la misión, visión y los valores.
- ☐ Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Universidad de Guayaquil.
- ☐ No, no conozco nada del proyecto institucional.

9. ¿Con qué valor cree que la Facultad de Ciencias Psicológicas se identifica en la práctica profesional?

- ☐ Compromiso social.
- ☐ Excelencia y calidad educativa.
- ☐ Iniciativa y trabajo en equipo.
- ☐ Respeto.
- ☐ Todas las anteriores propuestas son válidas

10. ¿Con qué valor cree que la Universidad de Guayaquil se identifica en la práctica profesional?

- ☐ Compromiso social.
- ☐ Excelencia y calidad educativa.
- ☐ Iniciativa y trabajo en equipo.
- ☐ Respeto.
- ☐ Todas las anteriores propuestas son válidas

11. ¿Conoce las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Si
- ☐ No

12. ¿Cree que la Universidad de Guayaquil goza de una reputación?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

13. ¿Cree que la Facultad de Ciencias Psicológicas goza de una reputación?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

14. ¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Si
- ☐ No

15. ¿Qué tan importante es gestionar la Comunicación Interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad?

- ☐ Muy Importante
- ☐ Importante
- ☐ Regular
- ☐ Poco Importante
- ☐ Nada Importante

16. ¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Si
- ☐ No

17. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de comunicación interna?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

18. ¿Desde qué área cree usted que se debe gestionar la comunicación interna?

- ☐ Dirección de comunicación
- ☐ Marketing
- ☐ Planeación estratégica
- ☐ Recursos Humanos

19. ¿Conoce usted si en la Facultad de Ciencias Psicológicas hay una persona encargada de Comunicación Interna?

- ☐ Si
- ☐ No

20. ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Acciones de marketing interno y de RRPP.
- ☐ Los canales digitales.
- ☐ Los canales interpersonales.
- ☐ Los canales multimedia.
- ☐ Los canales convencionales.
- ☐ Todas las anteriores propuestas son válidas.
- ☐ Ninguna de las anteriores

21. ¿Por cuál medio se da a conocer la información importante, dentro de la facultad?

- ☐ E-mails
- ☐ Sistema interno de la Universidad de Guayaquil
- ☐ Redes Sociales oficiales
- ☐ Informes
- ☐ Todas las anteriores

22. ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.
- ☐ Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional generando compromiso con la universidad de Guayaquil.
- ☐ Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil.
- ☐ Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas.
- ☐ Todas las anteriores propuestas son válidas.
- ☐ No recibo ningún tipo de mensaje

23. ¿Qué medios cree que debe cuidar la Facultad de Ciencias Psicológicas para mejorar su imagen interna?

- ☐ Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.
- ☐ Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.
- ☐ Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y de los exalumnos.
- ☐ Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.
- ☐ Mejorar la imagen de marca de la web institucional y / o mejorar la intranet.
- ☐ Optimizar los canales de comunicación interna.

- Organizar programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes.
 - Todas las anteriores propuestas son válidas.
- 24. ¿Cómo calificaría la infraestructura existente destinada a los estudiantes? Equipos de cómputo, paquetes informáticos, aulas y dotación en general.**
- Excelente
 - Muy Buena
 - Buena
 - Regular
 - Deficiente
- 25. ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil?**
- Es bueno, pero llega tarde.
 - Es excelente y motivador.
 - Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.
 - No existe.
- 26. ¿Cree que las autoridades de Facultad de Ciencias Psicológicas hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?**
- No se preocupa nunca.
 - No, hace poco
 - Sí, hace algo. No mucho.
 - Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.
 - Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.
 - Desconozco lo que hace el decano en estas áreas.
- 27. ¿Considera que otras universidades públicas son mejores que la universidad de Guayaquil? Elija una de las siguientes opciones.**
- Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.
 - Dudo que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones.
 - No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades
 - No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.
 - No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.
 - Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.
 - Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.
- Sí, otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario: oportunidades formativas, actividades sociales.
- 28. ¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG?**
- Alto
 - Medio
 - Bajo
- 29. ¿Si tuviera oportunidad se cambiaría a otra universidad?**
- No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.
 - No, decididamente, en estos momentos no me iría.
 - Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.
 - Sí, me cambiaría con mucha pena.
 - Sí, me cambiaría sin dudarlo.
- 30. ¿Si se pudiera mejorar la comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas ¿qué aspecto o aspectos considera prioritarios?**
- Crear nuevos canales de comunicación interna.
 - Diseñar políticas y planes de comunicación interna.
 - Mejorar la participación e implicación de los Decanos en actividades y programas de comunicación interna.
 - Optimizar los canales actuales de comunicación interna.
 - Realizar campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado.
 - Todas las anteriores propuestas son válidas
- 31. ¿Considera usted que el Proyecto Institucional es una guía que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal?**
- Creo que no puedo opinar. No tengo información sobre este tema.
 - No contribuye.
 - Si contribuye.
- 32. ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?**
- Acciones de marketing interno y de RRPP.
 - Los canales digitales.
 - Los canales interpersonales.
 - Los canales multimedia.
 - Los canales convencionales.
 - Todas las anteriores propuestas son válidas.

33. ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Excelente
- ☐ muy buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

Cuestionario docentes y administrativos

Objetivo: Conocer la situación actual de la Facultad de Ciencias Psicológicas con respecto a su comunicación interna.

1. Sexo:

- ☐ Hombre
- ☐ Mujer

2. ¿Qué edad tiene usted?

- ☐ Menos de 25 años
- ☐ 25 a 28 años
- ☐ 29 a 32 años
- ☐ 33 a 36 años
- ☐ 37 a 40 años
- ☐ 41 en adelante

3. ¿Cuánto tiempo tiene laborando en la Facultad?

- ☐ Menos de 1 año
- ☐ 1 a 3 años
- ☐ 4 a 7 años
- ☐ 7 en adelante

4. ¿Conoce la historia de la facultad?

- ☐ No, la verdad no me interesa conocer.
- ☐ No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto.
- ☐ Sí, por mis propios medios.
- ☐ Sí, porque la facultad me ha informado al respecto.

5. ¿Conoce la historia de la universidad?

- ☐ No, la verdad no me interesa conocer.
- ☐ No, aunque me gustaría que la universidad me informe al respecto.
- ☐ Sí, por mis propios medios.
- ☐ Sí, porque la universidad me ha informado al respecto.

6. ¿Conoce la misión, visión y los valores de la facultad?

- ☐ Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)
- ☐ Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro).
- ☐ Conozco la misión, visión y los valores.
- ☐ Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Facultad.
- ☐ No, no conozco nada del proyecto institucional.

7. ¿Conoce la misión, visión y los valores de la Universidad de Guayaquil?

- ☐ Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)

- ☐ Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro).
- ☐ Conozco la misión, visión y los valores.
- ☐ Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Universidad de Guayaquil.
- ☐ No, no conozco nada del proyecto institucional.

8. ¿Con qué valor cree que la Facultad de Ciencias Psicológicas se identifica en la praxis?

- ☐ Compromiso social.
- ☐ Excelencia y calidad educativa.
- ☐ Iniciativa y trabajo en equipo.
- ☐ Respeto.
- ☐ Todas las anteriores propuestas son válidas

9. ¿Con qué valor cree que la Universidad de Guayaquil se identifica en la praxis?

- ☐ Compromiso social.
- ☐ Excelencia y calidad educativa.
- ☐ Iniciativa y trabajo en equipo.
- ☐ Respeto.
- ☐ Todas las anteriores propuestas son válidas

10. ¿Conoce las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Si
- ☐ No

11. ¿Cree que la Universidad de Guayaquil goza de una reputación?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

12. ¿Cree que la Facultad de Ciencias Psicológicas goza de una reputación?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

13. ¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Si
- ☐ No

14. ¿Qué tan importante es gestionar la Comunicación Interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad?

- ☐ Muy Importante
- ☐ Importante
- ☐ Regular
- ☐ Poco Importante
- ☐ Nada Importante

15. ¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Si
- ☐ No

16. ¿Cómo calificaría la comunicación interna con su jefe inmediato en general?

- ☐ Excelente, se reúne conmigo periódicamente.
- ☐ Muy bueno, se reúne conmigo cuando lo solicito, aclarando dudas.
- ☐ Bueno, apenas hay suficiente diálogo interno funciona mejor la comunicación informal.
- ☐ Regular, podría decirse que sólo nos comunicamos por correos electrónicos.
- ☐ Deficiente, está tan ocupado que nunca tiene tiempo para escucharnos.

17. ¿Cómo calificaría el compañerismo en su entorno laboral?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

18. ¿Cuál es su grado de satisfacción en general respecto a los canales y mensajes de comunicación interna?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy Buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Deficiente

19. ¿Desde qué área cree usted que se debe gestionar la comunicación interna?

- ☐ Dirección de comunicación
- ☐ Marketing
- ☐ Planeación estratégica
- ☐ Recursos Humanos
- ☐ Otros: _____

20. ¿Conoce usted si en la Facultad de Ciencias Psicológicas hay una persona encargada de Comunicación Interna?

- ☐ Si
- ☐ No

21. ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Acciones de marketing interno y de RRPP.
- ☐ Los canales digitales.
- ☐ Los canales interpersonales.
- ☐ Los canales multimedia.
- ☐ Los canales convencionales.
- ☐ Todas las anteriores propuestas son válidas.
- ☐ Ninguna de las anteriores.

22. ¿Por cuál medio se da a conocer la información importante obtenida a nivel administrativo, dentro de la facultad?

- ☐ E-mails
- ☐ Sistema interno de la Universidad de Guayaquil
- ☐ Redes Sociales oficiales
- ☐ Informes
- ☐ Todas las anteriores

23. ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- ☐ Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.
- ☐ Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional generando compromiso con la universidad de Guayaquil.
- ☐ Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil.
- ☐ Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas.
- ☐ Todas las anteriores propuestas son válidas.
- ☐ No recibo ningún tipo de mensaje

24. ¿Qué medios cree que debe cuidar la Facultad de Ciencias Psicológicas para mejorar su imagen interna? (escoja mínimo 3 alternativas)

- ☐ Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.
- ☐ Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.
- ☐ Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y de los ex alumnos.

- Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.
 - Mejorar la imagen de marca de la web institucional y / o mejorar la intranet.
 - Optimizar los canales de comunicación interna.
 - Organizar programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes.
 - Todas las anteriores propuestas son válidas.
- 25. ¿Cómo calificaría los recursos (equipamiento de oficina: hojas, computadoras, software, acceso a internet, ¿etc.) para su desempeño laboral?**
- Excelente
 - Muy Buena
 - Buena
 - Regular
 - Deficiente
- 26. ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil?**
- Es bueno, pero llega tarde.
 - Es excelente y motivador.
 - Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.
 - No existe.
- 27. ¿Cree que las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?**
- No se preocupa nunca.
 - No, hace poco
 - Sí, hace algo. No mucho.
 - Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.
 - Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.
 - Desconozco lo que hace el decano en estas áreas.
- 28. ¿Considera que otras universidades públicas son mejores que la universidad de Guayaquil? Elija una de las siguientes opciones.**
- Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.
 - Dudo que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones.
 - No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades
 - No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.
- No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.
 - Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.
 - Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.
 - Sí, otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario: oportunidades formativas, actividades sociales.
- 29. ¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG?**
- Alto
 - Medio
 - Bajo
- 30. Si tuviera la oportunidad de cambiarse de trabajo. ¿Lo haría?**
- No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.
 - No, decididamente, en estos momentos no me iría.
 - Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.
 - Sí, me cambiaría con mucha pena.
 - Sí, me cambiaría sin dudar.
- 31. ¿Si se pudiera mejorar la comunicación interna y clima laboral en la Facultad de Ciencias Psicológicas, qué aspecto o aspectos considera prioritarios?**
- Crear nuevos canales de comunicación interna.
 - Diseñar políticas y planes de comunicación interna.
 - Mejorar la participación e implicación de los Decanos en actividades y programas de comunicación interna.
 - Optimizar los canales actuales de comunicación interna.
 - Realizar campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado.
 - Todas las anteriores propuestas son válidas
- 32. De los siguientes aspectos ¿Cuál considera usted aumentaría el compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil?**
- Acoger al personal desde el inicio para que se involucre en el puesto y en los objetivos departamentales.
 - Apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto.
 - Crear entrevistas de objetivos y de evaluación del desempeño.

- Dar a conocer el proyecto institucional (misión, visión, valores) utilizando diferentes canales.
- Diseñar políticas y ofrecer mejores prestaciones sociales en RR.HH.
- Implantar programas de reconocimiento dirigidos a todo el personal.
- Todas las anteriores propuestas son válidas.

33. ¿Considera usted que el Proyecto Institucional es una guía que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal?

- Creo que no puedo opinar.
- No contribuye.
- Si contribuye.
- No tengo información sobre este tema.

34. ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?

- Acciones de marketing interno y de RRPP.
- Los canales digitales.
- Los canales interpersonales.
- Los canales multimedia.
- Los canales convencionales.
- Todas las anteriores propuestas son válidas.

35. ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas?

- Excelente
- muy buena
- Buena
- Regular
- Deficiente

[illegible]

[illegible]



MATRIZ DE VALIDACIÓN

Marque con una x, cada uno de los criterios a evaluar, sólo se acepta una respuesta por criterio y cada pregunta debe tener los 7 criterios de evaluación.

Revisión: N° 3[illegible]



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Administrativas
INGENIERÍA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN



RESULTADOS DE LA VALIDACIÓN

Una vez que se ha realizado la validación del documento, se determina que el cuestionario tiene 100% de validación del contenido del instrumento por lo que, el comité evaluador determina que el instrumento es:

NO APLICABLE	APLICABLE CON OBSERVACIONES	APLICABLE

Para constancia firman,

Ing. Diana Franco
Cortázar, Msc.
C.I. 0922457304

Ing. Homero Villacís
Aveiga, Msc.
C.I. 0917323669

Ing. Myriam Pacheco
Rodríguez
C.I. 0917955197

d) Formato para el Focus Group

Tema Estado y Gestión de la Comunicación Interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas

Objetivo: Hacer una reflexión colectiva respecto a la gestión de la comunicación interna entre estudiantes para pensar juntos en carencias, debilidades, retos, oportunidades y, alianzas necesarias para que una hipotética área de comunicación interna alcance los objetivos y sirva para gestionar el cambio.

1. Antecedentes

- ¿Cómo consideras la comunicación con entre la facultad y los estudiantes?
- ¿Existe una comunicación fluida entre las diferentes áreas y departamentos, con las que necesitamos interactuar?
- ¿Cómo podría mejorarse?

2. Implicación de autoridades en la comunicación interna.

- ¿Creen que las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas están debidamente involucradas y decididas a invertir en un área de Comunicación interna?
- ¿Cómo podríamos implicarlos?

3. Comité para evaluación de la comunicación interna

- ¿Crees necesario crear equipos multidisciplinarios para investigar o resolver problemas de Comunicación Interna dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

4. Infraestructura

- ¿Qué infraestructura podría aportar de la Facultad de Ciencias Psicológicas si se creara un departamento de Comunicación Interna?

Esta lista es solo de referencia:

- Soportes de Comunicación Interna
- Canal Circuito cerrado de TV
- Canal online de Radio
- Edición de programas informativos para TV y radio
- Mantenimiento y gestión de contenidos para las pantallas informativas ubicadas en puntos estratégicos de las distintas facultades

- Campañas de Comunicación con el fin de difundir cualquier actividad intelectual o creativa producida por los colectivos universitarios.
- Suministro de contenidos para las intranets de todas las facultades y la web institucional con actualizaciones diarias y semanales destacando los hechos acaecidos en la Universidad.
- Gestión de RS desde un Social Media Plan. Presencia profesional y actualización diaria en Twitter, Facebook y YouTube.

5. Canales de comunicación interna

- ¿Considera útil y necesario habilitar espacios virtuales de comunicación (comunidades) que permitan el intercambio de información entre miembros de la facultad? ¿Qué tipo de canales podrían representar una oportunidad de tener éxito? ¿Blogs CI, wikis?
- ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?

6. Campaña de lanzamiento

- ¿De crearse un departamento de Comunicación interna cree necesario lanzar una campaña previa a su lanzamiento? ¿Cómo lo considera que debe ser este?

Variable: Comunicación Interna		
Dimensión	Indicadores	Preguntas
Si cuenta con un departamento encargado exclusivamente de la gestión de comunicación interna	Aspectos de gestión de la comunicación interna.	¿Desde qué área cree usted que se debe gestionar la comunicación interna?
		¿Conoce usted si en la Facultad de Ciencias Psicológicas hay una persona encargada de Comunicación Interna?
Si carece de un sistema que permita gestionar la comunicación interna de manera correcta		¿Qué tan importante es gestionar la Comunicación Interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad?
		¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Ciencias Psicológicas?
		¿Qué tan importante es gestionar la Comunicación Interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad?
Causas de una deficiente comunicación interna		Si se pudiera mejorar la comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas ¿qué aspecto o aspectos considera prioritarios?
Tipos de canales usados	Acciones de Marketing Interno y RRPP.	¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de comunicación interna?
		¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de la Facultad de Ciencias Psicológicas?
		¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Ciencias Psicológicas?

		¿Por cuál medio se da a conocer la información importante, dentro de la facultad? ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la universidad de Guayaquil?
		¿Qué medios cree que debe cuidar la Facultad de Ciencias Psicológicas para mejorar su imagen interna?
Que la comunicación sea oportuna, transparente y clara	Aspectos de gestión de la comunicación interna.	¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Ciencias Psicológicas?

Variable: Desarrollo organizacional			179
Dimensiones	Indicador	Pregunta	
Problemas en la gestión comunicación interna	Convivencia interna	Si se pudiera mejorar la comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas ¿qué aspecto o aspectos considera prioritarios?	
Falta de colaboración y compromiso	Percepción.	¿Considera que otras universidades públicas son mejores que la universidad de Guayaquil?	
Falta de motivación y orientación a los objetivos	Percepción.	¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil?	
Si existen elementos de motivación apropiados con una filosofía de servicio plasmada en la misión y visión que fundamenten y den sentido a los valores de los diferentes departamentos dentro de la universidad	Conocimiento interno	¿Conoce la misión, visión y los valores de su facultad?	
	Conocimiento interno	¿Conoce la misión, visión y los valores de la Universidad de Guayaquil?	
	Percepción.	¿Con qué valor cree que la Facultad de Ciencias Psicológicas se identifica en la práctica profesional?	
	Percepción.	¿ Con qué valor cree que la Universidad de Guayaquil se identifica en la práctica profesional?	
Si existe un esfuerzo por crear una cultura proactiva y dispuesta al cambio	Convivencia interna	¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Ciencias Psicológicas?	
	Conocimiento interno	¿Considera usted que el Proyecto Institucional es una guía que contribuye a mejorar la calidad académica y la integración con el personal?	
Garantizar creación de ambiente de trabajo libre de conflictos en desempeñar sus labores en óptimas condiciones.	Percepción.	¿Cómo calificaría la infraestructura existente destinada a los estudiantes? Equipos de cómputo, paquetes informáticos, aulas y dotación en general.	

	Cumplimiento de metas institucionales.	¿Cree que las autoridades de Facultad de Ciencias Psicológicas hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?
Que el personal se sienta comprometido, presentaran menos resistencia al cambio y se podrá evidenciar un desarrollo organizacional constante y sostenido	Percepción.	¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG?
Sentido de pertinencia	Convivencia interna	¿Conoce la historia de su facultad?
	Cumplimiento de metas institucionales	¿Conoce las autoridades de la Facultad de Ciencias Psicológicas?
	Convivencia interna	¿Conoce la historia de su universidad?
	Convivencia interna	¿Si tuviera oportunidad se cambiaría a otra universidad?
Reputación	Percepción.	¿Cree que la Universidad de Guayaquil goza de una reputación?
	Percepción.	¿Cree que la Facultad de Ciencias Psicológicas goza de una reputación?

Objetivo general: Proponer mejoras al sistema de comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil que contribuya al desarrollo organizacional.		
Objetivos específicos	Problemas hallados en la investigación	Estrategias planteadas en la propuesta como solución a los problemas hallados.
Revisar la bibliografía correspondiente al estudio de comunicación interna en las instituciones de educación superior.	- Falta de un departamento destinado al único manejo de la gestión de comunicación interna a los docentes, personal administrativo y estudiantes de la Facultad. - Falta de seguimiento a la información una vez emitida.	Crear un departamento de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas que garantice la correcta gestión de la misma.
	Desconocimiento de la persona que ejecute actualmente alguna función relacionada a la comunicación en la facultad.	Nombrar una persona Web master responsable de la imagen, de la gestión de contenidos y del uso de la página web de la Facultad.
Diagnosticar el estado actual de la Comunicación Interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.	Falta de espacio virtual para comunicación de docentes y administrativos de manera directa.	Diseño de espacios virtuales de comunicación, para el intercambio de información de manera horizontal y vertical entre miembros de la Facultad.
	- Inconformidad debido a la gran cantidad de sitios web que se atribuyen el nombre de oficiales y generan confusión y rumores. - Poca utilización de los canales para comunicación formal, como correo institucional en alumnos. - Descuido hacia los alumnos al momento de ser informados.	Garantizar el uso de canal único y oficial en redes sociales y correo electrónico institucional para la transmisión de información oportuna y veraz para la, de modo que se eliminen los diversos canales que producen confusión y generan rumores.
Diseñar propuesta de mejoramiento de la comunicación interna de la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil.		

**FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

RÚBRICA DE EVALUACIÓN TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del Trabajo: Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019. Autores: Alarcón López Denisse Jordana Peñaherrera Alonso David Eloy		
ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALF.
ESTRUCTURA ACADÉMICA Y PEDAGÓGICA	4.5	4.5
Propuesta integrada a Dominios, Misión y Visión de la Universidad de Guayaquil.	0.3	0.3
Relación de pertinencia con las líneas y sublíneas de investigación Universidad / Facultad/ Carrera	0.4	0.4
Base conceptual que cumple con las fases de comprensión, interpretación, explicación y sistematización en la resolución de un problema.	1	1
Coherencia en relación a los modelos de actuación profesional, problemática, tensiones y tendencias de la profesión, problemas a encarar, prevenir o solucionar de acuerdo al PND-BV	1	1
Evidencia el logro de capacidades cognitivas relacionadas al modelo educativo como resultados de aprendizaje que fortalecen el perfil de la profesión	1	1
Responde como propuesta innovadora de investigación al desarrollo social o tecnológico.	0.4	0.4
Responde a un proceso de investigación – acción, como parte de la propia experiencia educativa y de los aprendizajes adquiridos durante la carrera.	0.4	0.4
RIGOR CIENTÍFICO	4.5	4.5
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación	1	1
El trabajo expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece, aportando significativamente a la investigación.	1	1
El objetivo general, los objetivos específicos y el marco metodológico están en correspondencia.	1	1
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos y permite expresar las conclusiones en correspondencia a los objetivos específicos.	0.8	0.8
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica	0.7	0.7
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	1
Pertinencia de la investigación	0.5	0.5
Innovación de la propuesta proponiendo una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional	0.5	0.5
CALIFICACIÓN TOTAL *	10	10
* El resultado será promediado con la calificación del Tutor Revisor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.		

Ing. Leyla Flores Carvajal. MAE
C.I. 0909777971

Fecha: 08/08/2019

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN

RÚBRICA DE EVALUACIÓN MEMORIA ESCRITA TRABAJO DE TITULACIÓN

Título del Trabajo: Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Ciencias Psicológicas de la Universidad de Guayaquil, año 2019. Autores: Alarcón López Denisse Jordana Peñaherrera Alonso David Eloy			
ASPECTOS EVALUADOS	PUNTAJE MÁXIMO	CALF	COMENTARIOS
ESTRUCTURA Y REDACCIÓN DE LA MEMORIA	3	3	
Formato de presentación acorde a lo solicitado	0.6	0.6	
Tabla de contenidos, índice de tablas y figuras	0.6	0.6	
Redacción y ortografía	0.6	0.6	
Correspondencia con la normativa del trabajo de titulación	0.6	0.6	
Adecuada presentación de tablas y figuras	0.6	0.6	
RIGOR CIENTÍFICO	6	6	
El título identifica de forma correcta los objetivos de la investigación	0.5	0.5	
La introducción expresa los antecedentes del tema, su importancia dentro del contexto general, del conocimiento y de la sociedad, así como del campo al que pertenece	0.6	0.6	
El objetivo general está expresado en términos del trabajo a investigar	0.7	0.7	
Los objetivos específicos contribuyen al cumplimiento del objetivo general	0.7	0.7	
Los antecedentes teóricos y conceptuales complementan y aportan significativamente al desarrollo de la investigación	0.7	0.7	
Los métodos y herramientas se corresponden con los objetivos de la investigación	0.7	0.7	
El análisis de la información se relaciona con datos obtenidos	0.4	0.4	
Factibilidad de la propuesta	0.4	0.4	
Las conclusiones expresa el cumplimiento de los objetivos específicos	0.4	0.4	
Las recomendaciones son pertinentes, factibles y válidas	0.4	0.4	
Actualización y correspondencia con el tema, de las citas y referencia bibliográfica	0.5	0.5	
PERTINENCIA E IMPACTO SOCIAL	1	1	
Pertinencia de la investigación/ Innovación de la propuesta	0.4	0.4	
La investigación propone una solución a un problema relacionado con el perfil de egreso profesional	0.3	0.3	
Contribuye con las líneas / sublíneas de investigación de la Carrera/Escuela	0.3	0.3	
CALIFICACIÓN TOTAL*	10	10	
* El resultado será promediado con la calificación del Tutor y con la calificación de obtenida en la Sustentación oral.			

Lic. Frida Bohórquez Suárez, MAE.
C.I. No. 0912971397

FECHA: 29/08/2019