



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACION COMERCIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

TEMA:

PROPUESTA DE MEJORA PARA EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN INTERNA
EN LA FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN DE
LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, AÑO 2019.

AUTOR:

PARRALES ERAZO MICHELLE ELIZABETH

TUTORA DE TESIS:

ING. LEYLA FLORES CARVAJAL, MAE.

GUAYAQUIL, 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 Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, año 2019.		
AUTOR (apellidos/nombres):	Parrales Erazo Michelle Elizabeth		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Tutor: Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE. Revisor: Lcda. Frida Bohórquez Suárez, 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:	2019	No. DE PÁGINAS:	204
ÁREAS TEMÁTICAS:	Comunicación interna		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Comunicación interna, estrategias, Facultad de Filosofía, medios de comunicación, público interno.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	La comunicación interna se ha convertido en un elemento esencial y sobre todo un reto para la gestión de una organización, por lo tanto el presente proyecto se centra en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil que busca conocer cómo se desarrolla la comunicación interna y determinar los factores que impiden una comunicación interna eficaz. Se llevó a cabo una investigación de tipo descriptivo no experimental, contando con las técnicas como encuesta a estudiantes, docentes y personal administrativo, a docentes y personal administrativo se les realizó entrevista y focus group a estudiantes, con una muestra de estudio de 235 estudiantes, 153 docentes y 133 personal administrativo. El proyecto tiene como fin plantear diversas estrategias de comunicación interna que puedan ser aplicadas en la Facultad cuyo objetivo es fortalecer la comunicación interna entre su público interno, aplicar mejores herramientas y canales de comunicación para generar fidelidad, sentimiento de pertenencia hacia la Facultad de Filosofía		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0989355340	E-mail: michelle.parralese@ug.edu.ec	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Ab. Elizabeth Coronel Castillo		
	Teléfono: 04-259-6830		
	E-mail: elizabeth.coronelc@ug.edu.ec		



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

SR.

**ECO.MAURICIO VILLACRESES COBO, MF
DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACION
COMERCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad.-**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **“Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, año 2019.”** de la estudiante **Michelle Elizabeth Parrales Erazo**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

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

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

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

Atentamente,

Ing. Leyla Isabel Flores Carvajal, MAE.
TUTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN
C.I. 0909777971



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
UNIDAD DE TITULACION

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado **Ing. Leyla Flores Carvajal. MAE**, tutora del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por **Michelle Elizabeth Parrales Erazo, C.C.: 0953631306**, 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 Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, año 2019.”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti-plagio **“URKUND”** quedando el 4% de coincidencia.

	
Documento	tesis michelle.docx (D54731534)
Presentado	2019-08-07 06:54 (-05:00)
Presentado por	Leyla (leyla.floresc@ug.edu.ec)
Recibido	juan.carrielw.ug@analysis.orkund.com
Mensaje	RV: TESIS Mostrar el mensaje completo
	4% de estas 56 páginas, se componen de texto presente en 3 fuentes.

<https://secure.orkund.com/view/53278306-317082-872408#FYc5CgJBFAxv0nEhf+1lriIGMqh04CQTine3hVdFvU95n2W7CooyZ+Va4Y6GmiiFW1oRweGCabYCs cSa1jHBi644Y4HnnjFG94JQggIjHBI3SSpNDqDMW6Uc76O+Zz7/dgfZZOLuFIXrVJTq7fI7w8=>

Ing. Leyla Isabel Flores Carvajal, MAE.
 C.I. 0909777971
TUTORA DE TESIS



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

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

Yo, **Parrales Erazo Michelle Elizabeth** con C.I. **0953631306**, certifico 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 Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, año 2019.”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo 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.

Michelle Elizabeth Parrales Erazo
C.I.: 0953631306

*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.



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

CERTIFICADO DE DOCENTE TUTOR

En mi calidad de docente tutor del trabajo de investigación “**Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, año 2019.**” elaborado por **Parrales Erazo Michelle Elizabeth** con C.I.: **0953631306** egresada de la carrera de ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil previo a la obtención del título de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial, me permito **APROBAR** todas sus partes, luego de orientar, estudiar y revisar este trabajo.

ING. LEYLA ISABEL FLORES CARVAJAL, MAE.

C.I. 0909777971

TUTORA DE TESIS



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

CERTIFICADO DE DOCENTE REVISOR

Habiendo sido nombrado **Lcda. Frida Bohórquez Suárez, MAE.**, revisor del trabajo de titulación “**Propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, año 2019**” certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **Parrales Erazo Michelle Elizabeth**, con C.I. **0953631306**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial**, en la Carrera de Ingeniería en Marketing y Negociación Comercial de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

LCDA. FRIDA BOHÓRQUEZ SUÁREZ, MAE.

C.I.: 0912971397

REVISOR DE TESIS

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	ii
INFORME DEL TUTOR.....	iii
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD.....	iv
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE	v
CERTIFICADO DE DOCENTE TUTOR	vi
TABLA DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
RESUMEN	xx
ABSTRACT.....	xxi
Introducción.....	1
1. Capítulo.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1.1. Antecedentes del problema	2
1.2. Planteamiento del problema	3
1.3. Objetivos de la investigación	4
1.3.1. Objetivo General	4
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4 Formulación del problema.....	5
1.5. Hipótesis y Variables	5
1.6. Justificación.....	5

1. 7 Delimitación.....	6
2. Capítulo.....	7
MARCO TEÓRICO.....	7
.....	11
2.11. Marco contextual.....	28
2.12. Marco Conceptual	34
3. Capítulo.....	36
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.1. Objetivos de la investigación.....	36
3.2. Metodología de la investigación.....	36
3.3. Técnicas e instrumento de la investigación	37
3.4. Población y Muestra	38
3.5. Análisis de resultados de los instrumentos aplicados	39
4. Capítulo.....	154
LA PROPUESTA.....	154
4.1. Objetivo General	154
4.2. Objetivo Específico	154
4.3. Justificación de la propuesta	154
4.4. Estrategias de comunicación interna	154
Matriz de evaluación a estudiantes de la Facultad.....	160
.....	160
4.5. Justificación cualitativa de los beneficios.....	161
4.6. Presupuesto General	162

4.7. Conclusiones	163
4.8. Recomendaciones	164
Referencias bibliográficas	165
APÉNDICE.....	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Carreras que oferta la Facultad de Filosofía.....	29
Tabla 2 Foda de la Facultad de Filosofía	31
Tabla 3 Muestra	38
Tabla 4: Sexo del encuestado.....	39
Tabla 5 Edad del encuestado.....	40
Tabla 6 Carrera del encuestado	41
Tabla 7 Semestre que cursa el encuestado	42
Tabla 8 Conocimiento sobre la historia de la Facultad	43
Tabla 9 Conocimiento sobre la historia de la Universidad.....	44
Tabla 10 Conocimiento sobre la misión, visión y valores de la Facultad.	45
Tabla 11 Conocimiento sobre la misión, visión y valores de la Universidad.....	46
Tabla 12 Valor con el que se identifica la Facultad en la praxis.	47
Tabla 13 Valor con el que se identifica la Universidad en la praxis.	48
Tabla 14 Conocimiento sobre las autoridades de la Facultad	49
Tabla 15 Reputación de la Universidad de Guayaquil	50
Tabla 16 Reputación de la Facultad de Filosofía	51
Tabla 17 Comunicación interna ayuda al DO de la facultad.....	52
Tabla 18 Gestión de la comunicación interna efectiva de la Facultad y Universidad	53
Tabla 19 Medios de comunicación oficiales de la Facultad.....	54
Tabla 20 Grado de satisfacción respecto a los canales y mensaje de CI	55
Tabla 21 Área que se debe gestionar la comunicación interna	56
Tabla 22 Persona encargada de la comunicación interna.....	57
Tabla 23 Canales de comunicación que utiliza la Facultad.....	58
Tabla 24 Medio por el cual se da a conocer la información importante de la Facultad	59
Tabla 25 Mensajes que recibe por parte de la Facultad	60
Tabla 26 Medios que debe cuidar la Facultad para mejorar su imagen	61

Tabla 27 Calificación de la infraestructura de la Facultad.....	62
Tabla 28 Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico	63
Tabla 29 Autoridades para mejorar el área académica administrativa.....	64
Tabla 30 Otras universidades públicas mejores que la UG.....	65
Tabla 31 Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG.....	66
Tabla 32 Cambio a otra universidad	67
Tabla 33 Aspectos a considerar para mejorar la comunicación interna	68
Tabla 34 Proyecto institucional como guía para mejorar la calidad académica.....	69
Tabla 35 Recomendación de canales de comunicación para la facultad.....	70
Tabla 36 Políticas interna para la igualdad	71
Tabla 37 Jornada de ideas para mejorar la CI en la facultad.....	72
Tabla 38 Sexo del docente encuestado.....	73
Tabla 39 Edad del docente encuestado	74
Tabla 40 Tiempo laborando en la Facultad.....	75
Tabla 41 Conocimiento sobre la historia de la Facultad	76
Tabla 42 Conocimiento sobre la historia de la Universidad.....	77
Tabla 43 Conocimiento sobre la misión, visión y los valores de la Facultad.....	78
Tabla 44 Conocimiento sobre la misión, visión y los valores de la UG.....	79
Tabla 45 Valor con que se identifica la Facultad en la praxis.....	80
Tabla 46 Valor con que se identifica la UG en la praxis.....	81
Tabla 47 Conocimiento sobre las autoridades de la Facultad	82
Tabla 48 Reputación de la Universidad de Guayaquil	83
Tabla 49 Reputación de la Facultad de Filosofía	84
Tabla 50 Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad de Filosofía.....	85
Tabla 51 Comunicación interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad.....	86
Tabla 52 Medios de comunicación oficiales de la Facultad de Filosofía.....	87
Tabla 53 Comunicación interna con el jefe inmediato en general	88
Tabla 54 Compañerismo en el entorno laboral	89

Tabla 55 Grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de CI	90
Tabla 56 Área de gestión para la comunicación interna	91
Tabla 57 Persona encargada de la comunicación interna	92
Tabla 58 Canales de CI que utiliza la Facultad de Filosofía	93
Tabla 59 Medio por el cual se da a conocer información importante dentro de la Facultad	94
Tabla 60 Mensajes que recibe por parte de la Facultad	95
Tabla 61 Medios que debe cuidar la Facultad de Filosofía	96
Tabla 62 Calificación de los recursos para el desempeño laboral	97
Tabla 63 Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico	98
Tabla 64 Autoridades para mejorar el área académica y administrativa	99
Tabla 65 Universidades públicas mejores que la UG.....	100
Tabla 66 Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG.....	101
Tabla 67 Oportunidad de cambiarse de trabajo.....	102
Tabla 68 Aspectos a considerar para mejora la CI y el clima laboral	103
Tabla 69 Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil	104
Tabla 70 Proyecto institucional como guía para mejorar la calidad académica.....	105
Tabla 71 Recomendación de canales para comunicación interna	106
Tabla 72 Políticas internas para la igualdad.....	107
Tabla 73 Jornada de ideas para mejorar la CI en la Facultad de Filosofía	108
Tabla 74 Sexo del personal administrativo encuestado.....	109
Tabla 75 Edad del personal administrativo encuestado	110
Tabla 76 Tiempo laborando del personal administrativo en la Facultad.....	111
Tabla 77 Conocimiento de la historia de la Facultad	112
Tabla 78 Conocimiento de la historia de la Universidad	113
Tabla 79 Conocimiento de la misión, visión y valores de la Facultad	114
Tabla 80 Conocimiento de la misión, visión y valores de la UG	115
Tabla 81 Valor con el que la Facultad de Filosofía se identifica en la praxis	116
Tabla 82 Valor con el que la UG se identifica en la praxis.....	117

Tabla 83 Conocimiento sobre autoridades de la Facultad de Filosofía	118
Tabla 84 Reputación de la UG	119
Tabla 85 Reputación de la Facultad de Filosofía	120
Tabla 86 Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad de Filosofía	121
Tabla 87 Comunicación interna efectiva en la Facultad y Universidad	122
Tabla 88 Grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de CI	123
Tabla 89 Comunicación con el jefe inmediato	124
Tabla 90 Compañerismo en el entorno laboral	125
Tabla 91 Área que se debe gestionar la CI.....	126
Tabla 92 Persona encargada de la CI	127
Tabla 93 Canales de CI que utiliza la Facultad	128
Tabla 94 Medio que transmite información a nivel administrativo.....	129
Tabla 95 Tipos de mensajes que recibe por parte de la Facultad	130
Tabla 96 Medios que la Facultad debe de cuidar para mejorar su imagen interna.....	131
Tabla 97 Calificación de los recursos para el desempeño laboral	132
Tabla 98 Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico	133
Tabla 99 Autoridades para mejorar el área académica y administrativa	134
Tabla 100 Universidades públicas mejores que la UG.....	135
Tabla 101 Nivel de pertenencia hacia la marca UG	136
Tabla 102 Oportunidad de cambio de trabajo	137
Tabla 103 Aspecto a considerar para mejorar la CI y el clima laboral en la Facultad	138
Tabla 104 Proyecto Institucional como guía para mejorar calidad académica	139
Tabla 105 Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil	140
Tabla 106 Recomendación de canales para la CI en la Facultad	141
Tabla 107 Existencia de política internas para la igualdad	142
Tabla 108 Jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad.....	143
Tabla 109 Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG	144

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema de Comunicación de Berlo	10
Figura 2. Esquema de Comunicación de Lasswell.....	11
Figura 3. Esquema de Modelo de las cinco íes	12
Figura 4. Modelo desarrollo organizacional tipo Grid.....	24
Figura 5. Esquema de la teoría Z de Ouchi	26
Figura 6. Esquema de la teoría de Reddin.....	27
Figura 7. Ubicación de la Facultad de Filosofía.....	28
Figura 8. Sexo del encuestado.....	39
Figura 9. Edad del encuestado	40
Figura 10. Carrera del encuestado.....	41
Figura 11. Semestre que cursa el encuestado	42
Figura 12. Conocimiento sobre la historia de la Facultad	43
Figura 13. Conocimiento sobre la historia de la Universidad	44
Figura 14. Conocimiento sobre la misión, visión y valores de la Facultad	45
Figura 15. Conocimiento sobre la misión, visión y valores de la Universidad	46
Figura 16. Valor con el que se identifica la Facultad en la praxis.....	47
Figura 17. Valor con el que se identifica la Universidad en la praxis.....	48
Figura 18. Conocimiento sobre las autoridades de la Facultad	49
Figura 19. Reputación de la Universidad de Guayaquil.....	50
Figura 20. Reputación de la Facultad de Filosofía	51
Figura 21. Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad.....	52
Figura 22. Gestión de la comunicación interna efectiva de la Facultad y Universidad.....	53
Figura 23. Medios de comunicación oficiales de la Facultad	54
Figura 24. Grado de satisfacción respecto a los canales y mensaje de CI.....	55
Figura 25. Área que se debe gestionar la comunicación interna	56
Figura 26. Persona encargada de la comunicación interna.....	57
Figura 27. Canales de comunicación que utiliza la Facultad	58

Figura 28. Medio por el cual se da a conocer la información importante de la Facultad	59
Figura 29. Mensajes que recibe por parte de la Facultad	60
Figura 30. Medios que debe cuidar la Facultad para mejorar su imagen	61
Figura 31. Calificación de la infraestructura de la Facultad.....	62
Figura 32. Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico	63
Figura 33. Autoridades para mejorar el área académica administrativa.....	64
Figura 34. Otras universidades públicas mejores que la UG.....	65
Figura 35. Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG	66
Figura 36. Cambio a otra universidad	67
Figura 37. Aspectos a considerar para mejorar la comunicación interna	68
Figura 38. Proyecto institucional como guía para mejorar la calidad académica	69
Figura 39. Recomendación de canales de comunicación para la Facultad.....	70
Figura 40. Políticas interna para la igualdad.....	71
Figura 41. Jornada de ideas para mejorar la CI en la facultad	72
Figura 42. Sexo del docente encuestado	73
Figura 43. Edad del docente encuestado	74
Figura 44. Tiempo laborando en la facultad	75
Figura 45. Conocimiento sobre la historia de la Facultad.....	76
Figura 46. Conocimiento sobre la historia de la Universidad	77
Figura 47. Conocimiento sobre la misión, visión y los valores de la Facultad	78
Figura 48. Conocimiento sobre la misión, visión y los valores de la UG	79
Figura 49. Valor con que se identifica la Facultad en la praxis.....	80
Figura 50. Valor con que se identifica la UG en la praxis	81
Figura 51. Conocimiento sobre las autoridades de la Facultad	82
Figura 52. Reputación de la Universidad de Guayaquil.....	83
Figura 53. Reputación de la Facultad de Filosofía	84
Figura 54. Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad de Filosofía.....	85
Figura 55. Comunicación interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad.....	86

Figura 56. Medios de comunicación oficiales de la Facultad de Filosofía.....	87
Figura 57. Comunicación interna con el jefe inmediato en general	88
Figura 58. Compañerismo en el entorno laboral	89
Figura 59. Grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de CI	90
Figura 60. Área de gestión para la comunicación interna	91
Figura 61. Persona encargada de la comunicación interna.....	92
Figura 62. Canales de CI que utiliza la Facultad de Filosofía.....	93
Figura 63. Medio por el cual se da a conocer información importante dentro de la facultad.....	94
Figura 64. Mensajes que recibe por parte de la facultad	95
Figura 65. Medios que debe cuidar la Facultad de Filosofía.....	96
Figura 66. Calificación de los recursos para el desempeño laboral.....	97
Figura 67. Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico	98
Figura 68. Autoridades para mejorar el área académica y administrativa.....	99
Figura 69. Universidades públicas mejores que la UG	100
Figura 70. Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG	101
Figura 71. Oportunidad de cambiarse de trabajo	102
Figura 72. Aspectos a considerar para mejorar la CI y el clima laboral	103
Figura 73. Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil	104
Figura 74. Proyecto institucional como guía para mejorar la calidad académica	105
Figura 75. Recomendación de canales para comunicación interna	106
Figura 76. Políticas internas para la igualdad	107
Figura 77. Jornada de ideas para mejorar la CI en la Facultad de Filosofía.....	108
Figura 78. Sexo del personal administrativo encuestado	109
Figura 79. Edad del personal administrativo encuestado	110
Figura 80. Tiempo laborando del personal administrativo en la facultad	111
Figura 81. Conocimiento de la historia de la Facultad.....	112
Figura 82. Conocimiento de la historia de la universidad	113
Figura 83. Conocimiento de la misión, visión y valores de la facultad.....	114

Figura 84. Conocimiento de la misión, visión y valores de la UG.....	115
Figura 85. Valor con el que la Facultad de Filosofía se identifica en la praxis.....	116
Figura 86. Valor con el que la UG se identifica en la praxis.....	117
Figura 87. Conocimiento sobre autoridades de la Facultad de Filosofía.....	118
Figura 88. Reputación de la UG.....	119
Figura 89. Reputación de la Facultad de Filosofía.....	120
Figura 90. Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad de Filosofía.....	121
Figura 91. Comunicación interna efectiva en la Facultad y Universidad.....	122
Figura 92. Grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de CI.....	123
Figura 93. Comunicación con el jefe inmediato.....	124
Figura 94. Compañerismo en el entorno laboral.....	125
Figura 95. Área que se debe gestionar la CI.....	126
Figura 96. Persona encargada de la CI.....	127
Figura 97. Canales de CI que utiliza la facultad.....	128
Figura 98. Medio que transmite información a nivel administrativo.....	129
Figura 99. Tipos de mensajes que recibe por parte de la Facultad.....	130
Figura 100. Medios que la Facultad debe de cuidar para mejorar su imagen interna.....	131
Figura 101. Calificación de los recursos para el desempeño laboral.....	132
Figura 102. Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico.....	133
Figura 103. Autoridades para mejorar el área académica y administrativa.....	134
Figura 104. Universidades públicas mejores que la UG.....	135
Figura 105. Nivel de pertenencia hacia la marca UG.....	136
Figura 106. Oportunidad de cambio de trabajo.....	137
Figura 107. Aspecto a considerar para mejorar la CI y el clima laboral en la Facultad.....	138
Figura 108. Proyecto Institucional como guía para mejorar calidad académica.....	139
Figura 109. Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil.....	140
Figura 110. Recomendación de canales para la CI en la Facultad.....	141
Figura 111. Existencia de políticas internas para la igualdad.....	142

Figura 112. Jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad	143
Figura 113. Nivel de pertenencia hacia la marca UG.....	144



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Autor: Michelle Elizabeth Parrales Erazo michelle.parralese@ug.edu.ec

Tutor: Ing. Leyla Flores Carvajal, MAE. leyla.floresc@ug.edu.ec

RESUMEN

La comunicación interna se ha convertido en un elemento esencial y sobre todo un reto para la gestión de una organización, por lo tanto el presente proyecto se centra en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil que busca conocer cómo se desarrolla la comunicación interna y determinar los factores que impiden una comunicación interna eficaz. Se llevó a cabo una investigación de tipo descriptivo no experimental, contando con las técnicas como encuesta a estudiantes, docentes y personal administrativo, a docentes y personal administrativo se les realizó entrevista y focus group a estudiantes, con una muestra de estudio de 235 estudiantes, 153 docentes y 133 personal administrativo. El proyecto tiene como fin plantear diversas estrategias de comunicación interna que puedan ser aplicadas en la Facultad cuyo objetivo es fortalecer la comunicación interna entre su público interno, aplicar mejores herramientas y canales de comunicación para generar fidelidad, sentimiento de pertenencia hacia la Facultad de Filosofía.

Palabras Claves: Comunicación interna, estrategias, Facultad de Filosofía, medios de comunicación, público interno.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERIA EN MARKETING Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL

Author: Michelle Elizabeth Parrales Erazo michelle.parralese@ug.edu.ec

Advisor: Ing. Leyla Flores Carvajal. MAE leyla.floresc@ug.edu.ec

ABSTRACT

Internal communication has become an essential element and above all a challenge for the management of an organization, therefore the present project focuses on the Faculty of Philosophy of the University of Guayaquil that seeks to know how internal communication develops and determine the factors that prevent effective internal communication. A non-experimental descriptive type investigation was carried out, using the techniques such as a survey of students, teachers and administrative staff, teachers and administrative staff, students were interviewed and focused group, with a study sample of 235 students, 153 teachers and 133 administrative staff. The project aims to propose various internal communication strategies that can be applied in the Faculty whose objective is to strengthen internal communication between its internal public, apply better tools and communication channels to generate fidelity, a feeling of belonging to the Faculty of Philosophy.

Keywords: Internal communication, strategies, Faculty of Philosophy, media, internal public

Introducción

A través de los años la comunicación organizacional ha ido evolucionando esencialmente en las relaciones humanas exponiendo una serie de posibilidades de interacción en el entorno social, logrando el entendimiento, coordinación y la cooperación favoreciendo al desarrollo de las organizaciones. Dentro de la comunicación organizacional, se localiza la comunicación interna, siendo esta muy destacable; no sólo porque ayuda a mejorar las relaciones interpersonales, sino por el equilibrio que ésta genera.

En el Ecuador, las universidades han presenciado diversos cambios administrativos y académicos rigiéndose a las reformas de las leyes que la regulan, debido a que están designadas a presentar un correcto y estable funcionamiento en el área de comunicación.

En la universidad, su gestión interna se vuelve totalmente compleja por razones que en estas organizaciones se encuentran diferentes grupos sociales, las cuales tiene sus propias características, demandas y diversas expectativas. En este proyecto de investigación se desarrollará concretamente en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, aquí se investigará todos los aspectos referentes a la comunicación interna.

Es muy importante estar al tanto de todo el desarrollo que presenta la comunicación interna en la organización. Su correcto manejo, influye en la comunicación entre los colaboradores internos de la estructura y sobre todo en un idóneo ambiente laboral, fortaleciendo las relaciones y el trabajo en equipo. Es importante resaltar que este proyecto pertenece al FCI de la Universidad de Guayaquil.

1. Capítulo

EL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del problema

A nivel mundial se ha encontrado a la comunicación organizacional como un campo que se desarrolla en forma progresiva, a fin de dar respuesta a la necesidad detectada. De esta manera Pacheco (2005) expresa: “La comunicación organizacional se constituye en esencia estratégica para los procesos de las relaciones de la organización con el entorno, la interacción de sus públicos tanto internos como externos” (p.75).

En los últimos años, la comunicación organizacional en las universidades ha tomado fuerza, así lo revela el artículo científico escrito por Aguilera (2010), llegando a la siguiente conclusión: “La exploración de las instituciones debe abrirse al entorno y ofrecer información de interés público, y la idea de que es preciso conocer a sus públicos internos (necesidades, pensamientos, creencias) para conseguir la máxima eficiencia institucional” (p.35).

En América Latina varias universidades, entre ellas Cuba y Argentina, consideran significativa la comunicación organizacional interna. Tal es el caso de los catedráticos del Centro Universitario de Las Tunas que escribieron un artículo alentando los valores institucionales y el soporte de una identidad universitaria. “La comunicación interna es un elemento indispensable para el funcionamiento de las IES, por ser decisivo para el desarrollo de los públicos internos” Marañón, Bauzá y Bello (2006, pág. 45).

Las universidades en el Ecuador están en la tarea de refinar su calidad de educación, que les permita desarrollarse y actualizarse en los distintos ámbitos del sistema de educación superior, Según el Consejo de Educación Superior (CES, 2013) en el “Plan Excelencia Universitaria”, la Universidad de Guayaquil fue debatida por informes previos del CEAACES manifestando su

insuficiencia en función a los cuatro ejes evaluativos: Académica, Eficiencia Académica, Investigación, Organización e Infraestructura Institucional. Con las reformas a la LOES, se publicó en el Registro Oficial Suplemento No. 297 la Ley Orgánica Reformativa a la Ley Orgánica de Educación Superior, el cambio de denominación del Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad -CEAACES- por el Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior -CACES-, la cual tiene a cargo la regulación, planificación y coordinación del sistema de aseguramiento de la calidad de la educación superior y facultad regulatoria y de gestión. Dentro de las funciones de este Consejo se mantienen la evaluación externa, la acreditación y, adicionalmente, se determina que el CACES apoyará el aseguramiento interno de la calidad de las IES. (Diario EL NORTE, 2018)

Como respuesta a esto la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación llevó a cabo el Plan de Intervención y Fortalecimiento Institucional 2014-2016, realizando actividades para fortalecer a los cuatro ejes entre ellos la organización e infraestructura institucional. La Facultad de Filosofía dentro del PEDI declara que se necesita el fortalecimiento de la comunicación organizacional, competencias colectivas y su calidad educativa; así como acciones que buscan el cumplimiento de los indicadores establecidos en el Modelo de Evaluación y Acreditación Institucional establecido por el CEAACES. (Universidad de Guayaquil, 2016)

1.2. Planteamiento del problema

La Universidad de Guayaquil históricamente ha presentado inconvenientes, afectando su correcto funcionamiento en cuanto a la parte operativa, infraestructura, sistemas de información, comunicación interna y talento humano. (Universidad de Guayaquil, 2018)

El trabajo de investigación se realiza en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, como objeto de estudio y a través de la matriz FODA realizado en esta facultad en el

Plan Estratégico de Desarrollo Institucional (PEDI, 2016) vigente hasta el año 2020 se detalla la falta de estrategias de comunicación interna que ayude a las tareas informativas diarias.

Las fallas que se presentan en el asunto de comunicación interna es de no disponer información actualizada sobre su propia identidad y dentro del organigrama de la facultad, se denota que no gozan de una buena cultura organizacional, siendo un problema grave debido a que el personal que trabaja en ese lugar no se siente identificado y comprometido con la misma, lo que genera desgano al momento de comunicarse entre sí.

La Facultad de Filosofía, no opera con un sistema de información online que sería de gran utilidad tanto para estudiantes, docentes y personal administrativo, esto provoca que exista un desconocimiento, incertidumbre y problemas por falta de información de todo lo que ocurre en esta Facultad. (PEDI, 2016)

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Proponer mejoras al sistema de comunicación interna de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación que contribuya al desarrollo organizacional.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la importancia de la comunicación interna en el desarrollo de las instituciones de educación superior.
- Diagnosticar el estado actual de la comunicación interna en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.
- Diseñar propuesta de mejoramiento para la comunicación interna de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

1.4 Formulación del problema

¿Cuál es la relación entre la comunicación interna deficiente y el desarrollo organizacional entre estudiantes, docentes y personal administrativo en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación?

1.5. Hipótesis y Variables

Hipótesis

Existiría la relación entre la comunicación interna deficiente y el desarrollo organizacional entre estudiantes, docentes y personal administrativo de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

Variable independiente

Comunicación interna deficiente

Variable dependiente

Desarrollo organizacional

1.6. Justificación

Justificación Teórica

Este proyecto de investigación tiene como objetivo el desarrollo de una propuesta que mejorará el sistema de comunicación interna de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil, que aportará con soluciones a la evidente problemática y a la deficiencia en los procesos de comunicación interna. Es importante resaltar que este proyecto pertenece al FCI de la Universidad de Guayaquil.

La calidad en la gestión de la institución pública es la suma de los esfuerzos de todas las áreas y equipos que la integran; se nutre de la comunicación interna. Por tanto, esta gestión debe ser priorizada. (Dueñas, 2013)

Un equipo de trabajo que maneja correctamente la comunicación interna de su institución tendrá buenos resultados en general; al ser la comunicación interna tan importante las autoridades deberían hacer que ésta sea la prioridad en cada institución, al no ser así, lo único que se podría obtener un público desorientado, que no tiene idea de lo que sucede a su alrededor y por ende decepcionado de la entidad. (Zapata L. , 2015)

La presente investigación brindará un beneficio para quienes conforman a la Facultad de Filosofía, este documento servirá de apoyo para poder guiarse y tener claro como es la comunicación interna que se está aplicando dentro de la facultad y así saber si es la correcta y qué hacer para remediarla.

1. 7 Delimitación

El trabajo de investigación se desarrollará al interior de la Universidad de Guayaquil, en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación ubicada en la ciudadela Salvador Allende de la ciudad de Guayaquil.

El estudio se realizará durante los meses de Abril hasta Agosto, año 2019, en este trabajo de investigación se involucrará a docentes, personal administrativo y estudiantes de la Facultad de Filosofía.

El área de estudio en el que se desarrollará esta investigación es de Comunicación Interna y finalmente culminará este proyecto con una propuesta de mejora para el sistema de comunicación interna de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil.

2. Capítulo

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

(Medranda, 2017): “Comunicación organizacional interna como factor importante para la eficiencia académica de la facultad de comunicación social de la Universidad de Guayaquil”.

Los estudiantes definen a la comunicación como parte de la cultura individual del ser humano, y se considera la comunicación dentro de las Instituciones de Educación Superior, un factor importante. La comunicación es un componente esencial dentro del desempeño académico de los estudiantes y el trabajo del personal docente y administrativo, se encuentra intrínsecamente conectada con todas las tareas que se lleven a cabo dentro de la institución.

(Chang, 2016): “Análisis de la comunicación para la creación de una revista digital para la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, como estrategia de comunicación interna”. En la FACSO, no existe un medio de comunicación interna que permita que estudiantes, docentes y directivos, mantener un canal de comunicación directo entre ellos. Se precisa un medio en cual estén conectados, el público interno como es la creación de una revista digital, esta revista tendrá diversas secciones como infotrámite, Facso Actívate, Tu voz, entre otros, esto permitirá que estén conectados con los sucesos internos de la Facultad.

(Moncayo, 2013): “Diagnóstico de la situación actual de la Facultad de Ingeniería Química de la Universidad de Guayaquil y la propuesta de diseño de la planificación estratégica, basados en los lineamientos impuestos por el CEAACES”. Las autoridades de la institución y los investigadores deben trabajar en conjunto para una definición de objetivos y obtener fuentes de

financiamiento para brindar los recursos necesarios como infraestructura, equipos y personal capacitado con el objetivo de reactivar la calidad de vida de una comunidad interna.

2.2 La comunicación

La comunicación es un elemento fundamental para crear una visión compartida que vincule intereses personales y organizacionales. Gordillo (2015) aseguró:

La comunicación es un proceso de mensajes emitidos y receptados por distintos canales que por mediaciones sociales, situacionales, culturales, se deriva una mayor complejidad cuando el emisor y el receptor se encuentran estrechamente asociados a los procesos internos y externos. La comunicación en si apunta a interactuar entre sujetos cuyos vínculos están institucionalizados. (p.126)

Bajo esta percepción, la comunicación es un componente importante para el buen funcionamiento interno como externo, permitiendo el desarrollo de relaciones interpersonales y que los empleados se sientan conectados e identificados por la organización.

Por otra parte, Losada (2014) manifiesta que: “La comunicación hace posible el comercio, genera comportamientos en sujetos y organizaciones, se encuentran en la base de buena parte de las decisiones y multiplica las relaciones sociales e incluso las hace posible” (p.15). De esta forma la comunicación ayuda al ser humano a desarrollarse en el medio que lo rodea, dándose la comunicación en formas tan diversas e innumerables y adaptándose a cualquier necesidad.

2.2.1. Proceso de la comunicación y sus elementos

Berlo (1985) afirma:

Al momento de comunicar, se trata de alcanzar objetivos relacionados con la intención básica de influir en el medio ambiente y en sí mismos; sin embargo, la comunicación puede ser

invariablemente reducida al cumplimiento de un conjunto de conductas, a la transmisión o recepción de mensajes.

Estos suelen agruparse en el modelo F-M-C-R, que presenta un concepto simplificado de la comunicación.

La Fuente

Constituye la responsabilidad de preparación del mensaje, así como son ideas, necesidades, sentimientos, información, surgiendo un segundo elemento: el mensaje. Según Berlo la fuente debe contar con ciertas características como:

- **Habilidades comunicativas:** Hablar, escribir, leer, escuchar y el más importante el pensamiento.
- **Actitudes:** Hacia sí mismo, hacia el tema y hacia el receptor.
- **Conocimiento:** La conducta de la fuente en la comunicación es afectada por el grado de conocimiento que tiene sobre sus propias actitudes, por las características de su receptor, por las formas en que puede emitir el mensaje. No se puede comunicar lo que no se conoce.
- **Sistema social-cultural:** Estos sistemas determinan en parte la elección de las palabras que la gente usa, los propósitos que tiene para comunicarse, el significado de ciertos vocablos, los canales que utiliza para uno u otro tipo de mensaje.

El Mensaje

Los mensajes se componen de símbolos que tienen un significado común para la fuente y el receptor. El mensaje contiene símbolos verbales, orales o escritos que representan la información que el emisor desea transmitir al receptor. En la comunicación cara a cara se efectúa por medio

de la capacidad motora de la fuente: mecanismos vocales (palabrada hablada, gestos, notas musicales, etc.).

El Canal

El canal de la comunicación es el medio por el cual se difunde el mensaje de la fuente al receptor. Los canales pueden dividirse en medios de comunicación masiva, pública y medios interpersonales.

Los canales de comunicación pueden ser formales o informales en lo que una empresa se refiere. Los canales formales son aquellos como cartas, correos electrónicos, memorándums, etc., aquí se transmite información sobre aspectos laborales. Por otro lado, los canales informales son redes de comunicación que se lleva a cabo a través de interacción social, con preguntas, comentarios, etc.

El Receptor

Es la persona que recibe el mensaje y es capaz de comprenderlo. Tanto la fuente como el receptor puede ser un individuo, los miembros de una compañía o un gobierno, en tanto sea capaz de un cierto grado de decodificación. Decodificar consiste en traducir el mensaje de la fuente y darle forma útil para el receptor.

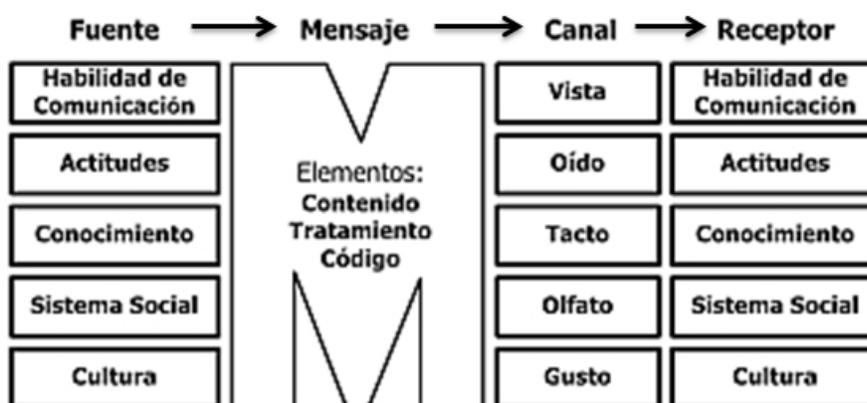


Figura 1. Esquema de Comunicación de Berlo

2.3. Teorías de Comunicación

2.3.1. Teoría de Lasswell

El modelo de Lasswell (1948), en su artículo *Estructura y Función de la Comunicación de Masas*. En el mismo es posible apreciar la presencia de las concepciones conductistas o behavioristas dominantes en el panorama científico de la época las cuáles pretenden explicar el comportamiento de las masas como la respuesta ante distintos estímulos.

El modelo de Lasswell es un modelo básicamente descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los cuáles podían ser descriptos a partir de responder 5 interrogantes: ¿(1) **Quién dice** (2) **Qué**, en (3) **Qué Canal**, (4) **a Quién** y con (5) **Qué Efecto** ?

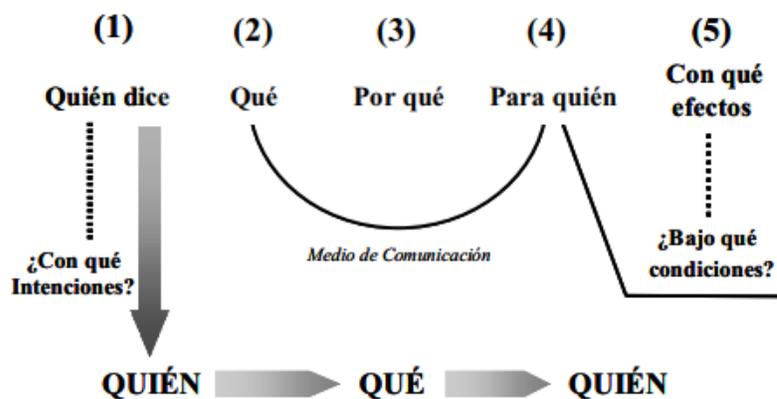


Figura 2. Esquema de Comunicación de Lasswell

2.3.2. Modelo de las cinco íes

Andrade estableció que el objetivo principal de la comunicación interna es:

Respaldar el logro de los objetivos institucionales, fortaleciendo la identificación de los colaboradores con las instituciones, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna, reforzando su integración y generando en ellos una imagen favorable de la organización y de sus productos y servicios. (2005, pág. 24)

De esta manera, Andrade determinó cinco objetivos específicos que son: identificación, información, integración, imagen e investigación y se representa de la siguiente manera:



Figura 3. Esquema de Modelo de las cinco Iés

La identificación busca:

- Fortalecer la cultura de la empresa.
- Preservar el orgullo de pertenencia.
- Fomentar el desarrollo de identificadores o elementos simbólicos.

La información busca:

- Transmitir de forma oportuna, segura y clara sobre el ambiente, la organización, colaboradores y el trabajo que se realiza en ella.

La integración busca:

- Un progreso en el clima de comunicación interna de la organización.
- Incentivar la colaboración y trabajo en equipo entre los colaboradores de las distintas áreas y niveles de la organización.
- Desarrollar habilidades de comunicación interpersonal.

La imagen busca:

- La identificación de los colaboradores con la empresa a través del fortalecimiento constante de la cultura organizacional.
- Difundir un imagen favorable y fuerte de la organización entre sus públicos internos y que sea concordante con la que se maneja hacia el exterior.

La investigación busca:

- Estar al tanto de la problemática existente en materia de comunicación y sus causas.
- Hallar las necesidades de información del personal y su grado actual de satisfacción.
- Medir la efectividad de los medios de comunicación con lo que cuenta la organización.
- Evaluar el resultado obtenido con los esfuerzos de mejora.

Como conclusión, la comunicación interna tiene como objetivo primordial el intercambio y difusión de la información, la integración tanto del personal como de la organización, fortalecer la identidad y los valores de la organización, difundir sobre la visión y filosofía de la organización.

2.4. Comunicación externa

Castaño (2014) consideró que: “La comunicación externa envía mensajes hacia los públicos fuera de la organización como la competencia, órganos gubernamentales, consumidores actuales y potenciales, medios de comunicación, entre otros, que estén vinculados con la organización.” (p.133). Esta comunicación es de gran relevancia con el exterior porque debe considerar un conjunto de actores, tales como: clientes, gobierno local, instituciones educativas, proveedores de bienes o servicios, grupos financieros, medios de comunicación social, competencias. Es necesario recalcar que la comunicación externa también tiene como propósito conservar o

perfeccionar las relaciones públicas para que de esta manera se refleje una mejor imagen corporativa

2.5. Comunicación interna

Pinillos (2016) definió la comunicación interna como:

La comunicación interna de una empresa debe ser continua y debe ir de la mano de la estrategia de la organización, por tal motivo es necesario un diagnóstico interno de cómo funciona la comunicación interna. La medición tiene un papel clave dentro de la comunicación interna permitiendo conocer la efectividad de la campaña y de las herramientas de comunicación.

La importancia de la comunicación interna establece que no solamente se encarga de que los trabajadores reciban y entiendan las obligaciones y derechos que posee la empresa, sino que además perciban la importancia que tienen para la empresa.

La comunicación interna es el proceso comunicativo que se da en el interior de la empresa y es allí donde se coordinan las acciones, tareas, se orientan las conductas interpersonales y se construyen los valores de la cultura organizacional. Según Trelles (2014) manifestó que: “La comunicación interna posibilita la estabilidad necesaria para el funcionamiento de la organización, a la vez que influye como facilitador de los cambios necesarios que el desarrollo impone” (p.93).

2.5.1. El público interno

El público interno son los miembros de la propia organización y se encuentran vinculados a una relación de trabajo. Martínez (2016) expresó: " Las buenas organizaciones saben que para tener empleados más productivos es necesario mantenerlos satisfechos con el trato que reciben". Cada integrante interno debe tener establecido perfectamente su función a emprender dentro de

la organización, debe comprender, creer y transmitir la misión a todas las personas, teniendo presente sus necesidades y prioridades, para hacerlos partícipes de la elaboración de objetivos. Por eso es importante destacar las principales necesidades que tiene el público interno dentro de la organización:

- **La necesidad del público interno de ser comprendido:** interpretar y escuchar claramente lo que el público interno tiene para decir, para luego poder ofrecer una respuesta precisa a lo que quiere.

- **Hacerlo sentir bien acogido:** las personas necesitan sentir que se están siendo bien recibidos, y que se tiene toda la disposición de contribuir con ellas.

- **Hacerlo sentir valioso:** que el público interno se sienta importante, todo aquello que permita sentirse especial es un paso hacia la calidad en el servicio.

- **Mantener una relación estable:** cuidar una buena relación con el público interno conlleva a mantener una salud mental y una relación de armonía con el entorno.

2.6 Tipología de la comunicación interna

La comunicación desde su clasificación más básica por su código de uso se divide en comunicación escrita, verbal y corporal. Las empresas que son entes sociales presentan una comunicación interna y externa de acuerdo a su público estratégico, manejándolas estratégicamente de forma integral. La comunicación de acuerdo a la dirección en que circulan los mensajes dentro de la institución se organiza en comunicación descendente, ascendente y transversal y por su naturaleza se presenta en formal e informal.

2.6.1. Clasificación según criterios generales

2.6.1.1. Comunicación Verbal y No verbal

La comunicación verbal es una de las destrezas y técnicas, pertinente de ser incluida en los planes de comunicación interna, pues a más de ser que es eficiente aportando estrategias de persuasión; es una excelente herramienta en los procesos de negociación.

Lugo (2014) expresó:

La comunicación verbal es aquella donde el mensaje es verbalizado, pues se utilizan las palabras ya sea de manera oral o escrita. Mientras que la comunicación no verbal es aquella que se da sin el uso de palabras, se utilizan gestos, miradas, movimientos corporales, entre otras expresiones.

2.6.1.2. Formal e Informal

En la comunicación formal se utilizan medios tangibles posibles, como son: memorandos, solicitudes, cartas, oficios, correos, informes, charlas, eventos, etc. La comunicación formal transmite mensajes muy claros y precisos. Se forma en las líneas horizontales y verticales del organigrama. “Es la forma de comunicación que genera todo un sistema de comienzo a fin dirigido y aplicado por todos los miembros de la organización” (ETCHEGARAY, 2010).

La comunicación informal es aquella que no se encuentra planificada en la organización, sino que ésta surge de los lazos que se desarrollan entre los miembros de la empresa durante el desempeño de sus funciones dentro del trabajo diario. Este tipo de comunicación influye en las relaciones laborales y clima laboral.

La principal manifestación de ello es el rumor. Di Génova (2016) señaló: “El rumor es normalmente un claro síntoma de ineficiencia en el manejo de las comunicaciones formales de una institución”. Es por ello que los canales deben aportar información relevante, pertinente y clara por medio de sus canales oficiales para evitar algún inconveniente dentro de la comunicación.

2.6.2. Clasificación según flujos

2.6.2.1. Ascendente

La comunicación ascendente no se da de manera habitual como la descendente y se descuida más. Según sea la cultura de la organización, definirá el alcance y eficacia de este tipo de comunicación. Zamora (2018) mencionó:

La comunicación ascendente es aquella que se realiza desde abajo hacia arriba en la jerarquía. Hace que el trabajo y la dirección sean más cooperativos desapareciendo elementos de tensión y conflicto en las relaciones interpersonales.

2.6.2.2. Descendente

En esta comunicación, la información fluye hacia abajo en la estructura jerárquica de la organización. Esta comunicación permite que cada miembro conozca el sentido de su trabajo en la organización y sociedad. La comunicación descendente comienza desde la parte más alta de la estructura de la organización y la información va en cascada a través de los mandos intermedios, lo que provoca que en ocasiones el mensaje final llegue modificado con respecto al original.

Antonio (2017) añadió: “Las comunicaciones descendentes pueden distorsionarse a medida que avanzan a través de múltiples niveles de la organización.”

2.6.2.3. Horizontal

Dentro de esta comunicación, se difunde la información entre grupos de trabajo que se encuentra a un mismo nivel jerárquico de la organización, no es tan formal y se transmite con rapidez en tiempo de crisis. De esta manera, Meta (2015) detalló que: “En esta comunicación no establece una presencia de autoridad por lo que es considerada de tipo informal. Los miembros de la organización interactúan de forma directa, formando vínculos comunicacionales” (p.2).

2.6.2.4. Transversal

Vázquez (2015) definió:

La comunicación transversal se proyecta como el arte de ‘hacer juntos’, es decir por la unión y conformación de grupos multidepartamentales, con el objetivo de llevar a cabo una solución gracias a la revisión de actividades, esta comunicación ofrece apoyo a la realización de procesos. (p.62)

Esta comunicación es decididamente colaborativa, ya que incentiva la reunión de todos los integrantes de la organización, definiendo los objetivos a alcanzar. Asimismo, valora la función de cada uno de ellos para obtenerlos, sus capacidades y el conocimiento de sus limitaciones. Esto permite ofrecer soporte y empoderamiento para generar innovación y establecer objetivos conjuntos.

2.7. Comunicación Interna Deficiente

Una comunicación interna deficiente provoca que el público interno de la organización se encuentren desmotivados o desorientados dentro de la misma. Zapata (2012) argumentó: “La incomunicación hace que los trabajadores se conviertan en menos espectadores y que apenas se impliquen en la actual problemática de la organización.” (p.22)

Gran parte de los problemas en las organizaciones están directamente relacionados con una mala o no planificada gestión de esa comunicación interna. No resolver estos problemas a tiempo por falta de conocimiento, análisis, herramientas adecuadas o abordaje profesional compromete a la organización y acabará teniendo consecuencias en los resultados.

2.7.1 Causas y Consecuencias de una comunicación interna deficiente

Salazar (2014) presentó una serie de causas y consecuencias que provoca que la comunicación interna no se desarrolle de la manera correcta.

Causas

- **Exceso jerárquico:** dentro de una estructura compleja, es difícil que el flujo de información se mantenga correctamente estable debido a que se puede estropear o deformarse.
- **Canales utilizados:** escoger de manera errónea los canales y herramientas para difundir la comunicación puede llegar a ser un elemento clave para un fracaso comunicativo.
- **Cantidad incorrecta de información:** Esto se asocia principalmente a la falta de información, por lo que es común crear rumores y distorsionar el mensaje original.
- **Falta del control del mensaje:** La retroalimentación es elemento fundamental para futuras comunicaciones internas. Comúnmente no se controla la llegada del mensaje, ni mucho menos llegar a una comprensión.

Consecuencias

- **Pérdida de moral:** un manejo incorrecto de la comunicación puede generar una antipatía y frustración, comenzando desde arriba. Si en una organización no se plantea una visión con objetivos, la moral posteriormente puede sufrir.
- **Escasez de información interna:** esto causa centenares de retrasos en la planificación de algún un proyecto importante y por ende se debe repetir el flujo de trabajo.
- **Comunicación no es clara y precisa:** muchas veces estas comunicaciones están formadas por una comunicación informal, se dan instrucciones que no quedan claras del todo, los mensajes pueden estar mal redactados lo que provoca una disminución de productividad y se está lejos de ser un trabajo eficiente y eficaz.

2.7.2 Barreras que provocan una comunicación interna deficiente

Raffino (2018) expresó: “Se conoce como barreras de la comunicación a los obstáculos y las dificultades que pueden surgir durante el proceso comunicativo y entorpecer la correcta culminación del mismo o deformar el mensaje original.”.

Existen varios tipos de barreras:

- **Barreras semánticas.** Tiene que ver con el significado de las palabras orales o escritas. Cuando no precisamos su sentido, estas se presentan a diferentes interpretaciones y así el receptor entiende no lo que dijo el emisor, sino lo que su contexto cultural le indica. Hay muchos factores mentales que impiden aceptar o comprender una idea, algunos de ellos son: No tener en cuenta el punto de vista de los demás, sospecha, preocupación o emociones ajenas al trabajo, timidez, explicaciones insuficientes, sobrevaloración de sí mismo, etc.
- **Barreras fisiológicas.** De este tipo son las que impiden emitir o recibir con claridad y precisión un mensaje, debido a los defectos fisiológicos del emisor o receptor. Tales defectos pueden afectar a cualquiera de los sentidos.
- **Barreras físicas.** La distancia y el exceso de ruido dificultan la comunicación, así como las interferencias en el radio o el teléfono. Estos son ejemplos de barreras físicas que debemos tomar en cuenta al comunicarnos, a fin de eliminarlas lo más posibles.
- **Barreras administrativas.** Son aquellas causadas por las estructuras organizacionales, como mala planeación y deficiente operación de los canales.

2.8. Desarrollo Organizacional

Según Chiavenato (2010) el desarrollo organizacional es:

Un enfoque de modificación, que pretende cambiar ciertos aspectos de las personas, así como también, la naturaleza y la calidad de sus relaciones laborales, es decir, cambiar la manera de pensar del personal para que ellos puedan renovar y revitalizar la organización. (p. 185)

Para el autor el desarrollo implica un cambio positivo que debe ocurrir en un inicio en la mente de las personas que integran la organización, de este modo se irá modificando y mejorando la calidad en el trabajo. Según Vargas (2016) señaló que:

El desarrollo organizacional considera la organización como un todo, no es posible concebir un cambio sin considerar cada una de sus partes, todas tienen una función estratégica, concebida desde la posición que ocupe: es la única forma de alcanzar con mayores posibilidades de efectividad los cambios requeridos . (p. 73)

Según Wagner y Hollenbeck (2014) manifestaron que el desarrollo organizacional “es un método planificado para obtener un cambio a nivel interpersonal, grupal e intergrupal dentro de la institución. Dicho cambio es total y de largo plazo y depende de la dirección de un agente que propicie este cambio” (p.464).

El desarrollo es progreso para la organización, pero, para que ocurra se necesitan métodos óptimos que hayan sido planificados en base a objetivos concretos y realizables. Es necesario que se cuente con la participación de todo el grupo humano que conforman la organización y que estén dispuestos a cambiar e innovar su visión y su accionar dentro de su centro de labores.

2.8.1 Dimensiones del Desarrollo Organizacional

Entonces Chiavenato determinó que el desarrollo organizacional es una dependencia de otros factores como son:

Dimensión 1: Organización

La organización expresa la percepción que tienen los trabajadores dentro de una empresa, para ordenar y coordinar métodos, técnicas y habilidades de gerencia y uso apropiado de los recursos disponibles para alcanzar objetivos comunes.

El personal necesita una buena estructura organizacional de trabajo, es decir, necesitan saber qué hacer, cómo hacerlo, cuándo y para qué lo hacen, y ello es parte de la manera como se coordinen y organicen las actividades específicas que debe realizar cada individuo.

La organización es esencial para alcanzar el éxito de la empresa, pues requiere contar con un plan de trabajo, una buena dirección, saber coordinar acciones, y tener la capacidad de controlarlas mediante una supervisión oportuna y positiva. Cuevas (2014) planteó que: “la organización implica el mejoramiento de sistemas: de planificación, dirección, coordinación y control, para el mejoramiento de la institución y de esa manera alcanzar el desarrollo esperado” (p. 211).

Dimensión 2: Tecnología

La tecnología abarca la percepción de los trabajadores sobre el nivel de aplicabilidad de medios tecnológicos en su centro de labores. También, está referida al empleo de herramientas, técnicas y acciones con el fin de convertir las entradas en salidas. Entonces, los medios tecnológicos deben aprovecharse a fin de satisfacer necesidades de la sociedad, procurando que estos medios no sean perjudiciales para otros o para el medio ambiente.

Dimensión 3: Innovación

La innovación es la manera cómo los integrantes de la organización aplican su creatividad para la resolución de problemas, además de mejorar sus productos, procesos y servicios. Para ser

innovador es necesario ser creativo para lograr la solución en situaciones problemáticas, y también para cambiar y mejorar los bienes, procesos y servicios que brinda una organización.

Ferras (2014) manifestó: “Innovar es explotar con éxito nuevas ideas o nuevo conocimiento, asumiendo más riesgo que los competidores, para conseguir una posición competitiva superior”. Este enfoque de innovación aplicado a la educación, es visto como un proceso largo que abarca la dinámica que se realiza en aulas, entre alumnos, profesores, padres de familia, es decir, todos los miembros de la comunidad educativa.

Dimensión 4: Infraestructura

La infraestructura, es la percepción que surge de los miembros de la organización con respecto a diversos elementos físicos que consideren esenciales para el funcionamiento de dicha organización. Se entiende que la infraestructura en la organización es importante para que esta pueda existir y debe ir acorde con el trabajo que allí se desempeña y brindar cierta comodidad al personal, de este modo la percepción que tendrán quienes allí laboran, será positiva. Para Rozas y Sánchez (2014) la infraestructura:

Es el conjunto de construcciones de ingeniería, usualmente son de larga vida útil y conforman el cimiento sobre el cual se realiza la prestación de servicios básicos y necesarios para el desarrollo económico de la sociedad y tiene fines productivos, políticos, sociales y personales. (p. 9)

Las instalaciones y estructuras físicas del centro de trabajo vienen a ser el cimiento sobre el cual se llevan a cabo todas las actividades de la empresa, se debe tener presente que esta infraestructura debe encontrarse en óptimas condiciones para generar cierto nivel de satisfacción.

2.9. Teorías del Desarrollo Organizacional

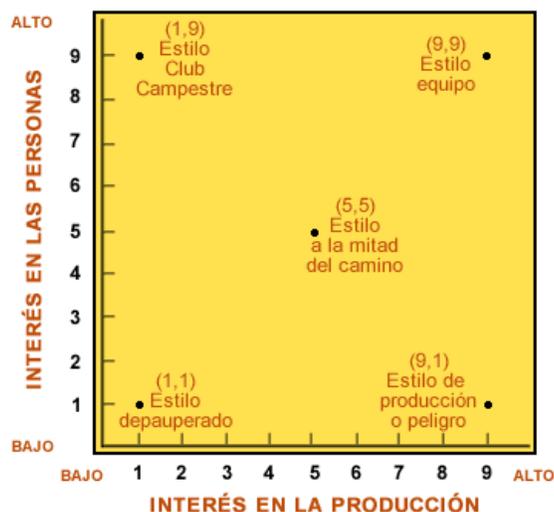
2.9.1. Teoría de Desarrollo Organizacional tipo grid

Los autores Blake y Mouton en el año 1976 fueron quienes iniciaron el uso de una especie de tecnología integrada y programada para el desarrollo organizacional.

Esta tecnología se basa en tres premisas acerca de las organizaciones: (1) las personas y las empresas minimizan sus desacuerdos sobre su auto- imagen y la realidad. (2) Las organizaciones pueden obtener “satisfacción” debajo de su potencial. (3) una cantidad grande de energía se desperdicia en las organizaciones por culpa de los comportamientos disfuncionales como la burocracia. Según Blake y Mouton (1976) indicaron que:

El modelo de desarrollo organizacional tipo Grid se representa por una malla que está compuesta por dos ejes que son: (a) El eje horizontal, el cual expresa la preocupación por la cantidad producción que se obtiene. Es una serie que consta de nueve puntos, en la cual nueve significa una alta preocupación y cero, una preocupación baja, y (b) El eje vertical manifiesta la preocupación por el personal. Del mismo modo que el eje horizontal, es una serie continua de nueve puntos. (p. 47)

Los autores proponen un modelo de desarrollo organizacional que se rige por dos ejes, el primero está referido a la producción, es decir, qué tan productivos están siendo los empleados, mientras que el segundo muestra el grado de preocupación e importancia que se le da a las personas. Ambos ejes interrelacionados forman una malla.



Según el modelo de desarrollo organizacional Grid, el estilo de equipo es el que otorga mejores resultados en la producción y a su vez mantiene a los colaboradores de la organización interesadas completamente en su labor.

2.9.2. Teoría Z por William Ouchi

Ouchi (1981) definió la teoría Z: “Busca crear una nueva cultura empresarial en la cual la gente encuentre un ambiente laboral integral que les permita auto-superarse para su propio bien y el de la empresa” (p.44).

La teoría Z es participativa y se basa en las relaciones humanas, pretende entender al trabajador como un ser integral que no puede separar su vida laboral de su vida personal, por ello invoca ciertas condiciones especiales como la confianza, el trabajo en equipo, el empleo de por vida, las relaciones personales estrechas y la toma de decisiones colectiva, todas ellas aplicadas en orden de obtener un mayor rendimiento del recurso humano y así conseguir mayor productividad empresarial, se trata de crear una nueva filosofía empresarial humanista en la cual la compañía se encuentre comprometida con su gente.

Principios fundamentales de la teoría Z

Son tres los principios básicos de la teoría de Ouchi:

- Confianza
- Atención a las relaciones humanas (Sutileza)
- Relaciones sociales estrechas (Intimidad)

¿Cómo desarrollar la cultura de la empresa Z?

Ouchi identificó los siguientes trece pasos que permiten transformar la organización en una empresa Z:

1. Comprender el Tipo Z de organización y el papel que han de jugar los participantes en la transformación.
2. Reevaluar la filosofía establecida en la organización a punto de transformarse.
3. Definir la nueva filosofía a implementar y hacer partícipe a la directiva de la nueva dirección a tomar.
4. Comenzar la implementación creando las estructuras y los incentivos.
5. Desarrollar los lazos personales entre los participantes de la nueva organización.
6. Re-evaluar el progreso hasta este punto.
7. Participar al sindicato en el proceso.
8. Estabilizar el número y categorías de empleados.
9. Establecer el sistema (lento) de evaluación y promoción de los trabajadores.
10. Ampliar y generalizar las carreras de los trabajadores.
11. Implementación final hasta este punto.
12. Promover la participación y dedicación de los trabajadores a la organización.
13. Promover la dedicación totalmente envolvente entre los empleados. Esto incluye todos los aspectos de la vida social y familiar de estos.



Figura 5. Esquema de la teoría Z de Ouchi

2.9.3. Teoría desarrollo organizacional por Bill Reddin

El modelo de Reddin se basa en dos tipos de conducta llamadas orientación hacia la tarea y orientación hacia las relaciones. Se define como:

Orientación hacia la tarea (OT). El punto hasta el cual el gerente dirige su esfuerzo propio y el de sus subordinados; se caracteriza en la iniciación, organización y dirección.

Orientación hacia las relaciones (OR). El punto hasta el cual el gerente establece relaciones personales de trabajo; caracterizado por escuchar, confiar e impulsar. Se ha intentado representar dos tipos de comportamiento totalmente diferentes e independientes. Un gerente que está usando un tipo de comportamiento puede consistir en cualquier combinación o grado de ambos.

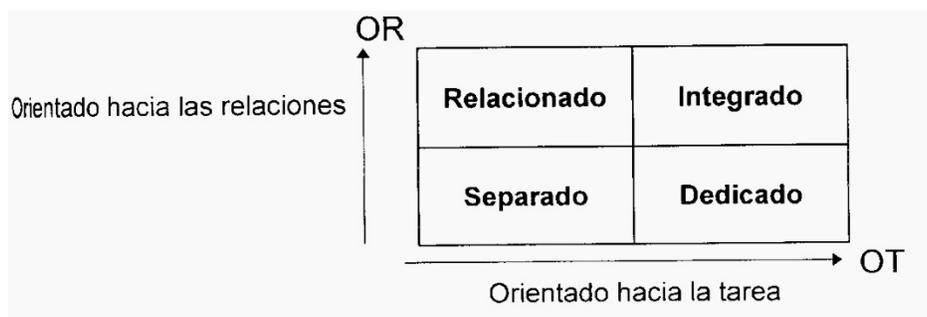


Figura 6. Esquema de la teoría de Reddin

El estilo **integrado**, con una fuerte orientación hacia la tarea y también hacia las relaciones, se denomina así pues describe un comportamiento gerencial que combina ambas orientaciones.

El estilo **dedicado** describe un comportamiento gerencial orientado fuertemente hacia la tarea pero muy poco orientado hacia las relaciones, es decir, un comportamiento dedicado al trabajo.

El estilo **relacionado**, que sólo se orienta fuertemente hacia las relaciones, se relaciona con los subordinados.

El estilo **separado** es un estilo básico muy poco orientado hacia el trabajo y hacia las relaciones. Por lo tanto, este estilo se encuentra separado de ambas orientaciones.

Cualquiera de los cuatro estilos básicos puede llegar a mayor o menor efectividad, dependiendo de su adecuación a las demandas de la situación.

La aplicación del modelo de Reddin se reflejan en impactos como:

- Velocidad de cambio en los resultados claves del negocio.
- Aumento en la flexibilidad de la organización.
- Aumento en la velocidad de respuesta para copar los desafíos del entorno.
- Mayor compromiso con los requerimientos de la organización.

2.11. Marco contextual

2.11.1. Ubicación

La Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil, se encuentra ubicada en la Cdla. Salvador Allende, en la Av. Delta y Av. Kennedy, en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

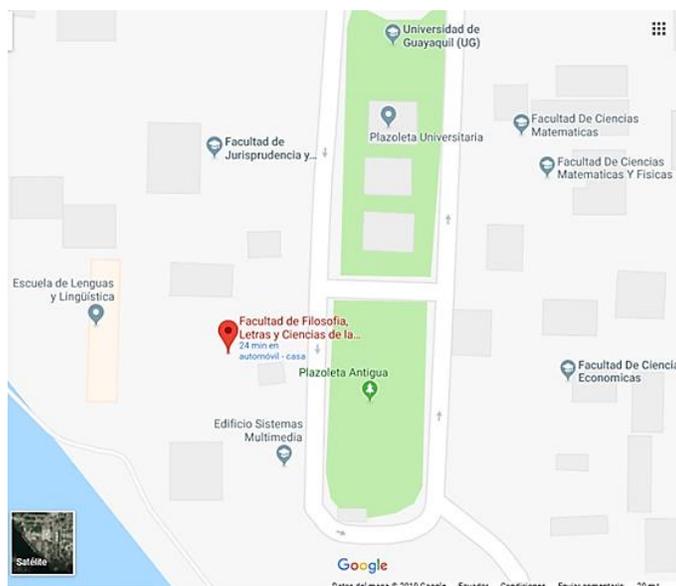


Figura 7. Ubicación de la Facultad de Filosofía

Las carreras que oferta la Facultad de Filosofía son:

Tabla 1. Carreras que oferta la facultad de Filosofía

Licenciatura en Historia y Ciencias sociales	Licenciatura en Educadores de párvulos
Licenciatura en Literatura y Español	Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad
Licenciatura en Filosofía y Ciencias Psicosociales	Licenciatura en Sistemas Multimedia
Licenciatura en Químico Biológicas	Licenciatura en Informática
Licenciatura en Físico Matemáticas	Licenciatura en Arte
Licenciatura en Comercio y Administración	Licenciatura en Bibliotecología y Archivología
Licenciatura en Lenguas y Lingüística	Licenciatura en Desarrollo Comunitario Ambiental
Licenciatura en Comercio Exterior	Licenciatura en Administración y Supervisión Educativa
Licenciatura en Educación Básica	Licenciatura en Educación Primaria

2.11.2. Aspectos Históricos de la Facultad de Filosofía

En sesión del H. Consejo Universitario el 9 de agosto de 1944 al inicio del siglo XX, en cumplimiento al Decreto No. 409 del 14 de julio de 1944, se crea la Facultad Filosofía Pedagogía y Letras, soslayando por medio de la Secretaria General, imperioso necesidad que la Universidad entre en sus funciones orgánicas con una Facultad donde se formen investigadores y especialistas en ciencias filosóficas, históricas, educacionales, así como profesores capacitados para la enseñanza secundaria, especial y superior.

El primer Decano fue elegido el 30 de septiembre 1944, donde se instala la Junta de Profesores de la Facultad de Pedagogía y Letras, para elegir sus dignatarios. Eligiendo al Dr. Francisco Huerta Rendón, por tres periodos en su gestión académica.

La Facultad de Pedagogía y Letras nace con seis especializaciones, inclusive el Conservatorio Nacional de Música, Escuela de Bibliotecología, la academia de Idiomas o Lenguas y la Escuela de Periodismo.

El 30 de mayo del 1955 en el informe del Decano de ese entonces, Dr. Rigoberto Ortiz Bermeo, explicó como recibió la institución después de haber sido cerrada desde 1953 a 1954 lo que indicaba lo que pudo preservarse después de la huelga, fue un laboratorio de Química y el mobiliario y fracciones de un gabinete de físico, originó la extinción de la Facultad de Pedagogía y Letras. (PEDI, 2016)

2.11.3. Misión y Visión

Misión

La Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación, es una unidad académica que forma profesionales críticos de nivel superior para el mejoramiento de los recursos humanos del sistema de educación superior nacional, en todos sus niveles y especializaciones a través del estudio de pregrado y postgrado para cubrir las necesidades de transformación social, generando ciencia, tecnología y arte en el campo de la educación entre otros ámbitos fundamentales de la docencia, a través de un desarrollo inter y transdisciplinario que favorecen a la integración transfronteriza y promueve la interculturalidad, la justicia y la paz.

Visión

Seremos reconocidos como formadores integrales de profesionales en el área de la educación, acorde a las exigencias del sistema educativo nacional del país, a través de la formación continua siendo capaces de generar la transferencia y aprendizaje del conocimiento que contribuyen al desarrollo económico, social y cultural, fortaleciendo la identidad nacional que permite

promocionar el contexto pluricultural de la integración Latinoamérica, como resultado del desarrollo de la investigación, la aplicación del conocimiento científico lo cual promueve el perfeccionamiento institucional y el liderazgo en los cambios paradigmáticos que necesita la educación ecuatoriana.

Análisis FODA

Tabla 2 Foda de la Facultad de Filosofía

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p> <p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p>	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	OPORTUNIDADES	FO
<ul style="list-style-type: none"> • Disposición de autoridades para generar el desarrollo de las ciencias, innovación y conocimiento. • Alianzas estratégicas con instituciones para el desarrollo de proyectos de 	<ul style="list-style-type: none"> • Poseen un sistema de seguimiento a graduados de la facultad. • Ascendente número de artículos científicos y de participaciones en ponencias. • Interés institucional en ofrecer becas en estudio de Postgrado. • Coordinación administrativa para la ayuda económica al estudiante. • Brindan constantes procesos de capacitación ofertados por la institución. • Desarrollar procesos de participación ciudadana que permitan a los profesionales a alcanzar habilidades y desarrollar destrezas necesarias en sectores importantes de producción del país a fin de desarrollar la gestión del conocimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad limitada de docentes con título de PhD para el cumplimiento de indicadores de acreditación del CEAACES. • Falta de conocimiento en el manejo de recursos informáticos y sistemas de interconectividad. • Ausencia de manual de procedimientos institucionales y de planes de comunicación interna. • Carencia de mobiliario acorde a las necesidades, insumos y equipo tecnológico. • No constan de software ligado al SIUG. • Fomentar la formación académica pertinente e integral asegurando a todos el derecho a una educación de calidad e igualdad a fin de contribuir al crecimiento del país.

investigación. • Integración laboral en organizaciones públicas y privadas a través del sistema de seguimiento a graduados.	en la Facultad de Filosofía.	
AMENAZAS	FA	DA
• Lineamiento de alto nivel de exigencia para publicación científica. • Insuficiente asignación de presupuesto para ejecución de proyectos. • Incoherencia en el manejo de procesos administrativos (Unidades académicas). • Indebido acondicionamiento de espacios físicos para el trabajo administrativo.	• Promover la excelencia con el personal especializado y con la competencia pertinente. Procesos de planificación estratégica y operativa en su construcción y administración.	• Consolidar los pilares para una nueva gestión, eficiente, profesionalizada y comprometida con la comunidad y satisfacer demandas a fin de cambiar de manera positiva actitudes y comportamientos en la facultad.

Análisis PESTEL de la Facultad de Filosofía y Letras

Político

Desde que se introdujo el proceso de intervención mediante el Plan de Intervención y Fortalecimiento Institucional de la Universidad de Guayaquil aplicado por el CEAACES, la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación ha ido elaborando acciones de mejora en las diferentes áreas como: administrativa, financiera, académica, investigación científica y jurídica, readecuando la infraestructura y los espacios de la facultad con el fin de cumplir los parámetros exigibles que permiten la acreditación de la facultad.

Económico

Las fuentes de financiamiento de la Facultad, sólo está constituido por Recursos Fiscales acorde a las partidas presupuestarias de la institución, la Unidad de Posgrado de la Facultad de Filosofía es la única que genera recursos económicos financiadas por aquellas personas que participan en las distintas maestrías que ofrece la facultad, mismos recursos que cubren toda la ejecución de los posgrados.

Social

En cumplimiento del marco jurídico de la política pública de igualdad e inclusión social, la Facultad de Filosofía ha desplegado las puertas para el ingreso a todos aquellos estudiantes que deseen empezar con una carrera académica profesional, cumpliendo la igualdad en oportunidades y atendiendo al reconocimiento de la diversidad de comunidades, pueblos y nacionalidades que establece a uno de los objetivos del Plan Nacional del Buen Vivir.

Cultural

El ámbito cultural de la Facultad de Filosofía es un reflejo de la interacción entre estudiantes, docentes, personal administrativo y autoridades mediante actividades de integración asumiendo el compromiso de alcanzar la excelencia académica a través de la formación estudiantil con docentes de trayectoria incrementando las ciencias y las artes preservando siempre la identidad cultural.

Tecnológico

En la Facultad de Filosofía el uso eficiente de la tecnología de la información y la comunicación ha logrado que los procesos administrativos y académicos se encuentren tecnológicamente estructurados. La Facultad de Filosofía actualmente cuenta con 18 laboratorios y en cada uno con un promedio de 30 computadoras actualizadas tanto en software como

hardware con proyector y sistema de climatización. A partir del año 2014 la facultad comenzó a utilizar el sistema integrado de la Universidad de Guayaquil tanto para docentes como para estudiantes.

La Facultad de Filosofía emplea el programa Jasper que es un generador de datos estadísticos y es utilizado para la evaluación tanto como docentes y autoridades. Otro programa que utiliza la facultad es el sistema de gestión documental Quipux y es utilizado por directivos y autoridades de la Facultad de Filosofía.

2.12. Marco Conceptual

Comunicación

Costa (2015) indicó que la comunicación es poner en común, transmitir, compartir, modo de acción, con los demás individuos y con el entorno: la comunicación es una fuerza activa de energía débil, pero capaz de desencadenar efectos de gran potencia, incluso física, material

La acción de comunicar es llegar a compartir algo de nosotros mismos. Se basa en una cualidad racional y emocional específica que surge de la necesidad de ponerse en contacto con nuestro alrededor, intercambiando ideas que tengan sentido con experiencias previas comunes (Fonseca, 2015).

Instituciones de educación superior

La educación superior constituye una meta de superación para la solución de problemas de índole social, transformando las capacidades y actitudes que requiere el individuo para alcanzar dicha meta. Así, las instituciones de educación superior, están estrechamente relacionadas con la calidad de formación del estudiante, por ello su función está enfocada en el desarrollo de la creatividad e innovación en ellas mismas, otorgando un ambiente educativo que ayuden a preparar a mejores profesionales para el futuro (Núñez, 2015).

Rodríguez (2016) explicó que la tarea de las instituciones de educación superior es la formación de profesionales competentes; individuos que resuelven de manera creativa, novedosa, eficiente y eficaz los distintos problemas sociales

Comunicación interna

Un sistema de comunicación interna es un medio por el cual se facilita el proceso de toma de decisiones y de obtención de respuesta que posibilita la corrección y adecuación de objetivos a cada situación por la que atraviesa la organización. (Chiavenato I. , 2016)

Para Méndez (2014) determinó que la comunicación interna se enfoca en toda acción y metodología aplicativa en donde el miembro encargado de la comunicación planifica todos los recursos posibles que permita un mejor desarrollo en la organización.

Desarrollo Organizacional

Desde el punto de vista de Chiavenato (2007) indicó que el desarrollo organizacional es el proceso de modificación cultural y estructural. Es un esfuerzo educacional, destinado a cambiar actitudes, valores, comportamientos y la estructura de la organización de manera que se pueda adaptar a mejores coyunturas y resolver problemas y desafíos que surgen constantemente en la organización.

Para Burke (1994) definió el DO como un proceso de cambio planificado a la cultura de una organización, mediante el uso de la tecnología de las ciencias de la conducta, investigación y teoría. Estas teorías se enfocan en el desempeño del miembro de la organización orientada al crecimiento y desarrollo de sus habilidades y su capacidad de adaptación.

3. Capítulo

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Objetivos de la investigación

Objetivo General

Diagnosticar el estado actual de la comunicación interna en la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación de la Universidad de Guayaquil.

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 Filosofía.
- Identificar los factores que puedan contribuir a que se dé una comunicación interna efectiva.

3.2. Metodología de la investigación

Tipo de Investigación

Esta investigación es de tipo descriptivo no experimental. Según Sampieri (2014), afirma: “Estudios descriptivos Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población” (pág. 92).

Enfoque de la Investigación

Investigación Cualitativa

En este enfoque se llevó a cabo entrevistas a profundidad y focus group dirigidas al objeto de estudio: estudiantes, docentes y personal administrativo de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

Investigación Cuantitativa

Este enfoque se basó en los hechos o causas del fenómeno social y se utilizó la encuesta como herramienta de recopilación de datos.

3.3. Técnicas e instrumento de la investigación

Entrevistas

Se realizó entrevistas a los docentes y personal administrativo de la Facultad de Filosofía. En las entrevistas se utilizó un cuestionario de preguntas semiestructuradas, para que el entrevistado exprese sus distintos puntos de vista.

Encuesta

Se desarrolló la encuesta a estudiantes, docentes y personal administrativo de la Facultad de Filosofía, con algunas preguntas bajo la escala de Likert y otras con múltiples opciones para contestar. Se utilizó un cuestionario de preguntas estructuradas y de ellas se obtuvo respuestas más detalladas y se profundizó mejor los resultados. Los datos obtenidos se tabularon en el programa de análisis estadístico SPSS.

Focus Group

Para su ejecución se llevó a cabo una sesión con 10 estudiantes de distintos semestres para analizar las diferentes opiniones que tienen a cerca de la comunicación interna de la Facultad de Filosofía. Se utilizó un cuestionario con preguntas semiestructuradas.

3.4. Población y Muestra

3.4.1. Muestreo Probabilístico

En esta investigación se aplicó la muestra probabilística y para ello se procederá a estratificar a la población en estudiantes, docentes y personal administrativo de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil.

Tabla 3 Muestra

Ítems	Estrato	Población total	Muestra
1	Estudiantes	5223	235
2	Docentes	406	153
3	Personal Administrativo	289	133

Fuente: PEDI institucional de la Facultad de Filosofía

Formula estadística para encontrar la muestra finita

N = Tamaño de población

P = Proporción de éxito

Q = Proporción de fracaso

Z = Nivel de confianza

E = Error muestral

Estudiantes	Docentes	Administrativos
$n = \frac{P*Q*Z^2*N}{N*E^2+Z^2*P*Q}$ $n = \frac{0.8*0.2*(1.96)^2*5223}{5223*(0.05)^2+(1.96)^2*0.8*0.2}$ $n = \frac{0.16*3.8416*5223}{5223*0.0025+3.8416*0.16}$ $n = \frac{3210.3482}{13.0575+0.614656}$ $n = \frac{3210.3482}{13.672156}$ <p style="text-align: center;">n= 235</p>	$n = \frac{P*Q*Z^2*N}{N*E^2+Z^2*P*Q}$ $n = \frac{0.8*0.2*(1.96)^2*406}{406*(0.05)^2+(1.96)^2*0.8*0.2}$ $n = \frac{0.16*3.8416*406}{406*0.0025+3.8416*0.16}$ $n = \frac{249.5503}{1.015+0.614656}$ $n = \frac{249.5503}{1.629656}$ <p style="text-align: center;">n= 153</p>	$n = \frac{P*Q*Z^2*N}{N*E^2+Z^2*P*Q}$ $n = \frac{0.8*0.2*(1.96)^2*289}{289*(0.05)^2+(1.96)^2*0.8*0.2}$ $n = \frac{0.16*3.8416*289}{289*0.0025+3.8416*0.16}$ $n = \frac{177.6355}{0.7225+0.614656}$ $n = \frac{177.6355}{1.337156}$ <p style="text-align: center;">n= 133</p>

3.5. Análisis de resultados de los instrumentos aplicados

3.5.1. Análisis de encuestas aplicadas a estudiantes

1) Sexo

Tabla 4
Sexo del encuestado

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Hombre	116	49 %
Mujer	119	51%
Total	235	100 %

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

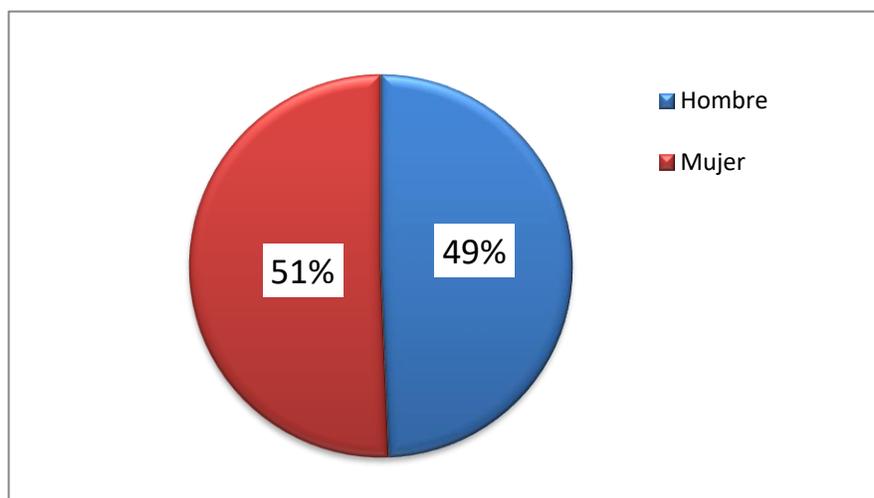


Figura 8. Sexo del encuestado
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Los estudiantes encuestados de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Guayaquil se encontraron conformados por un 49% de estudiantes del sexo masculino y por un 51% de estudiantes de sexo femenino.

2) ¿Qué edad tiene usted?

Tabla 5
Edad del encuestado

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 18	32	14%
18 a 21 años	71	30%
22 a 25 años	59	25%
26 a 29 años	29	12%
30 a 33 años	18	8%
34 en adelante	26	11%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

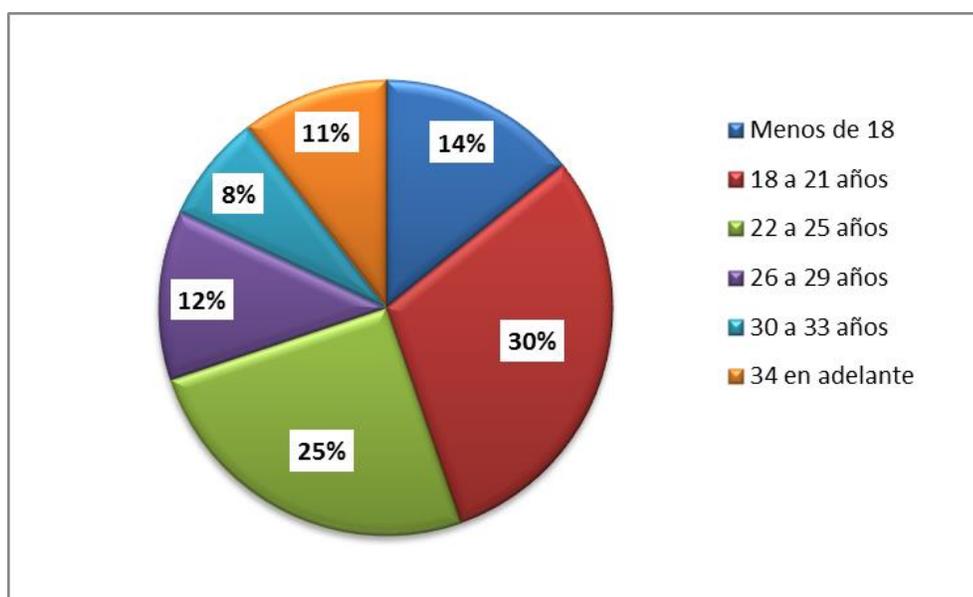


Figura 9. Edad del encuestado
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Se determinó que en la Facultad de Filosofía la mayor cantidad de estudiantes está entre las edades de 18 a 21 años (30%), seguido de los que tienen entre 22 a 25 años (25%), luego están los menores de 18 años (14%).

3) ¿A qué carrera pertenece?

Tabla 6
Carrera del encuestado

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Informática	37	16%
Sistemas multimedia	44	19%
Mercadotecnia y publicidad	33	14%
Pedagogía en idiomas	43	18%
Comercio y administración	39	17%
Comercio exterior	39	17%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

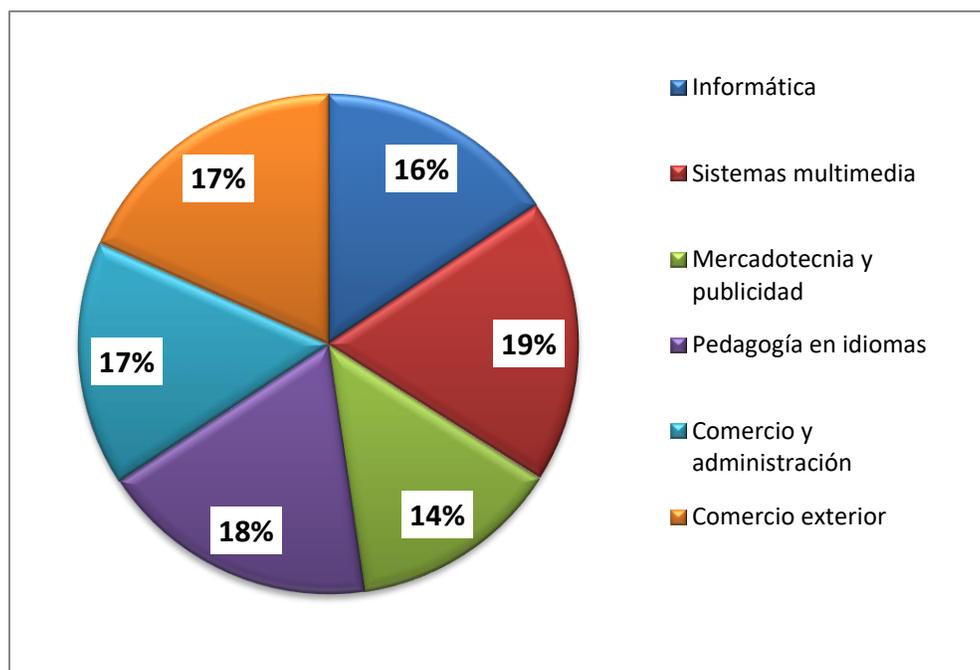


Figura 10. Carrera del encuestado
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Las carreras que más se destacaron entre los estudiantes encuestados fueron sistemas multimedia con el 19%, seguido de la carrera Pedagogía en Idiomas con el 18% y las carreras de Comercio y Administración y Comercio Exterior con el 17%.

4) ¿Qué semestre se encuentra cursando?

Tabla 7
Semestre que cursa el encuestado

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1er semestre	42	18%
2do semestre	29	12%
3er semestre	23	10%
4to semestre	46	21%
5to semestre	29	11%
6to semestre	23	10%
7mo semestre	22	9%
8vo semestre	17	7%
Titulación	4	2%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

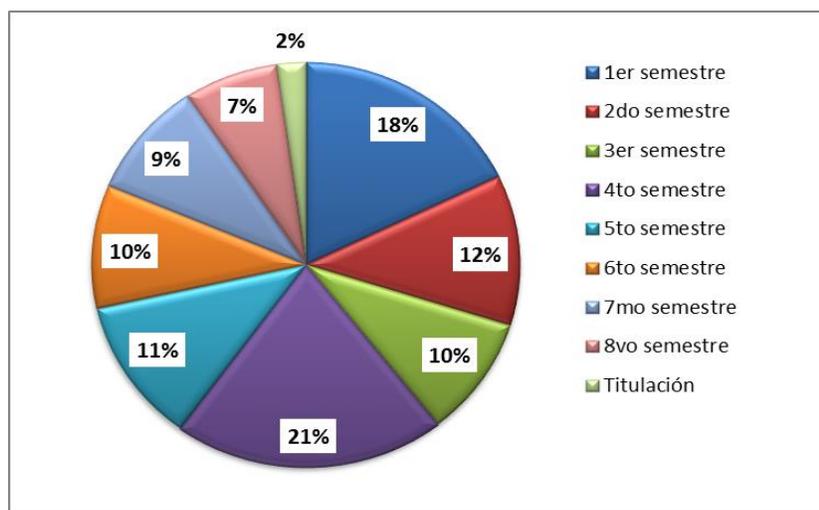


Figura 11. Semestre que cursa el encuestado
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Los estudiantes encuestados se encontraron en su mayoría cursando el 4to semestre de carrera (21%), luego están los estudiantes de 1er semestre (18%), seguido de estudiantes de 2do semestre (12%).

5) ¿Conoce la historia de su Facultad?

Tabla 8

Conocimiento sobre la historia de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	73	30%
No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto.	85	37%
Sí, por mis propios medios.	52	22%
Sí, porque la facultad me ha informado al respecto.	25	10%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

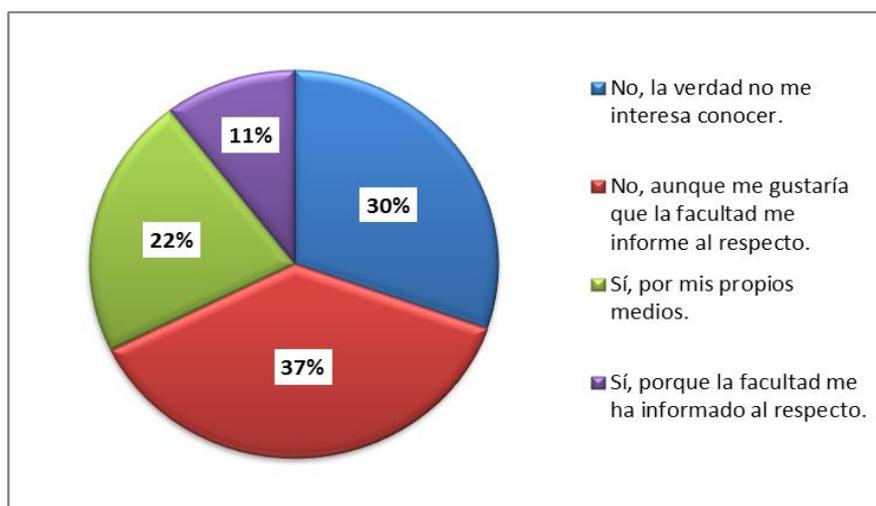


Figura 12. Conocimiento sobre la historia de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con un 37% los estudiantes opinaron que no conocen la historia de su facultad pero que les encantaría que la Facultad de Filosofía les informe al respecto, por otro lado el 30% de los estudiantes no les interesa conocer la historia de la facultad y otros estudiantes 22% se informaron por sus propios medios.

6) ¿Conoce la historia de su Universidad?

Tabla 9

Conocimiento sobre la historia de la Universidad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, aunque me gustaría que la universidad me informe al respecto.	107	46%
Sí, por mis propios medios.	64	27%
Sí, porque la universidad me ha informado al respecto.	64	27%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

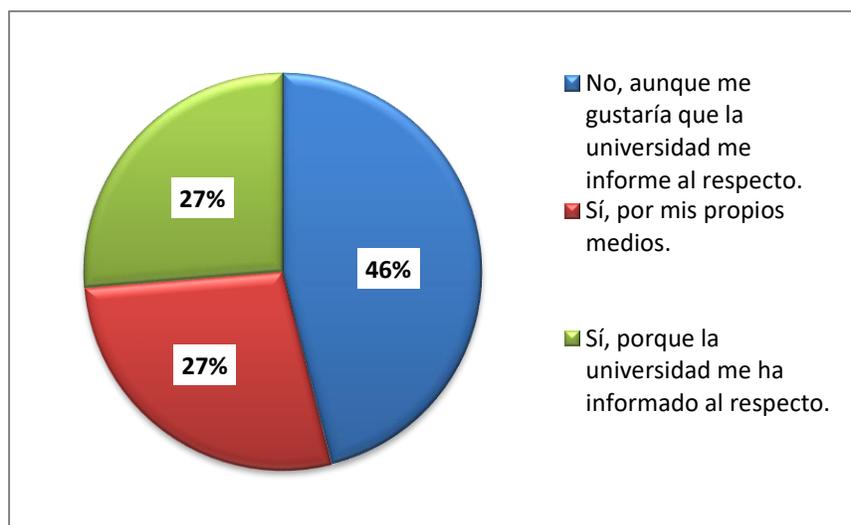


Figura 13. Conocimiento sobre la historia de la Universidad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con un 46% los estudiantes opinaron que no conocen la historia de su universidad pero que les encantaría que la universidad les informe al respecto, por otro lado el 27% de los estudiantes se informaron acerca de la historia de la universidad por sus propios medios y otros conocen la historia porque a universidad les ha informado al respecto.

7) ¿Conoce la misión, visión y los valores de su Facultad?

Tabla 10

Conocimiento sobre la misión, visión y valores de la Facultad.

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)	44	19%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	42	18%
Conozco la misión, visión y los valores	68	29%
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Facultad	20	8%
No, no conozco nada del proyecto institucional	61	26%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

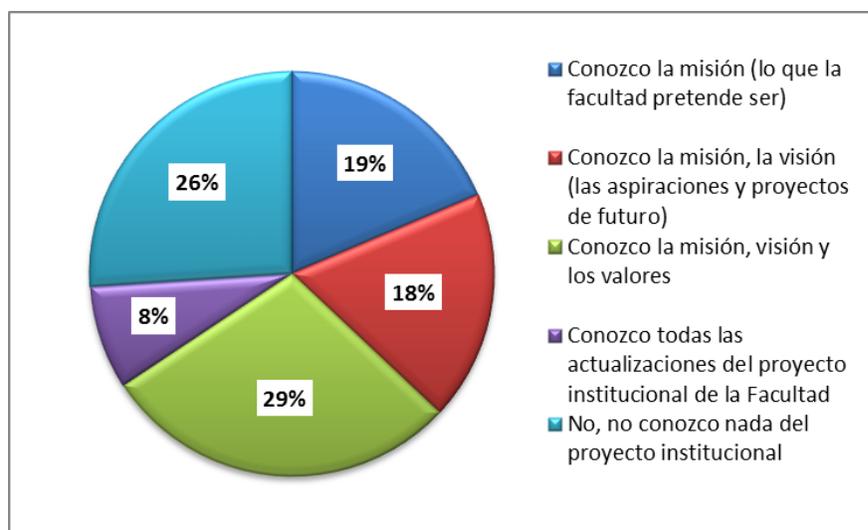


Figura 14. Conocimiento sobre la misión, visión y valores de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 29% de los estudiantes encuestados conocen la misión, visión y valores de la facultad, por el contrario el 26% manifestaron que no conocen nada del proyecto institucional, y otros estudiantes 19% sólo conoce la misión seguido del 18% que conoce misión y visión y por ultimo estudiantes 8% que conocen todas las actualizaciones del proyecto.

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

Tabla 11

Conocimiento sobre la misión, visión y valores de la Universidad.

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)	63	26%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	47	20%
Conozco la misión, visión y los valores.	65	27%
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Universidad de Guayaquil	20	8%
No, no conozco nada del proyecto institucional.	40	18%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

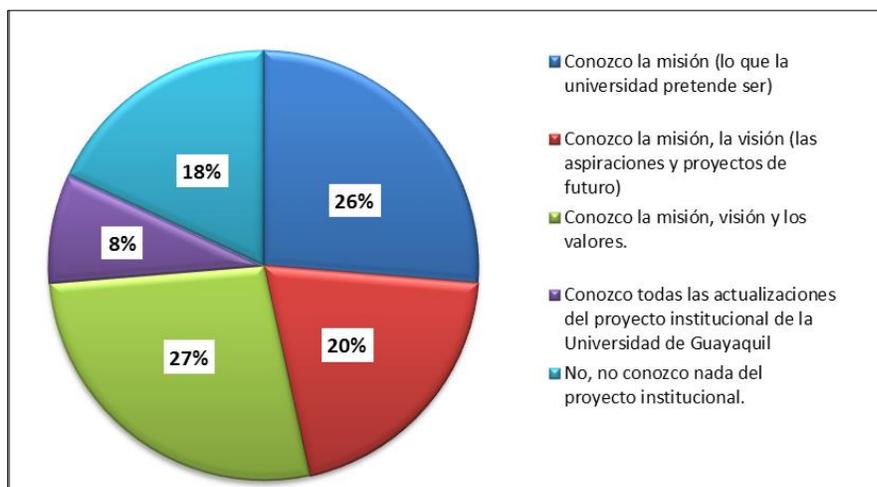


Figura 15. Conocimiento sobre la misión, visión y valores de la Universidad
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 27% de los estudiantes encuestados conocen la misión, visión y valores de la universidad, por otro lado el 26% declararon que sólo conocen la misión seguido del 20% que conoce misión y visión.

9) ¿Con qué valor cree que Facultad de Filosofía se identifica en la práctica profesional?

Tabla 12

Valor con el que se identifica la Facultad en la praxis.

Característica	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Compromiso social.	55	24%
Excelencia y calidad educativa.	62	26%
Iniciativa y trabajo en equipo.	68	28%
Respeto.	28	12%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	22	10%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

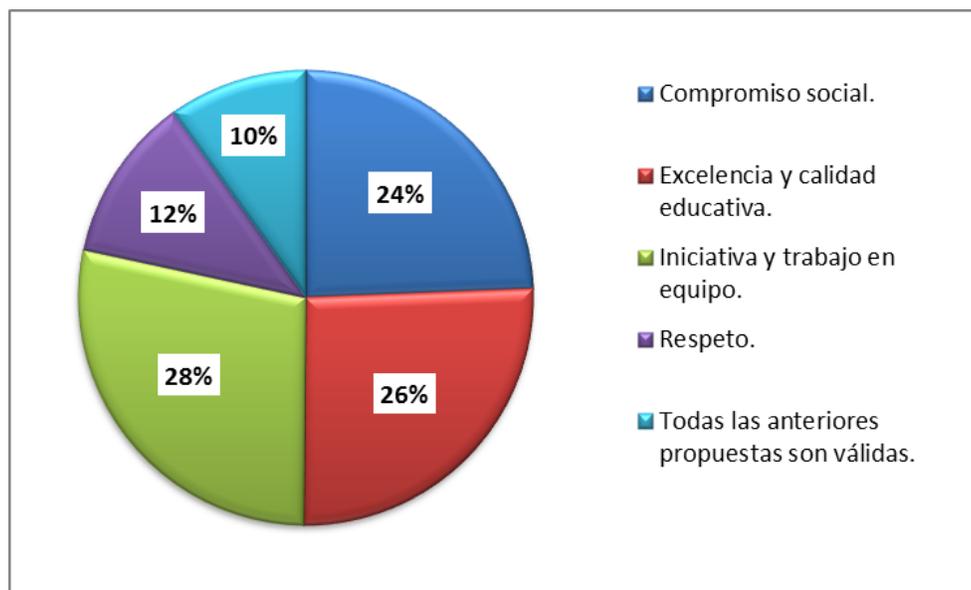


Figura 16. Valor con el que se identifica la Facultad en la praxis.

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 28% de estudiantes opinaron que el valor con el que se identifica la facultad en la praxis es la iniciativa y trabajo en equipo, el 26% cree que la facultad se identifica con la excelencia y calidad educativa, otros estudiantes con el 24% sostuvo que se identifica con el compromiso social.

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

Tabla 13

Valor con el que se identifica la Universidad en la praxis.

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso social.	47	20%
Excelencia y calidad educativa.	76	33%
Iniciativa y trabajo en equipo.	38	16%
Respeto	52	21%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	22	10%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

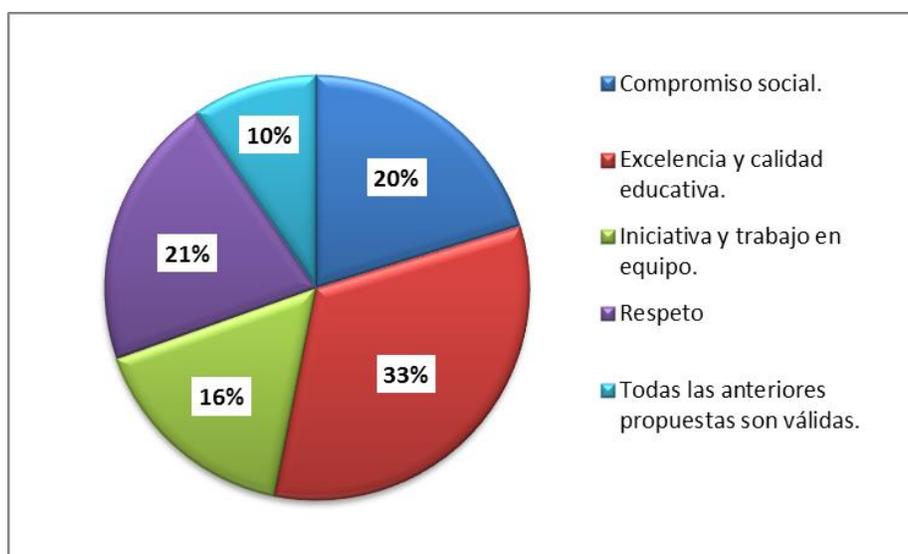


Figura 17. Valor con el que se identifica la Universidad en la praxis.

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 33% de estudiantes consideró que el valor con el que se identifica la Universidad de Guayaquil en la praxis es la excelencia y calidad educativa, el 21% cree se identifica con el respeto, en cambio el 20% de estudiantes opinaron que se identifica con el compromiso social.

11) ¿Conoce las autoridades de la Facultad de Filosofía?

Tabla 14

Conocimiento sobre las autoridades de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	110	47%
No	125	53%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

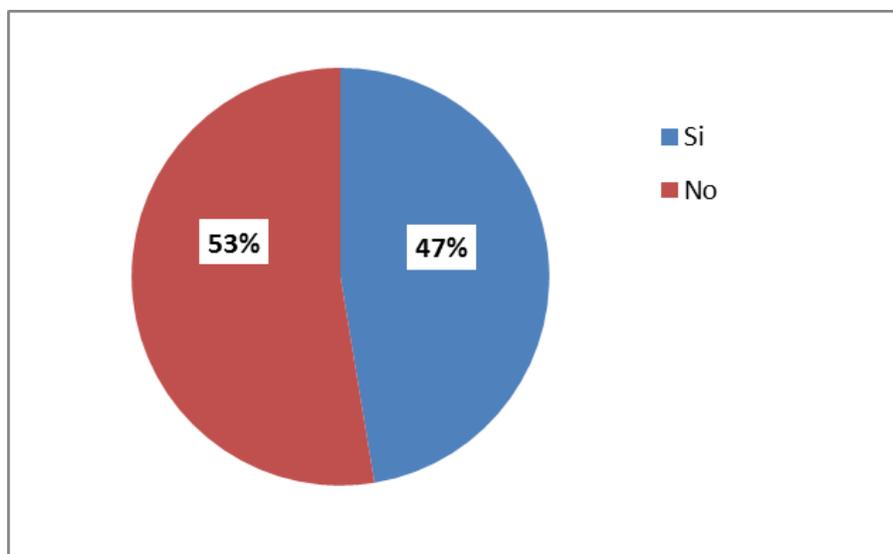


Figura 18. Conocimiento sobre las autoridades de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 53% de estudiantes encuestados no conocen a las autoridades de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil y un 47% de estudiantes afirmaron conocer a las autoridades de la Facultad de Filosofía.

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

Tabla 15

Reputación de la Universidad de Guayaquil

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	37	16%
Muy buena	66	28%
Buena	86	36%
Regular	20	9%
Deficiente	26	11%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

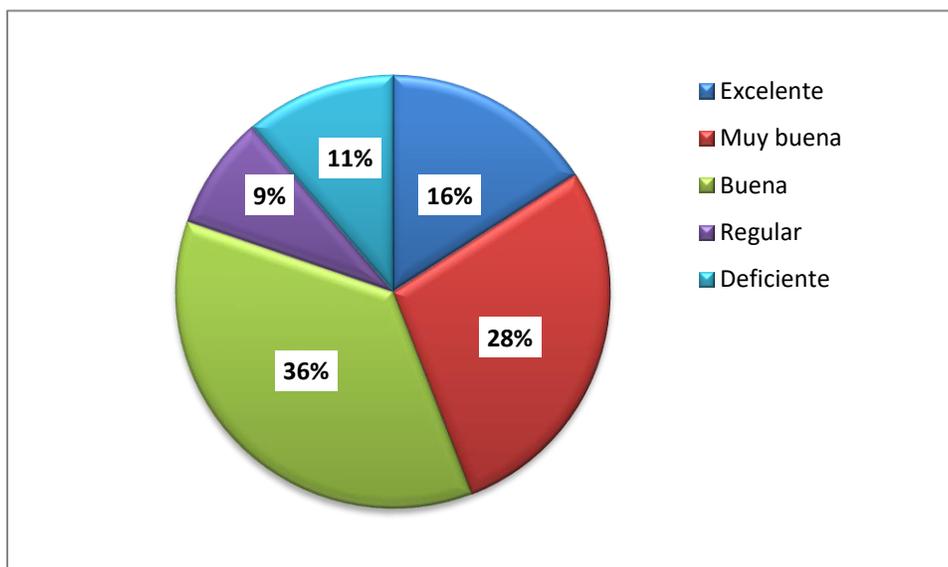


Figura 19. Reputación de la Universidad de Guayaquil

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 36% de los estudiantes califican como “Buena” la reputación de la Universidad de Guayaquil, seguido del 28% que consideran “Muy Buena” y un 16% que detallan como “Excelente” la reputación de la universidad, por otro lado está el 11% que opinan como “Deficiente” y un 9% estima como “Regular” la reputación de la Universidad de Guayaquil.

13) ¿Cree que la Facultad de Filosofía goza de una reputación?

Tabla 16

Reputación de la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	4	2%
Muy buena	64	28%
Buena	94	39%
Regular	52	22%
Deficiente	21	9%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

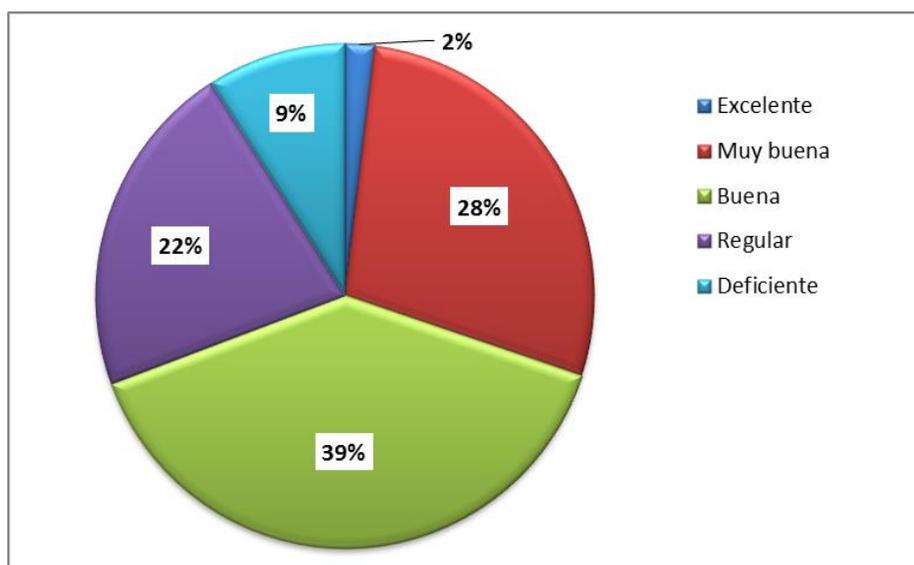


Figura 20. Reputación de la Facultad de Filosofía

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 39% de los estudiantes calificaron como “Buena” la reputación de la Facultad de Filosofía, luego el 28% que consideraron “Muy Buena” y un 22% que detallaron como “Regular” la reputación de la facultad de Filosofía.

14) ¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía?

Tabla 17

Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	152	65%
No	83	35%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

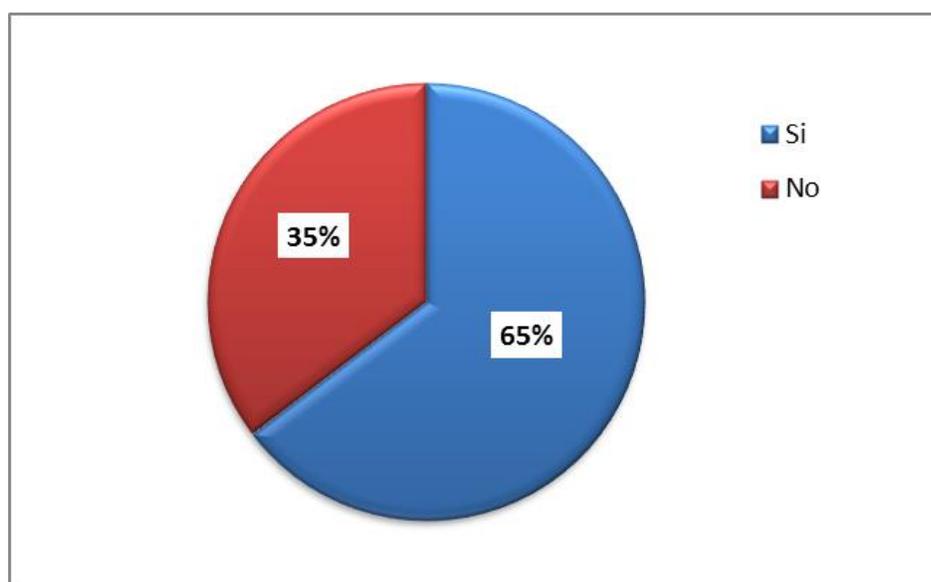


Figura 21. Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 65% de estudiantes encuestados consideraron que una comunicación interna sí ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía, por el contrario el 35% de estudiantes opinaron que la comunicación interna no ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía.

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

Tabla 18

Gestión de la comunicación interna efectiva de la Facultad y Universidad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy importante	71	32%
Importante	61	25%
Regular	47	20%
Poco importante	30	12%
Nada importante	26	11%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

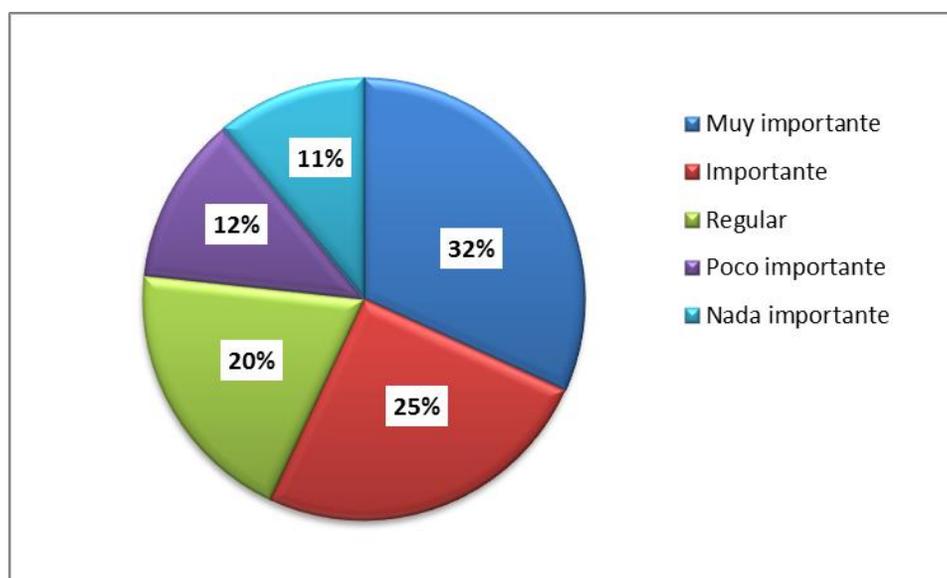


Figura 22. Gestión de la comunicación interna efectiva de la Facultad y Universidad
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 32% de estudiantes afirman que es muy importante gestionar la comunicación interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad, en cambio el 20% considera regular sobre la gestión de la comunicación interna y por último el 11% considera nada importante la gestión de la comunicación efectiva en la Facultad y Universidad.

16) ¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de la Facultad de Filosofía?

Tabla 19

Medios de comunicación oficiales de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	78	33%
No	157	67%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

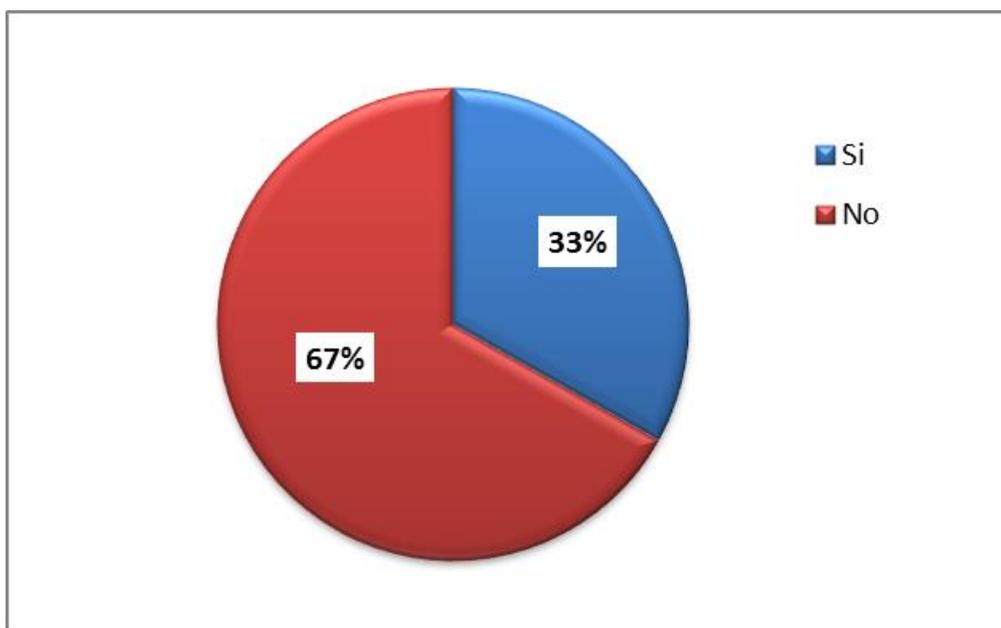


Figura 23. Medios de comunicación oficiales de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 67% de estudiantes encuestados opinaron no conocer los medios de comunicación oficiales de la Facultad de Filosofía, por otro lado el 33% de estudiantes manifestaron que sí conocen los medios oficiales que utiliza la Facultad de Filosofía.

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

Tabla 20

Grado de satisfacción respecto a los canales y mensaje de CI

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	23	10%
Muy buena	48	21%
Buena	62	25%
Regular	66	28%
Deficiente	36	15%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

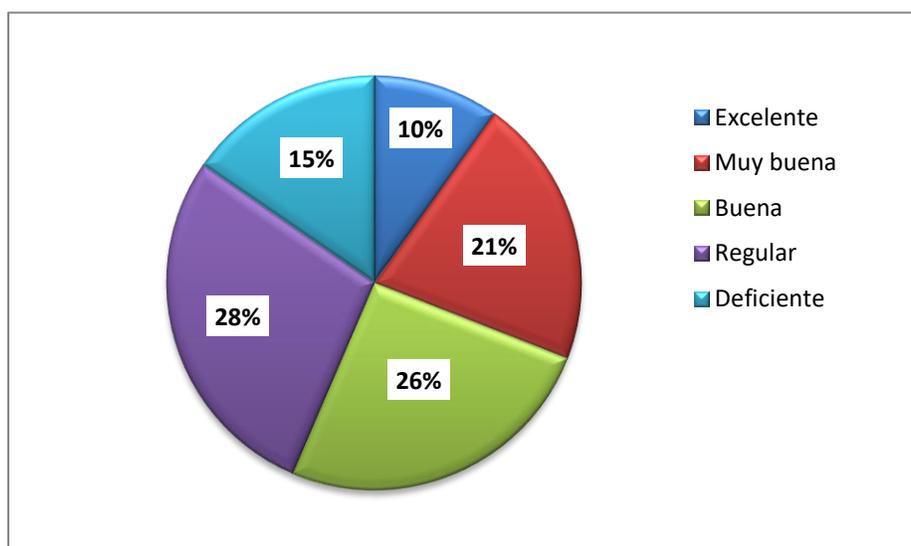


Figura 24. Grado de satisfacción respecto a los canales y mensaje de CI

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 28% de los estudiantes calificaron como “Regular” la satisfacción que tienen acerca de los canales y mensajes de comunicación interna, por otro lado está el 25% que opinaron como “Buena” y un 21% manifestaron como “Muy Buena” su grado de satisfacción acerca de los mensajes y canales de comunicación interna en la facultad.

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

Tabla 21

Área que se debe gestionar la comunicación interna

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dirección de comunicación	55	23%
Marketing	57	24%
Planeación estratégica	66	28%
Recursos Humanos	57	24%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

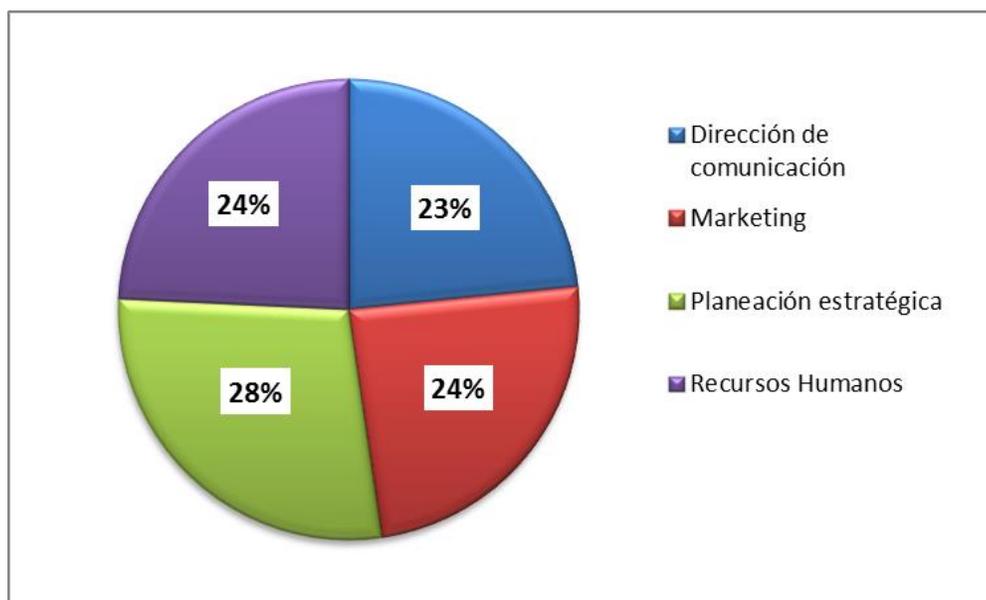


Figura 25. Área que se debe gestionar la comunicación interna

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 28% los estudiantes mencionaron a Planeación estratégica como el área para gestionar la comunicación interna y por otro lado el 24% apostaron por las áreas de Marketing y Recursos Humanos para la gestión de la CI en la Facultad de Filosofía.

19) ¿Conoce usted si en la Facultad de Filosofía hay una persona encargada de Comunicación Interna?

Tabla 22

Persona encargada de la comunicación interna

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	82	35%
No	153	65%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

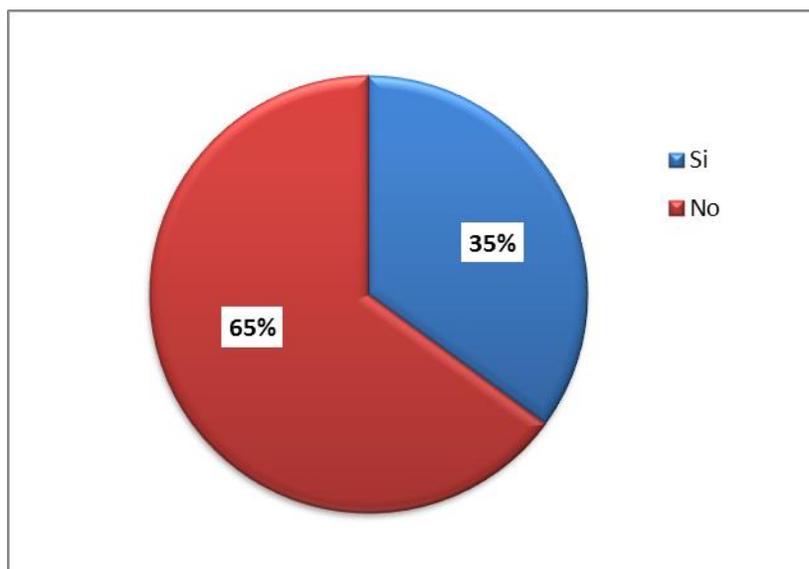


Figura 26. Persona encargada de la comunicación interna

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 65% de estudiantes encuestados opinaron no conocer a la persona que se encarga de la comunicación interna en la Facultad de Filosofía, por otro lado el 35% de los estudiantes manifestaron que sí tienen el conocimiento de la persona que se encarga de la comunicación interna en la Facultad de Filosofía.

20) ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza Facultad de Filosofía?

Tabla 23

Canales de comunicación que utiliza la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP	29	13%
Los canales digitales	39	17%
Los canales interpersonales	61	25%
Los canales multimedia	35	15%
Los canales convencionales	51	23%
Todas las anteriores propuestas son válidas	20	7%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

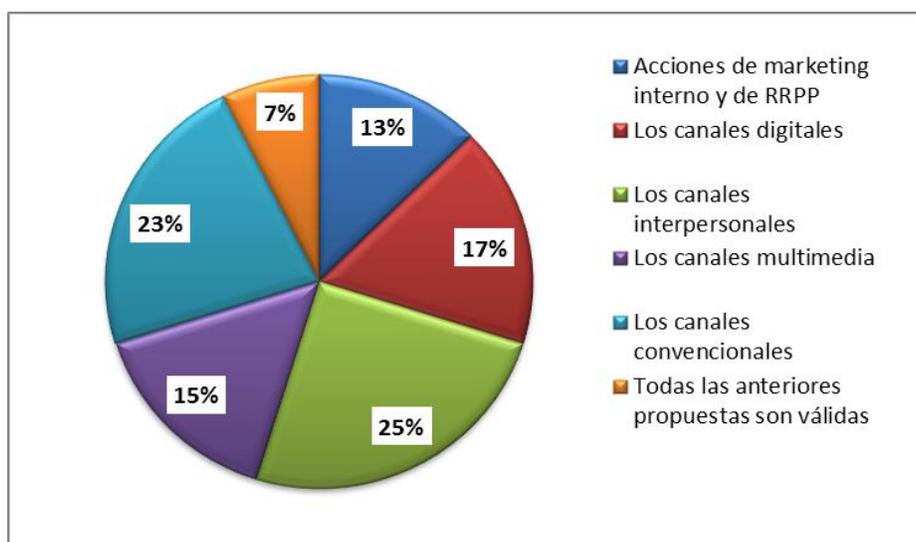


Figura 27. Canales de comunicación que utiliza la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 25% los canales interpersonales son los más conocidos por los estudiantes de la Facultad de Filosofía, seguido de los canales convencionales 23% y luego están los canales digitales con un 17% como medios conocidos en la facultad.

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

Tabla 24

Medio por el cual se da a conocer la información importante de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
E-mails	85	35%
Sistema interno de la Universidad de Guayaquil	31	15%
Redes Sociales Oficiales	27	11%
Informes	67	29%
Todas las anteriores	25	10%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

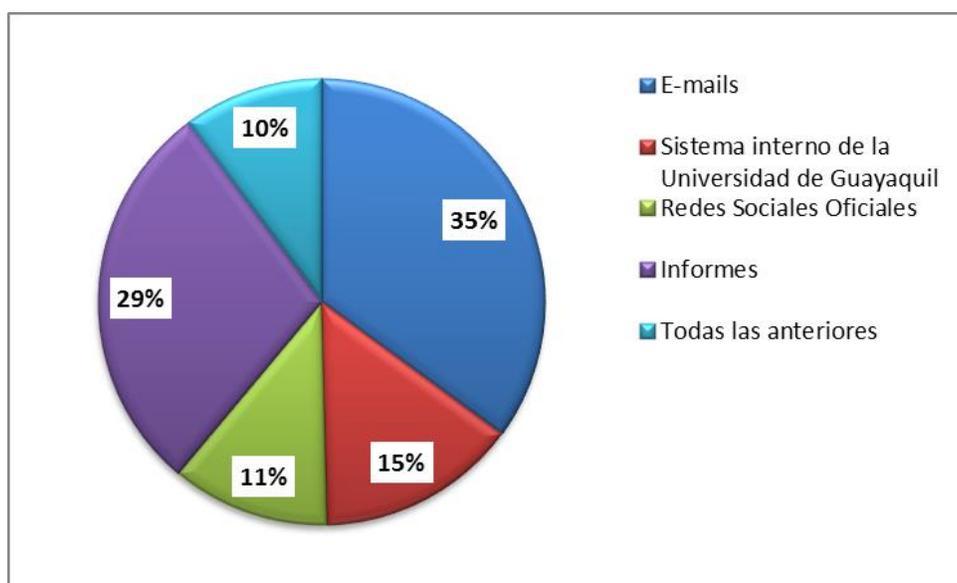


Figura 28. Medio por el cual se da a conocer la información importante de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 35% los estudiantes mencionaron E-mails como medio principal para conocer información importante, por otro lado el 29% opinaron por los informes y el 15% manifestaron que reciben información importante por parte de la facultad a través del sistema interno de la Universidad de Guayaquil.

22) ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de Facultad de Filosofía?

Tabla 25

Mensajes que recibe por parte de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.	63	26%
Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional generando compromiso con la Universidad.	45	21%
Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil	39	16%
Recordatorios: plazos, requisitos, concursos , oportunidades, normativas	48	20%
Todas las anteriores propuestas son válidas	18	7%
No recibo ningún tipo de mensaje	22	10%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

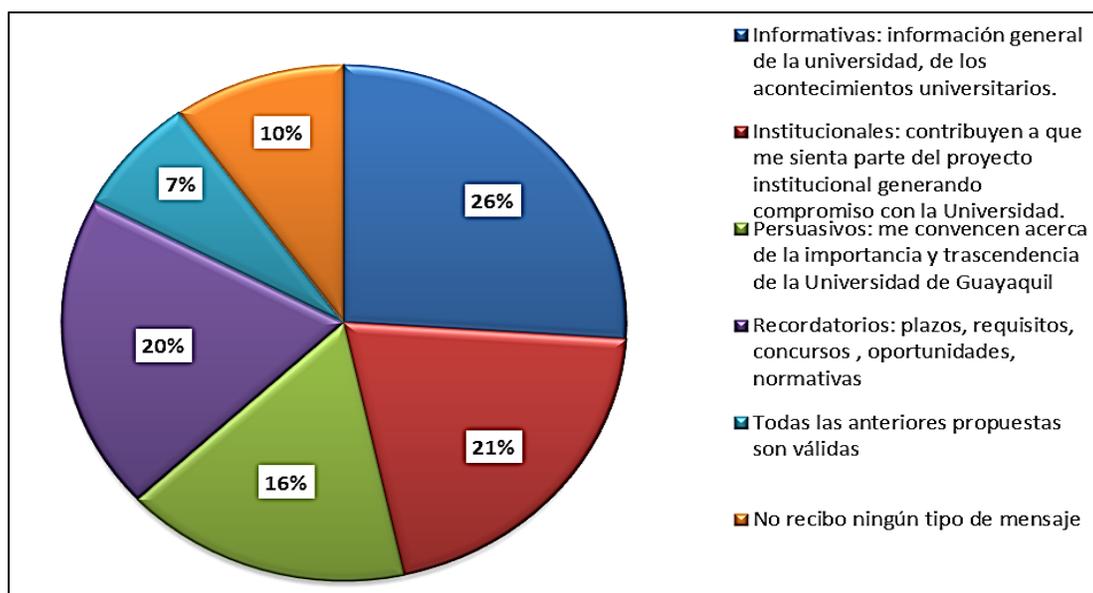


Figura 29. Mensajes que recibe por parte de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 26% de estudiantes reciben mensajes informativos por parte de la facultad de filosofía, otros estudiantes 21% reciben mensajes institucionales y por otro lado con el 20% son mensajes recordatorios.

23) ¿Qué medios cree que debe cuidar Facultad de Filosofía para mejorar su imagen interna? (escoja mínimo 3 alternativas)

Tabla 26

Medios que debe cuidar la Facultad para mejorar su imagen

Característica	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.	63	26%
Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.	35	15%
Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y exalumnos.	21	9%
Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.	25	11 %
Mejorar la imagen de marca de la web institucional y / o mejorar la intranet.	32	13 %
Optimizar los canales de comunicación interna.	24	10%
Organizar programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes.	16	7%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	19	8%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

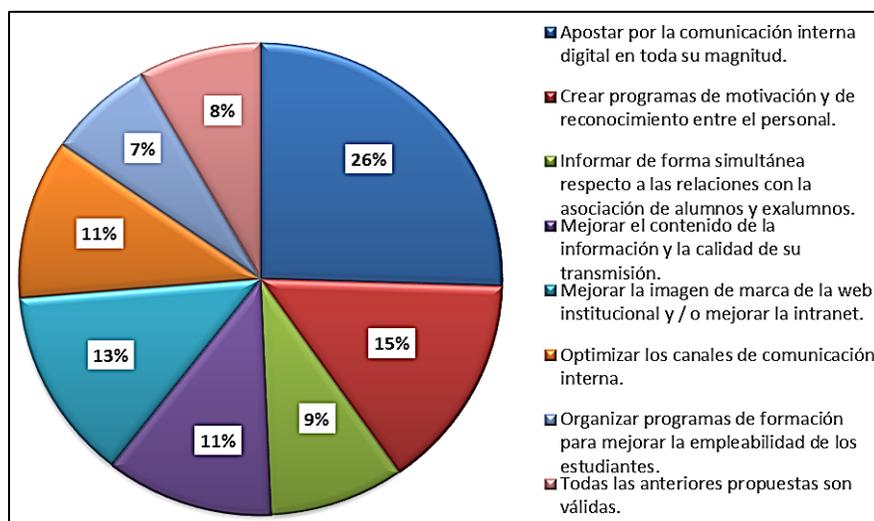


Figura 30. Medios que debe cuidar la Facultad para mejorar su imagen

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 26% opinaron que la facultad debe apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud, por otro lado el 15% apostaron por crear programas de motivación y de reconocimiento personal.

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

Tabla 27

Calificación de la infraestructura de la facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	32	14%
Muy buena	69	31%
Buena	55	24%
Regular	46	18%
Deficiente	33	13%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

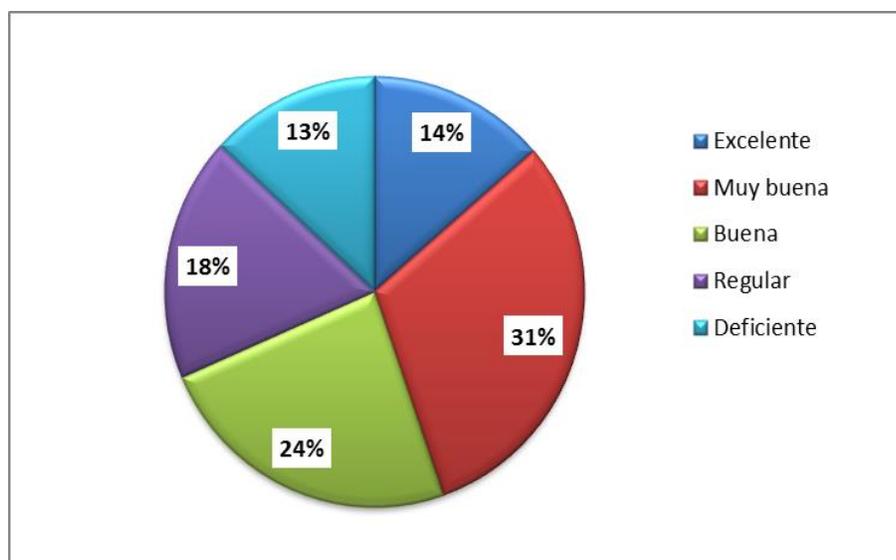


Figura 31. Calificación de la infraestructura de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 31% los estudiantes encuestados catalogaron como muy buena la infraestructura existente en la Facultad de Filosofía, otros estudiantes 24% la calificaron como buena y con el 18% los estudiantes opinaron como regular la infraestructura que posee la Facultad de Filosofía.

25) ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil?

Tabla 28

Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Es bueno, pero llega tarde.	46	19%
Es excelente y motivador.	52	22%
Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.	105	45%
No existe.	32	13%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

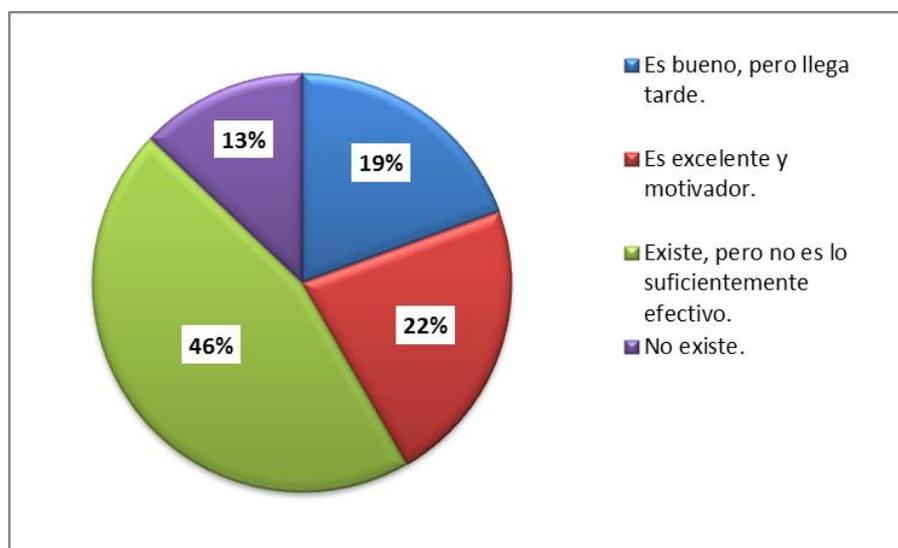


Figura 32. Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 46% de los estudiantes opinaron que el reconocimiento al personal administrativo y académico existe pero no es lo suficientemente efectivo, por otro lado 22% los estudiantes opinaron que el reconocimiento es excelente y motivador, y otros 19% estudiantes manifestaron que es bueno pero llega tarde el reconocimiento al personal.

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

Tabla 29

Autoridades para mejorar el área académica administrativa

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No se preocupa nunca.	32	14%
No, hace poco.	22	10%
Sí, hace algo. No mucho.	71	30%
Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.	26	11%
Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.	34	15%
Desconozco lo que hace el decano en estas áreas.	50	20%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

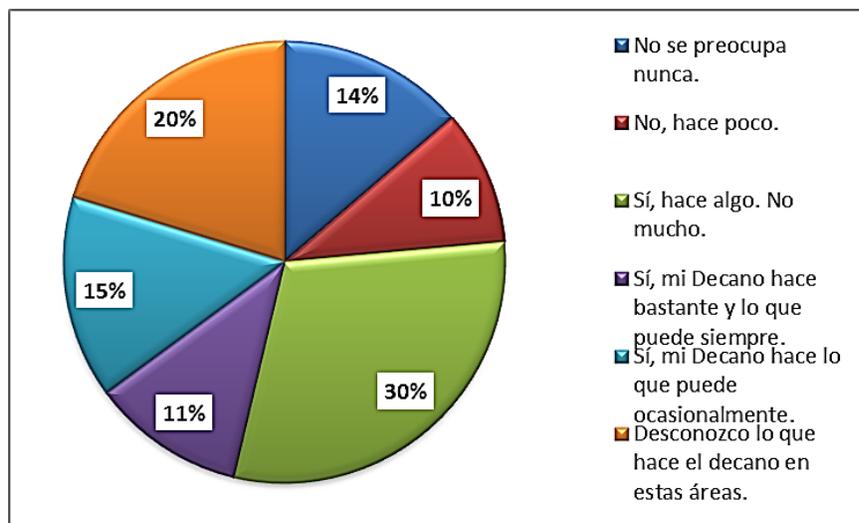


Figura 33. Autoridades para mejorar el área académica administrativa

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 30% de encuestados sostuvieron que las autoridades de la facultad hacen algo para mejorar el área académica y administrativa pero que no es lo suficiente, luego el 20% opinó que desconocen totalmente lo que el decano hace en esas áreas y otros 15% que el decano hace lo puede ocasionalmente para mejorar el área académica y administrativa de la facultad.

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

Tabla 30 Otras universidades públicas mejores que la UG

Característica	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.	27	12%
Dudo que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones.	20	8%
No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades.	52	23%
No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.	21	9%
No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.	10	4%
Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.	34	14%
Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.	34	14%
Sí, otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario: oportunidades formativas, actividades sociales.	37	16%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

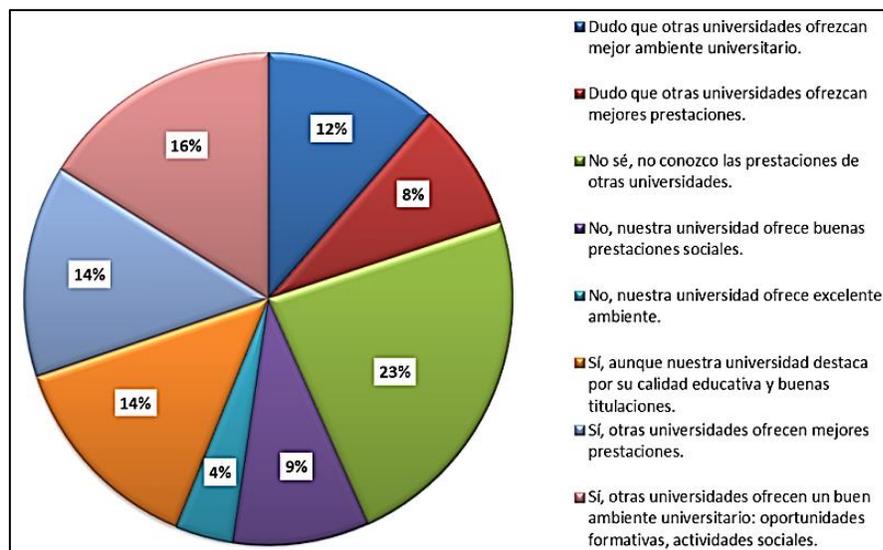


Figura 34. Otras universidades públicas mejores que la UG
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 23% manifestaron que no conocen las prestaciones de otras universidades, mientras que el 16% opinaron que otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario y otros 14% que la UG se destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.

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

Tabla 31

Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alto	40	17%
Medio	103	43%
Bajo	92	40%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

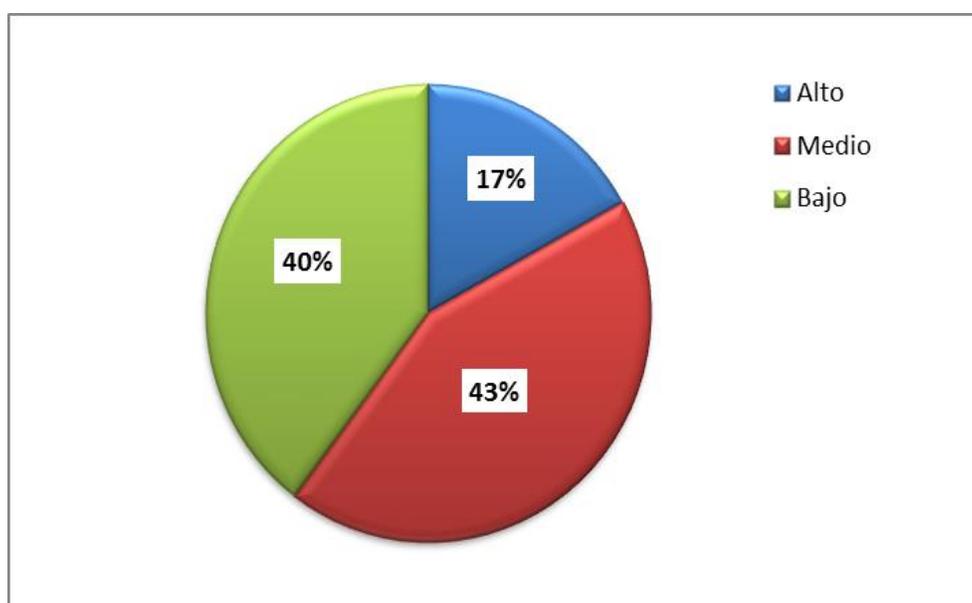


Figura 35. Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 43% de los estudiantes aseguraron que el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG es medio, por otro lado el 40% catalogaron como bajo el nivel de pertenencia y por último el 17% consideraron un alto nivel de pertenencia hacia la marca UG.

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

Tabla 32

Cambio a otra universidad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.	29	13%
No, decididamente, en estos momentos no me iría.	63	27%
Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.	65	28%
Sí, me cambiaría con mucha pena.	32	12%
Sí, me cambiaría sin dudar.	46	20%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

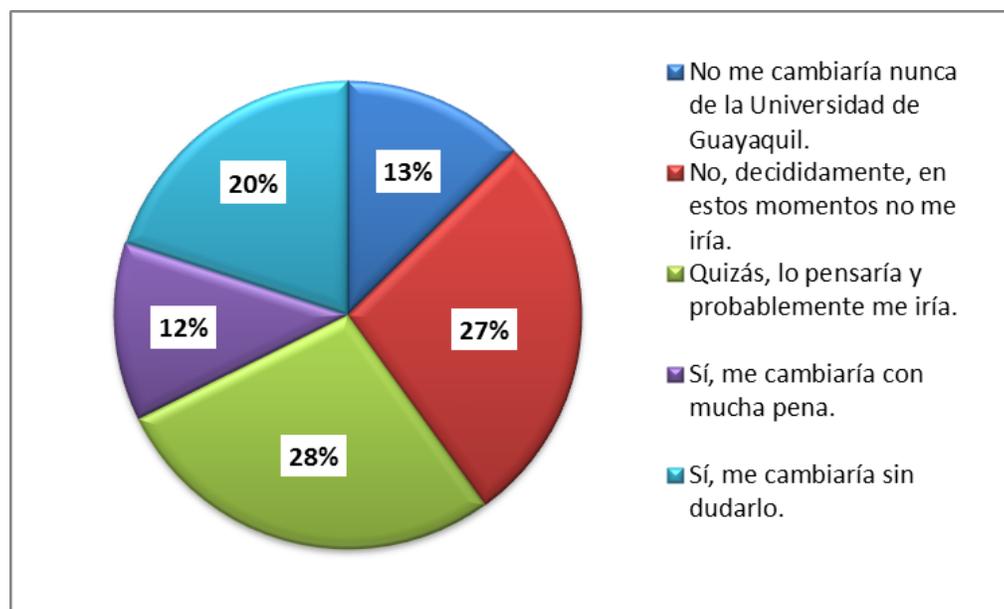


Figura 36. Cambio a otra universidad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 28% de encuestados eligieron que quizás lo pensaría y probablemente se cambiaría a otra universidad, otros el 27% decididamente no se irían de la UG y luego está el 20% que definitivamente se cambiarían a otra universidad sin dudar.

30) ¿Si se pudiera mejorar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía, qué aspecto o aspectos considera prioritarios?

Tabla 33

Aspectos a considerar para mejorar la comunicación interna

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Crear nuevos canales de comunicación interna.	49	21%
Diseñar políticas y planes de comunicación interna.	42	18%
Mejorar la participación e implicación de los Decanos en actividades y programas de comunicación interna.	43	18%
Optimizar los canales actuales de comunicación interna.	36	15%
Realizar campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado.	41	17%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	24	10%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

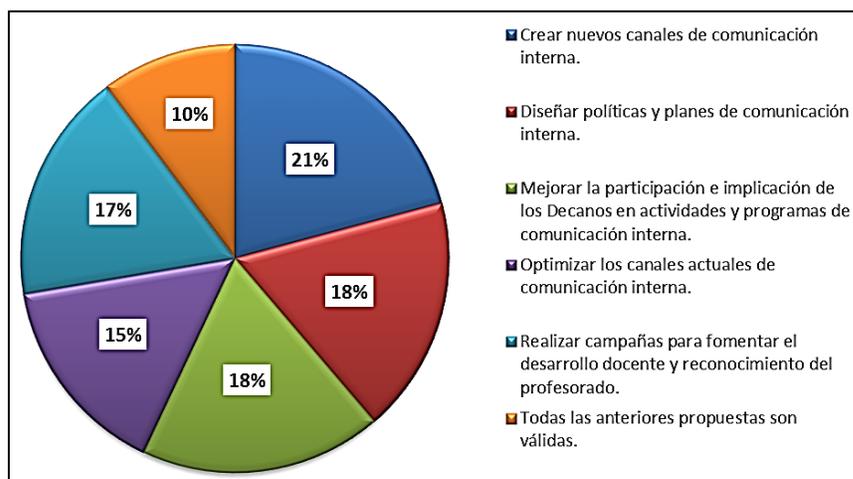


Figura 37. Aspectos a considerar para mejorar la comunicación interna

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con un 21% los estudiantes consideraron la creación de nuevos canales de comunicación interna en la Facultad de Filosofía, otros estudiantes 18% opinaron que la propuesta prioritaria es de diseñar políticas y planes de CI y el 17% prefirieron la realización de campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado.

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

Tabla 34

Proyecto institucional como guía para mejorar la calidad académica

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Creo que no puedo opinar. No tengo información sobre este tema.	101	44%
No contribuye.	77	33%
Si contribuye.	57	23%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

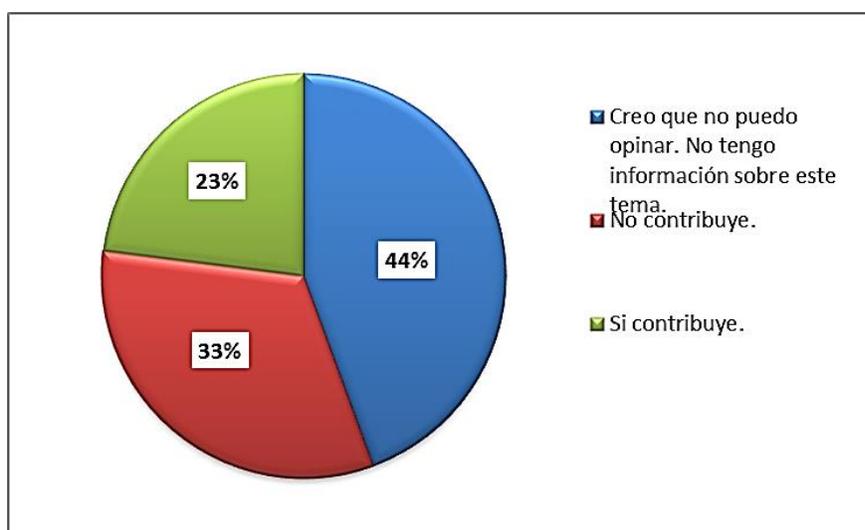


Figura 38. Proyecto institucional como guía para mejorar la calidad académica

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 44% de los estudiantes no pudieron opinar por cuestiones de que no tienen información acerca del proyecto institucional, otros estudiantes 33% consideraron que el proyecto institucional no contribuye como una guía para mejora la calidad académica y la integración y otros estudiantes 23% opinaron que sí contribuye el proyecto institucional.

32) ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil?

Tabla 35

Recomendación de canales de comunicación para la facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP.	11	6%
Los canales digitales.	73	32%
Los canales interpersonales.	31	13%
Los canales multimedia.	41	16%
Los canales convencionales.	32	12%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	47	20%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

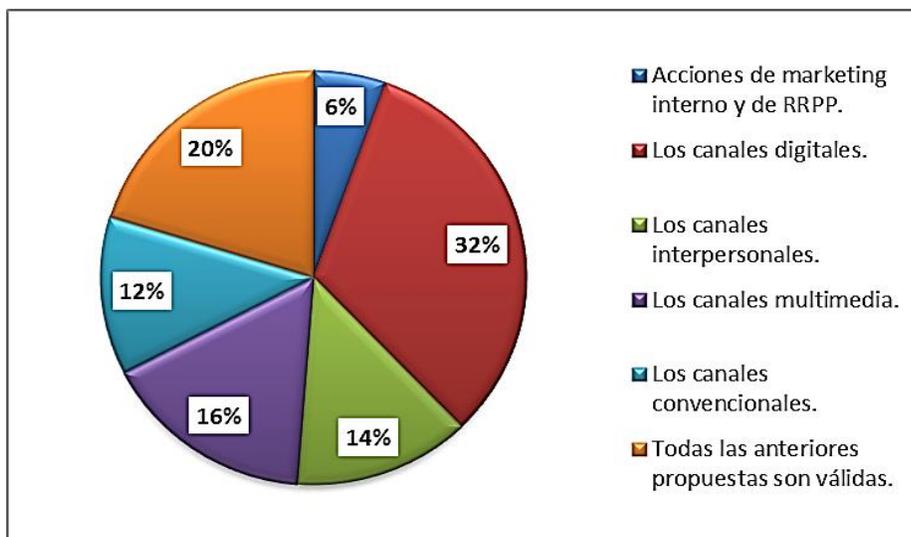


Figura 39. Recomendación de canales de comunicación para la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 32% recomendaron los canales digitales como canal de comunicación interna para la facultad, otros estudiantes 20% consideraron que todas las propuestas presentadas son válidas como canales de comunicación interna pero otros 16% estudiantes optaron por los canales multimedia.

33) ¿Existen políticas internas para la igualdad?

Tabla 36

Políticas interna para la igualdad

Característica	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Si	42	18%
Sí, pero muy mejorables	53	23%
No	58	25%
Lo desconozco	82	34%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

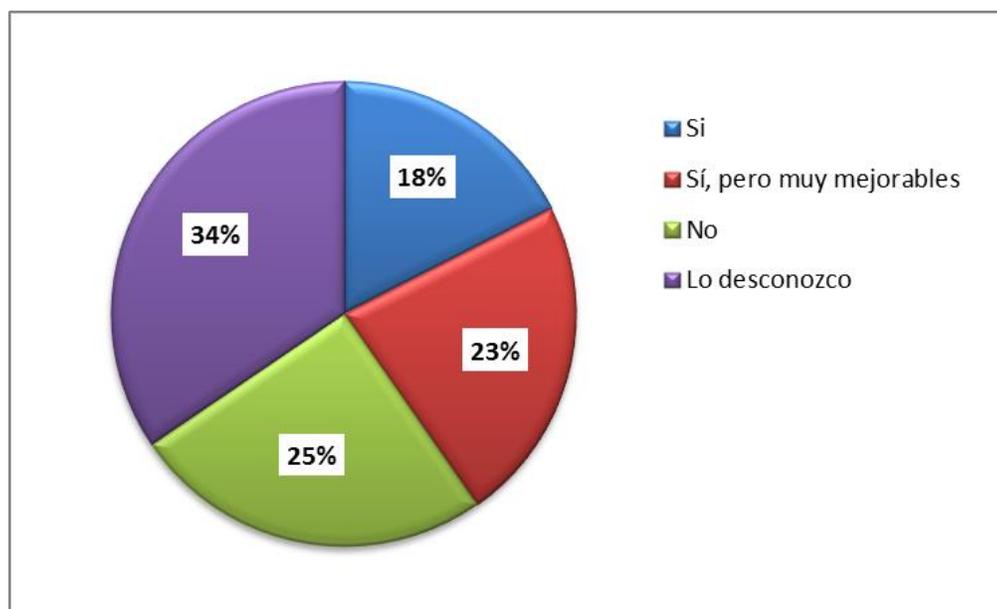


Figura 40. Políticas interna para la igualdad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 34% de estudiantes desconocen que en la facultad de filosofía existan políticas internas para la igualdad, por otra parte el 25% aseguraron que no existen estas políticas internas y otros 23% estudiantes opinaron que sí existen estas políticas pero muy mejorables.

34) ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Filosofía?

Tabla 37

Jornada de ideas para mejorar la CI en la facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	47	21%
Muy buena	70	30%
Buena	55	23%
Regular	37	15%
Deficiente	26	11%
Total	235	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

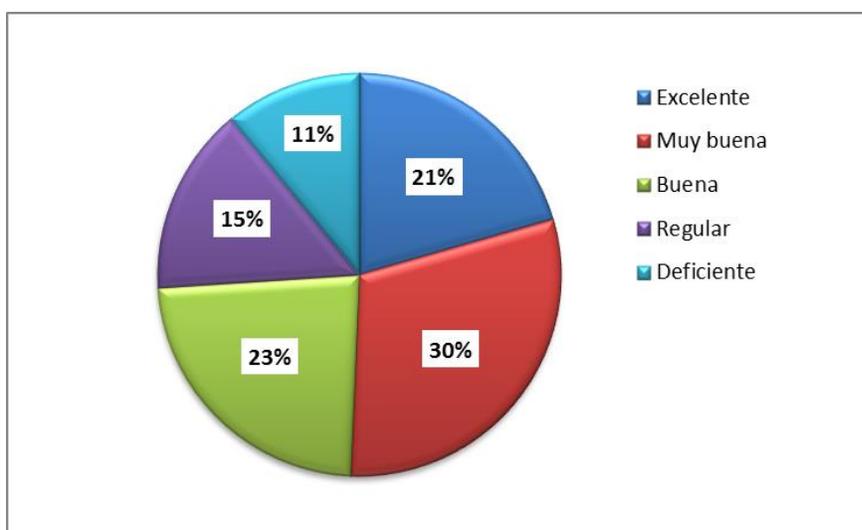


Figura 41. Jornada de ideas para mejorar la CI en la facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 30% de los estudiantes calificaron como “Muy Buena” la idea que exista una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la facultad, luego el 23% que consideraron “Buena” la idea y un 21% detallaron como “Excelente” que exista una jornada de idea para mejorar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía.

3.5.2. Análisis de encuestas aplicadas a docentes

1) Sexo

Tabla 38

Sexo del docente encuestado

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Hombre	87	57%
Mujer	66	43%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

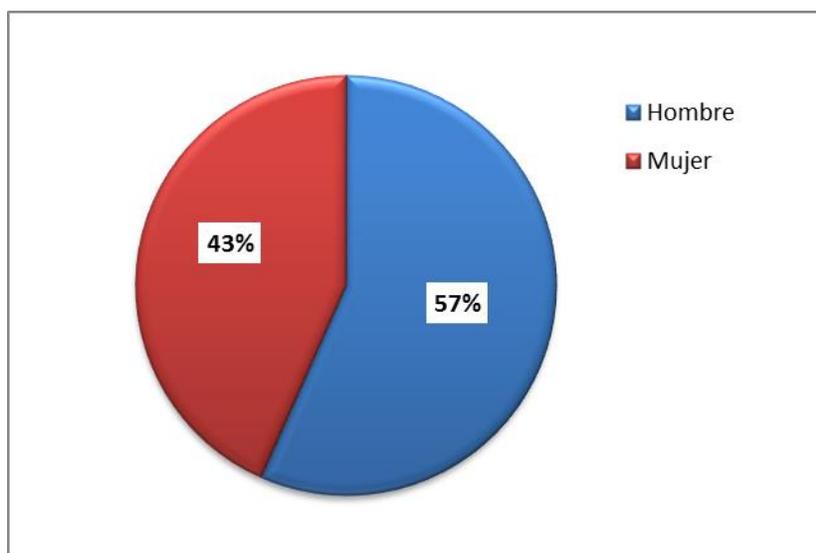


Figura 42. Sexo del docente encuestado

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Los docentes encuestados de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Guayaquil se encontraron conformados con un 57% de docentes del sexo masculino y con un 43% de docentes de sexo femenino.

2) ¿Qué edad tiene usted?

Tabla 39

Edad del docente encuestado

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 25 años	29	19%
25 a 28 años	33	22%
29 a 32 años	31	20%
33 a 36 años	14	9%
37 a 40 años	22	14%
41 en adelante	24	16%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

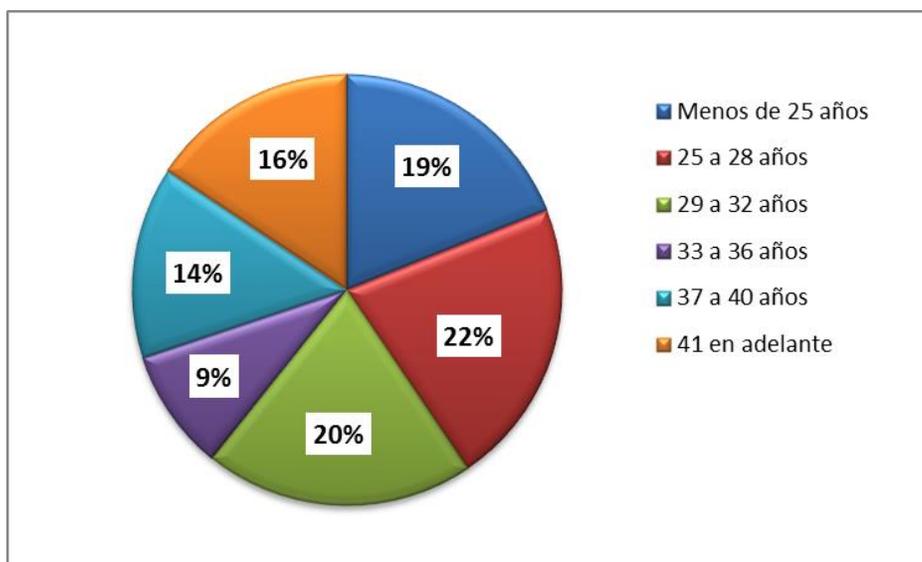


Figura 43. Edad del docente encuestado

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Se determinó que en la Facultad de Filosofía la mayor cantidad de docentes está entre las edades de 25 a 28 años (22%), seguido de los que tienen entre 29 a 32 años (20%), luego están menores de 25 años (19%).

3) ¿Cuánto tiempo tiene laborando en la Facultad?

Tabla 40

Tiempo laborando en la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 1 año	29	19%
1 a 3 años	44	29%
4 a 7 años	40	26%
7 en adelante	40	26%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

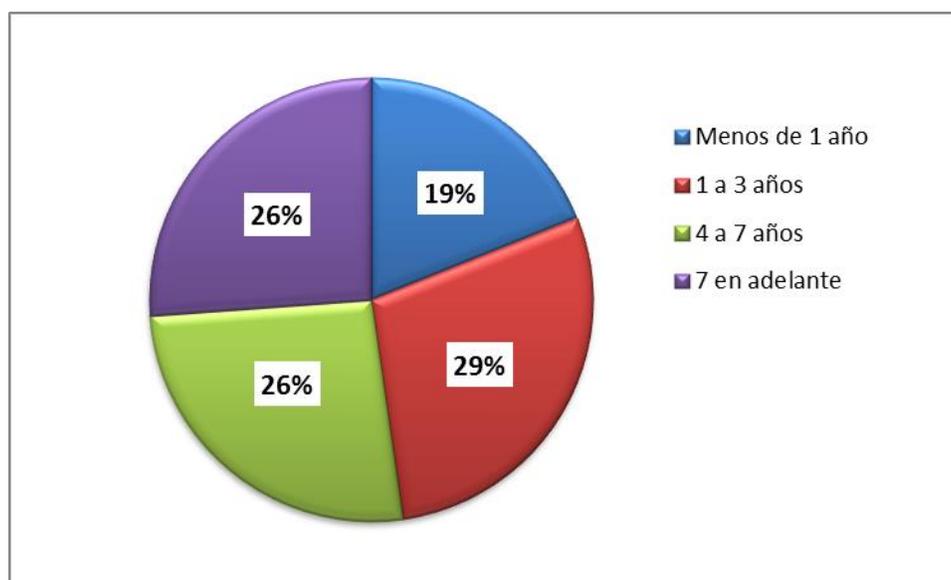


Figura 44. Tiempo laborando en la facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Los docentes encuestados se encontraron la mayoría laborando desde 1 a 3 años en la facultad de Filosofía (29%), luego están los docentes entre 4 a 7 años laborando (26%), seguido de docentes de 7 años en adelante (26%).

4) ¿Conoce la historia de la Facultad?

Tabla 41

Conocimiento sobre la historia de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	41	28%
No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto.	49	31%
Sí, por mis propios medios.	30	19%
Sí, porque la facultad me ha informado al respecto.	33	22%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

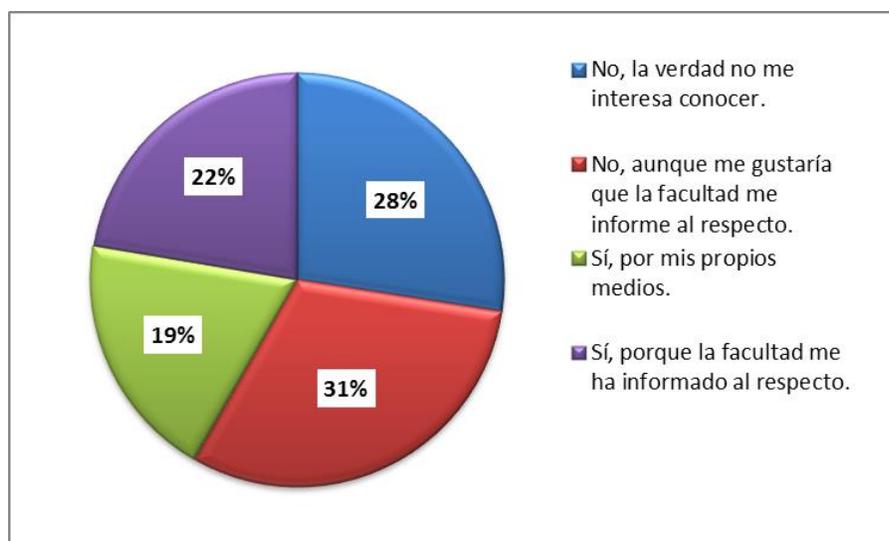


Figura 45. Conocimiento sobre la historia de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con un 31% los docentes opinaron que no conocen la historia de su facultad pero que les encantaría que la Facultad de Filosofía les informe al respecto, por otro lado el 28% de los docentes no les interesa conocer la historia de la facultad y otros docentes 22% se informaron porque la facultad lo ha informado.

5) ¿Conoce la historia de la Universidad?

Tabla 42

Conocimiento sobre la historia de la Universidad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	41	27%
No, aunque me gustaría que la universidad me informe al respecto.	42	28%
Sí, por mis propios medios.	37	24%
Sí, porque la universidad me ha informado al respecto.	33	21%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

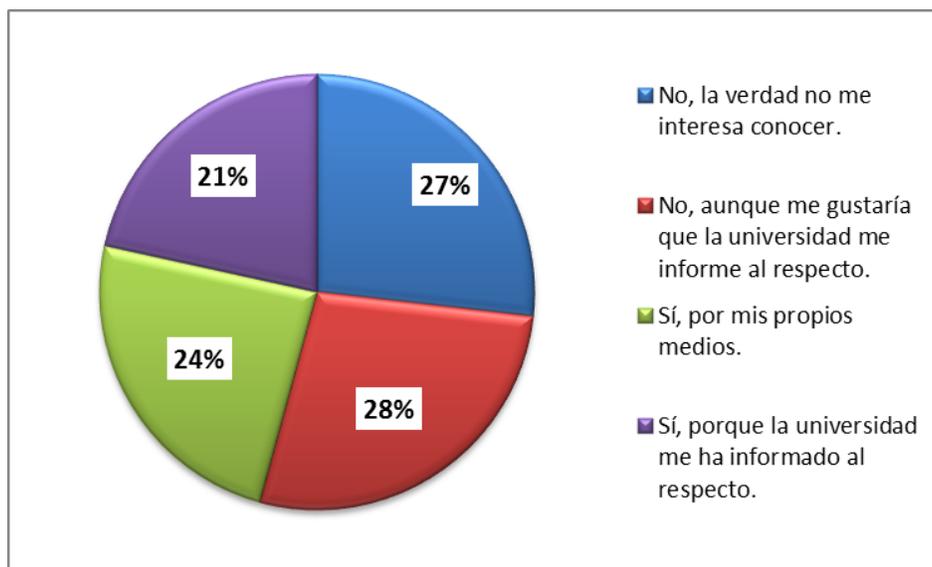


Figura 46. Conocimiento sobre la historia de la Universidad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 28% de los docentes opinaron que no conocen la historia de la universidad pero que les encantaría que la universidad les informe al respecto, por otro lado el 27% de los docentes desconocen la historia de la Universidad y no les interesa conocer y otros docentes 24% conocieron la historia por sus propios medios.

6) ¿Conoce la misión, visión y los valores de la Facultad?

Tabla 43

Conocimiento sobre la misión, visión y los valores de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)	41	28%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	23	14%
Conozco la misión, visión y los valores.	37	24%
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la facultad.	28	18%
No, no conozco nada del proyecto institucional.	24	15%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

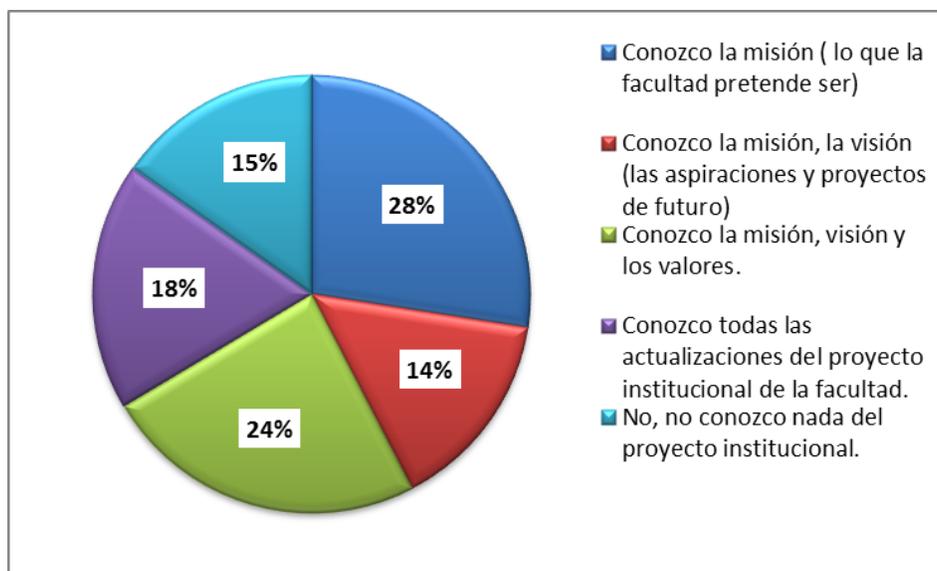


Figura 47. Conocimiento sobre la misión, visión y los valores de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 28% de los docentes encuestados conocen sólo la misión de la facultad, por el contrario el 24% manifestaron que conocen la misión, visión y los valores de la facultad, y otros docentes el 18% conocen todas las actualizaciones del proyecto institucional de la facultad.

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

Tabla 44

Conocimiento sobre la misión, visión y los valores de la UG

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)	30	20%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	33	22%
Conozco la misión, visión y los valores.	30	20%
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Universidad de Guayaquil.	33	22%
No, no conozco nada del proyecto institucional.	27	16%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

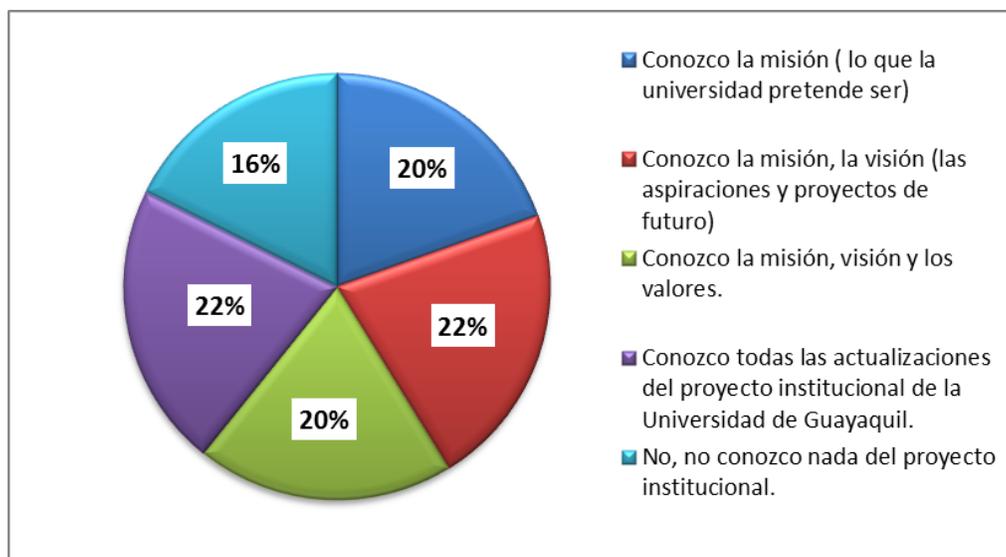


Figura 48. Conocimiento sobre la misión, visión y los valores de la UG

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 22% de los docentes encuestados conocen la misión y la visión de la Universidad de Guayaquil, y también declararon que conocen todo acerca del proyecto institucional de la universidad seguido del 20% que conocen la misión, visión y los valores.

8) ¿Con qué valor cree que la Facultad de Filosofía se identifica en la praxis?

Tabla 45

Valor con que se identifica la Facultad en la praxis

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso Social.	30	19%
Excelencia y calidad educativa.	23	15%
Iniciativa y trabajo en equipo.	47	31%
Respeto.	23	15%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	30	19%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

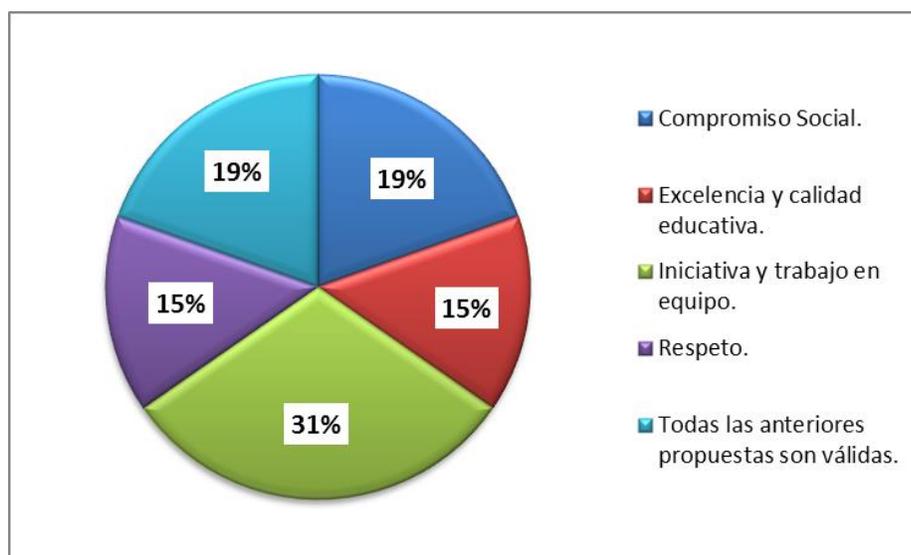


Figura 49. Valor con que se identifica la Facultad en la praxis

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 31% de docentes opinaron que el valor con el que se identifica la facultad en la praxis es la iniciativa y trabajo en equipo, el 19% cree que la facultad se identifica con el compromiso social, otros docentes con el 15% sostuvieron que se identifica con la excelencia y calidad educativa.

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

Tabla 46

Valor con que se identifica la UG en la praxis

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso Social.	30	20%
Excelencia y calidad educativa.	33	22%
Iniciativa y trabajo en equipo.	29	19%
Respeto.	30	20%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	31	20%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

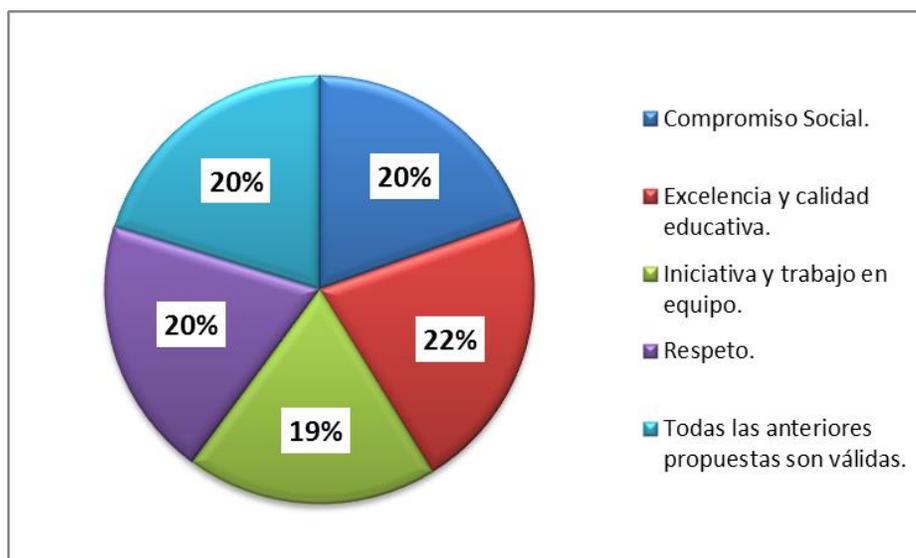


Figura 50. Valor con que se identifica la UG en la praxis

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 22% de docentes consideraron que el valor con el que se identifica la Universidad de Guayaquil en la praxis es la excelencia y calidad educativa, el 20% opinaron que se identifica con el compromiso social, seguido del 19% que estimaron que la iniciativa y trabajo en equipo es el valor con el cual se identifica la Universidad de Guayaquil.

10) ¿Conoce las autoridades de la Facultad de Filosofía?

Tabla 47

Conocimiento sobre las autoridades de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	106	69%
No	47	31%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

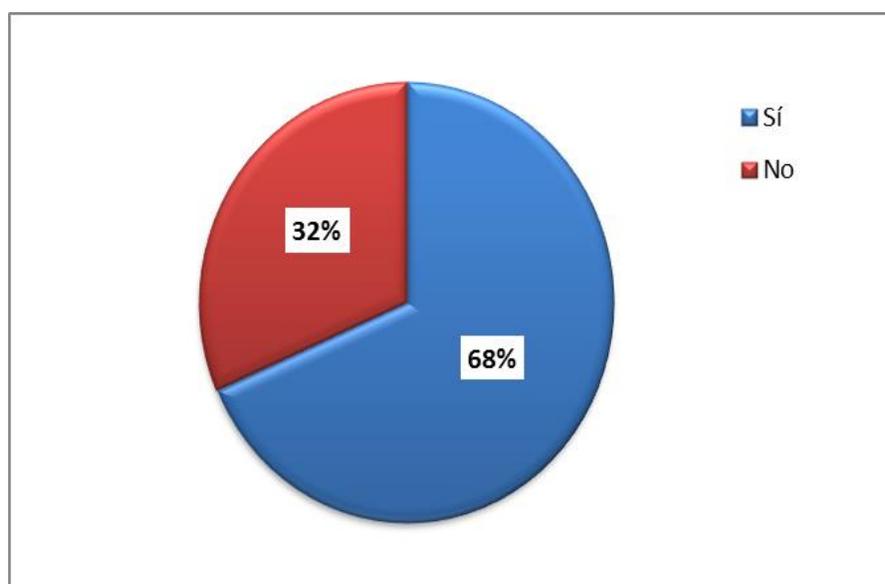


Figura 51. Conocimiento sobre las autoridades de la Facultad
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 69% de docentes encuestados comentaron que sí conocen a las autoridades de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil y un 31% de docentes afirmaron no conocer a las autoridades de la Facultad de Filosofía.

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

Tabla 48

Reputación de la Universidad de Guayaquil

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	29	20%
Muy buena	33	21%
Buena	47	30%
Regular	23	15%
Deficiente	21	14%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

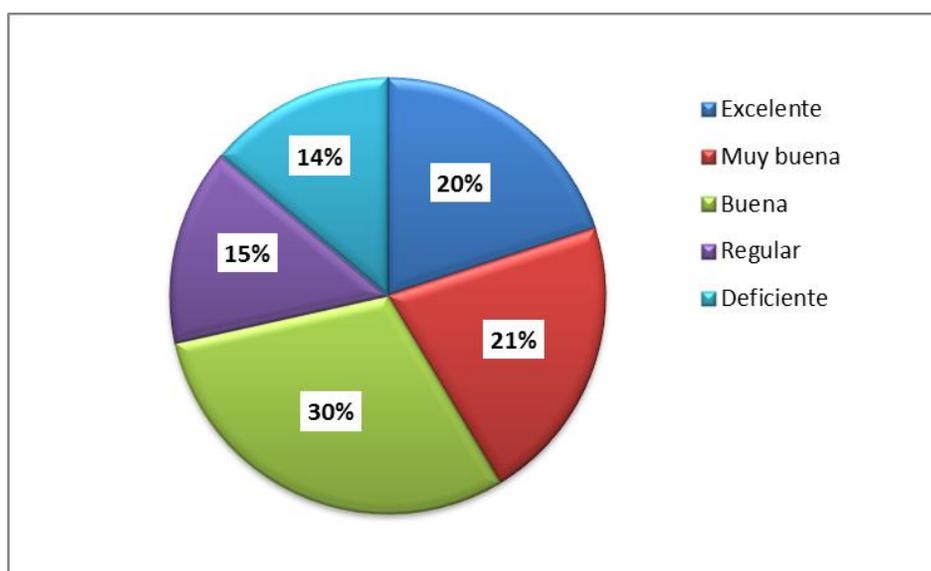


Figura 52. Reputación de la Universidad de Guayaquil

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 30% de los docentes calificaron como “Buena” la reputación de la Universidad de Guayaquil, seguido del 21% que consideraron “Muy Buena” y un 20% que detallaron como “Excelente” la reputación de la universidad.

12) ¿Cree que la Facultad de Filosofía goza de una reputación?

Tabla 49

Reputación de la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	38	25%
Muy buena	38	25%
Buena	46	30%
Regular	13	8%
Deficiente	18	12%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

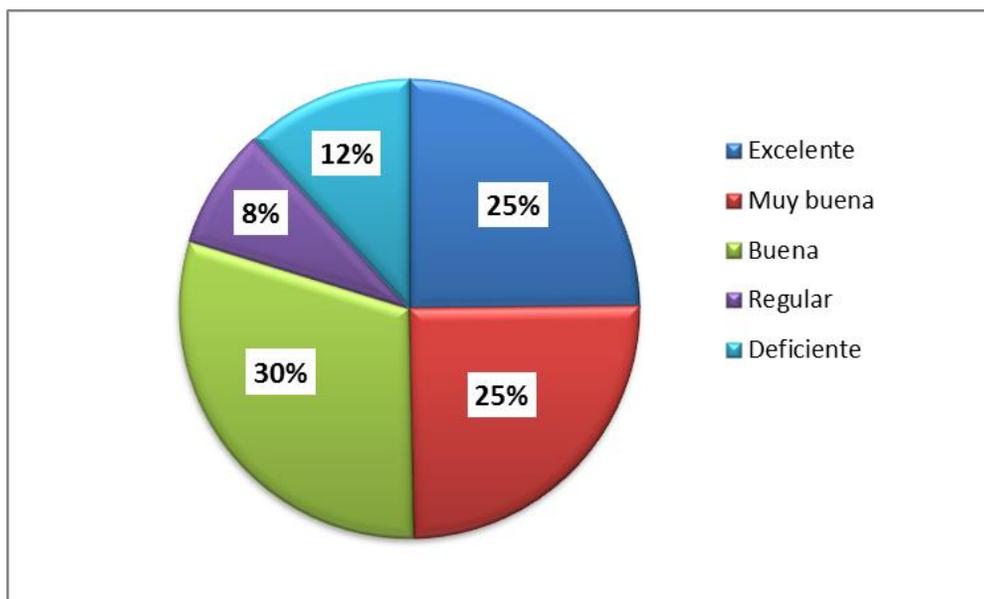


Figura 53. Reputación de la Facultad de Filosofía

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 30% de los docentes calificaron como “Buena” la reputación de la Facultad de Filosofía, luego el 25% consideraron “Excelente” y “Muy Buena” la reputación de la facultad, por otro lado está el 12% que opinaron como “Deficiente” la reputación de la Facultad de Filosofía.

13) ¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía?

Tabla 50

Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	101	64%
No	52	36%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

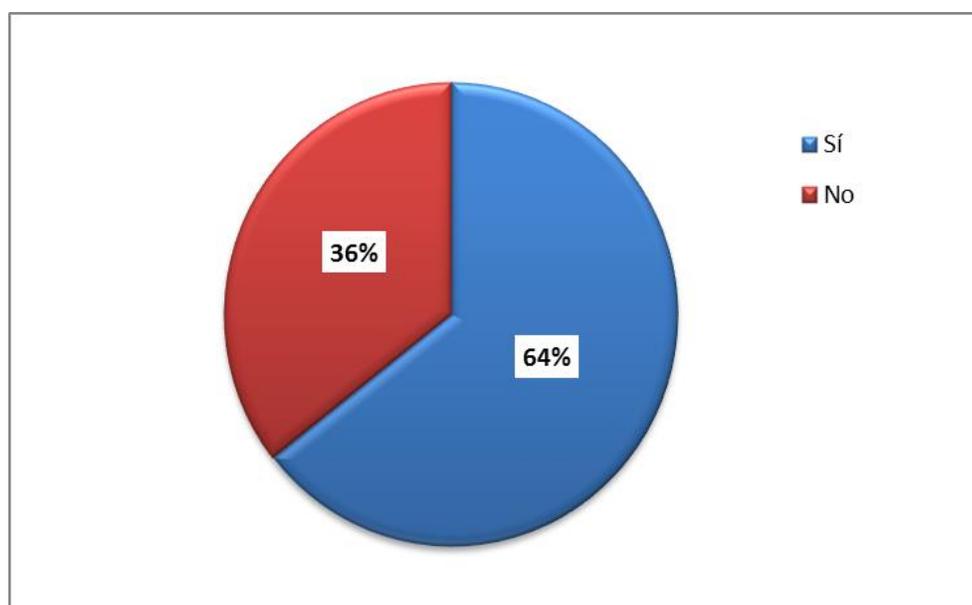


Figura 54. Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad de Filosofía

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 64% de docentes encuestados consideraron que una comunicación interna sí ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía, por el contrario el 36% de docentes opinaron que la comunicación interna no ayuda al desarrollo organizacional de la facultad.

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

Tabla 51

Comunicación interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy importante	39	27%
Importante	45	30%
Regular	29	17%
Poco importante	23	15%
Nada importante	17	11%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

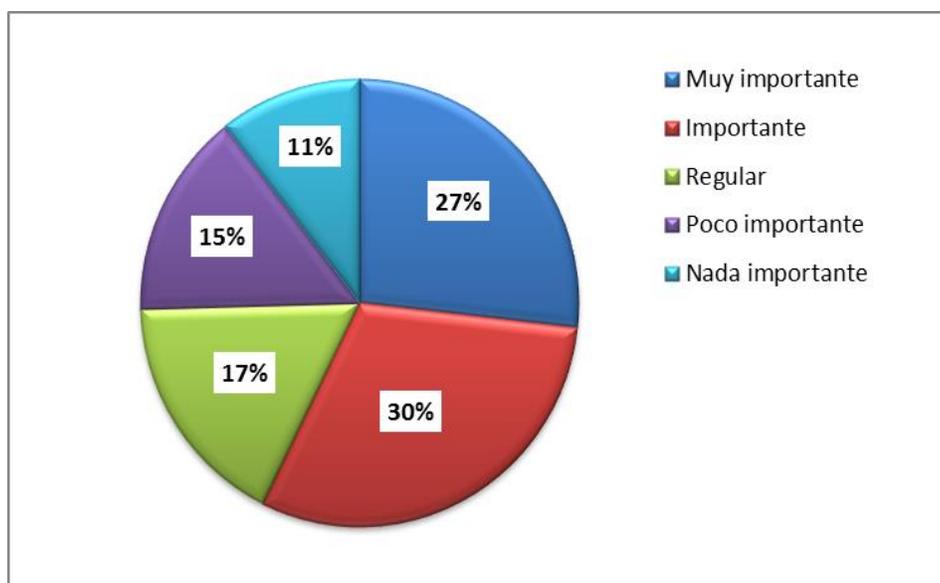


Figura 55. Comunicación interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 30% de docentes afirmaron que es importante gestionar la comunicación interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad, en cambio el 27% consideraron muy importante sobre la gestión de la comunicación interna y por último el 17% opinaron regular la gestión de la comunicación efectiva en la Facultad y Universidad.

15) ¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de Facultad de Filosofía?

Tabla 52

Medios de comunicación oficiales de la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	69	46%
No	84	54%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

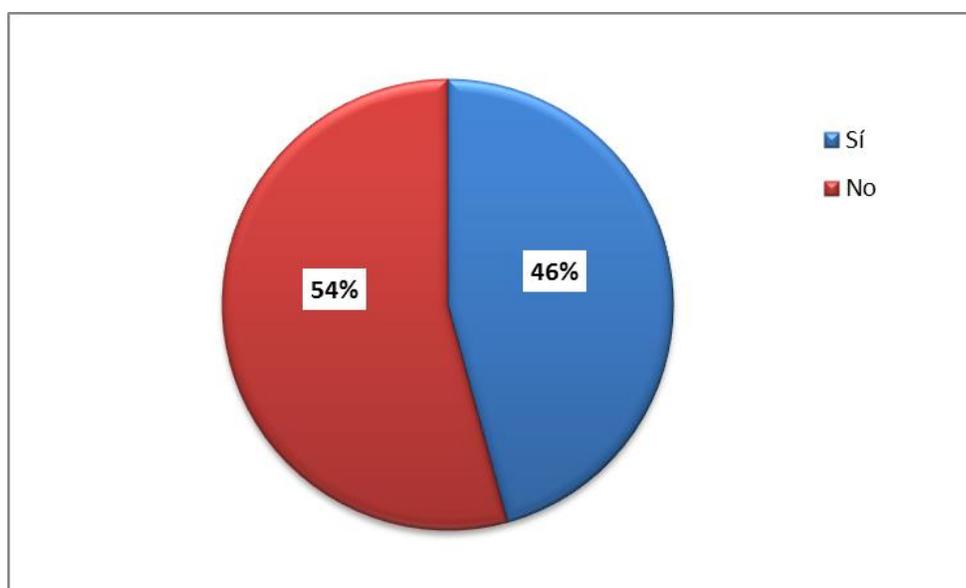


Figura 56. Medios de comunicación oficiales de la Facultad de Filosofía

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 54% de docentes encuestados opinaron no conocer los medios de comunicación oficiales de la Facultad de Filosofía, por otro lado el 46% de docentes manifestaron que conocen los medios oficiales que utiliza la Facultad de Filosofía.

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

Tabla 53

Comunicación interna con el jefe inmediato en general

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente, se reúne conmigo periódicamente.	31	20%
Muy bueno, se reúne conmigo cuando lo solicito, aclarando dudas.	38	25%
Bueno, apenas hay suficiente diálogo interno funciona mejor la comunicación informal.	45	30%
Regular, podría decirse que sólo nos comunicamos por correo electrónico.	25	17%
Deficiente, está tan ocupado que nunca tiene tiempo para escucharnos.	14	8%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

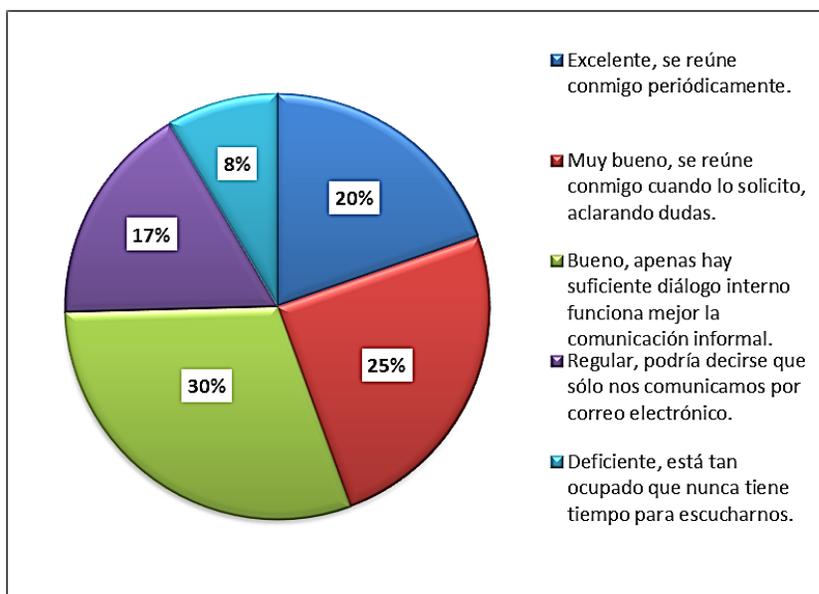


Figura 57. Comunicación interna con el jefe inmediato en general

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 30% los docentes opinaron que la CI con su jefe apenas y existe suficiente dialogo y que mejor funciona la comunicación informal, otros docentes 25% manifestaron que su jefe inmediato se reúne cuando se lo solicita para aclaración de dudas y otros 20% comentaron que es excelente la comunicación interna con el jefe inmediato y se reúnen periódicamente.

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

Tabla 54

Compañerismo en el entorno laboral

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	41	26%
Muy buena	41	26%
Buena	28	19%
Regular	22	15%
Deficiente	21	14%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

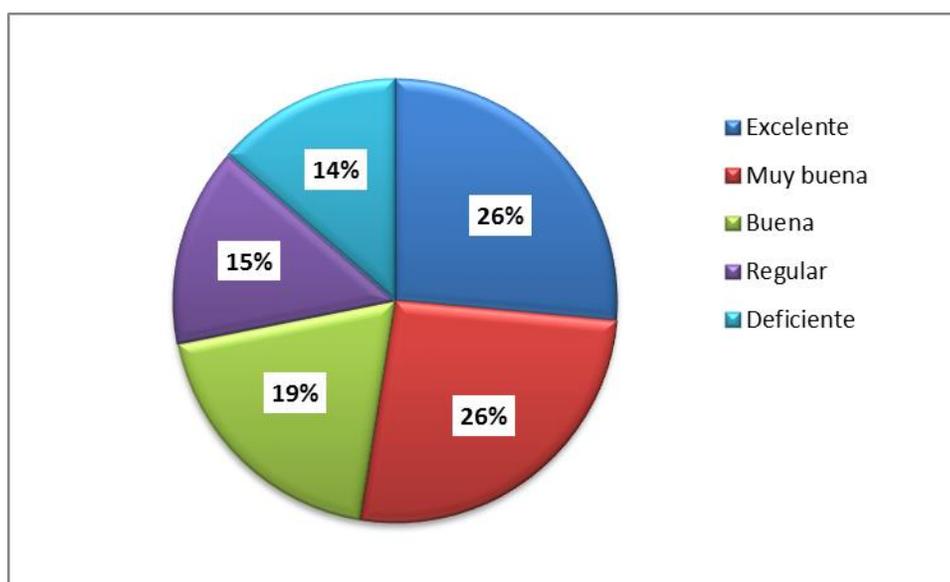


Figura 58. Compañerismo en el entorno laboral

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 26% de los docentes calificaron como excelente y muy buena el compañerismo que viven en su entorno laboral, otros 19% opinaron que está simplemente bueno, por otro lado opinaron el 15% que su compañerismo en el entorno laboral es regular.

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

Tabla 55

Grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de CI

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	25	16%
Muy buena	45	30%
Buena	44	29%
Regular	12	8%
Deficiente	27	17%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

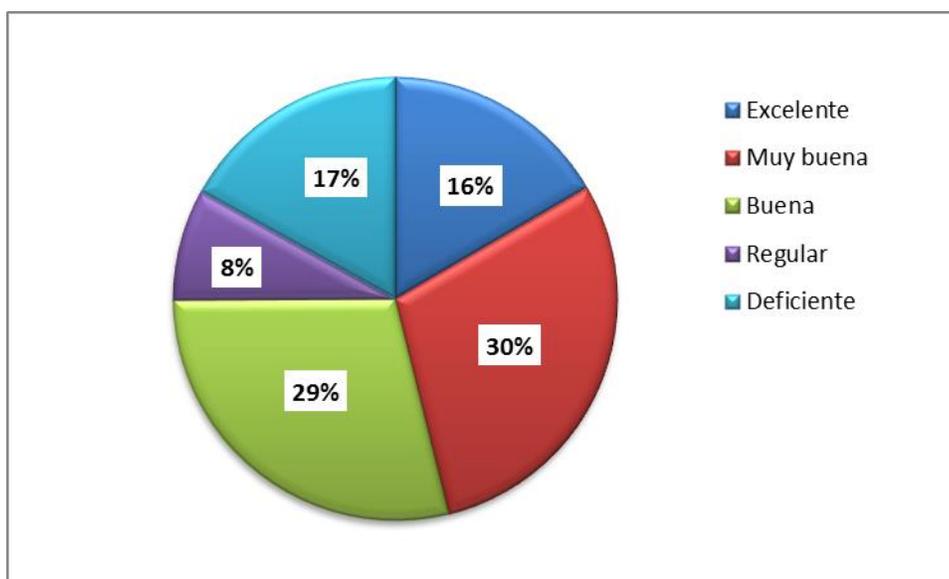


Figura 59. Grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de CI

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 30% y 29% de los docentes calificaron como “Muy Buena” y “Buena” la satisfacción que tienen acerca de los canales y mensajes de comunicación interna y un 17% que detallaron como “Deficiente” su grado de satisfacción, por otro lado está el 16% que manifestaron como “Excelente” su grado de satisfacción sobre los mensajes y canales de CI.

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

Tabla 56

Área de gestión para la comunicación interna

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dirección de comunicación	43	27%
Marketing	49	32%
Planeación Estratégica	32	21%
Recursos Humanos	29	20%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

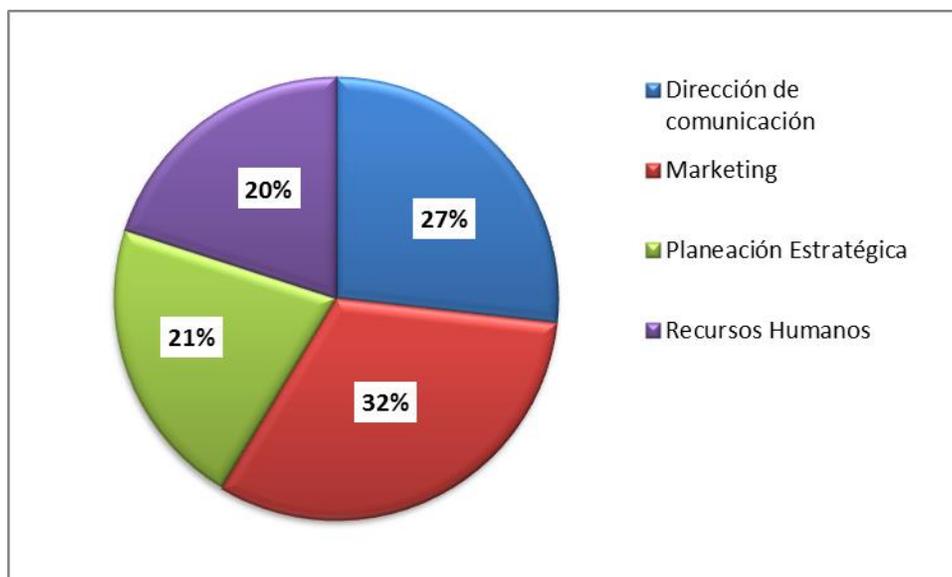


Figura 60. Área de gestión para la comunicación interna

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 32% los docentes mencionaron a Marketing como área para gestionar la comunicación interna, seguido de eso está Dirección de Comunicación con el 27% y Planeación estratégica escogido por el 21% de docentes para que se encarguen de la gestión de CI en la facultad de Filosofía.

20) ¿Conoce usted si en la Facultad de Filosofía hay una persona encargada de Comunicación Interna?

Tabla 57

Persona encargada de la comunicación interna

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	72	47%
No	81	53%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

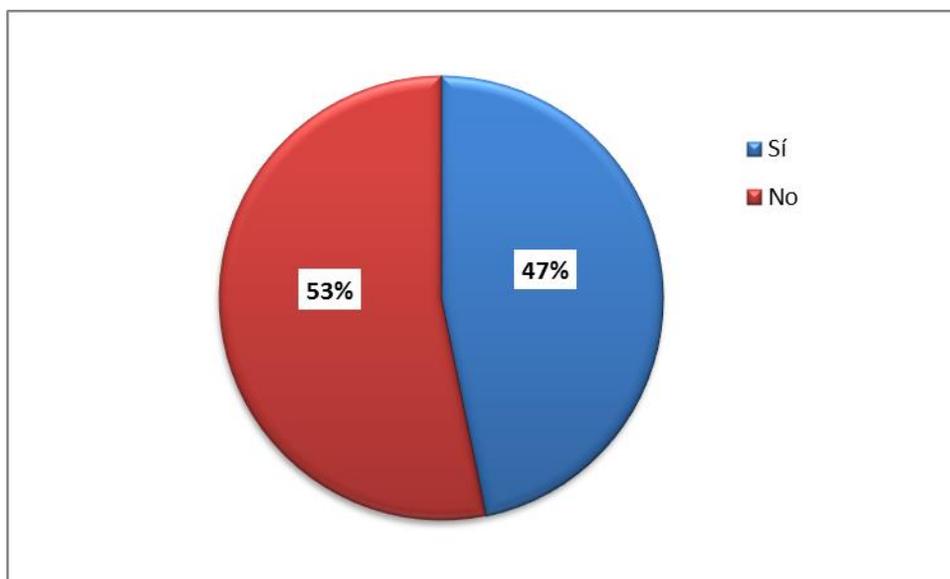


Figura 61. Persona encargada de la comunicación interna
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 53% de docentes encuestados opinaron no conocer a la persona que se encarga oficialmente de la comunicación interna en la Facultad de Filosofía, por otro lado el 47% de docentes manifestaron que sí tienen el conocimiento de la persona que se encarga de la comunicación interna en la Facultad de Filosofía.

21) ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Filosofía?

Tabla 58

Canales de CI que utiliza la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP	36	23%
Los canales digitales	23	15%
Los canales interpersonales	26	17%
Los canales multimedia	23	15%
Los canales convencionales	24	16%
Todas las anteriores propuestas son válidas	21	14%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

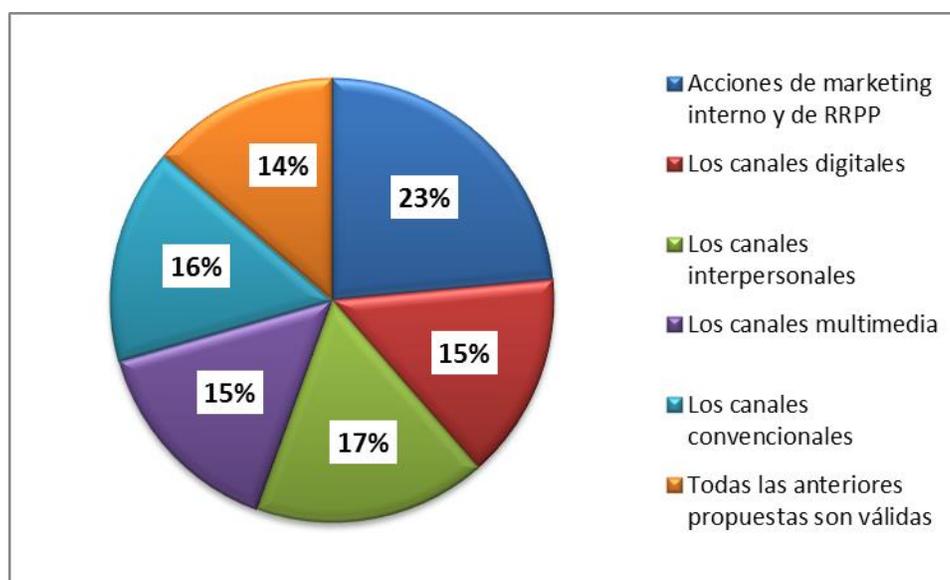


Figura 62. Canales de CI que utiliza la Facultad de Filosofía

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 23% las acciones de marketing interno y de RRPP son los más conocidos por los docentes de la Facultad de Filosofía, seguido de los canales interpersonales 17% y luego están los canales convencionales 16%.

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

Tabla 59

Medio por el cual se da a conocer información importante dentro de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
E-mails	40	25%
Sistema interno de la Universidad de Guayaquil	23	16%
Redes Sociales Oficiales	13	8%
Informes	60	40%
Todas las anteriores	17	11%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo



Figura 63. Medio por el cual se da a conocer información importante dentro de la facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 40% de docentes denominaron como los informes como medio por el cual se da a conocer información importante en la facultad, le sigue los e-mails con el 25% y luego está el sistema interno de la Universidad de Guayaquil 16% como medio para transmitir información.

23) ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Filosofía?

Tabla 60

Mensajes que recibe por parte de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.	40	25%
Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional generando compromiso con la universidad.	28	19%
Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil.	22	14%
Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas. Todas las anteriores propuestas son válidas.	20	12%
Todas las propuestas son validas	29	19%
No recibo ningún tipo de mensaje	14	10%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

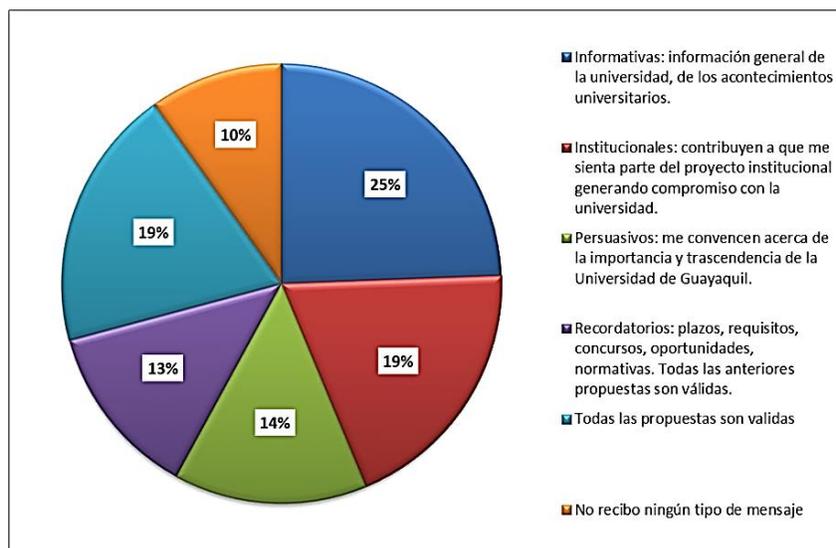


Figura 64. Mensajes que recibe por parte de la facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 25% de los docentes reciben mayormente mensajes de tipo Informativo, otros docentes 19% reciben mensajes de tipo Institucionales y otros manifestaron que reciben todos estos tipos de mensajes por parte de la Facultad de Filosofía.

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

Tabla 61

Medios que debe cuidar la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.	38	25%
Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.	20	13%
Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y exalumnos.	13	9%
Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.	18	12%
Mejorar la imagen de marca de la web institucional y / o mejorar la intranet.	21	14%
Optimizar los canales de comunicación interna.	17	11%
Organizar programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes.	14	9%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	12	8%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

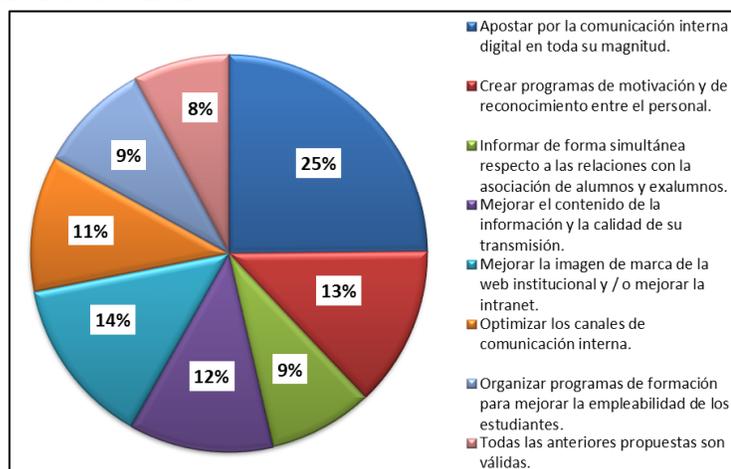


Figura 65. Medios que debe cuidar la Facultad de Filosofía

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 25% apuestan por la comunicación interna digital, otros 14% por mejorar la imagen de marca web institucional y por la creación de programas de motivación y de reconocimiento al personal

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

Tabla 62

Calificación de los recursos para el desempeño laboral

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	28	18%
Muy buena	29	19%
Buena	30	19%
Regular	34	23%
Deficiente	32	21%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

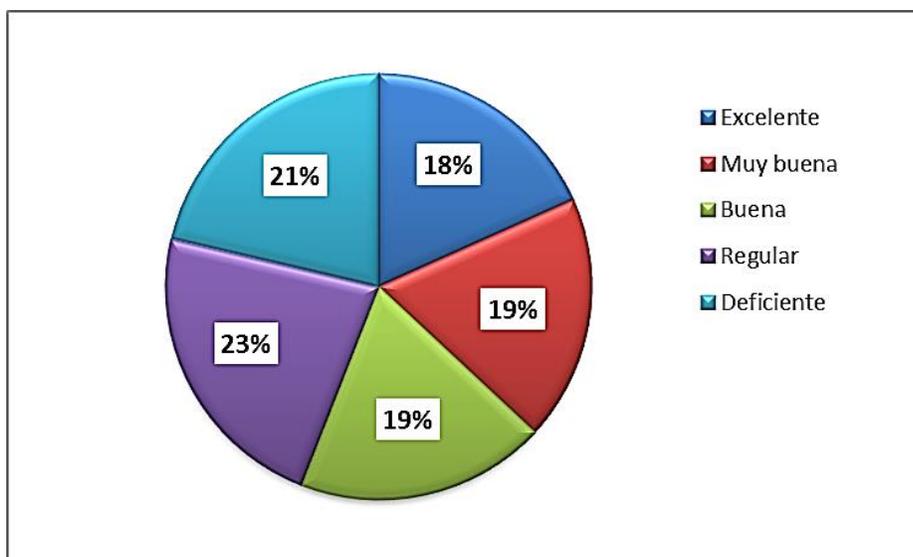


Figura 66. Calificación de los recursos para el desempeño laboral

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 23% los docentes encuestados catalogaron como regular la infraestructura existente en la Facultad de Filosofía, otros docentes 21% la calificaron como deficiente y con el 19% los docentes opinaron entre muy buena y buena la infraestructura que posee la facultad de Filosofía.

26) ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil?

Tabla 63

Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Es bueno, pero llega tarde.	46	31%
Es excelente y motivador.	40	26%
Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.	37	24%
No existe.	30	19%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo



Figura 67. Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 31% de los docentes opinaron que el reconocimiento al personal administrativo y académico es bueno pero tarda en llegar, por otro lado 26% los docentes opinaron que el reconocimiento es excelente y motivador, y otros 24% docentes manifestaron que existe pero no es lo suficientemente efectivo.

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

Tabla 64

Autoridades para mejorar el área académica y administrativa

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No se preocupa nunca.	41	27%
No, hace poco	42	27%
Sí, hace algo. No mucho.	21	13%
Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.	23	15%
Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.	16	11%
Desconozco lo que hace el decano en estas áreas.	10	7%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

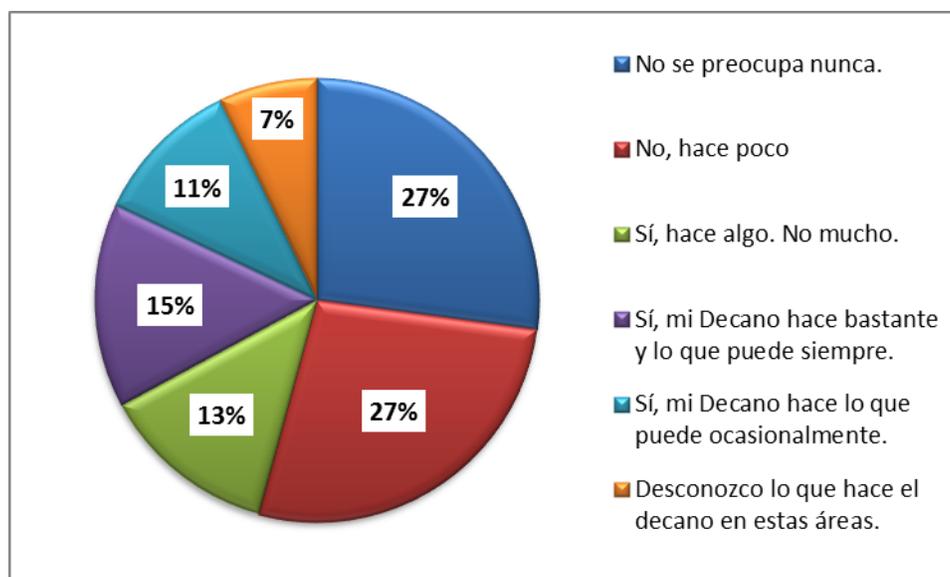


Figura 68. Autoridades para mejorar el área académica y administrativa

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 27% de encuestados sostuvieron que las autoridades de la facultad no se preocupa nunca y hace poco, luego el 15% opinaron que el decano hace bastante y lo puede siempre y otros 13% comentaron que el decano hace algo, pero no lo suficiente.

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

Tabla 65
Universidades públicas mejores que la UG

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.	24	16%
Dudo que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones.	23	15%
No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades	26	17%
No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.	17	11%
No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.	14	9%
No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.	14	9%
Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.	23	15%
Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.	6	4%
Sí, otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario: oportunidades formativas, actividades sociales.	20	13%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

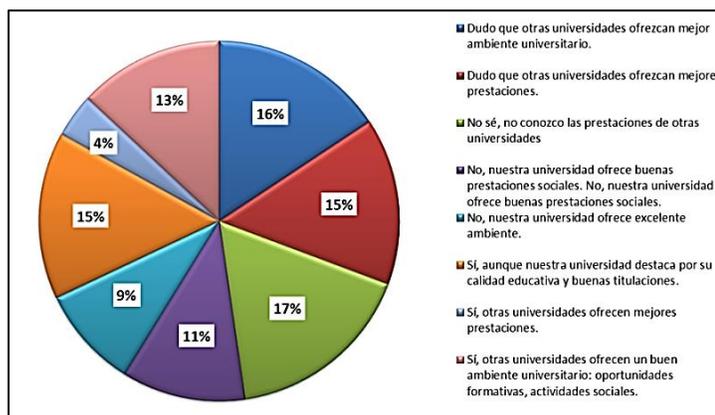


Figura 69. Universidades públicas mejores que la UG
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 17% manifestaron que no conocen las prestaciones de otras universidades, mientras que el 16% dudaron que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones y otros 15% opinaron que la UG se destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.

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

Tabla 66

Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alto	52	33%
Medio	54	35%
Bajo	47	32%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

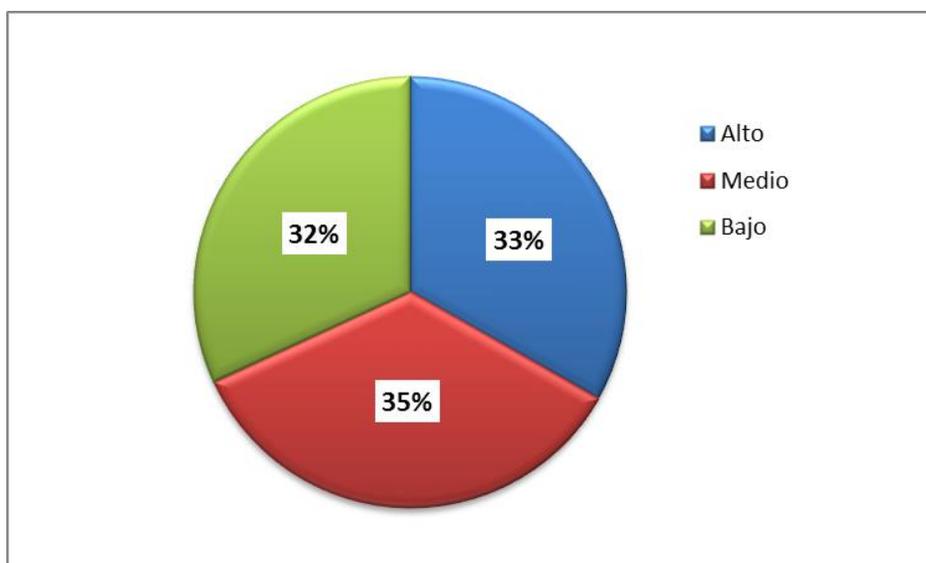


Figura 70. Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 35% de los docentes aseguraron que el nivel de sentido de pertinencia hacia la marca UG es medio, por otro lado el 33% catalogaron como alto el nivel de pertinencia y por último el 32% consideraron un bajo nivel de pertinencia hacia la marca UG.

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

Tabla 67

Oportunidad de cambiarse de trabajo

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.	27	18%
No, decididamente, en estos momentos no me iría.	28	18%
Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.	34	22%
Sí, me cambiaría con mucha pena.	33	21%
Sí, me cambiaría sin dudar.	31	20%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

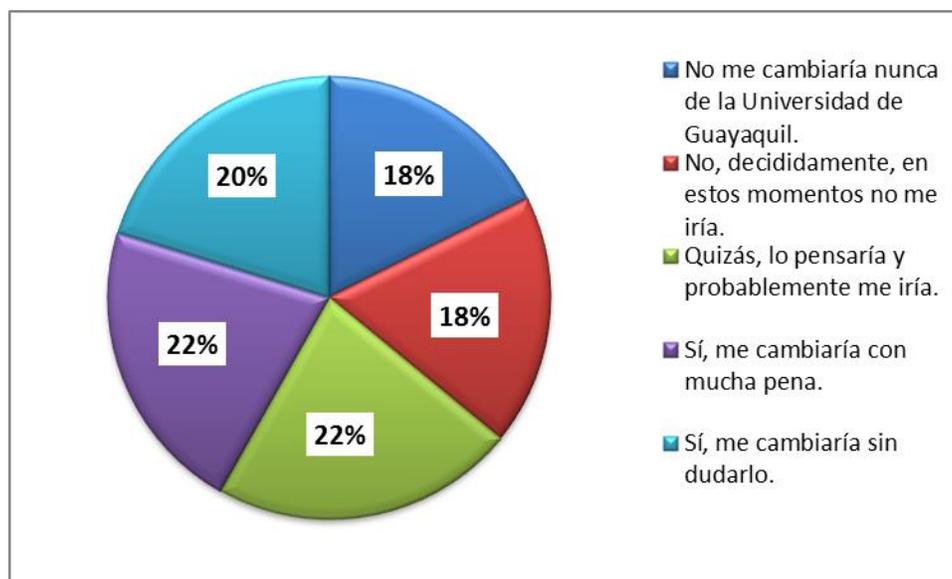


Figura 71. Oportunidad de cambiarse de trabajo

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 22% de encuestados manifestaron que quizás lo pensaría y probablemente se iría, otros el 20% decididamente se cambiarían a otra universidad sin dudar y luego está el 18% que no se cambiarían nunca de la Universidad de Guayaquil.

31) ¿Si se pudiera mejorar la comunicación interna y clima laboral en la Facultad de Filosofía, qué aspecto o aspectos considera prioritarios?

Tabla 68

Aspectos a considerar para mejora la CI y el clima laboral

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Crear nuevos canales de comunicación interna.	40	26%
Diseñar políticas y planes de comunicación interna.	24	16%
Mejorar la participación e implicación de los Decanos en actividades y programas de comunicación interna.	28	18%
Optimizar los canales actuales de comunicación interna.	22	15%
Realizar campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado.	26	17%
Todas las anteriores propuestas son válidas	13	9%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

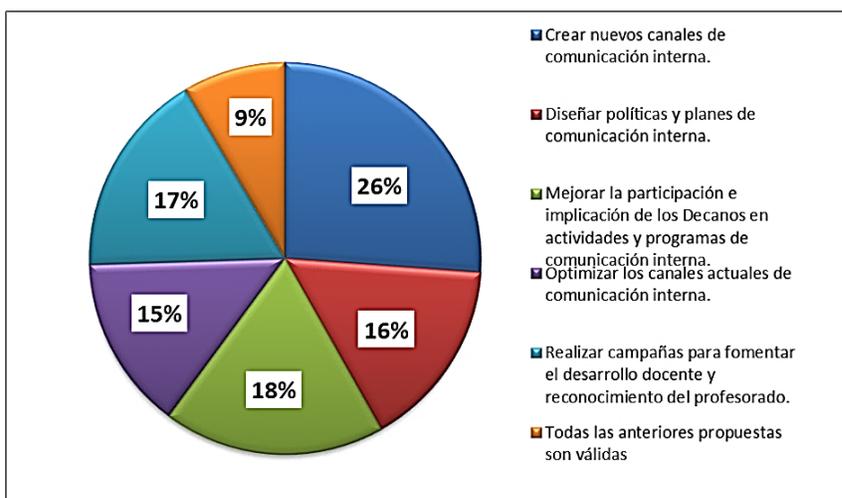


Figura 72. Aspectos a considerar para mejora la CI y el clima laboral

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con un 26% los docentes consideraron la creación de nuevos canales de comunicación interna en la Facultad de Filosofía, otros docentes 18% opinaron que la propuesta prioritaria es la de mejorar la participación e implicación de los 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?

Tabla 69
Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acoger al personal desde el inicio para que se involucre en el puesto y en los objetivos departamentales.	24	15%
Apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto.	24	15%
Crear entrevistas de objetivos y de evaluación del desempeño.	25	16%
Dar a conocer el proyecto institucional (misión, visión, valores) utilizando diferentes canales.	22	14%
Diseñar políticas y ofrecer mejores prestaciones sociales en RRHH.	30	20%
Implantar programas de reconocimiento dirigidos a todo el personal	28	18%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

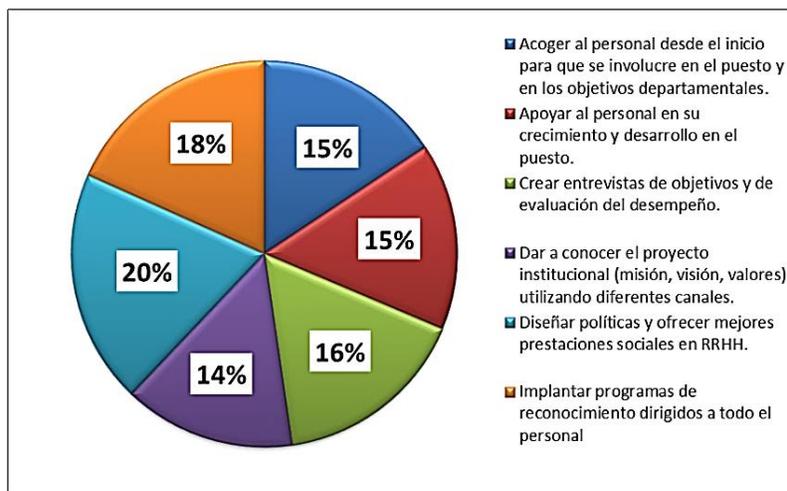


Figura 73. Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Un 20% apostó por diseñar políticas y ofrecer mejores prestaciones sociales en RRHH para aumentar el compromiso laboral en la UG, otros 18% opinaron por implantar programas de reconocimiento al personal y un 16% por la creación de entrevistas de objetivos y de evaluación del desempeño.

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

Tabla 70

Proyecto institucional como guía para mejorar la calidad académica

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Creo que no puedo opinar.	38	25%
No contribuye.	47	30%
Si contribuye.	38	25%
No tengo información sobre este tema.	30	20%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

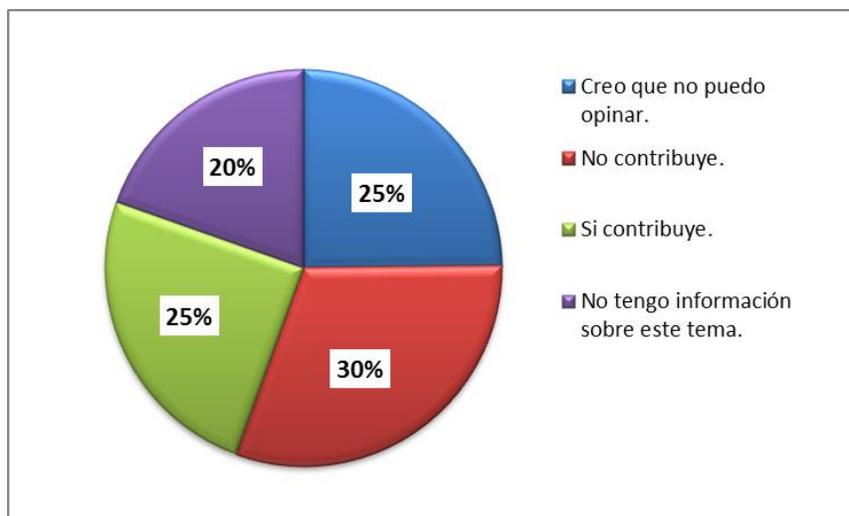


Figura 74. Proyecto institucional como guía para mejorar la calidad académica

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 30% de los docentes consideraron que el proyecto institucional no contribuye como una guía para mejora la calidad académica y la integración y otros docentes 25% prefirieron no opinar sobre el tema y otros docentes 20% manifestaron que no poseen información por este tema.

34) ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Filosofía de la universidad de Guayaquil?

Tabla 71

Recomendación de canales para comunicación interna

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP	19	12%
Los canales digitales	18	11%
Los canales interpersonales	19	12%
Los canales multimedia	38	25%
Los canales convencionales	28	18%
Todas las anteriores propuestas son válidas	31	20%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

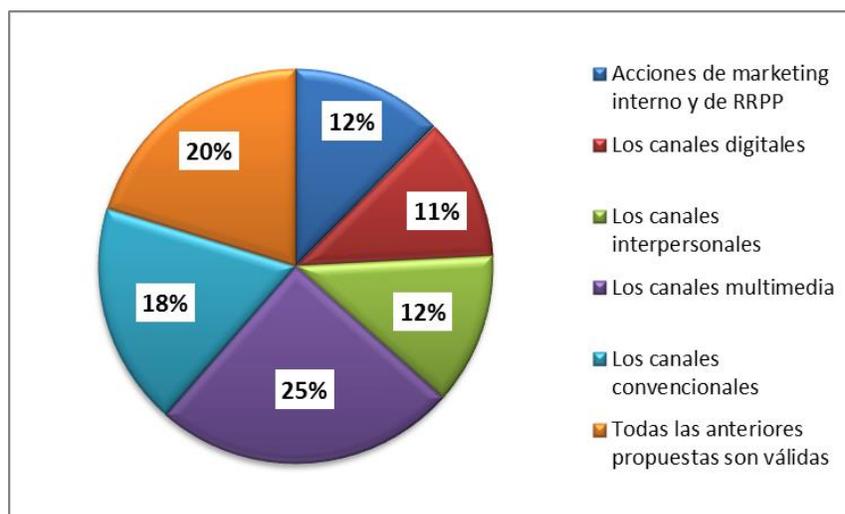


Figura 75. Recomendación de canales para comunicación interna

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 25% recomendaron los canales multimedia como canal de comunicación interna para la facultad, otros docentes 20% consideraron todas las propuestas, por otro lado con el 18% los canales convencionales son vistos como una recomendación de canal para la CI.

35) ¿Existen políticas internas para la igualdad?

Tabla 72

Políticas internas para la igualdad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	51	33%
Sí, pero muy mejorables	44	29%
No	25	17%
Lo desconozco	33	21%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

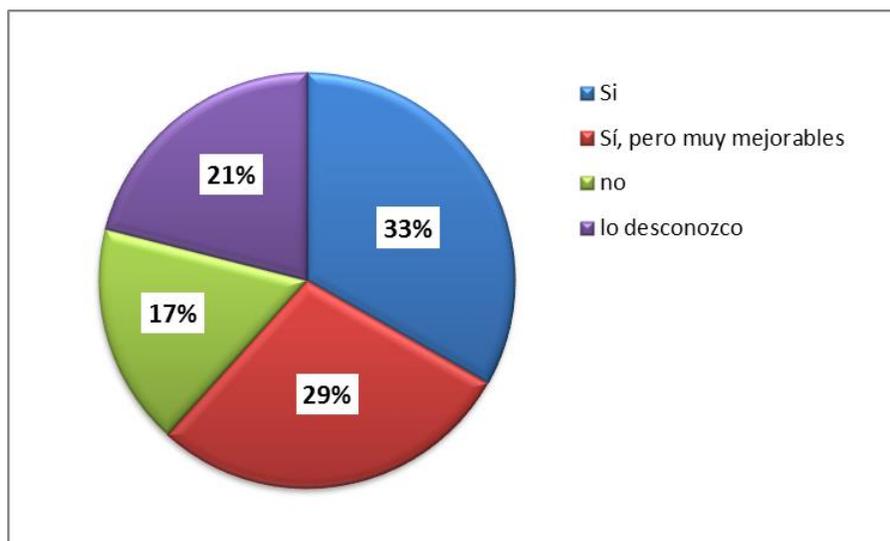


Figura 76. Políticas internas para la igualdad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 33% de docentes aseguraron que existen estas políticas internas en la facultad de filosofía, por otra parte el 29% opinaron que sí existen estas políticas pero muy mejorables y otros 21% docentes comentaron que desconocen la existencia de estas políticas internas para la igualdad en la Facultad de Filosofía.

36) ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Filosofía?

Tabla 73

Jornada de ideas para mejorar la CI en la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	47	30%
Muy buena	37	25%
Buena	31	21%
Regular	15	9%
Deficiente	23	15%
Total	153	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

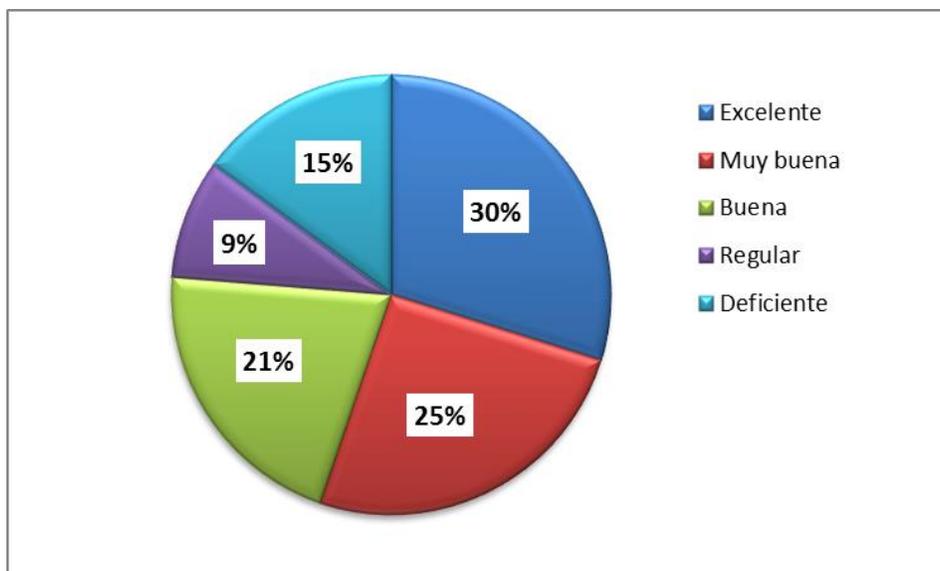


Figura 77. Jornada de ideas para mejorar la CI en la Facultad de Filosofía

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 30% de los docentes calificaron como “Excelente” la idea que exista una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la facultad, luego el 25% que consideraron “Muy Buena” la idea y un 21% detallaron como “Buena” que exista una jornada de idea para mejorar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía.

3.5.3. Análisis de encuestas aplicadas a personal administrativo

1) Sexo

Tabla 74

Sexo del personal administrativo encuestado

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Hombre	50	38%
Mujer	83	62%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

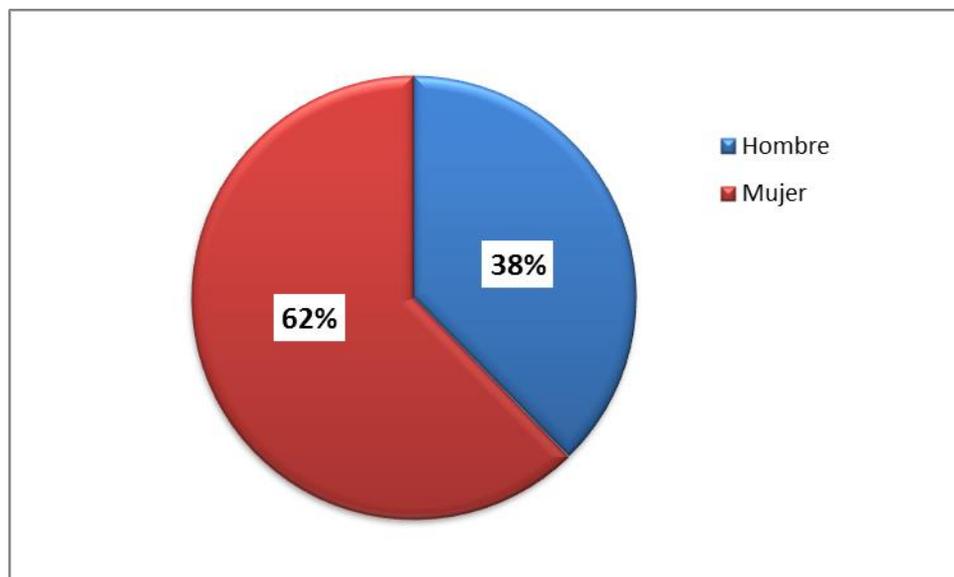


Figura 78. Sexo del personal administrativo encuestado

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Los encuestados de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Guayaquil se encontraron conformados con un 62% de personal administrativo del sexo femenino y con un 38% de administrativos de sexo masculino.

2) ¿Qué edad tiene usted?

Tabla 75

Edad del personal administrativo encuestado

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 25 años	11	8%
25 a 28 años	22	17%
29 a 32 años	27	20%
33 a 36 años	29	22%
37 a 40 años	23	18%
41 en adelante	21	15%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

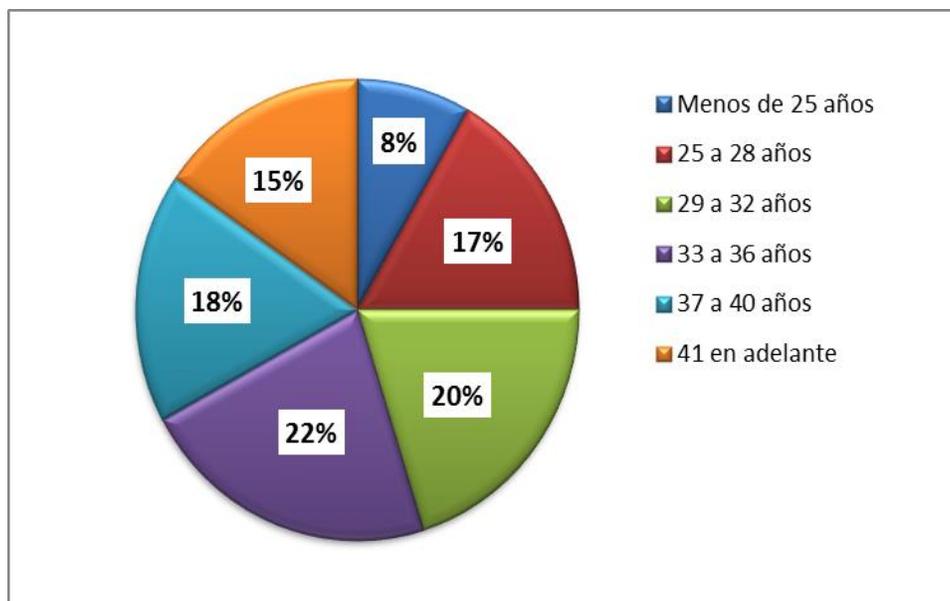


Figura 79. Edad del personal administrativo encuestado

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Se determinó que en la Facultad de Filosofía la mayor cantidad de personal administrativo estuvieron entre las edades de 33 a 36 años (22%), seguido de los que tienen entre 29 a 32 años (20%), luego las edades de entre 37 a 40 años (18%).

3) ¿Qué tiempo tiene laborando en la Facultad?

Tabla 76

Tiempo laborando del personal administrativo en la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Menos de 1 año	11	8%
1 a 3 años	44	33%
4 a 7 años	46	35%
7 en adelante	32	24%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

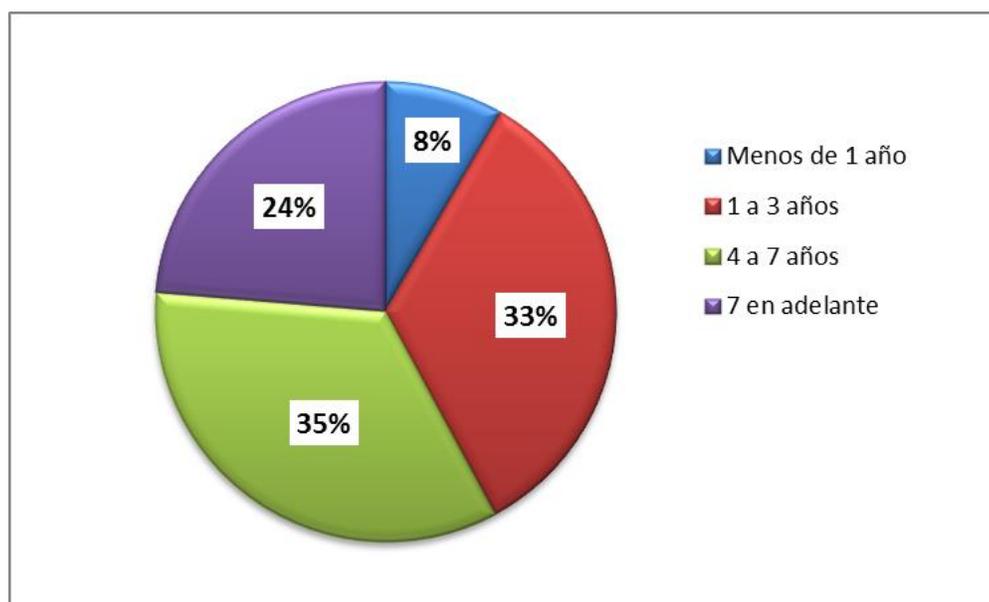


Figura 80. Tiempo laborando del personal administrativo en la facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El personal administrativo se encontró en su mayoría laborando desde 4 a 7 años en la facultad de Filosofía (35%), luego están los administrativos entre 1 a 3 años laborando (33%), seguido de los que se encuentran laborando desde los 7 años en adelante (24%).

4) ¿Conoce la historia de su Facultad?

Tabla 77

Conocimiento de la historia de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	27	22%
No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto.	29	23%
Sí, por mis propios medios.	44	31%
Sí, porque la facultad me ha informado al respecto.	33	24%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

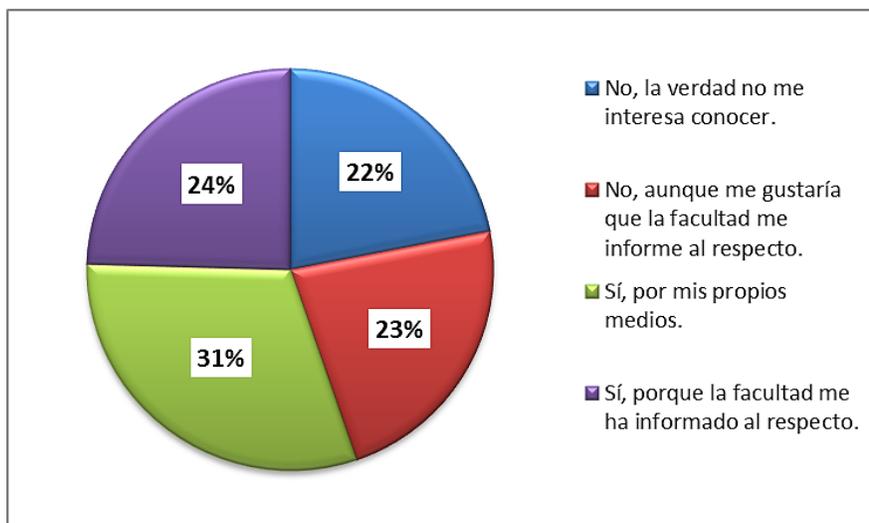


Figura 81. Conocimiento de la historia de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 31% el personal administrativo opinaron que conocen la historia de su facultad pero que lo hicieron por sus propios medios, por otro lado el 24% se informaron porque la facultad lo ha informado y el 23% respondió que no conoce la historia pero que les gustaría que la facultad les informe al respecto.

5) ¿Conoce la historia de su Universidad?

Tabla 78

Conocimiento de la historia de la Universidad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No, la verdad no me interesa conocer.	22	17%
No, aunque me gustaría que la universidad me informe al respecto.	23	18%
Sí, por mis propios medios.	18	12%
Sí, porque la universidad me ha informado al respecto.	70	52%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

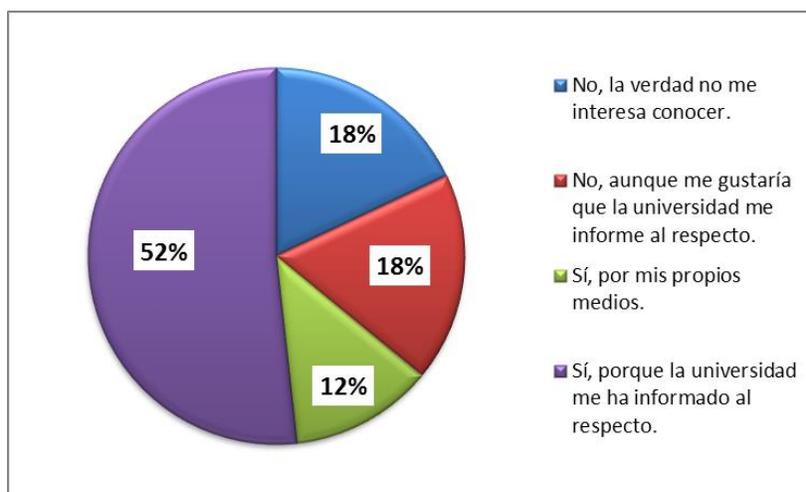


Figura 82. Conocimiento de la historia de la universidad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 52% opinaron que conocen la historia de la universidad porque la universidad les ha informado al respecto, por otro lado el 18% desconoce acerca de la historia de la universidad y les gustaría que se le informara al respecto y otros 12% opinaron que conocieron la historia por sus propios medios.

6) ¿Conoce la misión, visión y los valores de su Facultad?

Tabla 79

Conocimiento de la misión, visión y valores de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)	16	12%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	9	7%
Conozco la misión, visión y los valores.	39	29%
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la facultad.	35	26%
No, no conozco nada del proyecto institucional.	34	25%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

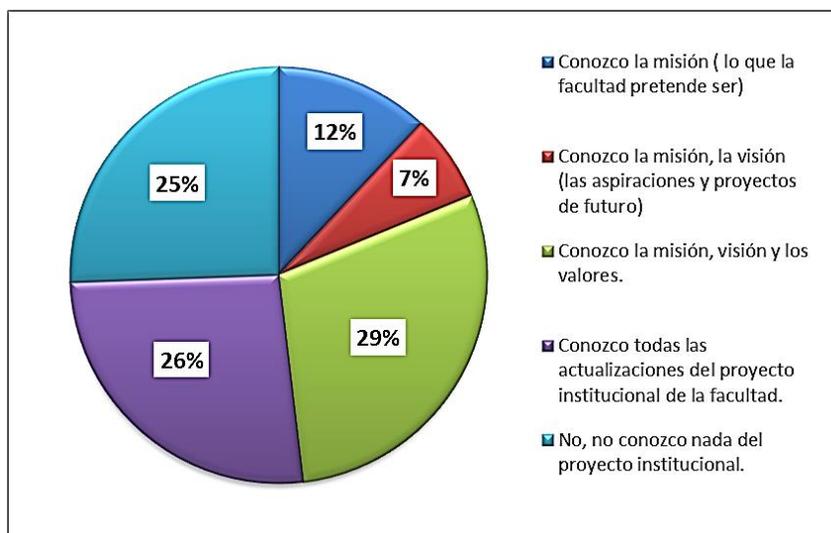


Figura 83. Conocimiento de la misión, visión y valores de la facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 29% de administrativos encuestados conocen la misión, visión y los valores de la facultad, por el contrario el 26% manifestaron que conocen todas las actualizaciones del proyecto institucional y otros 25% opinaron que no conocen nada del proyecto institucional de la facultad.

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

Tabla 80

Conocimiento de la misión, visión y valores de la UG

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)	24	18%
Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro)	27	20%
Conozco la misión, visión y los valores.	25	19%
Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Universidad de Guayaquil.	23	17%
No, no conozco nada del proyecto institucional.	34	26%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

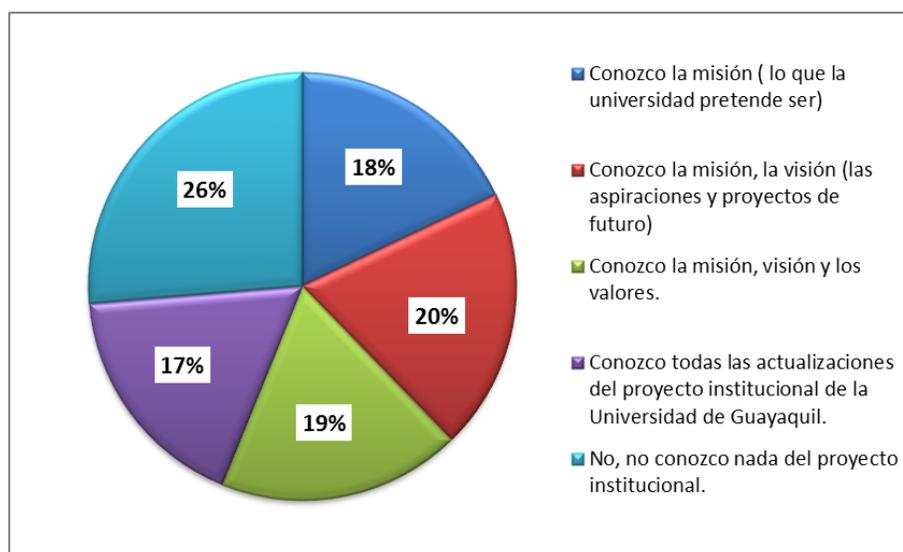


Figura 84. Conocimiento de la misión, visión y valores de la UG

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 26% de los encuestados no conocen nada con respecto al proyecto institucional de la Universidad de Guayaquil, por otro lado el 20% declararon que conocen la misión y visión de la universidad seguido del 19% que conocen la misión, visión y los valores de la Universidad de Guayaquil.

8) ¿Con qué valor cree que la Facultad de Filosofía se identifica en la praxis?

Tabla 81

Valor con el que la Facultad de Filosofía se identifica en la praxis

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso Social.	20	15%
Excelencia y calidad educativa.	34	26%
Iniciativa y trabajo en equipo.	26	19%
Respeto.	16	12%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	37	28%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

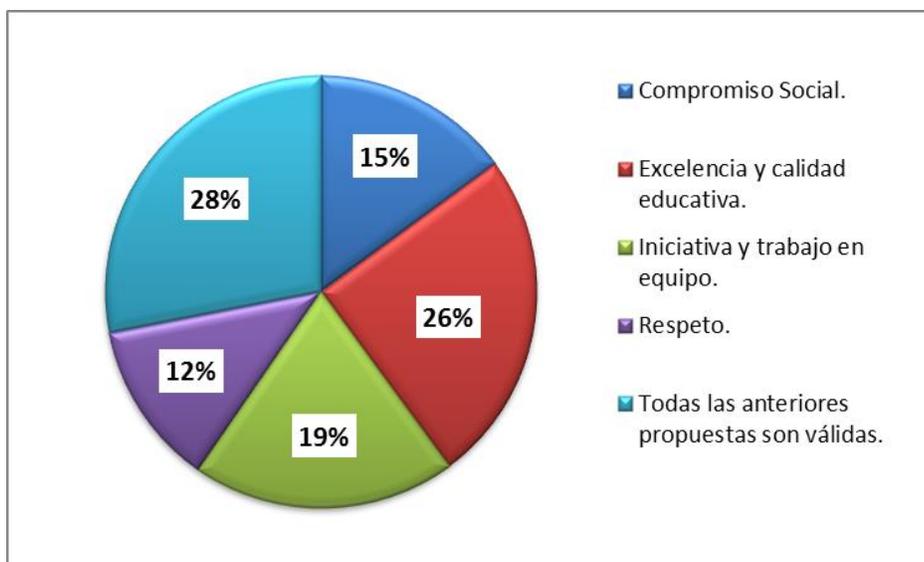


Figura 85. Valor con el que la Facultad de Filosofía se identifica en la praxis

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 28% opinaron que todas las propuestas son válidas, por otro lado el 26% cree que la facultad se identifica con la excelencia y calidad educativa y otros 19% opinaron que el valor con el que se identifica la facultad en la praxis es la iniciativa y trabajo en equipo.

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

Tabla 82

Valor con el que la UG se identifica en la praxis

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Compromiso Social.	35	26%
Excelencia y calidad educativa.	25	19%
Iniciativa y trabajo en equipo.	24	18%
Respeto.	23	17%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	26	20%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

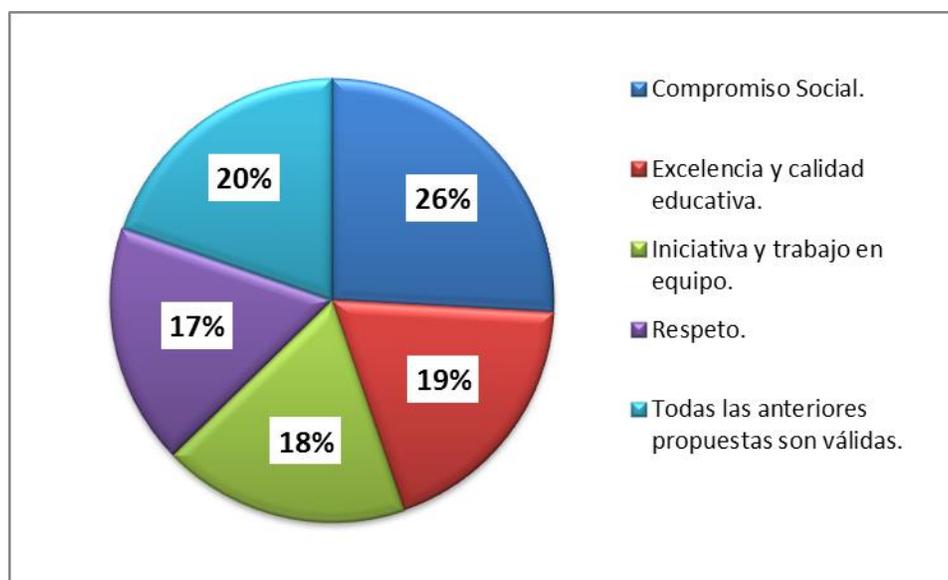


Figura 86. Valor con el que la UG se identifica en la praxis

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 26% consideraron que el valor con el que se identifica la Universidad de Guayaquil en la praxis es el compromiso social, el 20% opinaron que todas las propuestas son válidas, seguido del 19% que estimaron que la excelencia y calidad educativa es el valor con el cual se identifica la Universidad de Guayaquil.

10) ¿Conoce las autoridades de la Facultad de Filosofía?

Tabla 83

Conocimiento sobre autoridades de la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	87	65%
No	46	35%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

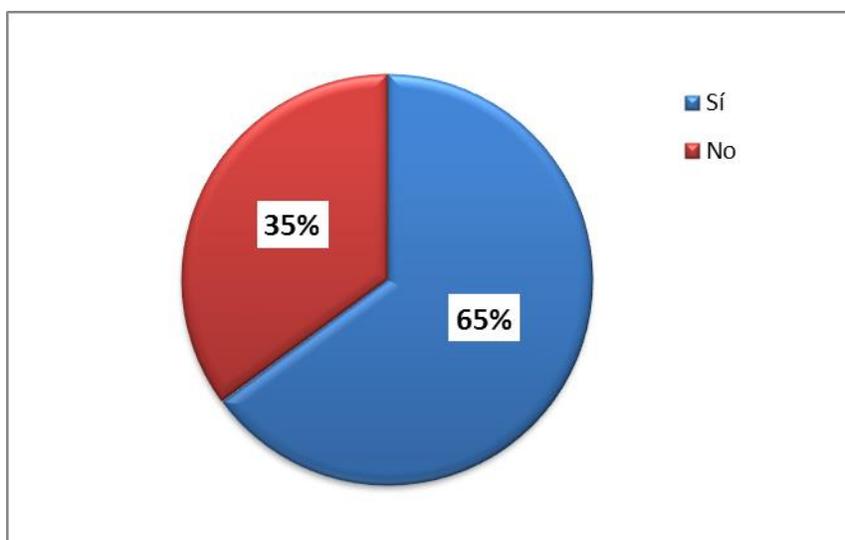


Figura 87. Conocimiento sobre autoridades de la Facultad de Filosofía
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 65% de encuestados afirmaron conocer a las autoridades de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil y un 35% manifestaron no conocer a las autoridades de la Facultad de Filosofía.

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

Tabla 84
Reputación de la UG

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	26	20%
Muy buena	44	32%
Buena	35	26%
Regular	8	7%
Deficiente	20	15%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

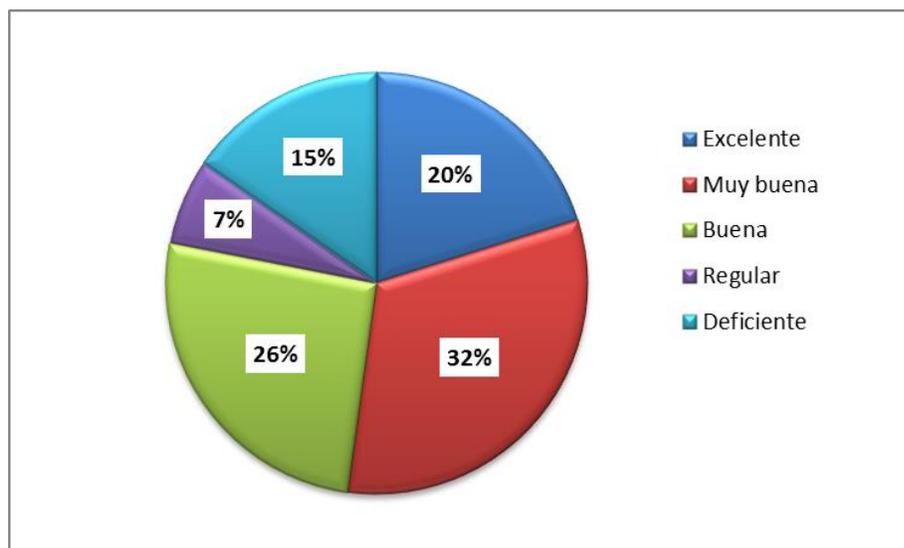


Figura 88. Reputación de la UG
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 32% calificaron como “Muy Buena” la reputación de la Universidad de Guayaquil, seguido del 26% que consideraron “Buena” y un 20% que detallaron como “Excelente” la reputación de la Universidad de Guayaquil.

12) ¿Cree que la Facultad de Filosofía goza de una reputación?

Tabla 85

Reputación de la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	23	17%
Muy buena	33	25%
Buena	30	23%
Regular	23	17%
Deficiente	24	18%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

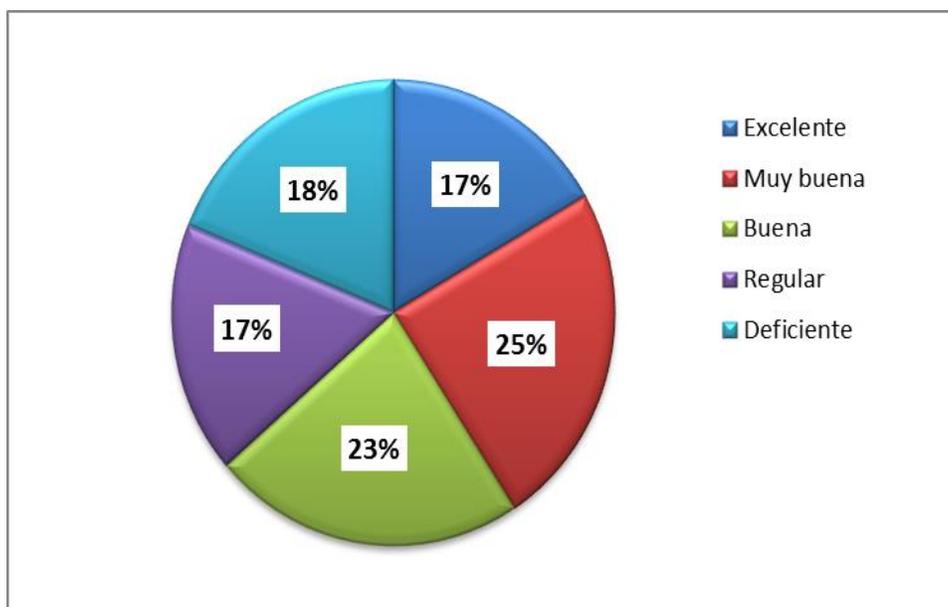


Figura 89. Reputación de la Facultad de Filosofía

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 25% calificaron como “Muy Buena” la reputación de la Facultad de Filosofía, luego el 23% consideraron “Buena” y un 18% que detallaron como “Deficiente” la reputación de la Facultad de Filosofía.

13) ¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía?

Tabla 86

Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad de Filosofía

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	95	71%
No	38	29%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

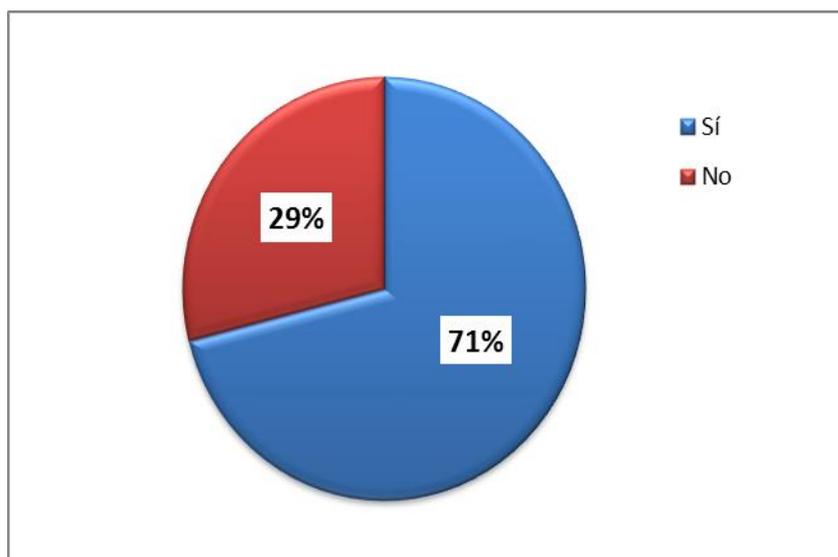


Figura 90. Comunicación interna ayuda al DO de la Facultad de Filosofía
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 71% de encuestados consideraron que una comunicación interna sí ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía, por el contrario el 29% opinaron que la comunicación interna no ayuda al desarrollo organizacional de la facultad.

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

Tabla 87

Comunicación interna efectiva en la Facultad y Universidad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Muy importante	45	34%
Importante	27	20%
Regular	22	16%
Poco importante	23	18%
Nada importante	16	12%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

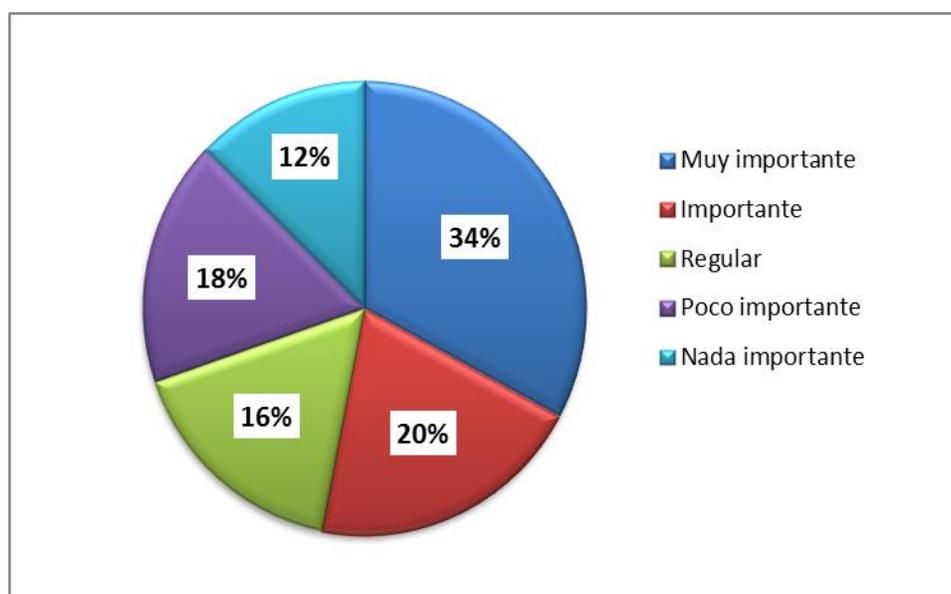


Figura 91. Comunicación interna efectiva en la Facultad y Universidad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 34% afirmaron que es muy importante gestionar la comunicación interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad, el 20% consideró importante la acción de gestionar la comunicación interna y por último el 18% manifestó como poco importante la gestión de la comunicación efectiva en la Facultad y Universidad.

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

Tabla 88

Grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de CI

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	25	19%
Muy buena	35	26%
Buena	28	21%
Regular	23	17%
Deficiente	22	16%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

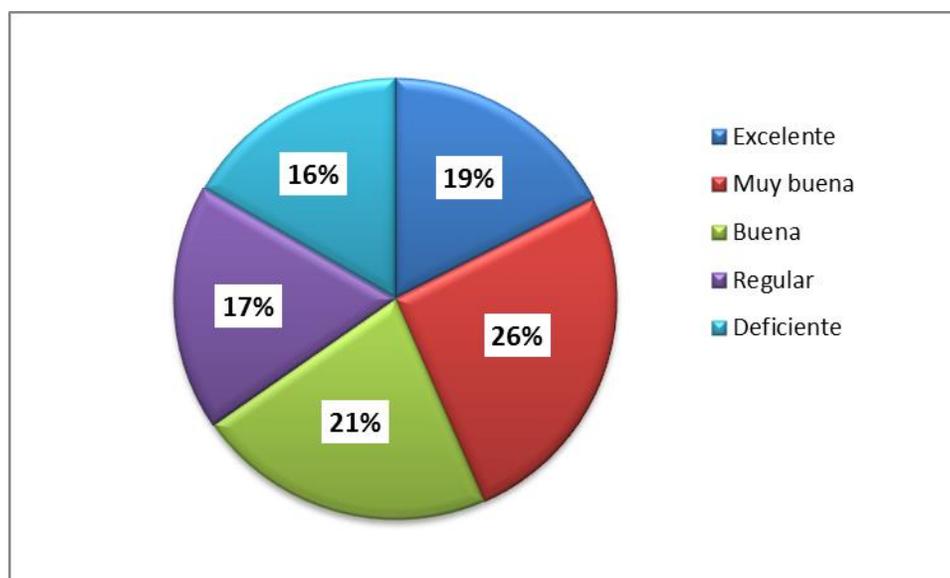


Figura 92. Grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de CI

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 26% calificó como “Muy Buena” y con el 21% como “Buena” la satisfacción que tienen acerca de los canales y mensajes de comunicación interna y un 19% detalló como “Excelente” su grado de satisfacción sobre los mensajes y canales de CI.

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

Tabla 89

Comunicación con el jefe inmediato

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente, se reúne conmigo periódicamente.	10	8%
Muy bueno, se reúne conmigo cuando lo solicito, aclarando dudas.	23	17%
Bueno, apenas hay suficiente diálogo interno funciona mejor la comunicación informal.	45	34%
Regular, podría decirse que sólo nos comunicamos por correo electrónico.	23	17%
Deficiente, está tan ocupado que nunca tiene tiempo para escucharnos.	32	24%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

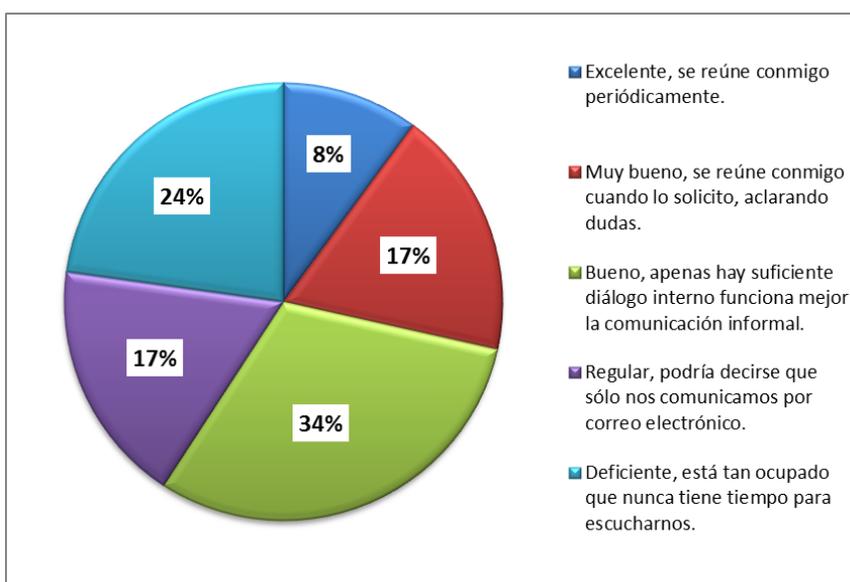


Figura 93. Comunicación con el jefe inmediato

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 34% opinaron que apenas hay dialogo interno con el jefe inmediato, otros 24% manifestaron que su jefe inmediato está tan ocupado que no tiene tiempo para escucharlos y el 17% dijeron que se reúnen con su jefe cuando se lo solicita para aclaración de dudas.

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

Tabla 90

Compañerismo en el entorno laboral

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	20	15%
Muy buena	36	27%
Buena	22	17%
Regular	28	21%
Deficiente	27	20%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

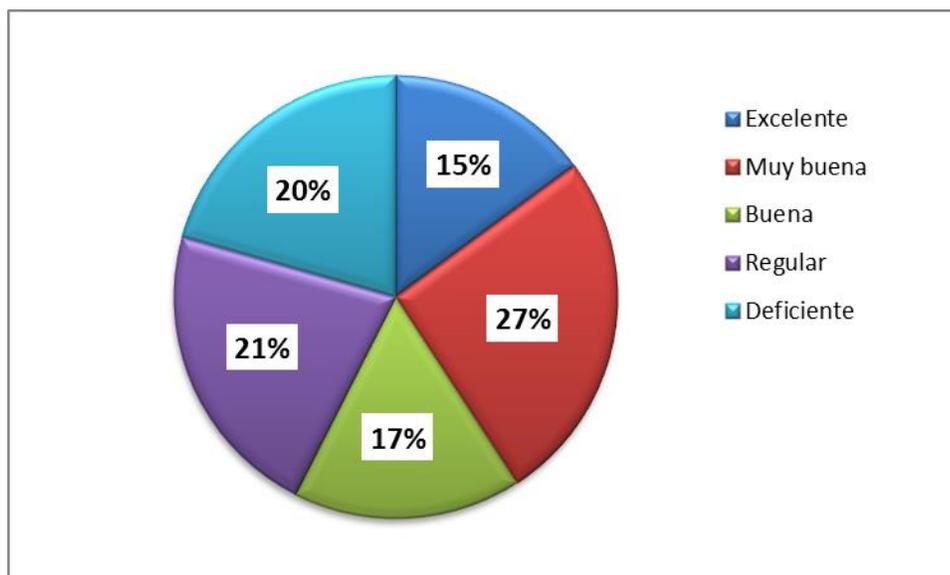


Figura 94. Compañerismo en el entorno laboral

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 27% calificó como muy bueno el compañerismo que viven en su entorno laboral, otros 21% opinó que está simplemente regular, por otro lado opinó el 20% que su compañerismo en el entorno laboral es deficiente.

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

Tabla 91

Área que se debe gestionar la CI

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Dirección de comunicación	34	26%
Marketing	46	35%
Planeación Estratégica	27	20%
Recursos Humanos	26	19%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

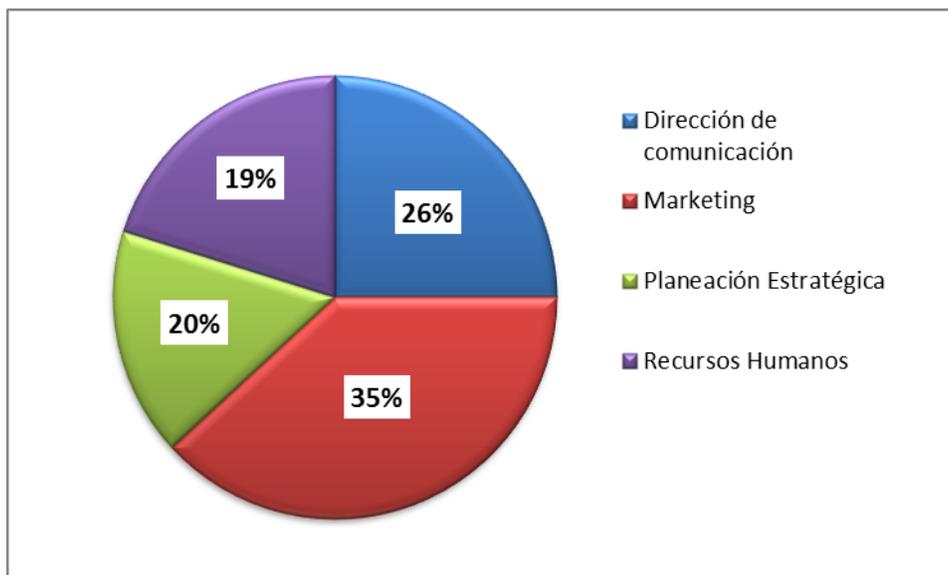


Figura 95. Área que se debe gestionar la CI
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 35% mencionó a Marketing como área para gestionar la comunicación interna, seguido de eso está Dirección de comunicación con el 26% y Planeación Estratégica escogido por el 20% como área de encargo de la gestión de CI en la Facultad de Filosofía.

19) ¿Conoce usted si en la Facultad de Filosofía hay una persona encargada de Comunicación Interna?

Tabla 92

Persona encargada de la CI

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sí	82	61%
No	51	39%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

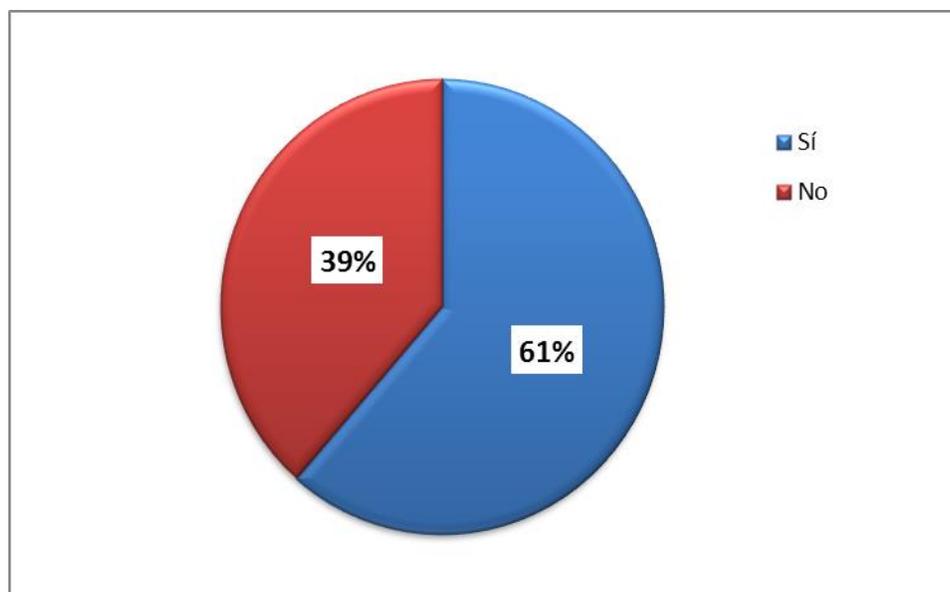


Figura 96. Persona encargada de la CI
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 61% de encuestados opinaron conocer a la persona que se encarga de la comunicación interna en la Facultad de Filosofía, por otro lado el 39% manifestaron que no tienen el conocimiento de la persona que se encarga de la comunicación interna en la Facultad de Filosofía.

20) ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Filosofía?

Tabla 93

Canales de CI que utiliza la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP	31	23%
Los canales digitales	23	17%
Los canales interpersonales	15	11%
Los canales multimedia	19	14%
Los canales convencionales	24	18%
Todas las anteriores propuestas son válidas	21	16%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

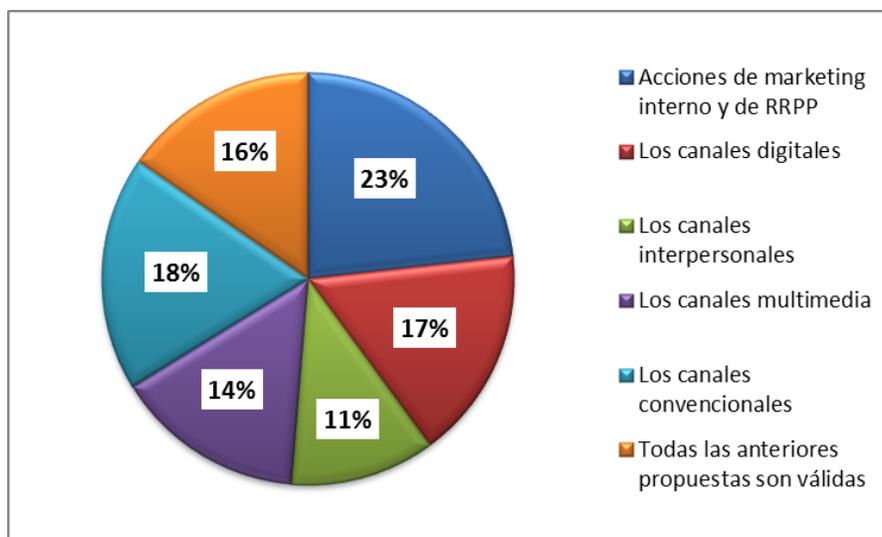


Figura 97. Canales de CI que utiliza la facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 23% las acciones de marketing interno es el canal más conocido en la Facultad de Filosofía, seguido de los canales convencionales 18% y luego están los canales digitales con un 17%.

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

Tabla 94

Medio que transmite información a nivel administrativo

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
E-mails	52	39%
Sistema interno de la Universidad de Guayaquil	12	9%
Redes Sociales Oficiales	12	9%
Informes	38	28%
Todas las anteriores	19	15%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

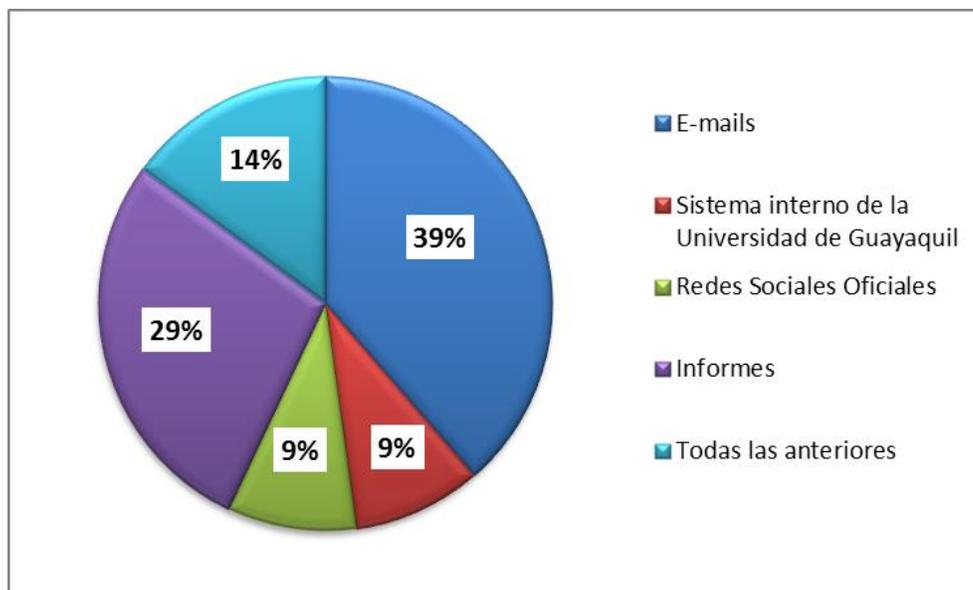


Figura 98. Medio que transmite información a nivel administrativo

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 39% denominaron a los e-mails como medio por el cual se da a conocer información importante en la facultad, le sigue los informes con el 29% y luego está el 15% que manifestó recibir información por todos estos medios.

22) ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Filosofía?

Tabla 95

Tipos de mensajes que recibe por parte de la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.	37	28%
Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional generando compromiso con la universidad.	28	21%
Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil.	27	20%
Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas. Todas las anteriores propuestas son válidas.	14	10%
Todas las anteriores propuestas son válidas	15	11%
No recibo ningún tipo de mensaje.	12	9%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

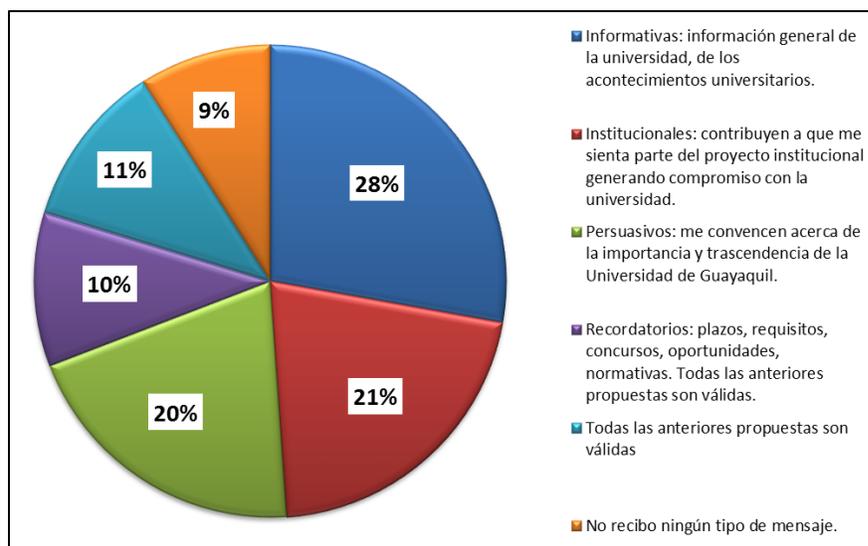


Figura 99. Tipos de mensajes que recibe por parte de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Los mensajes que más recibe el personal administrativo por parte de la facultad son los mensajes informativos 28%, le siguen mensajes institucionales 21% y luego los mensajes persuasivos 20%.

23) ¿Qué medios cree que debe cuidar Facultad de Filosofía para mejorar su imagen interna? (escoja mínimo 3 alternativas)

Tabla 96 Medios que la Facultad debe de cuidar para mejorar su imagen interna

Característica	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.	41	31%
Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.	24	18%
Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y exalumnos.	10	8%
Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.	13	10%
Mejorar la imagen de marca de la web institucional y / o mejorar la intranet.	18	13%
Optimizar los canales de comunicación interna.	9	7%
Organizar programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes.	12	9%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	6	4%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

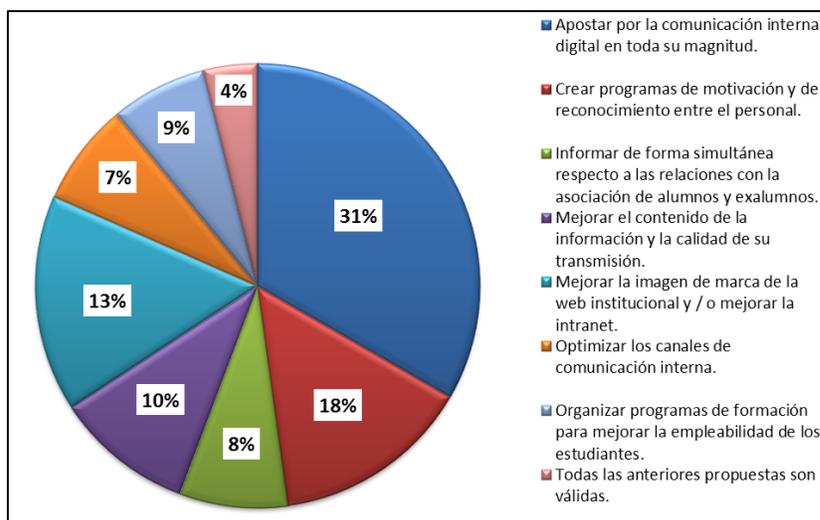


Figura 100. Medios que la Facultad debe de cuidar para mejorar su imagen interna

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 31% apostaron por la comunicación interna digital, un 13% manifestaron mejorar la imagen de la web institucional y otros opinaron 18% el medio de crear programas de motivación y reconocimiento al personal.

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

Tabla 97

Calificación de los recursos para el desempeño laboral

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	21	16%
Muy buena	28	21%
Buena	26	20%
Regular	35	26%
Deficiente	23	17%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

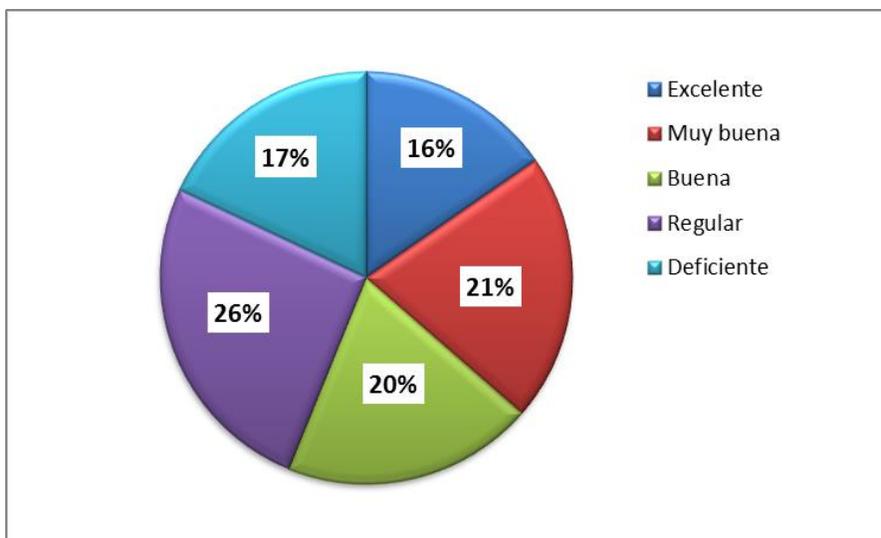


Figura 101. Calificación de los recursos para el desempeño laboral
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 26% de encuestados catalogaron como regular la infraestructura existente en la Facultad de Filosofía, otros 21% la calificaron como muy buena y con el 20% opinaron como buena la infraestructura que posee la Facultad de Filosofía.

25) ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil?

Tabla 98

Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Es bueno, pero llega tarde.	40	30%
Es excelente y motivador.	36	27%
Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.	38	29%
No existe.	19	14%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

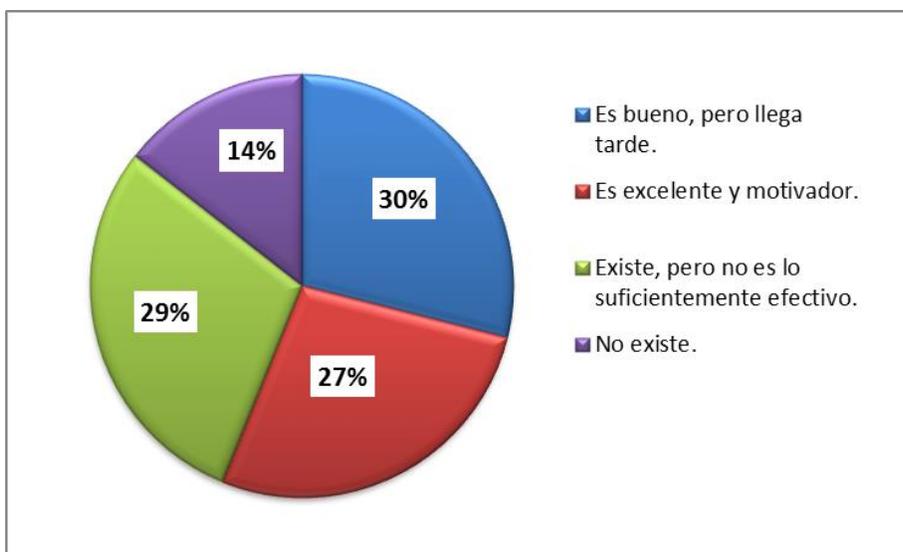


Figura 102. Calificación del reconocimiento del personal administrativo y académico

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 30% opinó que el reconocimiento al personal administrativo y académico es bueno pero demora en llegar, por otro lado el 29% manifestó que existe pero no es lo suficientemente efectivo y otros 27% opinaron que es excelente y motivador.

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

Tabla 99

Autoridades para mejorar el área académica y administrativa

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No se preocupa nunca.	32	24%
No, hace poco	30	23%
Sí, hace algo. No mucho.	8	6%
Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.	19	14%
Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.	29	22%
Desconozco lo que hace el decano en estas áreas.	15	11%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

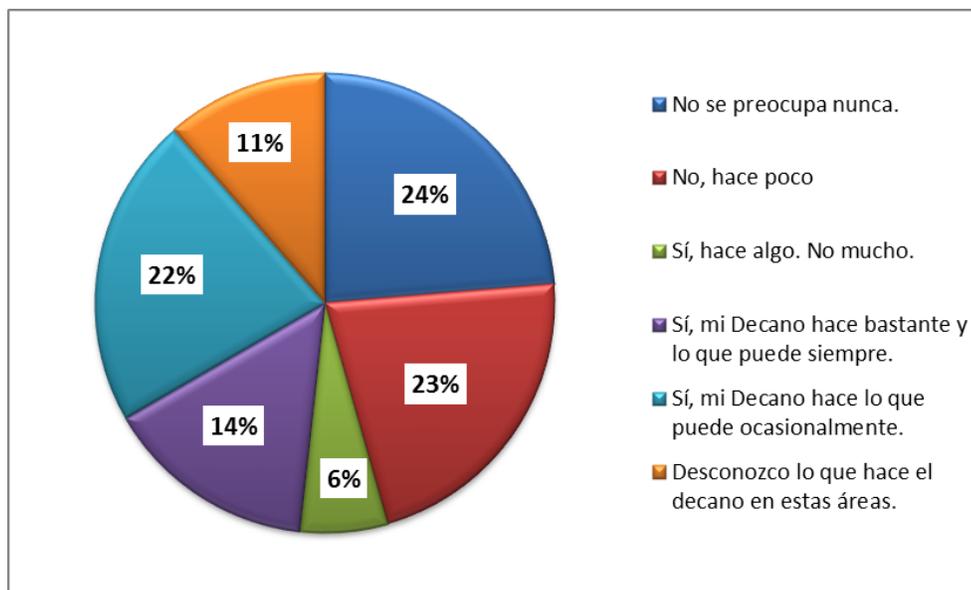


Figura 103. Autoridades para mejorar el área académica y administrativa

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Cerca del 24% de encuestados sostuvo que las autoridades de la facultad no se preocupan nunca por mejorar el área académica y administrativa, por el contrario el 23% opina que el decano hace poco y otros 22% opinan que el decano hace lo que puede ocasionalmente.

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

Tabla 100 *Universidades públicas mejores que la UG*

Característica	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.	20	15%
Dudo que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones.	15	11%
No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades	19	14%
No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales. No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.	10	8%
No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.	13	10%
Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.	12	9%
Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.	16	12%
Sí, otras universidades ofrecen un buen ambiente universitario: oportunidades formativas, actividades sociales.	28	21%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

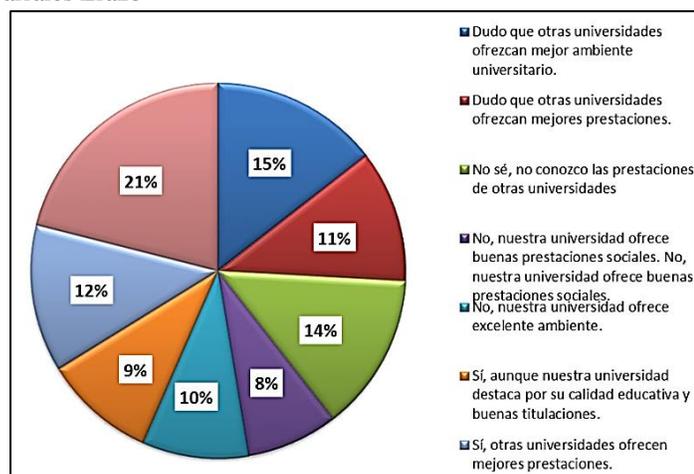


Figura 104. Universidades públicas mejores que la UG
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 21% manifestó que otras universidades sí ofrecen un buen ambiente universitario que no conocen las prestaciones de otras universidades, mientras que el 15% dudó de que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones y otros 14% opinó que desconocen las prestaciones de otras Universidades.

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

Tabla 101

Nivel de pertenencia hacia la marca UG

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alto	48	35%
Medio	47	36%
Bajo	38	29%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

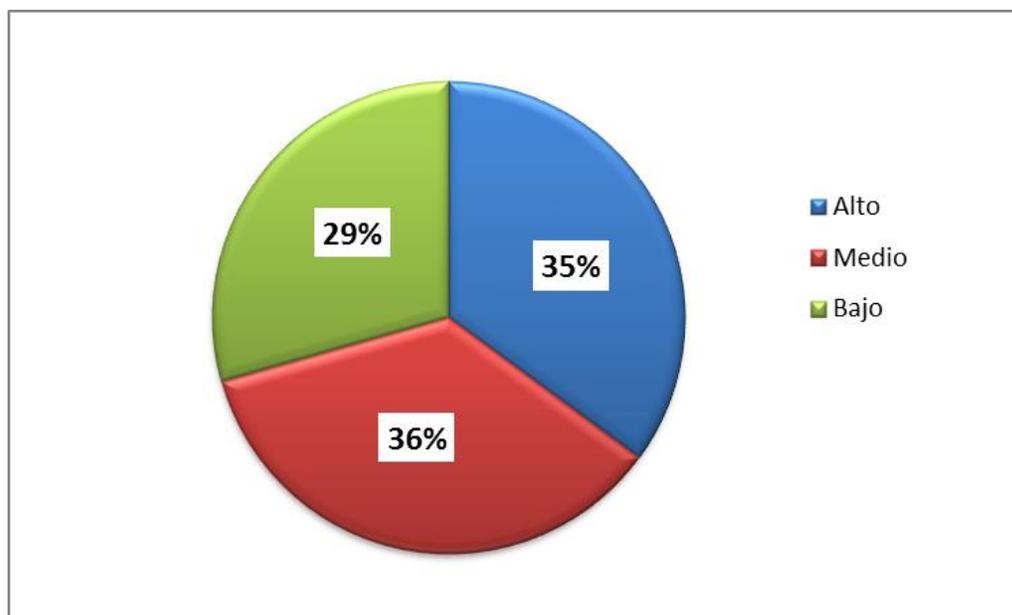


Figura 105. Nivel de pertenencia hacia la marca UG

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 36% aseguraron que el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG es medio, por otro lado el 35% catalogaron como alto el nivel de pertinencia y por último el 29% consideró un bajo nivel de pertinencia hacia la marca UG.

29) Si tuviera oportunidad de cambiarse de trabajo ¿Lo haría?

Tabla 102

Oportunidad de cambio de trabajo

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.	48	36%
No, decididamente, en estos momentos no me iría.	30	23%
Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.	28	21%
Sí, me cambiaría con mucha pena.	15	11%
Sí, me cambiaría sin dudarlo.	12	9%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

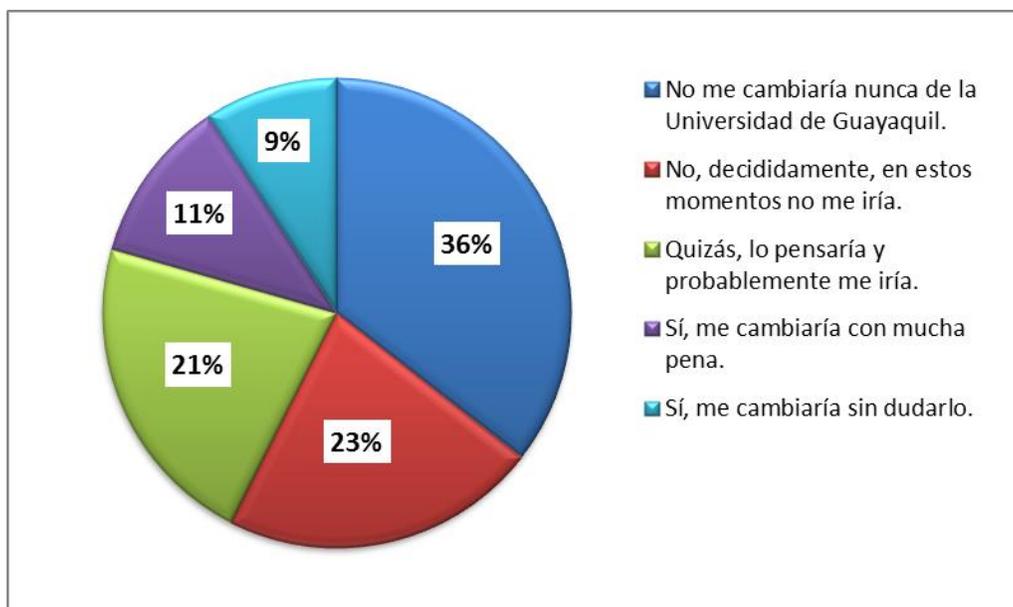


Figura 106. Oportunidad de cambio de trabajo

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 36% de encuestados manifestaron que no se cambiarían nunca de la Universidad de Guayaquil, otros 23% que en estos momentos no se irían de la UG y luego está el 21% que lo pensaría y probablemente se irían.

30) ¿Si se pudiera mejorar la comunicación interna y el clima laboral en la Facultad de Filosofía, qué aspecto o aspectos considera prioritarios?

Tabla 103 *Aspecto a considerar para mejorar la CI y el clima laboral en la Facultad*

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Crear nuevos canales de comunicación interna.	28	20%
Diseñar políticas y planes de comunicación interna.	22	17%
Mejorar la participación e implicación de los Decanos en actividades y programas de comunicación interna.	23	18%
Optimizar los canales actuales de comunicación interna.	20	15%
Realizar campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado.	12	9%
Todas las anteriores propuestas son válidas	28	21%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

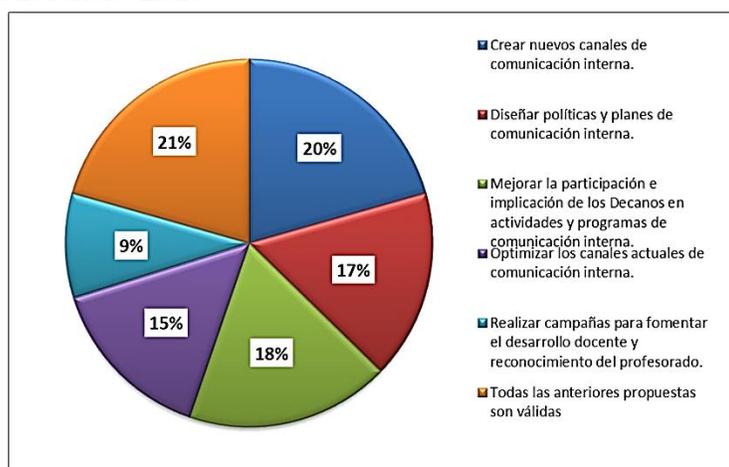


Figura 107. Aspecto a considerar para mejorar la CI y el clima laboral en la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con un 21% consideraron que todas las propuestas presentadas son válidas para mejorar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía, otros 20% opinaron que la propuesta prioritaria es la de crear nuevos canales para la CI y luego el 18% manifestó la propuesta de mejorar la participación e implicación de los decanos en actividades y programas de CI.

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

Tabla 104

Proyecto Institucional como guía para mejorar calidad académica

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Creo que no puedo opinar.	35	26%
No contribuye.	38	29%
Si contribuye.	40	30%
No tengo información sobre este tema.	20	15%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

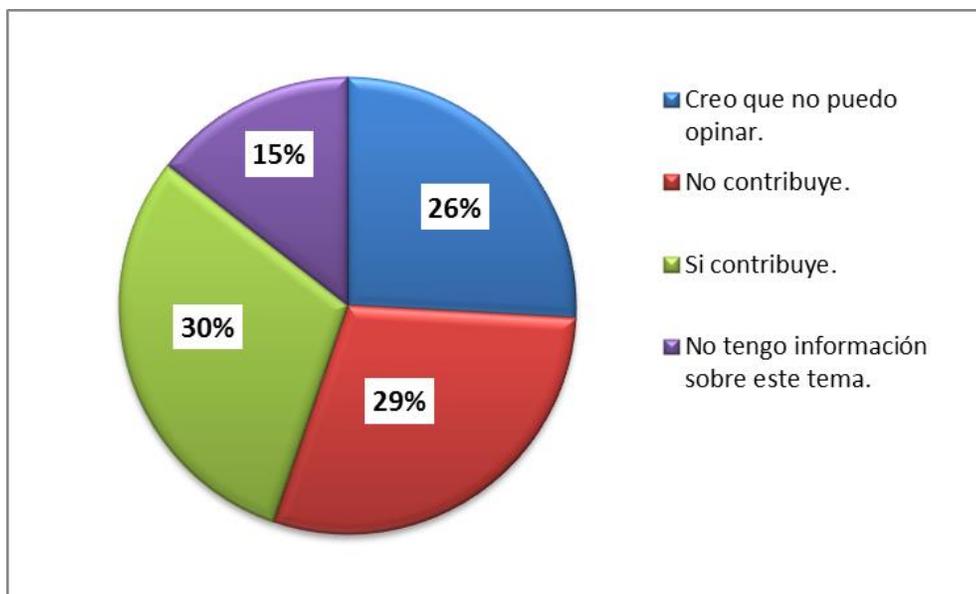


Figura 108. Proyecto Institucional como guía para mejorar calidad académica
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 30% consideró que el proyecto institucional sí contribuye como una guía para mejorar la calidad académica y la integración, otros 29% opinaron que no contribuye y otros 26% prefirieron no opinar sobre el tema.

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

Tabla 105
Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil

Característica	Frecuencia	Frecuencia
	Absoluta	Relativa
Acoger al personal desde el inicio para que se involucre en el puesto y en los objetivos departamentales.	25	19%
Apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto.	24	18%
Crear entrevistas de objetivos y de evaluación del desempeño.	15	11%
Dar a conocer el proyecto institucional (misión, visión, valores) utilizando diferentes canales.	25	19%
Diseñar políticas y ofrecer mejores prestaciones sociales en RRHH.	19	14%
Implantar programas de reconocimiento dirigidos a todo el personal	11	8%
Todas las anteriores propuestas son válidas.	14	10%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

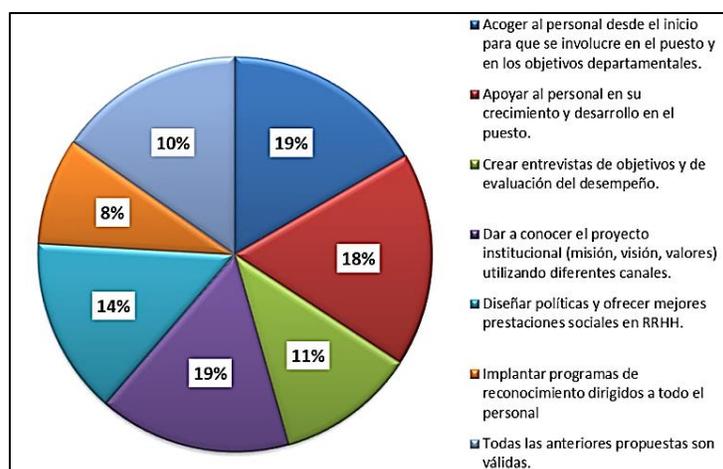


Figura 109. Compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 19% opinó acoger al personal desde el inicio e involucrarlo en los objetivos departamentales, seguido del 18% que estimó apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto de trabajo y otros 14% manifestaron diseñar políticas y mejores prestaciones en RRHH

33) ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil?

Tabla 106

Recomendación de canales para la CI en la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Acciones de marketing interno y de RRPP	27	20%
Los canales digitales	28	21%
Los canales interpersonales	22	17%
Los canales multimedia	19	14%
Los canales convencionales	12	9%
Todas las anteriores propuestas son válidas	25	19%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

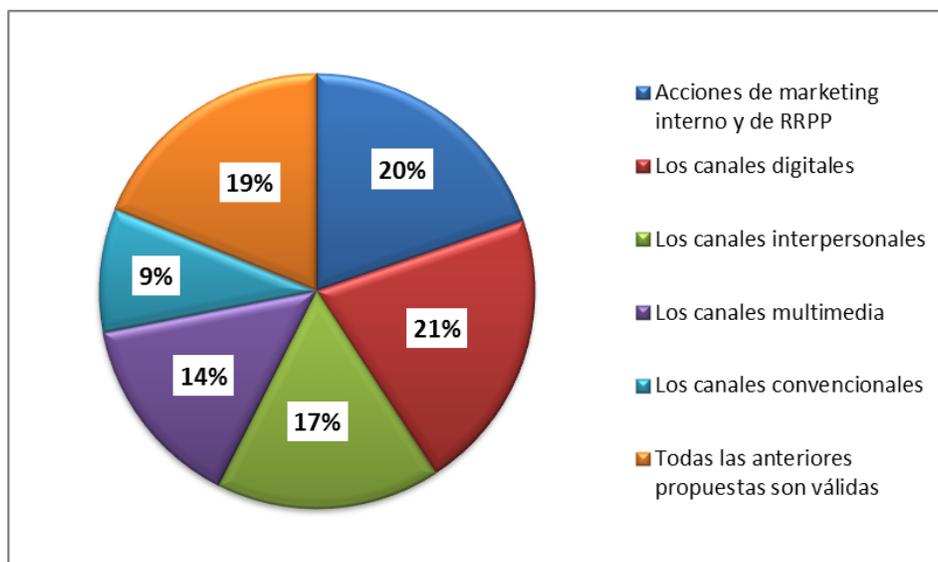


Figura 110. Recomendación de canales para la CI en la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Con el 21% recomendaron los canales digitales como canal de comunicación interna para la facultad, otros 20% consideraron las acciones de marketing interno y de RRPP, por otro lado con el 19% opinó que todas las anteriores respuestas son válidas como una recomendación de canal para la CI.

34) ¿Existen políticas internas para la igualdad?

Tabla 107

Existencia de política internas para la igualdad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	48	36%
Sí, pero muy mejorables	39	29%
No	20	15%
Lo desconozco	26	20%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

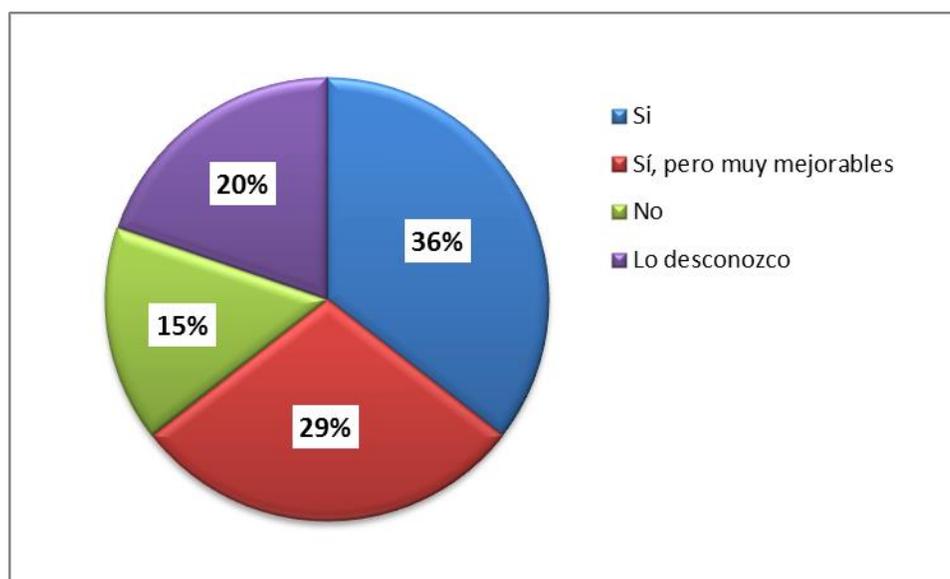


Figura 111. Existencia de políticas internas para la igualdad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 36% aseguró que sí existen estas políticas internas en la facultad de filosofía, por otra parte el 29% opinó que sí existen estas políticas pero muy mejorables y otros 20% desconocen la existencia de estas políticas internas para la igualdad en la Facultad de Filosofía.

35) ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Filosofía?

Tabla 108

Jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Excelente	32	24%
Muy buena	41	31%
Buena	26	20%
Regular	19	14%
Deficiente	15	11%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

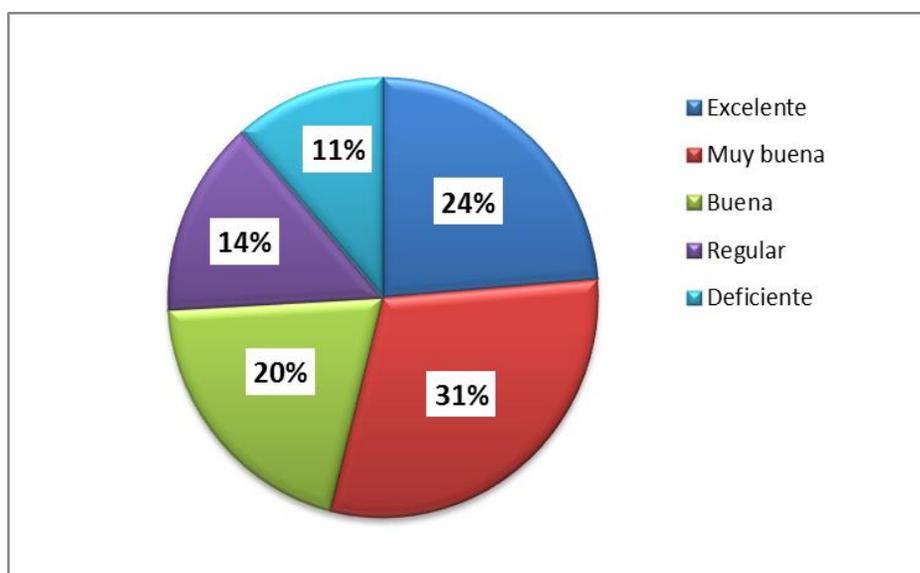


Figura 112. Jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: El 31% calificó como “Muy Buena” la idea de que exista una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la facultad, luego el 24% consideró como “Excelente” la idea y un 20% detalló como “Buena” que exista una jornada de idea para mejorar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía.

36) ¿Cuál es el nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG?

Tabla 109

Nivel de sentido de pertenencia hacia la marca UG

Característica	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Alto	50	37%
Medio	51	38%
Bajo	32	24%
Total	133	100%

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

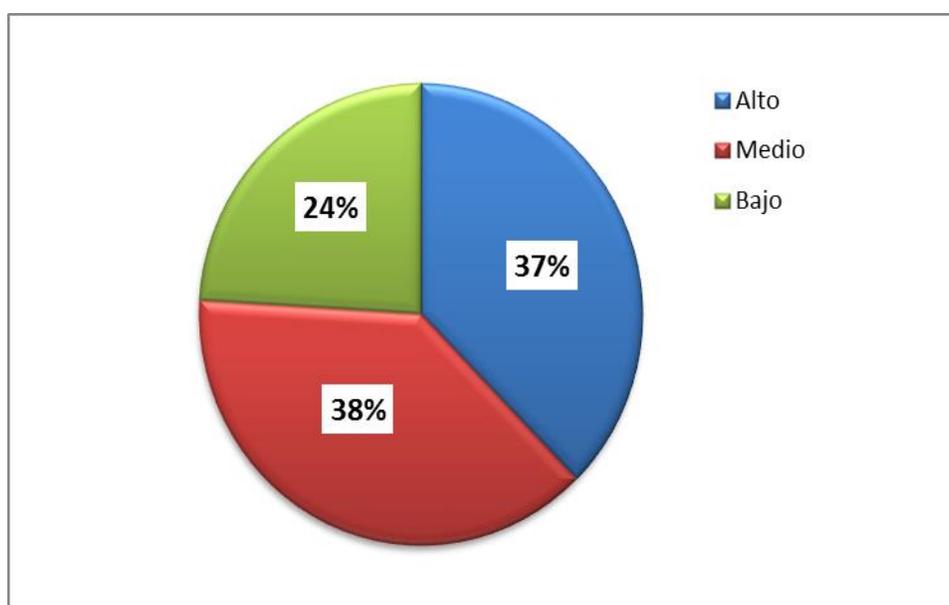


Figura 113. Nivel de pertenencia hacia la marca UG

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Análisis: Alrededor del 38% aseguró que el nivel de sentido de pertinencia hacia la marca UG es medio, por otro lado el 37% catalogó como alto el nivel de pertinencia y por último el 24% consideró un bajo nivel de pertinencia hacia la marca UG.

Conclusión general de la encuesta

En las encuestas realizadas a estudiantes, docentes y personal administrativo se dieron a conocer los distintos factores que impiden que la Facultad de Filosofía se maneje una comunicación interna efectiva, también manifestaron no conocer los medios de comunicación oficiales de la Facultad y a su vez desconocen sobre la persona encargada de la comunicación interna. Los docentes y personal administrativo calificaron a la comunicación que existe con su jefe inmediato y la mayoría la detalló como una comunicación buena, se da suficiente diálogo interno pero manifestaron que mejor se da la comunicación informal con el jefe inmediato.

Determinaron que la comunicación interna ayuda rotundamente al desarrollo organizacional de la facultad, además mencionaron a Marketing como el área que debe gestionar la comunicación interna de la Facultad de Filosofía. Los estudiantes, docentes y personal administrativo les pareció muy buena la idea, de que exista una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad y también establecieron que se debe crear nuevos canales de comunicación interna y de preferencia que sean medios digitales en toda su magnitud como un medio esencial para mejorar la comunicación interna.

3.5.3.4. Entrevista a Docente y Personal administrativo

Lcda. Lorena Pérez Fuentes

Docente de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Guayaquil.

1. PLAN ESTRATÉGICO DE LA UNIVERSIDAD

- ¿Qué tan importante es la comunicación Interna para usted?

Importante, porque gracias a ella nos mantenemos informados los docentes de la facultad.

- ¿Conoce el plan estratégico de la Universidad de Guayaquil? ¿Qué destacaría de su contenido?

La verdad no mucho, no he tenido tiempo para informarme acerca del plan estratégico de la Universidad de Guayaquil.

- ¿Considera que el futuro comunicador interno debe conocerlo y trabajar en él? ¿Por qué?

En parte si porque eso lo ayudara a saber cuáles son los objetivos que tiene la universidad y tendría un poco más de guía en lo que deberá hacer para ayudarla a conseguirlo.

- ¿Cómo cree que se podría sociabilizar el PEUG para darlo a conocer mejor?

Creo que con charlas para los docentes ayudaría bastante para poder conocerlo mejor.

2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA

- ¿Existe un área de comunicación Interna en la Facultad de Filosofía?

Sí, pero esta poco organizada y es casi nula su presencia en la Facultad.

- ¿Cree que de existir un área de Comunicación interna en la Facultad de Filosofía debe trabajar con un plan estratégico? ¿por qué?

Si, para poder saber cuáles son los objetivos de esa área y el propósito por el cual están ahí. Poder saber que quieren hacer y como lo harán sería de gran ayuda.

- ¿Cree que este plan de comunicación interna debería estar alineado con el plan estratégico de la universidad?

En ciertos puntos si por que no son lo mismo, la facultad es una cosa y la universidad en si es otra.

- ¿Qué me comenta acerca de la coherencia entre la comunicación externa e interna?

Las dos tienen que ver la una con la otra así que debe de haber relación entre ellas

- ¿Cree que se informa al personal primero o a la prensa? ¿Cómo se ha sentido?

Un poco abandonados por que se preocupan primero de la prensa que del propio personal docente.

- ¿A quién se debe informar primero a la prensa o al personal? ¿Por qué?

Al personal definitivamente, ya que somos los que trabajamos en la institución y si nosotros nos encontramos bien informados podemos reaccionar ante cualquier novedad.

Autoridades implicación en acciones de comunicación interna

- ¿Cree que las autoridades deben implicarse en acciones de comunicación interna? ¿Por qué?

Todas las autoridades que forman parte de la Universidad de Guayaquil deben tomar acciones para que se facilite la comunicación.

3. EQUIPO DE APOYO PARA COMUNICACIÓN INTERNA

- De existir un equipo que de apoyo al área de comunicación interna ¿cómo debe integrarse ese equipo?

Por personas especializadas en comunicación, porque si no tienen conocimiento en ese tema puede haber falencias a la hora de darse la comunicación interna.

4. ROL DEL COMUNICADOR INTERNO

- ¿Qué tarea prioritaria debe cumplir un comunicador interno en la Facultad de Filosofía? De dar la información correcta y de forma ágil y precisa a todo el personal tanto docente como administrativo.

5. CULTURA Y COMUNICACIÓN INTERNA

- ¿Cómo era la comunicación hace 3 años la cultura de la Universidad, está cambiando? ¿cómo es ahora? ¿Favorece la comunicación interna? ¿Qué importancia tiene la cultura organizacional en las estrategias de comunicación Interna?

No ha cambiado mucho, se podría decir que está casi que igual que hace 3 años atrás.

6. PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA FACULTAD DE FILOSOFÍA QUE SE DEBEN RESOLVER

- Enumere 3 grandes problemas en la UG
- Falta de compromiso de las autoridades.
- Mala coordinación de los docentes
- Poco interés de las autoridades al conocer los problemas de cada facultad

7. ÁREAS CON LAS QUE DEBE COORDINAR

- ¿Con qué áreas clave debe coordinar su trabajo la Facultad de Filosofía ¿qué importancia tiene RR.HH. para la Facultad?

Yo pienso que es un área muy importante porque ellos son los que se encargan de elegir al personal que labora en la institución, creo que debería estar coordinada con el área marketing porque ellos son los que saben cómo llevar un mensaje.

8. EL ÁREA DE CI

- ¿En la Universidad de Guayaquil quién debe liderar las CI? El DIRCOM, RR.HH.,
MARKETING

El departamento de recursos humanos por que ellos saben con las personas que tratan.

9. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNOS

- ¿Qué canales de comunicación interna conoce y utiliza?

- ✓ Buzón de sugerencias
- ✓ Correo electrónico X
- ✓ Boletín de noticias X
- ✓ Tablones X
- ✓ Redes sociales X
- ✓ Página web X
- ✓ Internet X
- ✓ WhatsApp X
- ✓ Otros:

- De los canales actuales digitales cual mejoraría ¿Por qué?

Página web, porque es muy poca utilizada y se está quedando atrás en relación a los otros canales.

- ¿Qué opina sobre los actuales canales para gestionar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía?

Que se puede mejorar su uso, mayormente el personal se entera por boca de compañeros o uno mismo debe estar buscando la información.

Lcda. Patricia Contreras Cruz

Personal administrativo de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Guayaquil.

1. PLAN ESTRATÉGICO DE LA UNIVERSIDAD

- ¿Qué tan importante es la comunicación Interna para usted?

Es un elemento clave para cualquier Institución, porque es la herramienta principal para mantener comunicados e informados a todos los que conforman dicha empresa o institución.

- ¿Conoce el plan estratégico de la Universidad de Guayaquil? ¿Qué destacaría de su contenido?

Si, destacaría sus objetivos estratégicos porque están bien enfocados en el desarrollo de una oferta académica de calidad y en fortalecer la investigación científica y tecnológica.

- ¿Considera que el futuro comunicador interno debe conocerlo y trabajar en él? ¿Por qué? Para conocer cuáles son sus objetivos y metas, para así ponerlo a la par de la universidad de Guayaquil y todos los objetivos que esta desee cumplir.
- ¿Cómo cree que se podría sociabilizar el PEUG para darlo a conocer mejor? Mediante conferencias para todos los docentes y administrativos que conforman la Universidad de Guayaquil.

2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA

- ¿Existe un área de comunicación Interna en la Facultad de Filosofía?

Sí, pero es poco utilizada y no funciona como es debido.

- ¿Cree que de existir un área de Comunicación interna en la Facultad de Filosofía debe trabajar con un plan estratégico? ¿por qué?

Para detallar estrategias comunicacionales y poder aplicarlas a la Institución ya que facilitaría muchas cosas a los docentes, administrativos y hasta los estudiantes.

- ¿Cree que este plan de comunicación interna debería estar alineado con el plan estratégico de la Universidad?

Si para poder mejorar la comunicación y todos los elementos que en ella comprenden ya que al estar alineado sirven como guía el uno del otro.

- ¿Qué me comenta acerca de la coherencia entre la comunicación externa e interna?

Cada una tiene sus falencias y problemas al momento de ser utilizadas aquí en la Facultad de Filosofía.

- ¿Cree que se informa al personal primero o a la prensa? ¿Cómo se ha sentido?

Se informa a la prensa y el personal se entera último por la falta de organización, por eso empiezan los problemas, por esas falencias es que debemos mejorar la comunicación interna.

- ¿A quién se debe informar primero a la prensa o al personal? ¿Por qué?

Se le debe informar primero al personal para que puedan contribuir a un mismo fin. Ya después de que todo el personal administrativo y docente este informado se le puede dar paso a otros.

Autoridades implicación en acciones de comunicación interna

- ¿Cree que las autoridades deben implicarse en acciones de comunicación interna? ¿Por qué? Sí, porque todos contribuyen a un mismo fin, y también porque son parte del personal administrativo de la facultad o universidad.

3. EQUIPO DE APOYO PARA COMUNICACIÓN INTERNA

- De existir un equipo que de apoyo al área de comunicación interna ¿cómo debe integrarse ese equipo? Por jerarquías ya que el orden y la buena organización es lo principal para una buena comunicación interna.

4. ROL DEL COMUNICADOR INTERNO

- ¿Qué tarea prioritaria debe cumplir un comunicador interno en la Facultad de Filosofía? Depende de las características y necesidades de lo que quieren informar porque cada tema tiene su forma y manera de ser tratado.

5. CULTURA Y COMUNICACIÓN INTERNA

- ¿Cómo era la comunicación hace 3 años la cultura de la Universidad, está cambiando? ¿cómo es ahora? ¿Favorece la comunicación interna? ¿Qué importancia tiene la cultura organizacional en las estrategias de comunicación interna? No está igual que como hace 3 años pero tampoco ha cambiado mucho, aún queda mucho por mejorar.

6. PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA FACULTAD DE FILOSOFIA QUE SE DEBEN RESOLVER

- Enumere 3 grandes problemas en la UG
Falta de Liderazgo del Rector de la U.G
Docente no acorde con la materia a dictar
Falta de coordinación de los Docentes

7. ÁREAS CON LAS QUE DEBE COORDINAR

- ¿Con qué áreas clave debe coordinar su trabajo la Facultad de Filosofía ¿qué importancia tiene RR.HH. para la Facultad? Muchísima, recursos humanos en uno de los departamentos fundamentales en cualquier empresa o institución, debería estar

coordinada con todas las áreas porque ellos son los encargados de todo el personal administrativo.

8. EL ÁREA DE CI

- ¿En la Universidad de Guayaquil quién debe liderar las CI? El DIRCOM, RR.HH., MARKETING? Creo que el Departamento de Marketing.

9. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNOS

- ¿Qué canales de comunicación interna conoce y utiliza?

- ✓ Buzón de sugerencias
- ✓ Correo electrónico X
- ✓ Boletín de noticias X
- ✓ Tablones
- ✓ Redes sociales X
- ✓ Página web X
- ✓ Internet X
- ✓ WhatsApp X

- ✓ Otros:

- De los canales actuales digitales cual mejoraría ¿Por qué?

Redes sociales, porque se le da poco uso a la página web y con los cambios tecnológicos que hay hoy en día las personas solo pasamos comunicadas vía online-

- ¿Qué opina sobre los actuales canales para gestionar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía? Mayoritariamente se enteran por rumores, o la información a veces no está actualizada de los eventos que se realizan en la facultad.

4. Capítulo

LA PROPUESTA

4.1. Objetivo General

Diseñar propuesta de mejoramiento para la comunicación interna de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

4.2. Objetivo Específico

- Diseñar estrategias de comunicación interna que beneficien y fortalezcan una comunicación efectiva para informar de manera oportuna hechos de interés público en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil.

4.3. Justificación de la propuesta

El proyecto se enfoca en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Guayaquil y de acuerdo con las encuestas y entrevista, los estudiantes, docentes y personal administrativo no se encuentran estrechamente ligados con la Facultad, no aplican las estrategias y herramientas correctas para transmitir una correcta comunicación interna y como resultado se presenta incertidumbre o desconocimiento de lo que sucede internamente en la Facultad.

Por tanto, el presente proyecto plantea una serie de estrategias de comunicación interna con el fin de que todos los miembros internos de la institución, estén conectados y fortalecer el vínculo entre ellos e impulsar las buenas relaciones internas para que exista una mejor transmisión de información y comunicación a nivel de Facultad.

4.4. Estrategias de comunicación interna

Se expone tres elementos esenciales que debe contener una estrategia de comunicación:

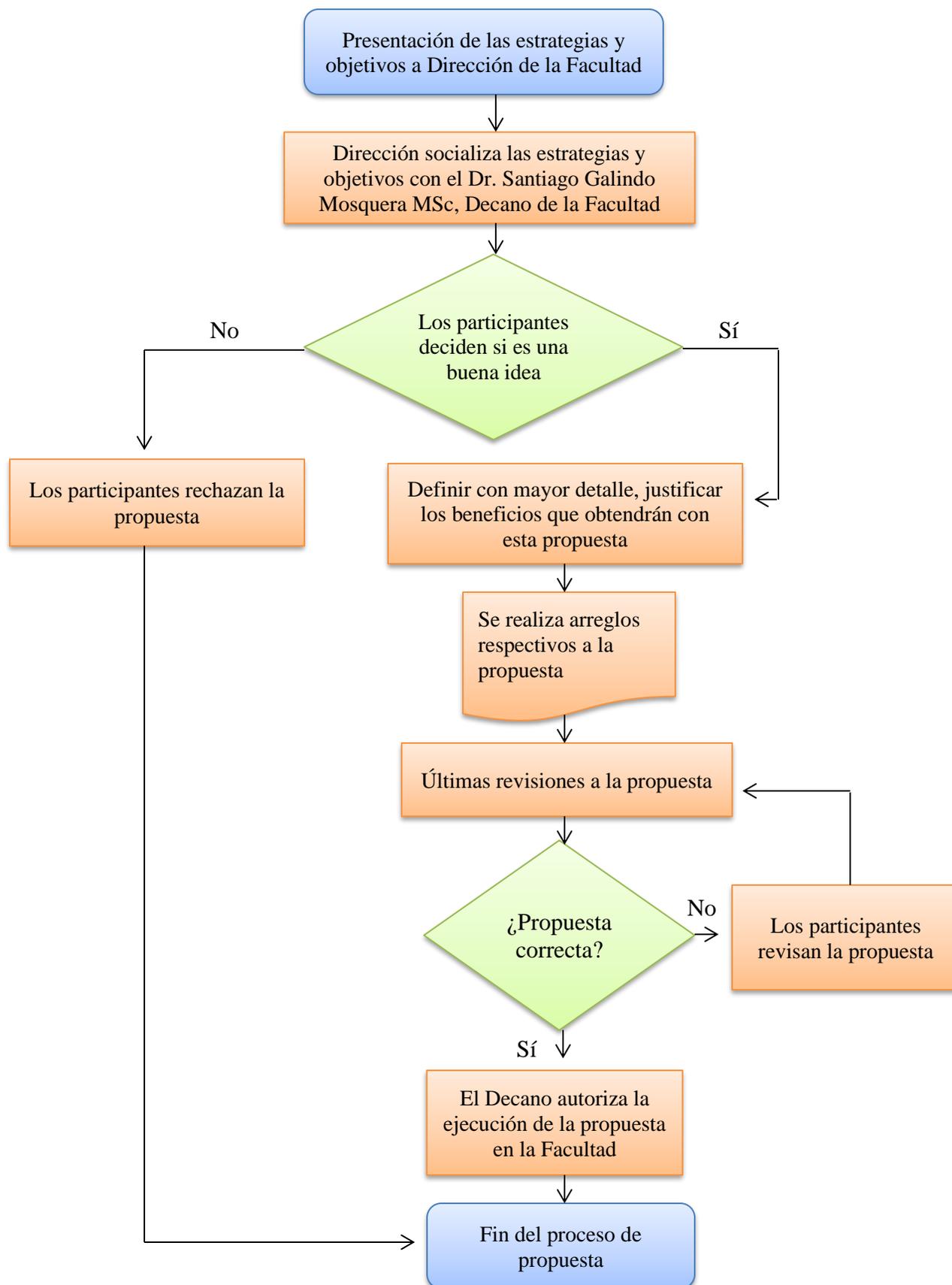
- **Primero: La atribución de responsabilidades.-** Según sea el tamaño de la organización, estas las debe de asumir un ejecutivo que esté vinculado ya sea por dirección de personal, o bien por dirección de comunicación.
- **Segundo: Concepción de los mensajes.-** debe tener una prioridad toda información interna que vaya a ser comunicada, existen claves que ayudan a que el mensaje sea eficaz en el entorno:
 - Comunicación con diligencia, para eliminar la deformación informativa que genera el rumor.
 - Un mensaje claro y sencillo, que garantice comprensión general.
 - Novedoso, para despertar interés.
 - Selectivo, orientado hacia los hechos que realmente motivan la comunicación.
- **Tercero: Elección de los instrumentos.-** en este punto se debe tener cuidado en escoger el instrumento al momento de comunicar, se puede utilizar un instrumento menos efectivo en la transmisión del mensaje según a la audiencia que se quiere llegar.

Estrategias y Objetivos recomendados

Tabla 106. Estrategias y objetivos recomendados

Estrategia	Objetivo	Actividad	Recurso	Responsable	Tiempo
Blog Institucional	Crear un blog únicamente para la Facultad de Filosofía y Letras.	<ul style="list-style-type: none"> • Delegar a una persona para que sea el responsable del manejo del blog, • Postear contenido acerca de ideas, artículos, opiniones, proyectos donde sean partícipes el público interno de la facultad. • Difundir internamente la plataforma y monitorear las visitas 	Humano Tecnológico Económico	Dirección de Comunicación	3 semanas
Redes Sociales Oficiales	Establecer presencia en las redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> • En la Facultad de Filosofía existe un 56% de estudiantes millennials, que utilizan redes sociales como medio principal para estar comunicado. • Definir y enfatizar la imagen institucional, creando una comunidad en torno a la institución. • Publicar información clara, conociendo las opiniones y reaccionar ante las mismas buscando mejorar la gestión y cubrir todo tipo de dudas y problemas. 	Humano Tecnológico Económico	Departamento de marketing	3 semanas
Cobertura informativa de eventos y actos de la institución	Seguir en tiempo real a todo tipo evento que se realice en la Facultad.	<ul style="list-style-type: none"> • Documentar muy bien el acontecimiento, detallando toda característica y personas que aparezca en ello. • Publicar la información en las plataformas digitales de la institución. 	Humano Tecnológico Económico	Personal de audiovisuales del Departamento de Comunicación	3 semanas

Diálogo interno	Mayor comunicación y coordinación entre las áreas de la Facultad.	<ul style="list-style-type: none"> Establecer una zona para plantear y mejorar el diálogo interno entre cada departamento de la Facultad. Cada reunión durará dos horas cada dos semanas, con el objetivo de actualizar información, presentar actividades, conocer cualquier inquietud, problema y buscar soluciones a ello. 	Humano Tecnológico Económico	Departamento de comunicación y Dirección.	2 semanas
Página web institucional	Aumentar la credibilidad y prestigio de la Facultad.	<ul style="list-style-type: none"> Actualmente la Facultad de Filosofía no cuenta con página web institucional, lo cual al momento de crear esta plataforma digital permitirá a los estudiantes, docentes y administrativos conocer acerca de la difusión de información institucional, gestión de trámites, consultas, eventos, programas e investigación. 	Humano Tecnológico Económico	Departamento de comunicación	3 semanas
Realizar actividades de integración	Fortalecer la unión entre estudiantes, docentes y administrativos.	<ul style="list-style-type: none"> Involucrando a todo el público interno, se realizará actividades por aniversario de la facultad. Integración por celebración de fechas festivas. 	Humano Tecnológico Económico	Departamento de Comunicación	1 semana

Diagrama de flujo del proceso de propuesta de comunicación interna

Evaluación y control

En esta parte de la propuesta será para evaluar y controlar el impacto obtenido tras la ejecución de las estrategias y comparando los objetivos establecidos con el resultado final. Para ello se dará la aplicación de encuestas y entrevistas periódicas al público interno de la Facultad de Filosofía y comprobar el nivel de impacto de las estrategias.

Matriz de evaluación a docentes y personal administrativo

Matriz de Evaluación para la comunicación interna de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil

Recordar que las respuestas son basadas en su experiencia de trabajo, lea cuidadosamente cada uno de los enunciados y marque la respuesta correcta que mejor describa su opinión. La escala utilizada es del 1 (totalmente en desacuerdo) al 4 (totalmente de acuerdo).

Hombre Mujer Edad _____

Tiempo laborando en la Facultad: _____

Area de trabajo: _____

No	Pregunta	1	2	3	4
1	¿El jefe inmediato convoca periódicamente a reuniones de trabajo?				
2	¿Se comunica a tiempo la información (requisitos y responsabilidades) que necesito para el desempeño de mi trabajo?				
3	¿Se comunican las acciones y proyectos de la Facultad?				
4	¿Transmito mi opinión y sugerencias a través del uso de las herramientas de comunicación que me facilitan?				
5	¿Los problemas que puedan surgir son perfectamente controlados a través de distintos canales de comunicación?				
6	¿Existe una correcta comunicación entre los distintos departamentos de la Facultad?				
7	¿Cree que la comunicación interna en la Facultad ha ido mejorando?				
8	¿Existe una retroalimentación por parte de los superiores cuando surge algún problema dentro de la Facultad?				
9	¿En la Facultad existe un buen clima que permite que la transmisión de la información sea fluida y útil?				
10	¿Mi satisfacción en cuanto a la comunicación interna de la Facultad de Filosofía es?				

Figura 114. Matriz de evaluación a docentes y personal administrativo
Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

Matriz de evaluación a estudiantes de la Facultad

Matriz de Evaluación para la comunicación interna de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil

Recordar que las respuestas son basadas en su experiencia estudiantil, lea cuidadosamente cada uno de los enunciados y marque la respuesta correcta que mejor describa su opinión. La escala utilizada es del 1 (totalmente en desacuerdo) al 4 (totalmente de acuerdo).

Hombre Mujer Edad _____

Carrera: _____

Semestre: _____

No	Pregunta	1	2	3	4
1	¿Considera que el flujo de comunicación interna de la Facultad ha mejorado últimamente?				
2	Con la aplicación de las estrategias de CI ¿Cree que cambió el desempeño académico de los estudiantes y la tarea personal del docente y administrativo?				
3	¿Ha aumentado la participación estudiantil con los docentes y personal administrativo de la Facultad?				
4	¿Considera que las estrategias implementadas en la Facultad comunican de forma acertada las diferentes actividades académicas?				
5	¿La Facultad ha manifestado correctamente la misión, visión, valores y objetivos con la población estudiantil?				
6	¿Considera efectivos los canales oficiales de la Facultad?				
7	¿Cree que la Facultad debe estar en constante cambio con respecto a la comunicación interna?				
8	¿En la Facultad existe un buen clima que permite que la transmisión de la información sea fluida y útil?				
9	Con los cambios realizados ¿ha aumentado el sentimiento de pertenencia hacia la Facultad?				
10	¿Mi satisfacción en cuanto a la comunicación interna de la Facultad de Filosofía es?				

Figura 115. Matriz de evaluación a estudiantes de la Facultad

Elaborado por: Michelle Parrales Erazo

4.5. Justificación cualitativa de los beneficios

El beneficio principal de estas estrategias de comunicación interna es la de impulsar el compromiso de todos los miembros de la institución, otros beneficios son:

- Permite que los estudiantes, docentes y administrativos sean escuchados y valorados activamente generando un sentimiento de unidad.
- Promueve una cultura organizacional, en donde todo el público interno reconoce los valores, la misión, visión, normas de la institución.
- Por medio de una comunicación efectiva, se transmite la identidad institucional de la Facultad.
- Mediante la aplicación de canales digitales, se contribuye al desarrollo de una cultura digital.
- El público interno está al tanto de los objetivos y situación actual de la Facultad de Filosofía.
- Contar con información actualizada y confiable por medio de canales oficiales de la Facultad.

4.6. Presupuesto General

Tabla 107.
Presupuesto General

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Resma de papel	2	\$5	\$10
Esferográficos	5	\$0,55	\$2,75
Lápiz	5	\$0,25	\$1,25
Flash Memory	1	\$10	\$10
Copias	520	\$0,02	\$10,42
Impresiones A4	300	\$0,05	\$15
Anillado y CD	1	\$2,50	\$2,50
Empastado	1	\$5	\$5
Movilidad			\$50
		Subtotal	\$106,92
		10% Imprevistos	\$10,69
		Total	\$117,61

4.7. Conclusiones

A lo largo de todo este proceso investigativo, se llegó a conocer sobre las situaciones problemáticas que presenta la Facultad de Filosofía con respecto a su comunicación interna.

- El público interno de esta Facultad considera muy importante la gestión de una comunicación interna efectiva y consideran que la misma ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía.
- Se evidenció que el medio por el cual reciben información importante es a través de e-mails e informes, medios los cuales no captan la completa atención del público interno.
- La falta de estrategias de comunicación contribuye a cometer errores al momento de difundir información.
- Plantear estrategias y objetivos que ayuden a fortalecer la comunicación interna de la Facultad.

4.8. Recomendaciones

- Socializar las estrategias y objetivos con los estudiantes, docentes y administrativos de la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil.
- Buscar un experto en el manejo de redes sociales para que realice una adecuada planificación de contenidos y publicaciones oportunas en tiempo.
- Diseñar página web que se encuentre con una sólida estructura de contenido, de fácil navegación, y debe contar con enlaces y menú que se distingan de otros elementos.
- Evaluar y controlar periódicamente la ejecución de las estrategias y comprobar la mejora en la comunicación interna de la Facultad de Filosofía.
- Es necesario que exista un correcto flujo de información y de comunicación entre las distintas áreas de la institución para el cumplimiento de metas y objetivos planteados.
- Comprometerse a poner en marcha las estrategias planteadas con el fin de conseguir los resultados esperados.

Referencias bibliográficas

- Aguilera, M. (2010). Modelo, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos. *Icono 14*, 35.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica*. España: Netblio.
- Berlo. (1985). *Comunicación para los negocios y profesiones*.
- Brandolini, A., & Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna: claves para una gestión exitosa*. Buenos Aires.
- Castaño, S. (2014). *Comunicación interna, motivación y éxito empresarial*. Habana: Prnoticias.
- CES. (2013). *Plan Excelencia Universitaria "Universidad de Guayaquil"*. Ecuador.
- Chang, M. G. (2016). *Análisis de la comunicación para la creación de una revista digital para la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, como estrategia de comunicación interna*. Guayaquil, Ecuador.
- Chiavenato, I. (2010). *Administración en los nuevos tiempos*. México: Mac Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2016). *Fundamentos de Administración: Planteamiento, Organización, Dirección y Control*. Elsevier Brasil.
- Corvo, H. (2017). *Lifeder*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de <https://www.lifeder.com/comunicacion-descendente/#Desventajas>
- Costa, J. (2015). *El paradigma DIRCOM. El nuevo Mapa del mundo de la comunicación y el management estratégico global*. Barcelona: Costa Punto Com Editor.
- Di Génova, A. (15 de Enero de 2016). *RedRRPP*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de <https://www.redrrpp.com.ar/rumor/>

- Diario EL NORTE. (8 de Agosto de 2018). *elnorte.ec*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de <https://www.elnorte.ec/actualidad/con-las-reformas-a-la-loes-cambia-el-nombre-del-ceaaces-por-caces-AX132332>
- Dueñas, F. (20 de Agosto de 2013). *Acsendo*. Recuperado el 14 de Junio de 2019, de <https://blog.acsendo.com/la-importancia-de-la-comunicacion-interna-en-las-organizaciones/>
- ETCHEGARAY, R. (2010). *Comunicación Empresarial*. Buenos Aires, Argentina: Valletta Ediciones.
- Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. (2016). *PEDI*. Guayaquil.
- Ferras, X. (21 de Septiembre de 2014). *Xavier Ferras*. Obtenido de <https://xavierferras.com/2014/09/una-definicion-de-innovacion/>
- Fonseca, M. (2015). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica* (Cuarta ed.). México DF: Editorial Pearson Educación.
- Gordillo, A. (2015). EL VALOR AGREGADO DE LA COMUNICACION AL INTERIOR DE LAS ORGANIZACIONES. En *RAZON Y PALABRA* (pág. 126).
- Hernández, & Lázaro, V. (2009). *Revista Latina de Comunicación Social*. (Universidad de la Laguna) Recuperado el 12 de Junio de 2019, de http://www.revistalatinacs.org/09/art/23_822_30_Valladolid/Herranz_et_al.html
- Lasswell, L. (1948). *La estructura y función de la comunicación de masas*. Harper and Row.
- Losada, J. C. (2014). *Comunicación en la gestión de crisis*. España: Editorial UOC.
- Lugo, Z. (17 de Julio de 2014). *Diferenciador*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de <https://www.diferenciador.com/tipos-de-comunicacion/>

Marañón, E., Bauzá, E., & Bello, A. (2006). La comunicación interna como proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria.

Iberoamericana de Educación, 45.

Martínez, M. (3 de Febrero de 2016). *Bien pensado*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de <https://bienpensado.com/el-cliente-interno-su-importancia-y-formas-de-satisfacerlo/>

Medranda, S. (2017). *Comunicación Organizacional Interna como factor importante para la eficiencia académica de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador.

Méndez, J. (2014). *Comunicación interna*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.

Meta, V. (2015). *Manual de Comunicación Interna*.

Moncayo, J. (2013). *Diagnóstico de la situación actual de la Facultad de Ingeniería Química de la Universidad de Guayaquil y propuesta de diseño de la planificación estratégica, basados en los lineamientos impuestos por el CEAACES*. Guayaquil, Ecuador.

Núñez, M. (2015). Calidad en la educación, organizaciones y ejercicio profesional. *Revista Alternativa en Psicología*, 24-35.

Ouchi, W. (1981). *Teoría Z: cómo las empresas estadounidenses pueden enfrentar el desafío japonés*.

Pacheco, R. (2005). *Competencias claves para la comunicación organizacional*.

Pinillos, A. (2016). *Comunicación Interna, un paseo por el tiempo*. México: Harvard-Deusto Business Review.

Raffino, M. E. (15 de Noviembre de 2018). *Barreras de la Comunicación*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de <https://concepto.de/barreras-de-la-comunicacion/>

Rodríguez, C. (2016). Gestión de Recursos Intangibles en Instituciones de Educación Superior.

Revista de Administración de Empresas, 55(1), 99-112.

Salazar, Y. (9 de Septiembre de 2014). Recuperado el 14 de Junio de 2019, de

<http://consecuenciasdelacomunicacion.blogspot.com/>

Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación.

Trelles, I. (2014). Comunicación Organizacional. La Habana: Félix Varela.

Universidad de Guayaquil. (21 de Enero de 2016). Obtenido de www.ug.edu.ec

Universidad de Guayaquil. (2018). Obtenido de www.ug.edu.ec

Vargas, G. (2016). Desarrollo organizacional y los procesos de cambio en las instituciones educativas, un reto de la gestión de la educación. *Revista Educación*, 40(1), 73.

Vázquez, A. (2015). Recuperado el 2019, de

<https://books.google.com.ec/books?id=rEQfdozO4isC&lpg=PA60&dq=comunicacion%20transversal&hl=es&pg=PA59#v=onepage&q=comunicacion%20transversal&f=false>

Wagner, J., & Hollenbeck, J. (2014). *Comportamiento Organizacional: Ventaja competitiva*. Brasil: MIDICHT.

Zamora, L. (24 de Noviembre de 2018). *Comunicación Organizacional I*. Recuperado el 25 de Agosto de 2019, de <http://comunicaorganiz.blogspot.com/2018/11/comunicacion-ascendente-y-descendente.html>

Zapata, L. (12 de Enero de 2012). *Talentos Reunidos*. Recuperado el 14 de Junio de 2019, de <https://talentosreunidos.com/2012/01/12/la-necesidad-de-planificar-la-comunicacion-interna/>

APÉNDICE

Apéndice A: Modelo de encuesta a estudiantes



Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas Encuesta para estudiantes



Objetivo: Conocer la situación actual de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación con respecto a su comunicación interna.

1. **Sexo:**
 - o Hombre
 - o Mujer
2. **¿Qué edad tiene usted?**
 - o Menos 18
 - o 18 a 21 años
 - o 22 a 25 años
 - o 26 a 29 años
 - o 30 a 33 años
 - o 34 en adelante
3. **¿A qué carrera pertenece?**

4. **¿Qué semestre/año se encuentra cursando?**
 - o 1 semestre 0 5 semestre
 - o 2 semestre 0 6 semestre
 - o 3 semestre 0 7 semestre
 - o 4 semestre 0 8 semestre
 - o Titulación
5. **¿Conoce la historia de su facultad?**
 - o No, la verdad no me interesa conocer.
 - o No, aunque me gustaría que la facultad me informe al respecto.
 - o Sí, por mis propios medios.
 - o Sí, porque la facultad me ha informado al respecto.
6. **¿Conoce la historia de su universidad?**
 - o No, aunque me gustaría que la universidad me informe al respecto.
 - o Sí, por mis propios medios.
 - o Sí, porque la universidad me ha informado al respecto.
7. **¿Conoce la misión, visión y los valores de su facultad?**
 - o Conozco la misión (lo que la facultad pretende ser)
 - o Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro).
 - o Conozco la misión, visión y los valores.
 - o Conozco todas las actualizaciones del
8. **¿Conoce la misión, visión y los valores de la Universidad de Guayaquil?**
 - o No, no conozco nada del proyecto institucional.
 - o Conozco la misión (lo que la universidad pretende ser)
 - o Conozco la misión, la visión (las aspiraciones y proyectos de futuro).
 - o Conozco la misión, visión y los valores.
 - o Conozco todas las actualizaciones del proyecto institucional de la Universidad de Guayaquil.
 - o No, no conozco nada del proyecto institucional.
9. **¿Con qué valor cree que Facultad de Filosofía se identifica en la práctica profesional?**
 - o Compromiso social.
 - o Excelencia y calidad educativa.
 - o Iniciativa y trabajo en equipo.
 - o Respeto.
 - o Todas las anteriores propuestas son válidas
 - o Otros: _____
10. **¿Con qué valor cree que la Universidad de Guayaquil se identifica en la práctica profesional?**
 - o Compromiso social.
 - o Excelencia y calidad educativa.
 - o Iniciativa y trabajo en equipo.
 - o Respeto.
 - o Todas las anteriores propuestas son válidas
 - o Otros: _____
11. **¿Conoce las autoridades de la Facultad de Filosofía?**
 - o Si
 - o No

12. ¿Cree que la Universidad de Guayaquil goza de una reputación?
- o Excelente
 - o Muy Buena
 - o Buena
 - o Regular
 - o Deficiente
13. ¿Cree que la Facultad de Filosofía goza de una reputación?
- o Excelente
 - o Muy Buena
 - o Buena
 - o Regular
 - o Deficiente
14. ¿Considera usted, que la Comunicación Interna ayuda al desarrollo organizacional de la Facultad de Filosofía?
- o Si
 - o No
15. ¿Qué tan importante es gestionar la Comunicación Interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad?
- o Muy Importante
 - o Importante
 - o Regular
 - o Poco Importante
 - o Nada Importante
16. ¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de Facultad de Filosofía?
- o Si
 - o No
17. ¿Cuál es su grado de satisfacción respecto a los canales y mensajes de comunicación interna?
- o Excelente
 - o Muy Buena
 - o Buena
 - o Regular
 - o Deficiente
18. ¿Desde qué área cree usted que se debe gestionar la comunicación interna?
- o Dirección de comunicación
 - o Marketing
 - o Planeación estratégica
 - o Recursos Humanos
 - o Otros: _____
19. ¿Conoce usted si en la Facultad de Filosofía hay una persona encargada de Comunicación Interna?
- o Si
 - o No
20. ¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza Facultad de Filosofía?
- o Acciones de marketing interno y de RRPP.
 - o Los canales digitales.
 - o Los canales interpersonales.
 - o Los canales multimedia.
 - o Los canales convencionales.
 - o Todas las anteriores propuestas son válidas.
 - o Ninguna de las anteriores:

21. ¿Por cuál medio se da a conocer la información importante, dentro de la facultad?
- o E-mails
 - o Sistema interno de la Universidad de Guayaquil
 - o Redes Sociales oficiales
 - o Informes
 - o Todas las anteriores
 - o Otras _____
22. ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de Facultad de Filosofía?
- o Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.
 - o Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional generando compromiso con la universidad de Guayaquil.
 - o Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil.
 - o Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas.
 - o Todas las anteriores propuestas son válidas.
 - o No recibo ningún tipo de mensaje

23. ¿Qué medios cree que debe cuidar Facultad de Filosofía para mejorar su imagen interna? (escoja mínimo 3 alternativas)
- o Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.
 - o Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.
 - o Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y de los exalumnos.
 - o Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.
 - o Mejorar la imagen de marca de la web institucional y / o mejorar la intranet.
 - o Optimizar los canales de comunicación interna.
 - o Organizar programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes.
 - o 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.
- o Excelente
 - o Muy Buena
 - o Buena
 - o Regular
 - o Deficiente
25. ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil?
- o Es bueno, pero llega tarde.
 - o Es excelente y motivador.
 - o Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.
 - o No existe.
26. ¿Cree que las autoridades de la Facultad de Filosofía hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?
- o No se preocupa nunca.
 - o No, hace poco
 - o Sí, hace algo. No mucho.
 - o Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.
 - o Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.
 - o 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.
- o Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.
 - o Dudo que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones.
 - o No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades
 - o No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.
 - o No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.
 - o Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.
 - o Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.
 - o 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?
- o Alto
 - o Medio
 - o Bajo
29. ¿Si tuviera oportunidad se cambiaría a otra universidad?
- o No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.
 - o No, decididamente, en estos momentos no me iría.
 - o Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.
 - o Sí, me cambiaría con mucha pena.
 - o Sí, me cambiaría sin dudarlo.

30. ¿Si se pudiera mejorar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía, 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 Filosofía 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. ¿Existen políticas internas para la igualdad?
- Si
 - Si, pero muy mejorables
 - no
 - Lo desconozco
34. ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Filosofía?
- Excelente
 - muy buena
 - Buena
 - Regular
 - Deficiente

Apéndice B: Modelo de encuesta para docentes y personal administrativo



Universidad de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas
Encuesta para docentes y personal administrativo



Objetivo: Conocer la situación actual de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación 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 Filosofía se identifica en la praxis?

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

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
- Otros: _____

10. ¿Conoce las autoridades de la Facultad de Filosofía?

- Sí
- No

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

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Deficiente

12. ¿Cree que la Facultad de Filosofía 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 Filosofía?**
- o Si
 - o No
14. **¿Qué tan importante es gestionar la Comunicación Interna efectiva dentro de la Facultad y Universidad?**
- o Muy Importante
 - o Importante
 - o Regular
 - o Poco Importante
 - o Nada Importante
15. **¿Conoce usted los medios de comunicación oficiales de Facultad de Filosofía?**
- o Si
 - o No
16. **¿Cómo calificaría la comunicación interna con su jefe inmediato en general?**
- o Excelente, se reúne conmigo periódicamente.
 - o Muy bueno, se reúne conmigo cuando lo solicito, aclarando dudas.
 - o Bueno, apenas hay suficiente diálogo interno funciona mejor la comunicación informal.
 - o Regular, podría decirse que sólo nos comunicamos por correos electrónicos.
 - o Deficiente, está tan ocupado que nunca tiene tiempo para escucharnos.
17. **¿Cómo calificaría el compañerismo en su entorno laboral?**
- o Excelente
 - o Muy Buena
 - o Buena
 - o Regular
 - o Deficiente
18. **¿Cuál es su grado de satisfacción en general respecto a los canales y mensajes de comunicación interna?**
- o Excelente
 - o Muy Buena
 - o Buena
 - o Regular
 - o Deficiente
19. **¿Desde qué área cree usted que se debe gestionar la comunicación interna?**
- o Dirección de comunicación
 - o Marketing
 - o Planeación estratégica
 - o Recursos Humanos
 - o Otros: _____
20. **¿Conoce usted si en la Facultad de Filosofía hay una persona encargada de Comunicación Interna?**
- o Si
 - o No
21. **¿Qué canales de Comunicación Interna conoce que utiliza la Facultad de Filosofía?**
- o Acciones de marketing interno y de RRPP.
 - o Los canales digitales.
 - o Los canales interpersonales.
 - o Los canales multimedia.
 - o Los canales convencionales.
 - o Todas las anteriores propuestas son válidas.
 - o Ninguna de las anteriores:
22. **¿Por cuál medio se da a conocer la información importante obtenida a nivel administrativo, dentro de la facultad?**
- o E-mails
 - o Sistema interno de la Universidad de Guayaquil
 - o Redes Sociales oficiales
 - o Informes
 - o Todas las anteriores
 - o Otras _____

23. ¿Qué tipo de mensajes usted recibe por parte de la Facultad de Filosofía?
- o Informativas: información general de la universidad, de los acontecimientos universitarios.
 - o Institucionales: contribuyen a que me sienta parte del proyecto institucional generando compromiso con la universidad de Guayaquil.
 - o Persuasivos: me convencen acerca de la importancia y trascendencia de la Universidad de Guayaquil.
 - o Recordatorios: plazos, requisitos, concursos, oportunidades, normativas.
 - o Todas las anteriores propuestas son válidas.
 - o No recibo ningún tipo de mensaje
24. ¿Qué medios cree que debe cuidar la Facultad de Filosofía para mejorar su imagen interna? (escoja mínimo 3 alternativas)
- o Apostar por la comunicación interna digital en toda su magnitud.
 - o Crear programas de motivación y de reconocimiento entre el personal.
 - o Informar de forma simultánea respecto a las relaciones con la asociación de alumnos y de los ex alumnos.
 - o Mejorar el contenido de la información y la calidad de su transmisión.
 - o Mejorar la imagen de marca de la web institucional y / o mejorar la intranet.
 - o Optimizar los canales de comunicación interna.
 - o Organizar programas de formación para mejorar la empleabilidad de los estudiantes.
 - o 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?
- o Excelente
 - o Muy Buena
 - o Buena
 - o Regular
 - o Deficiente
26. ¿Cómo calificaría el reconocimiento del personal administrativo y académico, en la Facultad de Filosofía de la Universidad de Guayaquil?
- o Es bueno, pero llega tarde.
 - o Es excelente y motivador.
 - o Existe, pero no es lo suficientemente efectivo.
 - o No existe.
27. ¿Cree que las autoridades de la Facultad de Filosofía hacen lo que pueden para mejorar el área académica y administrativa?
- o No se preocupa nunca.
 - o No, hace poco
 - o Sí, hace algo. No mucho.
 - o Sí, mi Decano hace bastante y lo que puede siempre.
 - o Sí, mi Decano hace lo que puede ocasionalmente.
 - o 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.
- o Dudo que otras universidades ofrezcan mejor ambiente universitario.
 - o Dudo que otras universidades ofrezcan mejores prestaciones.
 - o No sé, no conozco las prestaciones de otras universidades
 - o No, nuestra universidad ofrece buenas prestaciones sociales.
 - o No, nuestra universidad ofrece excelente ambiente.
 - o Sí, aunque nuestra universidad destaca por su calidad educativa y buenas titulaciones.
 - o Sí, otras universidades ofrecen mejores prestaciones.
 - o 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?
- o Alto
 - o Medio
 - o Bajo
30. Si tuvieras la oportunidad de cambiarse de trabajo. ¿Lo haría?
- o No me cambiaría nunca de la Universidad de Guayaquil.
 - o No, decididamente, en estos momentos no me iría.
 - o Quizás, lo pensaría y probablemente me iría.
 - o Sí, me cambiaría con mucha pena.
 - o Sí, me cambiaría sin dudar.
31. ¿Si se pudiera mejorar la comunicación interna y clima laboral en la Facultad de Filosofía, qué aspecto o aspectos considera prioritarios?
- o Crear nuevos canales de comunicación interna.
 - o Diseñar políticas y planes de comunicación interna.
 - o Mejorar la participación e implicación de los Decanos en actividades y programas de comunicación interna.
 - o Optimizar los canales actuales de comunicación interna.
 - o Realizar campañas para fomentar el desarrollo docente y reconocimiento del profesorado.
 - o Todas las anteriores propuestas son válidas
32. De los siguientes aspectos ¿Cuál considera usted aumentaría el compromiso laboral en la Universidad de Guayaquil?
- o Acoger al personal desde el inicio para que se involucre en el puesto y en los objetivos departamentales.
 - o Apoyar al personal en su crecimiento y desarrollo en el puesto.
 - o Crear entrevistas de objetivos y de evaluación del desempeño.
 - o Dar a conocer el proyecto institucional (misión, visión, valores) utilizando diferentes canales.
 - o Diseñar políticas y ofrecer mejores prestaciones sociales en RRHH.
 - o Implantar programas de reconocimiento dirigidos a todo el personal.
 - o 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?
- o Creo que no puedo opinar.
 - o No contribuye.
 - o Si contribuye.
 - o No tengo información sobre este tema.
34. ¿Qué canales de comunicación interna usted recomienda que se utilice dentro de la Facultad de Filosofía de la universidad de Guayaquil?
- o Acciones de marketing interno y de RRPP.
 - o Los canales digitales.
 - o Los canales interpersonales.
 - o Los canales multimedia.
 - o Los canales convencionales.
 - o Todas las anteriores propuestas son válidas.
35. ¿Existen políticas internas para la igualdad?
- o Si
 - o Si, pero muy mejorables
 - o no
 - o Lo desconozco
36. ¿Qué le parecería que hubiera una jornada de ideas para mejorar la comunicación en la Facultad de Filosofía?
- o Excelente
 - o muy buena
 - o Buena
 - o Regular
 - o Deficiente

Apéndice C: Modelo de entrevista a docente y personal administrativo

ENTREVISTA PROFUNDIDAD BATERÍA DE PREGUNTAS ABIERTAS

Objetivo: Determinar cómo se maneja actualmente la comunicación interna dentro de la Facultad De Filosofía y Letras a nivel administrativo.

1. PLAN ESTRATÉGICO DE LA UNIVERSIDAD

- ¿Qué tan importante es la comunicación Interna para usted?
- ¿Conoce el plan estratégico de la Universidad de Guayaquil? ¿Qué destacaría de su contenido?
- ¿Considera que el futuro comunicador interno debe conocerlo y trabajar en él? ¿Por qué?
- ¿Cómo cree que se podría sociabilizar el PEUG para darlo a conocer mejor?

2. PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA

- ¿Existe un área de comunicación Interna en la Facultad de Filosofía?
- ¿Cree que de existir un área de Comunicación interna en la Facultad de Filosofía debe trabajar con un plan estratégico? ¿por qué?
- ¿Cree que este plan de comunicación interna debería estar alineado con el plan estratégico de la Universidad?
- ¿Qué me comenta acerca de la coherencia entre la comunicación externa e interna?
- ¿Cree que se informa al personal primero o a la prensa? ¿Cómo se ha sentido?
- ¿A quién se debe informar primero a la prensa o al personal? ¿Por qué?

Autoridades implicación en acciones de comunicación interna

- ¿Cree que las autoridades deben implicarse en acciones de comunicación interna? ¿Por qué?

3. EQUIPO DE APOYO PARA COMUNICACIÓN INTERNA

- De existir un equipo que de apoyo al área de comunicación interna ¿cómo debe integrarse ese equipo?

4. ROL DEL COMUNICADOR INTERNO

- ¿Qué tarea prioritaria debe cumplir un comunicador interno en la Facultad de Filosofía?

5. CULTURA Y COMUNICACIÓN INTERNA

- ¿Cómo era la comunicación hace 3 años la cultura de la Universidad, está cambiando? ¿cómo es ahora? ¿Favorece la comunicación interna? ¿Qué importancia tiene la cultura organizacional en las estrategias de comunicación Interna?

6. PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA FACULTAD DE FILOSOFÍA QUE SE DEBEN RESOLVER

- Enumere 3 grandes problemas en la UG

7. ÁREAS CON LAS QUE DEBE COORDINAR

- ¿Con qué áreas clave debe coordinar su trabajo la Facultad de Filosofía ¿qué importancia tiene RR.HH. para la Facultad?

8. EL ÁREA DE CI

- ¿En la Universidad de Guayaquil quién debe liderar las CI? El DIRCOM, RR.HH., MARKETING

9. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNOS

- ¿Qué canales de comunicación interna conoce y utiliza?
 - ✓ Buzón de sugerencias
 - ✓ Correo electrónico X
 - ✓ Boletín de noticias X
 - ✓ Tablones X
 - ✓ Redes sociales X
 - ✓ Página web X
 - ✓ Internet X
 - ✓ WhatsApp X
 - ✓ Otros:
- De los canales actuales digitales cual mejoraría ¿Por qué?
- ¿Qué opina sobre los actuales canales para gestionar la comunicación interna en la Facultad de Filosofía?



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
		X

Para constancia firman,

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

Ing. Miryam Pacheco
 Rodríguez, Msc.
 C.I. 0917955197

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

Apéndice E: Fotos de encuesta y entrevista

