UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO MAYO-SEPTIEMBRE 2023.

AUTORES:

DANNY RUBEN SISA CAMBO
JAIME PATRICIO YUNGA LLIVI

DIRECTOR:
LIC. MARCELO BARRIGA TAMAY

GUARANDA – ECUADOR
2024

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN COMUNICACIÓN

TEMA:

LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO MAYO-SEPTIEMBRE 2023.

AUTORES:

DANNY RUBEN SISA CAMBO
JAIME PATRICIO YUNGA LLIVI

DIRECTOR:
LIC. MARCELO BARRIGA TAMAY

PAR ACADÉMICO:
LIC. RENATO VALLE
LIC. KLÉBER ROMERO

GUARANDA – ECUADOR
2024

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO MAYO-SEPTIEMBRE 2023.

AGRADECIMIENTO

De corazón, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios por estar presente espiritualmente y bendecirme en cada decisión que he tomado en este complejo camino.

Mi gratitud eterna a mis padres Adolfo y Elena por siempre estar presentes con ese cálido abrigo de hogar. A mi papá por las sabias palabras y consejos que ha sabido brindarme. A mi mamá una mujer maravillosa, por su amor incondicional. Han sido mi apoyo y fortaleza constante para alcanzar este logro.

A mis hermanos, Mariela, Alex, Katty, Eulalia, Fernando y Liliana por acompañarme siempre, vuestro cariño ha sido el motor de inspiración para caminar con la frente en alto. A mis tíos, José, Luisa, Aurelio, Janeth, Luis, María Ester, María y Hortensia, sus palabras de apoyo me han enseñado la importancia de la unión familiar para llevar el nombre de la familia siempre en alto. En especial a mi mamita Isabel, una mujer luchadora, gracias por sus buenos consejos.

A mis sobrinos, Jennifer, Franklin, Jostin, Fabricio, Maite, Oliver, Gabriel, Lucia, Antoni y Kendry, por sus ocurrencias y travesuras que llenan de alegría mi vida, me siento contento de ser su tío.

Finalmente, a Jaime mi compañero de tesis por la amistad y confianza en este recorrer universitario.

Danny Sisa Cambo

Quiero agradecer a todas las personas que contribuyeron a la realización de este proyecto de investigación.

En primer lugar, quiero agradecer a mi director de este proyecto, Mgs. Marcelo Barriga, por su guía, paciencia y apoyo constante durante todo este proceso. La realización de este trabajo no hubiera sido posible sin su sabiduría y dedicación.

Me gustaría agradecer también a mis pares académicos, Mgs. Renato Valle, Mgs. Klever Romero, por sus comentarios, retroalimentación y sugerencias constructivas, que ayudaron a mejorar la calidad de este trabajo.

Jaime Yunga Llivi

DEDICATORIA

Dedico esta obra a mis padres Elena Cambo y Adolfo Sisa, por ser el pilar fundamental en mi vida y por siempre brindarme su amor inquebrantable, su sacrificio ha hecho posible este logro, los llevo siempre en mi corazón.

A mis hermanos y hermanas Mariela, Alex, Katty, Eulalia, Fernando y Liliana, por contar siempre con su apoyo incondicional que me ha servido de inspiración para alcanzar esta meta.

A Karol por el cariño, y comprensión en este camino universitario.

Danny Sisa Cambo

Dedico este proyecto de investigación a Dios, por ser mi fuerza y guía espiritual. A mi pequeña familia que son el motor de mi vida, gracias por ser una guía en mi formación.

Principalmente a mis madres, Sara y Ana, que siempre estuvieron incondicionalmente conmigo, gracias por formar parte de mi vida, esto es para ustedes. También a mi sobrina y hermana por ser un pilar fundamental.

Como último, pero no menos importante quiero hacer mención a mi compañero de tesis, gracias por ser un buen compañero, amigo y formar parte de esta dupla de trabajo.

Jaime Yunga Llivi

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO

UEB UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

UNIDAD DE TITULACIÓN/UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN Y CARRERA COMUNICACIÓN MODALIDAD HÍBRIDA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

MGS. BARRIGA TAMAY MARCELO GUSTAVO, MGS. ROMERO QUIROGA KLÉBER RENATO, MGS. VALLE ARELLANO DANILO RENATO, en su orden: Director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación **"LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, PERIODO MAYO-SEPTIEMBRE 2023."** desarrollado por los estudiantes **SISA CAMBO DANNY RUBEN y YUNGA LLIVI JAIME PATRICIO.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Comunicación.**

Guaranda, mayo del 2024

Mgs. Barriga Tamay Marcelo Gustavo
Director

Mgs. Romero Quiroga Kléber Renato
Par Académico

Mgs. Valle Arellano Danilo Renato
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHOS DE AUTOR

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Nosotros **DANNY RUBEN SISA CAMBO** y **JAIME PATRICIO YUNGA LLIVI** portadores de la Cédula de Identidad No **0202375077** y **0604681148** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:

LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR, PERIODO MAYO - SEPTIEMBRE 2023, modalidad **presencial**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

DANNY RUBEN SISA CAMBO

JAIME PATRICIO YUNGA LLIVI

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN II

AGRADECIMIENTO III

DEDICATORIA V

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR Y PAR ACADÉMICO VI

DERECHOS DE AUTOR VII

INTRODUCCIÓN 1

RESUMEN 3

ABSTRACT 4

CAPÍTULO I 5

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 5

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA 5
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 6
1.3. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN 6
1.4. JUSTIFICACIÓN 6
1.5. OBJETIVO GENERAL 8
1.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 8
1.7. HIPÓTESIS 8
1.8. VARIABLES 8
1.9 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES 9

CAPÍTULO II 11

MARCO TEÓRICO 11

2.1. ANTECEDENTES 11
2.2. MARCO CIENTÍFICO 15
2.2.1. Comunicación 16
2.2.2. Modelo de Shannon y Weaver 16
2.2.3. Teoría Estructuralista 17
2.2.4. Axiomas de la Comunicación 19
2.2.5. Teoría la acción comunicativa de Habermas 20
2.2.6. Clima organizacional 22
2.3. MARCO CONCEPTUAL 23

2.3.1. Comunicación interna *23*
2.3.2. Comunicación interna institucional *23*
2.3.3. Comunicación interna asertiva *24*
2.3.4. Canales de comunicación interna *25*
2.3.5. Elementos de la comunicación interna *26*
2.3.6. Clima organizacional *27*
2.3.7. Comunicación *27*
2.3.8. Principios y valores *27*
2.3.9. Cultura organizacional *28*
2.3.10. Resiliencia Organizacional *28*
2.3.11. Liderazgo *28*
2.4. MARCO LEGAL 29
2.5. MARCO GEORREFERENCIAL 36

CAPÍTULO III **38**

METODOLOGÍA **38**

3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN 38
3.1.1. Investigación Bibliográfica – Documental *38*
3.1.2. Investigación de campo *38*
3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN 38
3.2.1. Método científico *38*
3.2.2. Enfoque Mixto *39*
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOPILACIÓN DE DATOS 39
3.3.1. Encuesta *40*
3.3.2. Entrevista *40*
3.3.3. Observación *40*
3.3.4. Población y Muestra *40*
3.4. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN 41

CAPÍTULO IV **43**

RESULTADOS Y DISCUSIÓN **43**

4.1. ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS 43
4.2. ANÁLISIS DE LA INVESTIGACIÓN 71

CONCLUSIONES **73**

RECOMENDACIONES **74**

BIBLIOGRAFÍA **75**

ANEXOS **80**

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: operacionalización de variable independiente 9

Tabla 2: operacionalización de variable dependiente 10

Tabla 3: canales de comunicación interna 43

Tabla 4: tipo de información 44

Tabla 5: frecuencia de información 45

Tabla 6: información sobre los cambios y decisiones importantes 46

Tabla 7: opinión sobre los canales de comunicación interna 47

Tabla 8: opinión sobre los canales de comunicación interna 48

Tabla 9: participación y feedback que contribuye al sentido de pertenencia 49

Tabla 10: influencia de la comunicación interna en el desempeño 50

Tabla 11: colaboración entre docentes y estudiantes 51

Tabla 12: factores que afectan el clima organizacional 52

Tabla 13: calificación de comunicación interna general 53

Tabla 14: calificación de comunicación interna entre docentes 54

Tabla 15: canales de comunicación interna entre docentes 55

Tabla 16: relaciones interpersonales 56

Tabla 17: tipo de comunicación 57

Tabla 18: manual de convivencia 58

Tabla 19: inducción de docentes 59

Tabla 20: apoyo al desarrollo personal y bienestar 60

Tabla 21: motivación o reconocimiento al desempeño docente 61

Tabla 22: mejorar la comunicación interna y el clima organizacional 62

Tabla 23: resultados de la entrevista a la coordinadora 63

Tabla 24: resultados de la entrevista al experto en comunicación interna 66

Tabla 25: análisis foda de la Carrera de Comunicación de la UEB 71

Tabla 26: ficha de observación 72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: modelo de Shannon y Weaver 17

Gráfico 2: elementos de comunicación interna 26

Gráfico 3: geografía de la Carrera de Comunicación UEB 37

Gráfico 5: porcentaje de información que recibe a través de los canales de comunicación ... 44

Gráfico 6: porcentaje de frecuencia de información recibida 45

Gráfico 7: porcentaje de información sobre cambios y decisiones importantes 46

Gráfico 8: porcentaje de opinión sobre los canales de información 47

Gráfico 9: porcentaje de transparencia en comunicación interna 48

Gráfico 10: porcentaje de participación y feedback 49

Gráfico 11: porcentaje del en el desempeño académico 50

Gráfico 12: porcentaje de colaboración entre docentes y estudiantes 51

Gráfico 13: porcentaje de factores que afectan el clima organizacional de la Carrera 52

Gráfico 14: porcentaje de comunicación interna por parte de los docentes 53

Gráfico 15: porcentaje sobre la comunicación interna entre docentes de la Carrera 54

Gráfico 16: porcentaje de canales de comunicación 55

Gráfico 17: porcentaje de las relaciones interpersonales 56

Gráfico 18: porcentaje del tipo de comunicación que usa la carrera 57

Gráfico 19: porcentaje sobre el manual de convivencia en la Carrera 58

Gráfico 20: porcentaje de inducción a docentes que ingresan a laborar en la Carrera 59

Gráfico 21: porcentaje del apoyo por parte de la Coordinación 60

Gráfico 22: porcentaje sobre la motivación o reconocimiento al desempeño docente 61

Gráfico 23: porcentaje mejorar la comunicación interna y fortalecer el clima 62

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se analizó la comunicación interna para el fortalecimiento del clima organizacional de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, teniendo en cuenta que el público objetivo son los docentes y estudiantes de esta institución.

Además, la comunicación interna desempeña un papel crucial en cualquier empresa, institución u organización, ya sea para informar o llevar a cabo actividades. Para que una institución de educación superior alcance sus objetivos, es fundamental promover una mentalidad positiva tanto entre los docentes como entre los estudiantes, asegurando así que se sientan valorados y fomentando un clima organizacional estable y favorable.

Sin embargo, esta Unidad Académica presenta algunos problemas de comunicación interna que involucran a docentes y estudiantes, debido a esto se percibe un entorno de tensión. Los inconvenientes que se detectó son: desmotivación, desinterés por mantenerse informados, escasa coordinación de puertas abiertas, protocolos y normas de convivencia poco efectivos. Estos problemas afectan el clima e imagen institucional con repercusiones a los estudiantes potenciales que quieren formar parte de la institución.

Por lo tanto, para mejorar este clima, es esencial implementar estrategias que contribuyan positivamente a la institución. Esto implica diagnosticar la situación actual e identificar los canales de información, tomando en cuenta el método científico, cualitativo y cuantitativo que nos ayuda a interpretar y procesar datos. Por tal razón se planteó la siguiente hipótesis: La gestión de comunicación interna puede mejorar el clima organizacional de la Carrera.

Esta investigación se compone de cuatro capítulos que se desarrollaron de la siguiente manera:

Capítulo I: Se desarrolla el origen del problema, los objetivos generales y específicos, la operacionalización de variables y la hipótesis del caso.

Capítulo II: Se recaba información de estudios realizados en años anteriores acorde a la investigación que se realiza, estos pueden ser: tesis, artículos científicos y bases teóricas.

Capítulo III: Se plantea la metodología que se va a aplicar en la investigación para obtener los datos e información relevante. Aquí se utiliza técnicas de recolección de datos como: encuestas, entrevistas o fichas de observación.

Capítulo IV: Se analizan e interpretan los resultados obtenidos en la investigación previo a esto se formula una solución que satisfaga las necesidades de la institución.

RESUMEN

El presente proyecto tiene como objetivo principal analizar la comunicación interna para el fortalecimiento del clima organizacional de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, con ello se busca comprender su situación actual mediante el método científico, con enfoque mixto que involucra el cualitativo y cuantitativo que permiten obtener información mediante técnicas e instrumentos de recolección de datos como: encuestas, entrevistas y ficha de observación. De este modo, es posible analizar, interpretar y procesar información que aportó significativamente a nuestra investigación. Mediante los resultados obtenidos se planteó las siguientes conclusiones: en la Carrera se maneja la comunicación horizontal para docentes y descendente para estudiantes, estos últimos no son tomados en cuenta; los canales de comunicación son WhatsApp, correo electrónico y cartelera informativa, canales poco o nada efectivos. Por lo tanto, se sugiere mantener la comunicación horizontal, aplicar la ascendente y de puertas abiertas; crear un canal de difusión en WhatsApp que abarque a toda la Carrera para una comunicación más directa. Promoviendo el desarrollo personal y profesional de estudiantes y docentes mediante un ambiente optimo y estable.

Palabras clave: Comunicación Interna, Clima Organizacional, Cultura Organizacional.

ABSTRACT

The main objective of this project is to analyze the internal communication for the strengthening of the organizational climate of the Communication Career of the State University of Bolivar, in order to understand its current situation. The research was directed through a mixed approach that involves the qualitative and quantitative methods that allow obtaining information through data collection techniques and instruments such as: surveys (questionnaire), interviews (question guide) and observation sheet. In this way, it is possible to analyze, interpret and process information that contributed significantly to our research. Through the results obtained, the following conclusions were raised: in the Career, horizontal communication is managed (for teachers) and downward (for students), the latter are not taken into account; the communication channels are WhatsApp, email and bulletin board, channels little or not at all effective. Therefore, it is suggested to maintain horizontal communication, apply the ascending and open-door communication; create a diffusion channel in WhatsApp that covers the entire Career for a more direct communication. This in order to strengthen the organizational climate that promotes personal and professional development of students and teachers through an optimal and stable environment.

Key words: Communication, Organizational Climate, Organizational Culture.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

1.1.Descripción del problema

La Carrera de Comunicación tiene más de 20 años de creación, formando profesionales especializados en el área, sus docentes, estudiantes y departamento administrativo son los que conforman esta institución.

Esta Unidad Académica, presta su servicio a la comunidad entregando profesionales que aportan significativamente a la sociedad mediante sus conocimientos. Por otro lado, en la institución se ha podido evidenciar dificultades en términos de compañerismo, liderazgo, principios y valores que podrían afectar desfavorablemente al desarrollo académico.

Esta Carrera, que es objeto de estudio, presenta una problemática de clima organizacional y comunicación interna, inhibiendo la armonía en el espacio académico con repercusiones desfavorables en el público externo.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que el clima organizacional es primordial para que una organización sobresalga, si bien es cierto los docentes y estudiantes están regidos por varias normas y reglas, que en algunos casos no pueden ser suficientes para que prevalezca el bienestar y buena relación entre el personal académico.

Asimismo, es importante poner en consideración varios aspectos que no puede pasar desapercibido como es el trato interno, la motivación, el liderazgo y espacio académico de los docentes y alumnos.

Por lo tanto, en la Carrera de Comunicación es primordial la existencia de un clima organizacional que permita fortalecer el crecimiento educativo, por ello es necesario analizar a esta Unidad Académica en lo que ha comunicación interna

respecta, por medio del cual se busca plantear estrategias que fortalezcan el clima organizacional y contrarrestar problemas internos entre docentes y estudiantes.

Tomando en cuenta que la comunicación es la base para que toda institución se encuentre informada, ya que es una herramienta muy útil al momento de intercambiar ideas y ayuda a mejorar las relaciones internas. Por lo cual debe ser asertiva con el fin de generar un buen clima organizacional y posibilite realizar actividades en un ambiente armonioso.

Para finalizar, los principales beneficiaros son los docentes y estudiantes de la Carrera de Comunicación, para que afiancen ese sentido de pertenencia e identidad. Por eso es necesario estudiar a la Unidad Académica en cuanto a comunicación interna, tomando en cuenta que es propulsora en generar participación, organización y buen clima organizacional.

1.2. Formulación del Problema

¿De qué manera la comunicación interna fortalece el clima organizacional de la Carrera de Comunicación de la UEB?

1.3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué canales de comunicación pueden utilizar para mejorar el clima organizacional?
- ¿Cómo el clima organizacional incide en el rendimiento de los integrantes de la institución y ayuda a alcanzar los objetivos académicos?

1.4. Justificación

Teniendo en cuenta que la comunicación interna es un pilar fundamental dentro de las instituciones, porque organiza y controla el flujo de información que es compartida a estudiantes, docentes o directivos. Desarrollando mecanismos y estrategias que permiten la interacción bidireccional de todos los miembros que conforman la institución.

En la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, es imperativo llevar a cabo una investigación para evaluar el estado de la comunicación interna y el clima organizacional. Esto posibilitará el desarrollo de mecanismos que promuevan una mejor relación y comunicación dentro de la Unidad Académica. El propósito es estimular, informar y cultivar un ambiente positivo entre docentes y estudiantes, alineado con los objetivos académicos de acuerdo a la malla curricular. Es fundamental reconocer que el clima organizacional en las instituciones es fundamental para generar confianza y potenciar el desempeño de los miembros en todas las áreas.

La investigación tiene como finalidad el desarrollo de análisis dentro del área de comunicación y conocer el diagnóstico de la comunicación interna de la institución. En la actualidad se debe ser dinámico al momento de realizar la presentación de propuestas, conociendo a que se enfrentan y dar una solución clara que ayude a conseguir buenos resultados, por lo cual se debe informar a la organización la importancia de esta investigación para así esta pueda llegar a resultados positivos.

La importancia de este estudio tiene como fin analizar la comunicación interna de la Carrera de Comunicación, para comprender su situación y desarrollar estrategias que generen soluciones a problemáticas de clima organizacional y de esta manera poner en práctica lo aprendido en la vida universitaria en beneficio del público objetivo.

1.5. Objetivo General

Analizar la comunicación interna para el fortalecimiento del clima organizacional de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar.

1.6. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el estado de la comunicación interna en la Carrera de Comunicación para comprender su situación actual.
- Conocer los canales de información utilizados por la Carrera para la difusión de sus comunicados.
- Identificar los factores que afectan al clima organizacional de la Carrera de Comunicación.

1.7. Hipótesis

La gestión de comunicación interna puede mejorar el clima organizacional de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar durante el periodo mayo-septiembre 2023.

1.8. Variables

- **Variable independiente:** comunicación interna
- **Variable dependiente:** clima organizacional de la Carrera

1.9 Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variable independiente

Variable independiente: **comunicación interna**

Definición	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Ítems**	**Técnica – instrumento**
Los pasos que da una organización para construir y mantener buenas relaciones entre sus miembros se denominan comunicación interna. Esto se consigue utilizando diversos canales de comunicación para informar, integrar e inspirar a los miembros del personal para que contribuyan eficazmente a la consecución de los objetivos de la organización (Fernandez Collado, 2009).	Canales de comunicación Retroalimentación (feedback) Comunicación asertiva Integración	Número de canales de comunicación frecuentes. Número de sugerencias o comentarios Porcentaje de estudiantes-docentes que entienden claramente los mensajes. Interacciones en los canales de comunicación.	¿Qué canales de comunicación interna utiliza la institución para sus comunicados? ¿Ha proporcionado sugerencias o comentarios sobre la comunicación interna? ¿Cómo calificaría la efectividad de la comunicación interna?	Encuesta – entrevista: cuestionario de preguntas

Note: *Comunicación interna. Fuente: Fernández (2009)*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024)*

Tabla 2

Operacionalización de variable dependiente

Variable dependiente: **Clima Organizacional**

Definición	**Dimensiones**	**Indicadores**	**Ítems**	**Técnica – instrumento**
"El clima organizacional es hoy un aspecto crítico en el éxito empresarial, y su estudio exhaustivo, diagnóstico y mejora tiene un impacto directo en el espíritu de la organización" (Solarte, 2009).	Desarrollo profesional Justicia y Equidad Valores y Cultura organizacional Liderazgo Comunicación organizacional	Eficiencia y efectividad de la comunicación interna. Frecuencia y calidad del feedback proporcionado a los colaboradores y la efectividad de los procesos de evaluación continua. Porcentaje de empleados satisfechos con su trabajo y con la organización en general. Porcentaje de empleados que participan en programas de capacitación y desarrollo profesional.	¿Existen oportunidades de desarrollo y crecimiento en la Carrera? ¿Las decisiones en la organización son justas y equitativas? ¿Las estrategias de comunicación promueven un ambiente positivo? ¿Las decisiones se toman de manera transparente y justa? ¿Se siente informado sobre los cambios importantes en la organización?	Encuesta - entrevista: cuestionario de preguntas

Note: *Clima organizacional. Fuente: Solarte (2009)*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024)*

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Para este trabajo de investigación consideramos estudios previos que se relacionan al tema de investigación, por lo cual referenciamos a:

Altamirano (2018), en su trabajo de titulación: "LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA LABORAL EN LA ESCUELA DE INFANTERÍA AÉREA EN GUAYAQUIL, PERIODO 2018", de la Universidad de Guayaquil, concluye que:

> En la institución es importante mantener una buena comunicación interna con la finalidad que no se divulgue información que dañe la imagen de la organización, generando un ambiente adecuado para el rendimiento óptimo de los trabajadores.
>
> Además, en esta investigación se buscó conocer la situación actual de la institución para detectar problemas de comunicación y aplicar estrategias fundamentales para fortalecer el clima laboral entre los colaboradores, con el fin de buscar soluciones para el público interno y mejorar los canales de comunicación interpersonal. (p. 71-72)

Según Jacome y Miranda (2022), autores de la tesis: "COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA (ITB), PERÍODO ENERO – JUNIO 2022", de la Universidad Estatal de Bolívar, concluyeron lo siguiente:

> En el estudio realizado dentro del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología (ITB) pudieron constatar la importancia de la comunicación

> interna entre los departamentos por la información primordial que se emite a diario dentro de la institución.
>
> Además, evidenciaron que en ocasiones los empleados de la empresa no son tomados con importancia dentro de la comunicación interna la cual causa problemas en el clima laboral de la organización.
>
> Por lo consiguiente los trabajadores de la institución tienen poco conocimiento sobre la comunicación interna de la empresa.
>
> Finalmente, uno de los puntos importantes dentro de la institución es la relevancia que tienen los procesos de comunicación para el fortalecimiento del clima laboral. (p. 61)

De acuerdo con Charry (2018) en su artículo de investigación: "LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL", realizado en la Unidad de Gestión Educativa Local Nº 03 de Lima Metropolitana, Perú, de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno, concluye que:

> La investigación muestra que existe una relación importante entre la comunicación interna, el clima organizacional y aspectos como la estructura del cargo, la consideración, el entusiasmo, el apoyo, la orientación hacia la recompensa, así como la orientación hacia el desarrollo y la promoción en el trabajo. Y se observa la presencia de un ambiente desfavorable según la percepción de los empleados.
>
> Además, se atribuye la presencia de micro climas laborales negativos que afectan adversamente el rendimiento de los empleados y obstaculizan el desarrollo natural de la institución. Los indicadores, como el bienestar, la retribución al desempeño y la retroalimentación del desempeño, muestran un rendimiento por debajo de las expectativas. Esta dimensión debe ser considerada en el contexto del clima organizacional. Este resultado requiere atención por parte del equipo de bienestar y desarrollo del talento humano,

> quienes deben implementar acciones de motivación y un programa de incentivos para mejorar la percepción de los empleados en cuanto a su bienestar.
>
> Finalmente, Héctor Charry, resalta a la comunicación interna como un elemento vital en entornos sociales y organizacionales, destaca como una herramienta estratégica esencial para transmitir objetivos y valores clave. Su efectiva gestión fomenta una cultura de fidelidad y pertenencia. Y a pesar de los desafíos en el sector estatal, mejorar la comunicación interna y el clima organizacional es crucial para retener y desarrollar talento, impactando positivamente en el servicio ofrecido tanto al público interno como externo. (p. 31-32)

Tal como señala Polo (2019) en su trabajo de titulación: "LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA LABORAL DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA AGENTES DE SEGURIDAD PRIVADA (CENDCAP) CIA. LTDA., GUAYAQUIL 2019" de la Universidad de Guayaquil, concluye lo siguiente:

> Destaca la importancia crucial de la comunicación interna en el crecimiento y funcionamiento efectivo de la empresa. Se enfoca en la idea de que la comunicación interna está intrínsecamente relacionada con la eficiente administración de los procesos de comunicación dentro de la organización. En otras palabras, sugiere que una comunicación interna sólida y efectiva es esencial para el desarrollo y éxito de la empresa, ya que contribuye a la adecuada gestión de las interacciones comunicativas internas en la estructura organizativa.
>
> Menciona que, en numerosas ocasiones, los trabajadores en las empresas no reconocen la relevancia que tiene la comunicación interna en la creación de un ambiente laboral positivo.
>
> Muchos de los colaboradores de la empresa tienen un conocimiento limitado de los procedimientos de comunicación que tiene lugar dentro de la institución.

> Por último, nos dice que los líderes de las empresas tienden a subestimar la relevancia de los procesos comunicacionales para fortalecer el clima laboral. (p. 84)

Por otro lado, Pazmay (2019), autor del artículo de investigación: "MEJORAMIENTO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EMPRESAS DE CALZADO EN TUNGURAHUA-ECUADOR" de la Universidad Espíritu Santo - UEES, concluye que:

> En base al análisis descriptivo de la comunicación interna en estas empresas, se determina que el modelo predominante es de una sola vía, descendente, priorizando la transmisión de información esencial para las tareas. Esta unidireccionalidad no favorece el sensemaking es decir la creación de significados compartidos, lo cual impacta negativamente en la claridad, aumenta la confusión y limita la productividad. Además, esta orientación promueve el uso del canal formal de comunicación, con la desventaja de que la formalidad impone una ruta específica para el flujo de información, inhibiendo la circulación natural de la misma.
>
> La comunicación interna en estas empresas adopta un enfoque normativo, que intenta regularizar y estandarizar, reforzando el enfoque funcionalista sobre la comunicación organizacional. Esta forma de comunicación en serie puede convertirse en una barrera significativa, ya que favorece la transmisión unidireccional en cadena, limitando desviaciones y manteniendo relaciones de autoridad directa. Es decir, se observa un discurso comunicativo que refuerza la jerarquía en lugar de fomentar una comunicación más abierta y flexible, en donde debería predominar sus funciones individuales incluyen motivar, expresar emociones y facilitar la adaptación al trabajo.
>
> Finalmente, Pazmay resalta que solo el 65% de los participantes asistió a todos los talleres durante la implementación de la propuesta que consiste en mejorar la comunicación interna entre las empresas. A pesar de recomendar que los

> representantes terminen todas las capacitaciones, las organizaciones no siguieron este pedido. Este aspecto pudo haber contribuido a la caída de los promedios entre 2016 y 2018, demostrando que en Ecuador aún no existe una cultura social y organizacional desarrollada de colaboración interinstitucional para la investigación. (p. 30 - 31)

Los autores coinciden en la comunicación interna como herramienta fundamental en los departamentos y relaciones interpersonales que coadyuban al desarrollo organizacional de las empresas, esas comunicaciones por lo general suelen ser desencantes. En algunos casos los empleados no son tomados en cuenta y no perciben la comunicación interna para existencia del clima organizacional. Ahora bien, notamos que existe una correlación significativa entre estas dos variables, y la poca gestión del clima organizacional genera climas negativos que afectan el rendimiento de los integrantes y crecimiento de la institución. Haciendo énfasis en el clima organizacional esta permite mantener una claridad, eliminando la confusión e incrementando la productividad.

2.2. Marco científico

Este marco científico establece las bases teóricas para la investigación, integrando la comunicación interna y el clima organizacional como elementos interrelacionados que requieren atención estratégica para el bienestar y el rendimiento sostenible de la institución.

Es así que, desde el inicio del siglo XIX, se ha destacado la relevancia de los aspectos físicos y sociales en la conducta humana. Por lo tanto, clima organizacional influye en la percepción que un empleado tiene de su trabajo, su desempeño, nivel de productividad y satisfacción. Por otro lado, la comunicación interna, es considerada como un activo fundamental para la empresa u organización, se caracteriza por ser un

indicador clave de la cultura organizacional. Esto se debe a que las creencias arraigadas de los individuos en la organización están intrínsecamente vinculadas con la manera en que se lleva a cabo la comunicación interna, lo que enriquece la identidad y esencia de la empresa (Vizcaya et al., 2017).

2.2.1. Comunicación

Según, Petrone (2021), la comunicación es un proceso clave en el contacto humano que implica la transmisión y recepción de información a través de diversos medios y protocolos. Su etimología deriva del latín comunicare, que significa "poner en común, compartir algo". La comunicación es un componente fundamental que favorece la socialización. A través de ella, el hombre cultiva y mantiene su carácter de ser excepcional en convivencia, promueve la solidaridad social y fomenta una actitud cooperativa entre grupos.

Según el planteamiento de Galeano (1997), quien destaca el aporte de Shannon, en el tema de la comunicación, con su Teoría de la Información, el autor sugiere que, la teoría de Shannon podría considerarse como una base fundamental para estudios en el campo de la comunicación. Su conceptualización a pesar de su concentración inicial en un modelo físico de las comunicaciones por radio y teléfono, su comprensión de la comunicación como un proceso de transferencia de información añadió nuevos aspectos al desarrollo de un modelo de comunicación humana. Como resultado de las teorías de Claude Shannon en el campo de la comunicación, se introdujeron nuevos conceptos en el vocabulario asociado con este tema. Entre estos términos se encuentran entropía, redundancia, bit, capacidad del canal, ruido y retroalimentación.

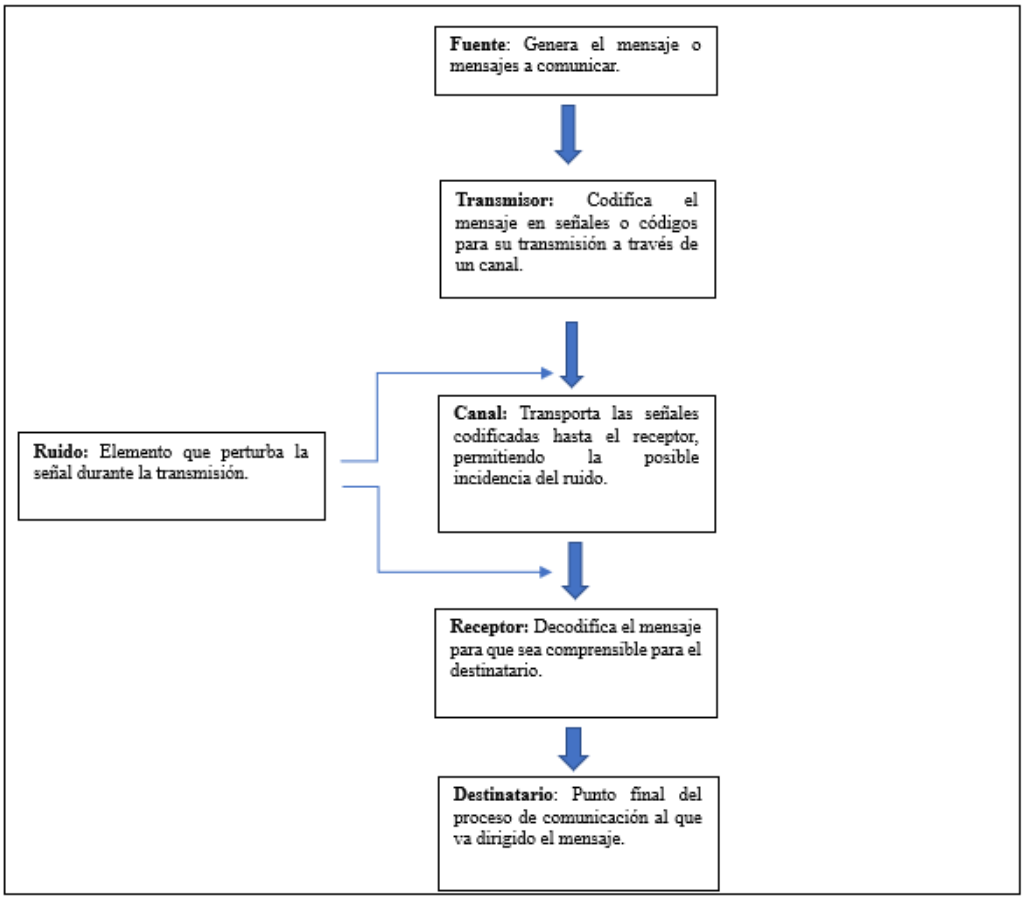
2.2.2. Modelo de Shannon y Weaver

Linares (2018), nos explica que en 1949 Shannon y Weaver desarrollaron uno de los primeros modelos de comunicación basado en la teoría matemática de la comunicación. Este modelo, conocido también como el modelo de la información, conceptualiza la información como una unidad cuantificable, no simplemente como el contenido del mensaje. Se centra en la eficacia del transporte de mensajes. El paradigma conductista

E-R (estímulo-respuesta) imperó en la primera parte del siglo XX, y el modelo de Shannon y Weaver refleja este punto de vista. La cantidad de información, la capacidad de la vía de comunicación, el procedimiento de codificación y el impacto del ruido son consideraciones críticas. (p. 120-121)

Gráfico 1

Modelo de Shannon y Weaver



Note: *mapa mental del modelo de Shannon y Weaver. Fuente: Linares (2018)*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024)*

2.2.3. Teoría Estructuralista

De acuerdo con Giraldo et al. (2008), esta teoría afirma que la vida social se configura como un sistema (estructura) de comunicación complejo. En este enfoque, todos los aspectos sociales y culturales se consideran signos, y comprenderlos plenamente exige

una perspectiva integral. La atención se centra en la estructura de los mensajes, su elaboración, y en la manera en que las audiencias interactúan con ellos.

En este sentido, Pérez Rojas (2008) menciona que el movimiento estructuralista se le atribuye a Ferdinand de Saussure a principios del siglo XX. Las aportaciones de Saussure se centran en el objeto del estructuralismo lingüístico: las estructuras lingüísticas o del lenguaje, a menudo conocidas como sistemas de signos, junto con sus leyes o reglas. La lengua se describe como un sistema de signos, cada uno de los cuales consta de un significante, (estímulo perceptible) y un significado (concepto). En la lengua, el significado y sentido de cada signo se determinan a través de relaciones de oposición con otros signos, creando así su lugar, distinción y valor. La lingüística estructural estudia la red de interacciones entre signos dentro de un sistema lingüístico, dando mayor importancia a las formas que a los contenidos.

Esto impulsó la creación de otras escuelas en Europa, como la de Ginebra, la fonológica de Praga y la de París, que contó con la participación de reconocidos intelectuales, tales como Roland Barthes, Foucault, Althusser y Lévi-Strauss.

Este último, definió condiciones cruciales para el concepto de estructura. Estas condiciones implican que la estructura es un sistema, donde la modificación de un elemento afecta a todos los demás. Cada modelo de estructura pertenece a un grupo de transformaciones, y estas transformaciones forman un conjunto de modelos. Estas condiciones permiten prever cómo reaccionará el modelo ante cambios en sus elementos. Es esencial construir el modelo de manera que su funcionamiento explique todos los hechos observados. Así, las estructuras se conciben como sistemas que transforman la realidad, siguiendo ciertas leyes que varían según las transformaciones intrínsecas; es decir, operan con autorregulación. En tal sentido aborda a la comunicación no solo como una estructura de canales y medios para transmitir información, sino también como un proceso más profundo con aspectos fundamentales, donde se destaca la importancia de reflexionar sobre elementos clave como la codificación del mensaje, la intención implícita y explícita, el momento, el tono, el

medio de difusión elegido y las repercusiones esperadas y reales en el receptor (Pérez Rojas, 2008).

Por otro lado, Barthes (1975) también contribuyó al desarrollo de la teoría estructuralista al explorar la noción de "estructuras narrativas" en la comunicación visual. Al aplicar principios estructuralistas, reveló cómo las imágenes y símbolos visuales siguen patrones específicos, añadiendo una dimensión visual a la teoría estructuralista en comunicación.

En última instancia, la teoría estructuralista en comunicación, desarrollada por Saussure, Barthes, y aplicada en campos como la antropología por Levi-Strauss, ha enriquecido la comprensión de la comunicación al revelar las estructuras subyacentes que organizan y dan significado a los procesos comunicativos.

Entonces podemos entender que la teoría estructuralista, concibe a la comunicación como un sistema estructurado de signos donde el significado surge de las relaciones entre elementos lingüísticos. La finalidad primordial de esta teoría consiste en examinar las estructuras fundamentales que dan forma a la generación y recepción de mensajes.

2.2.4. Axiomas de la Comunicación

Este es el argumento de Watzlawick (1983, citado en Petrone, 2021), propone cinco axiomas de comunicación:

a) Es imposible no comunicar

Cualquier tipo de comportamiento es una forma de comunicar, es así que el individuo directa o indirectamente está comunicando.

b) La comunicación implica tanto contenidos como relaciones

Todo mensaje tiene su significado que viene a ser el contenido, y como se relacionan entre el emisor y receptor.

c) La naturaleza de una relación viene determinada por la puntuación de la comunicación entre individuos

Se refiere al flujo de información entre individuos y como estructuran el mensaje, tomando en cuenta la reacción del otro.

d) La comunicación humana consta de dos modalidades: digital y analógica

Se refiere al mensaje que se quiere transmitir (lo que se dice) y las formas o maneras en que se trata de transmitir ese mensaje teniendo en cuenta la comunicación no verbal (cómo se dice).

e) La comunicación puede ser simétrica y complementaria

Se refiere a la conducta de los comunicantes en el intercambio lingüístico, donde tienden a ser recíprocos.

Además, la comunicación es un elemento esencial en la cultura humana, ya que permite la transmisión de conocimientos, la interpretación del contexto y la toma de decisiones. (Vinasco Ñustes, 2015)

La comunicación es lo que mantiene a la organización viva y en constante evolución. En una empresa, todo se comunica. Este es el primer postulado, y es una de las razones por las que es aceptable asumir que ninguna empresa existe sin comunicación interna. La dirección general, los gerentes, los mandos medios, los empleados, hablan, interactúan, conversan, hacen comentarios y hasta en sus gestos comunican dentro y fuera de los ámbitos de trabajo (Brandolini et al., 2009).

En otras palabras, la comunicación es un factor importante en la organización de una empresa, debido a que siempre va a existir comunicación de manera formal o informal, es por ello que mantener una buena comunicación ayuda para la institución se fortalezca de manera interna y así logra evolucionar y crecer como empresa.

2.2.5. Teoría la acción comunicativa de Habermas

La teoría de la acción comunicativa de Jürgen Habermas se basa en las condiciones de la socialización moderna. Habermas amplía la tesis de Max Weber, que sostiene que la

acción del individuo está orientada hacia los fines de una organización o sistema mediante acciones instrumentales y estratégicas. Habermas describe a individuos que utilizan la racionalidad comunicativa no para obtener ventajas personales, sino para alcanzar un entendimiento mutuo. Además, distingue entre dos tipos de acciones: por un lado, las acciones no lingüísticas, que son teleológicas y se dirigen a la consecución de fines preconcebidos; y, por otro lado, las expresiones lingüísticas, que se orientan hacia la comprensión y el entendimiento mutuo sobre el mundo, lejos de perseguir intereses o éxitos personales (Vásquez, 2012).

Habermas distingue entre tres tipos de acción:

a) **Acción instrumental:** Orientada al éxito y a la manipulación de objetos en un contexto no social.
b) **Acción estratégica:** Se refiere a un contexto social, donde las personas son vistas como medios para alcanzar fines.
c) **Acción comunicativa:** Se orientada al entendimiento mutuo y la cooperación, donde los individuos interactúan en igualdad de condiciones para alcanzar un consenso

En este sentido, Habermas postula el concepto “mundo de la vida” a un contexto de creencias y convicciones compartidas intersubjetivamente, que son el resultado de la acción comunicativa y de los esfuerzos interpretativos de generaciones anteriores. Este "mundo de la vida" actúa como una base de conocimiento intuitiva que sostiene la continuidad de la comunicación social, permitiendo que esta se desarrolle sin interrupciones. El "mundo de la vida" también almacena el trabajo interpretativo de generaciones pasadas, funcionando como un contrapeso conservador ante el riesgo de desacuerdo que puede surgir en cada nuevo proceso de entendimiento. Habermas sostiene que cada acto de entendimiento lingüístico se sitúa dentro de este horizonte compartido, donde las interpretaciones históricas y culturales facilitan la comunicación continua y efectiva (Solares, 2015).

Es decir, es el conjunto de creencias y valores compartidos entre las personas constituye el contexto fundamental de todos los procesos de comunicación en la vida cotidiana, y representa el núcleo central de la vida social.

La teoría de la acción comunicativa de Habermas ofrece una visión integral de cómo las distintas formas de racionalidad interactúan para moldear la sociedad. La racionalidad sustantiva del mundo de la vida y la racionalidad formal del sistema son componentes esenciales y complementarios que deben mantenerse en un equilibrio dinámico. La comunicación, entendida como un proceso orientado al entendimiento mutuo y al consenso, es crucial para preservar la integridad del mundo de la vida frente a las presiones y demandas del sistema (Garrido-Vergara, 2011).

Este enfoque no solo proporciona una herramienta analítica para estudiar las estructuras sociales, sino que también ofrece una guía normativa para fomentar una sociedad más justa y equitativa, en este sentido esta teoría es base fundamental para el estudio interno de la Carrera de Comunicación ya que se sustenta en la colaboración, entendimiento e interrelación, en este caso entre docentes y estudiantes donde la comunicación efectiva y la racionalidad sustantiva sean valoradas y protegidas.

2.2.6. Clima organizacional

En algunas empresas están comenzando a considerar aspectos como las relaciones interpersonales entre los trabajadores, las normas grupales, las estrategias de supervisión, los estilos de liderazgo, entre otros elementos. Se están estableciendo conexiones entre estos asuntos y aspectos críticos como la productividad de la empresa o los logros obtenidos. Hasta el momento, esta conexión entre los empleados y la organización había sido en gran medida pasada por alto. (Cuenca y Verrazy, 2020)

Ahora bien, los primeros enfoques en el estudio del clima organizacional, destacan las contribuciones de Schnider y Reicher y Denison. Estos autores coinciden en que el experimento de Kurt Lewin y Ronald Lippitt de 1938 proporcionó la primera definición registrada de clima organizacional. En este experimento con grupos escolares de 10 a 11 años, se exploraron tres estilos de liderazgo y su impacto en el comportamiento

individual, utilizando dos tipos de atmósferas grupales opuestas: democrática y autocrática. La teoría aplicada a las organizaciones sostenía que el comportamiento (B) era una función (f) de la personalidad (P) y el entorno (E), expresada como B = f (P, E). Inicialmente, el comportamiento de interés se refería a tareas expresivas, como la coordinación, la participación y la permanencia en el grupo (Esquivel Hernández et al., 2020).

2.3. Marco Conceptual

Partiendo desde el punto que las personas somos seres sociales y constantemente están emitiendo y recibiendo información, necesitamos de un espacio óptimo y adecuado para mantener una buena relación y organización. Y para esto en necesario gestionar la comunicación, usar canales de comunicación efectivos, utilizar herramientas tecnológicas que permitan un intercambio de información rápido y fluido.

2.3.1. Comunicación interna

Según el autor, Capriotti, (1998), la función de la comunicación interna radica en mejorar la eficacia en todas las actividades internas de la organización, lo que inevitablemente se traducirá en una mayor competitividad externa para la empresa.

Mientras que, Molina (2002), entiende a la comunicación interna como una herramienta de gestión, y es crucial para la influencia de la gerencia y compromiso de los empleados con las estrategias y acciones de la empresa. Otro aspecto crucial planteado por Molina, es que los técnicos de comunicación tienen la misión de ayudar a los directivos a alcanzar sus objetivos. En otras palabras, se refiere al intercambio de información entre los miembros de una organización con el objetivo de mantener una fluidez y coherencia en la transmisión de comunicaciones. Este proceso implica el flujo de información, ideas y conocimientos dentro de la institución, facilitando la comprensión mutua entre los diferentes niveles jerárquicos y departamentos.

2.3.2. Comunicación interna institucional

En las instituciones la comunicación interna juega un rol determinante en el rendimiento laboral, es por ello la importancia de gestionar la comunicación para que

sea eficaz. Asimismo, uno de los objetivos fundamentales que persiguen las instituciones actuales es conseguir por medio de la comunicación que los trabajadores mejoren su vocación, su sentido de pertinencia, la cooperación, la ayuda mutua, el sentido de participación, la capacidad de liderazgo y en general su desempeño laboral dentro de la institución. (Vivas et al., 2022)

Según el autor, Charry (2018), la buena gestión de la comunicación en la organización publicas debe estar direccionada a responder los constantes cambios en la actualidad, teniendo en cuenta la competitividad, debe ser sistémica e interactiva, donde sea posible escuchar a los integrantes y que sientan parte de la organización y motivarlos a comunicar.

Mientras tanto, Mónica Altamirano me menciona que una mala gestión de comunicación interna puede afectar negativamente en el clima laboral de las instituciones, creando malos entendidos entre los jefes y el personal (Altamirano, 2018).

Los autores resaltan la importancia de una adecuada gestión de la comunicación interna en las empresas e instituciones ya que es un buen método para obtener el mejor rendimiento y mantener un ambiente adecuado para los colabores, el acercamiento y la difusión clara de los objetivos de la empresa y a donde se quiere llegar es responsabilidad de esta, guiar a los trabajadores en una dirección donde involucre la participación de todos, en sincronía, como un todo ordenado hacia el éxito de la empresa, que va de la mano con las ganancias y utilidades.

2.3.3. Comunicación interna asertiva

Por otra parte, la comunicación asertiva se define como una actividad comunicativa continua, positiva, productiva y estimulante. Se busca elegir el tipo de palabras y frases que resulten más cercanas a sus interlocutores para evitar palabras técnicas, contradicciones y juego de palabras (EXPERTICIA, 2016). En otras palabras, la comunicación interna asertiva fomenta la cohesión, promueve la cultura organizacional y contribuye al logro de los objetivos institucionales al alinear a todos los miembros

hacia metas comunes. Además, fortalece la moral, la motivación y la participación de los que integran la institución, al proporcionarles información relevante sobre las actividades, decisiones y cambios que afectan su entorno.

2.3.4. Canales de comunicación interna

Desde el punto de vista de Cid (2020), la importancia de los canales comunicación interna en el contexto del trabajo remoto, se centra en fortalecer las relaciones entre los empleados. Entre estos canales tenemos los siguientes:

a) Correo electrónico institucional

Una forma de comunicación formal, según González (2005), dice que el correo electrónico se ha utilizado en el ámbito académico para mejorar la competencia comunicativa de los estudiantes.

b) Plataformas de aprendizaje en línea

Según lo indicado por Olguín-Moreno et al. (2018) mencionan que, estas herramientas proporcionan flexibilidad y la posibilidad de personalización, desempeñan un papel crucial en la formación de estudiantes, la capacitación del personal administrativo y el desarrollo educativo de los profesores.

c) Sitio web universitario

Un sitio web universitario se presenta como una herramienta esencial para la enseñanza y la comunicación en el ámbito académico. Rios-Rodriguez (2015), resalta que su importancia radica en su capacidad para facilitar la enseñanza, ya sea que, sea creado por el profesor, los estudiantes o por terceros.

d) Redes sociales

Dentro de una institución facilitan la interacción y el intercambio de información entre sus miembros, promoviendo la colaboración y fortaleciendo las relaciones internas.

e) Boletín institucional

Es una herramienta de comunicación institucional y es un canal necesario para transmitir información a los públicos de la Universidad, esto debe estar direccionado a los destinatarios prioritarios y públicos potenciales (Bocco Nieto, 2005).

f) Carteleras informativas

Por lo general las carreras suelen tener carteleras físicas donde se publican anuncios sobre eventos, oportunidades académicas y otras informaciones relevantes de la institución. Según, Flórez (2017), afirma que la cartelera informativa desempeña un papel esencial en la comunicación de las organizaciones, especialmente en aquellas en las que es necesario fortalecer la información proporcionada por otros canales a sus diversos públicos de interés.

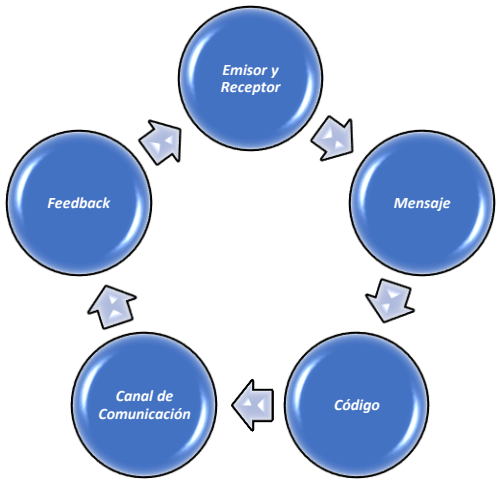
g) Sesiones presenciales y reuniones

Aquí están las clases presenciales, reuniones, tutorías y otras sesiones cara a cara que proporcionan oportunidades para la comunicación directa.

2.3.5. Elementos de la comunicación interna

Gráfico 2

Elementos de comunicación interna



Note: *mapa mental de comunicación interna. Fuente: Alvarado, Torrech, & Yance (2017)*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024)*

2.3.6. Clima organizacional

Para Stephen P, y Timothy A, el clima organizacional como el ambiente psicológico y emocional en una organización que afecta la percepción de los miembros sobre la cultura y las prácticas de la institución. En el ámbito educativo, este concepto adquiere una relevancia crucial en la calidad de la enseñanza, la satisfacción de los docentes y estudiantes, y el rendimiento académico (Robbins & Judge, 2019).

Con el contexto anterior, está claro que el clima organizacional es la percepción colectiva que tienen los miembros de una organización sobre su entorno de trabajo, y está influido por una serie de factores como la cultura organizacional, las relaciones interpersonales, el liderazgo, etc.

Este clima puede ser positivo o negativo, y su calidad afecta directamente el bienestar, la motivación, la satisfacción laboral y el rendimiento de los docentes y estudiantes.

2.3.7. Comunicación

Desde tiempos antiguos la comunicación ha sido base fundamental para la evolución y trascendencia humana, en el comportamiento y sus formas de comunicar. Puede adoptar diversas formas, incluida la comunicación oral y escrita, y en ella influyen factores como las emociones, la cultura y el canal de comunicación (Prabavathi & Nagasubramani, 2018).

2.3.8. Principios y valores

Los miembros de una organización deben comprender y compartir los conceptos y valores que rigen la actuación de la empresa, así como definir su papel y su contribución a la consecución de los objetivos empresariales. Sólo se puede generar sentido de pertenencia y adhesión cuando los integrantes de un grupo tienen claro por qué y para qué hacen lo que hacen y porqué y para qué la compañía toma determinadas decisiones y traza determinados objetivos (Cuervo, 2019).

2.3.9. Cultura organizacional

Para Belalcázar (2012), la cultura organizacional posibilita comprender que los empleados de una entidad son individuos que crean narrativas fundamentadas en los significados que desarrollan en interacción con otros, estos individuos están inmersos en sistemas simbólicos y comparten relatos que conforman no sólo sus actos mecánicos, sino también sus representaciones y comportamientos.

2.3.10. Resiliencia Organizacional

Según, Petrillo (2018), sostiene que la resiliencia aplicada en contextos organizacionales tiene un impacto directo no sólo a nivel empresarial, sino también a nivel individual, ya que afecta a las conexiones personales, la autoeficacia y las buenas emociones.

Este enfoque hace hincapié en la necesidad de resiliencia tanto a nivel organizativo como personal. Además, la capacidad de la organización para adaptarse al cambio, superar los problemas y aprender de las experiencias puede influir en la percepción del clima, sobre todo en tiempos de agitación o crisis.

2.3.11. Liderazgo

Duro (2006), menciona que algunas personas ocupan una posición de liderazgo o superioridad en sus organizaciones debido a sus destacadas habilidades personales o a su rendimiento sobresaliente. Estos individuos logran que los equipos alcancen un buen desempeño en términos de los objetivos establecidos por la organización.

Entonces podemos decir que, el éxito organizacional está vinculado a la habilidad de ciertos líderes para motivar y dirigir a sus equipos, ya sea por sus características personales excepcionales o por sus logros notables.

2.4. Marco Legal

Dado que la presente investigación se basa en el estudio de la Carrera de Comunicación de la UEB, se tendrán en cuenta los parámetros jurídicos que se enumeran a continuación:

Ley Orgánica de Educación Superior

Art. 26.- Establece que la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo.

Art. 27 .- Establece que la educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respecto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar.

Reglamento Codificado del Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior

Los artículos del Reglamento Codificado del Régimen Académico del Sistema Nacional de Educación Superior, hace referencia al Proyecto de Investigación, como se señala a continuación:

Art. 3.- "Fines de la Educación Superior. - La educación superior de carácter humanista, intercultural y científica constituye un derecho de las personas y un bien público social que, de conformidad con la Constitución de la República,

responderá al interés público y no estará al servicio de intereses individuales y corporativos."

Art. 4.- "Derecho a la Educación Superior. - El derecho a la educación superior consiste en el ejercicio efectivo de la igualdad de oportunidades, en función de los méritos respectivos, a fin de acceder a una formación académica y profesional con producción de conocimiento pertinente y de excelencia. Las ciudadanas y los ciudadanos en forma individual y colectiva, las comunidades, pueblos y nacionalidades tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo superior, a través de los mecanismos establecidos en la Constitución y esta Ley."

Art. 88. "Las instituciones de educación superior incluirán en su reglamentación interna, entre otros, los siguientes aspectos: concurso de merecimientos y oposición, en el cual necesariamente se incluya el componente andragógica, carrera docente, categorías docentes; tiempo de dedicación; protección social; remuneraciones; mejora profesional; estabilidad; año sabático; becas; servicios a la comunidad; pasantías en los campos de su especialidad y jubilación, lo cual deberá reflejarse en su planificación anual y presupuestaria."

Art- 89. "El docente del Sistema Nacional de Educación Superior del país, a más de tener una sólida formación en las áreas de los componentes educativos y de investigación que serán de su responsabilidad, garantizará sólidos y consistentes valores éticos reconocidos por la sociedad, así común gran espíritu de investigación.

"El ingreso del docente a la institución de educación superior se realizará a través de un concurso de merecimientos y oposición, conforme lo dispuesto en la Ley Orgánica de Educación Superior y en el presente reglamento."

Art. 101.- "Reglamento y Código de Ética. - El Consejo de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior aprobará el Reglamento que regulará las

actividades de los Pares Evaluadores y de los especialistas, consultores y funcionarios. El Código de Ética hará constar los requisitos, las incompatibilidades, prohibiciones y la forma de selección. En cada proceso de evaluación, los miembros del equipo evaluador suscribirán el acta de cumplimiento del Código de Ética, en el que se hará constar la responsabilidad civil y laboral que acarrea el incumplimiento del mismo, así como la declaración juramentada de los miembros del equipo de no tener conflicto de intereses con la institución, carrera o programa que va a ser evaluada, y de ser el caso, acreditada."

Ley Orgánica de Comunicación

Los artículos de la Ley Orgánica de Comunicación, hace referencia al Proyecto de Investigación, como se señala a continuación:

> **Art. 29.- "**Libertad de información. - Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo. Esta libertad solo puede limitarse fundadamente mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos, y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido."
>
> "Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar."
>
> **Art. 42.-** "Libre ejercicio de la comunicación. - Todas las personas ejercerán libremente los derechos a la comunicación reconocidos en la Constitución y esta Ley a través de cualquier medio de comunicación social. Las actividades

periodísticas de carácter permanente realizadas en los medios de comunicación, en cualquier nivel o cargo, deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación, con excepción de las personas que tienen espacios de opinión, y profesionales o expertos de otras ramas que mantienen programas o columnas especializadas. Las personas que realicen programas o actividades periodísticas en las lenguas de las nacionalidades y pueblos indígenas, no están sujetas a las obligaciones establecidas en el párrafo anterior. En las entidades públicas los cargos inherentes a la comunicación serán desempeñados por comunicadores o periodistas profesionales."

Código de Ética de la Universidad Estatal de Bolívar

Los artículos del Código de Ética de la Universidad Estatal de Bolívar, hace referencia al Proyecto de Investigación, como se señala a continuación:

Capítulo VI

Del Personal Académico

Artículo 11. "Responsabilidades éticas del personal académico. - Son responsabilidades éticas del personal académico de la Universidad Estatal de Bolívar, con respecto a su profesión, al ejercicio de la docencia y la investigación, los siguientes:

1. Asumir y cumplir con ética profesional, calidad y afectividad la cátedra, la práctica docente e investigativa y vinculación con la sociedad, actuando con libertad, de conformidad con las normas y demandas institucionales;
2. Colaborar con ética y compromiso profesional, en los procesos de autoevaluación, evaluación y acreditación y en los proyectos programados;
3. Emprender con responsabilidad y sentido profesional su actualización, capacitación y perfeccionamiento en los campos científicos y pedagógicos correspondientes a su especialización;

4. Evitar todo tipo de discriminación al estudiante, asociada a características o situaciones personales, sociales, económicas o de cualquier otra índole;

5. Garantizar la calidad de todas las acciones emprendidas con los estudiantes de manera eficaz y responsable;

6. Promover y estimular la investigación científica y la vinculación de la teoría con la práctica;

7. Fomentar la autoestima, la voluntad de superación y el desarrollo de las capacidades personales de los estudiantes, a través de una formación integral, atención personalizada y relación de confianza.

8. Proporcionar al estudiante un sistema estructurado de competencias, conocimientos, habilidades y valores que le permitan acceder en las mejores situaciones posibles al ejercicio profesional y a una ciudadanía activa y responsable;

9. Atender y brindar el apoyo óptimo a los estudiantes con discapacidad, minorías étnicas y grupos de atención prioritaria;

10. Adoptar las medidas necesarias para prevenir y salvaguardar, en el ámbito de sus competencias; la libertad, la dignidad, la integridad física, psicológica, sexual y emocional de los estudiantes;

11. Atender y encausar debidamente las inquietudes y reclamos del estudiante en el desarrollo de su formación profesional;

12. Respetar el ejercicio docente, sin comprometer los intereses institucionales;

13. En el ámbito de la investigación en las cuales se trabaja con personas, se deberá respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos

fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad. Se deberá contar con la autorización, previa de un comité de bioética legalmente reconocida por el organismo de control y regulación pública;

14. Toda investigación científica respetará y fomentará la convivencia intercultural y pluricultural en el marco de los derechos individuales y colectivos;

15. De acuerdo al tipo de investigación y si esta afecta al ambiente será necesario contar con los permisos de los organismos nacionales de control y regulación, asegurando que las investigaciones realizadas se apliquen las normas más rigurosas de la ética en la investigación;

16. Las investigaciones que requieran contar con información proveniente de personas legalmente capaces, deberá suscribirse un consentimiento libre, voluntario e informado;

17. Toda investigación que se encuentre relacionada con algún grupo de atención prioritaria, deberá dar estricta observancia y cumplimiento a la normativa nacional vigente, con el objetivo de proteger la dignidad, los derechos, el bienestar y la seguridad;

18. En el ejercicio científico se rechazará las autorías inmerecidas en las publicaciones científicas y/o proyectos investigativos, así como también el orden de los mismos;

19. Salvaguardar los espacios, ambientes, bienes y recursos de la institución; y,

20. Ninguno de los principios éticos exime al investigador de sus responsabilidades ciudadanas, por ello debe aplicarse las siguientes buenas prácticas:

- Honestidad intelectual para proponer, ejecutar y presentar proyectos, artículos científicos y los resultados de una investigación;
- Detallar con precisión las contribuciones de los autores a las propuestas de investigación y/o sus resultados;

- Favorecer la integración entre las distintas comunidades científicas y el intercambio de recursos;
- Transparencia en los conflictos de interés;
- Protección de las personas que intervienen en las investigaciones;
- En la investigación animal, proporcionar el cuidado adecuado de los animales con los que se lleva a cabo los estudios; y,
- El cumplimiento de las responsabilidades mutuas entre los investigadores y los participantes de una investigación.

  La investigación en seres humanos se aplicará en conformidad al acuerdo ministerial o normativa vigente, que para el efecto emita el ministerio u órgano correspondiente."

Capítulo VII

De Los Estudiantes

Artículo 12. "Responsabilidades éticas de los estudiantes. - Son responsabilidades éticas de los estudiantes hacia la institución:

1. Respetar a las autoridades, profesores universitarios, trabajadores, compañeros, dirigentes estudiantiles y en general a toda la Comunidad Universitaria;
2. Salvaguardar los espacios, ambientes, bienes y recursos de la institución;
3. Su participación en el proceso de formación académica debe ser honrada, transparente, honesta y prepositiva, combatiendo frontalmente el individualismo, fraude académico, chantaje, el soborno, los negociados ilícitos o indecentes y el acoso político, sexual o de cualquier tipo.
4. Desempeñar con ética y solvencia los cargos de representación y mandatos otorgados por las autoridades y estudiantes;

5. Cumplir con responsabilidad, ética y rigor académico todas las obligaciones derivadas de su condición de estudiante; y,
6. Velar por el buen nombre y prestigio de la Universidad Estatal de Bolívar, en todos sus actos.
7. Denunciar ante las autoridades institucionales o al Comité de Ética Universitaria, actos reñidos con el presente Código; así como contribuir de manera eficiente con documentos y evidencias para esclarecer las denuncias que se presentaren."

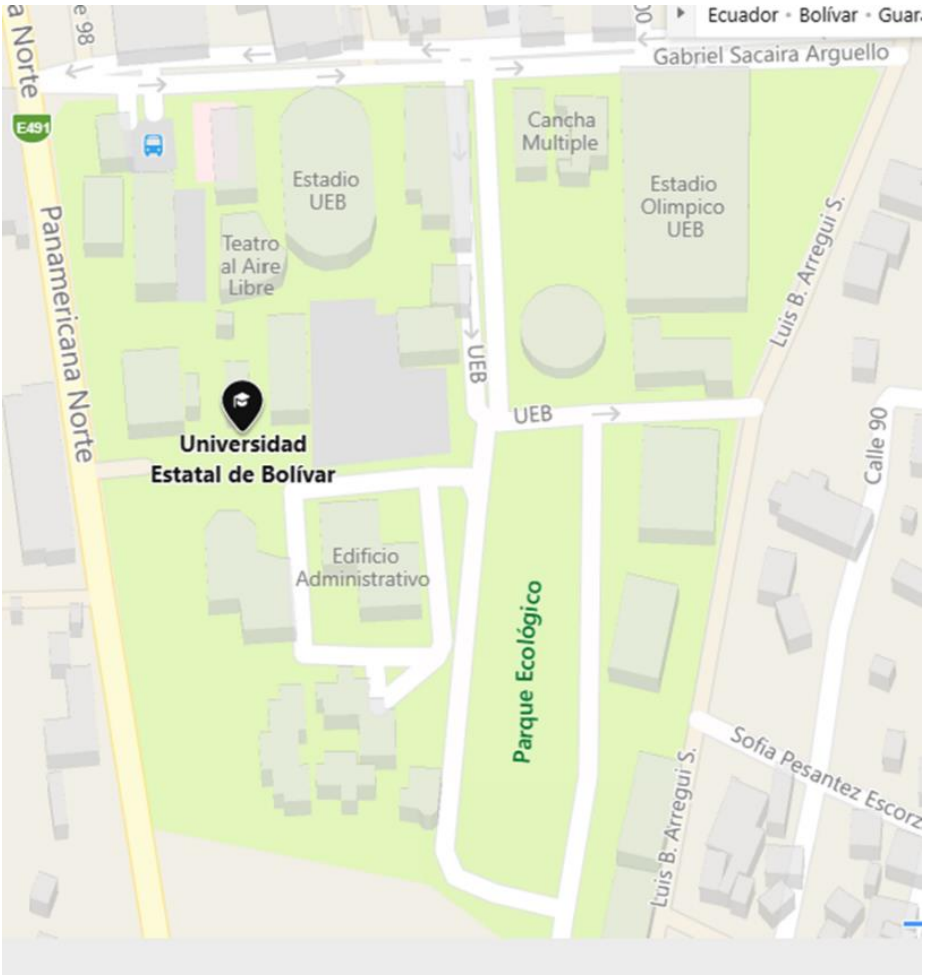
2.5. Marco georreferencial

Carrera de Comunicación en la Universidad de Bolívar

Ubicación Geográfica: La Carrera de Comunicación se encuentra en la Universidad Estatal de Bolívar, se ubica en la provincia de Bolívar, cantón Guaranda, y su dirección es en la carretera Panamericana Norte, calles Gabriel Secaira Arguello y Luis B, Arregui S.

Gráfico 3

Geografía de la Carrera de Comunicación UEB



Note: *Imagen tomada de Bing Maps: https://acortar.link/JW4J5H*

La carrera de Comunicación se basa en un modelo sistémico holístico que permite el desarrollo del conocimiento y el aprendizaje. Es una carrera inter, trans y multidisciplinaria que articula las diversas corrientes de pensamiento en esa conjugación teoría y praxis, lo que le permite responder a los problemas sociales.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipos de Investigación

3.1.1. Investigación Bibliográfica – Documental

Este tipo de investigación utiliza datos y síntesis recolectadas e información con temas secundarios como revistas, tesis, artículos científicos, libros, páginas web, entre otras.

Según, Bueno (2010), resalta que la investigación bibliográfica y documental proporciona el marco teórico que guía la investigación, permitiendo al investigador comprender el estado actual del conocimiento en el área de estudio e identificar la contribución única que su investigación puede hacer.

3.1.2. Investigación de campo

En la Carrera de Comunicación es necesario una investigación de campo donde sea posible analizar los fenómenos que ocurren en el entorno de la institución, mediante una observación para luego medirlos. En este sentido, Hernández- Sampieri (2014) señala que la investigación de campo es esencial para obtener datos de primera mano, especialmente en investigaciones donde es necesario observar, medir y analizar fenómenos en su entorno natural. Destaca la importancia de la observación directa y las entrevistas en este enfoque.

3.2. Métodos de investigación

3.2.1. Método científico

La investigación se basa en el método científico, que guiará en la realización de una investigación de tipo inductivo-deductivo. También es analítico-sintético en la forma en que analiza los hechos y se relaciona con las bases teóricas del marco conceptual, utilizando categorías cognitivas de análisis y síntesis. Según los autores sugieren que

el método general de investigación implica un proceso sistemático y controlado de observación y medición, que busca explicar, predecir y controlar los fenómenos de interés. Se refieren al método científico en general (Kerlinger y Lee, 2000).

3.2.2. Enfoque Mixto

La investigación adoptará un enfoque mixto, incorporando metodologías cualitativas y cuantitativas. Estos métodos sirven para obtener información más detallada, el método cuantitativo es la recolección y análisis de datos numéricos, es decir medibles, mientras que el método cualitativo comprende en un análisis no numérico el cual sirve para entender y comprender a profundidad los fenómenos complejos y subjetivos (Medina-Romero et al., 2023).

El enfoque cualitativo permitirá identificar pautas de investigación y recopilar datos que no requieren medición estadística. Por otro lado, el enfoque cuantitativo se utilizará para recopilar datos numéricos a través de encuestas aplicadas a los colaboradores, los cuales posteriormente serán analizados e interpretados y se someterá a un análisis estadístico para determinar el grado de relación entre clima organizacional y comunicación interna en la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar.

3.3. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Las técnicas de recogida de datos son los distintos métodos para obtener información y contrastarla con la teoría. Estas técnicas permiten explicar y dar respuesta al fenómeno de estudio planteado en el problema y las hipótesis de trabajo. Cada investigación determinará las metodologías e instrumentos más adecuados (Garcés Ullauri, 2021).

Para la presente investigación se aplicaron los siguientes instrumentos: entrevista, encuesta y ficha de observación.

3.3.1. Encuesta

En esta investigación se utilizará la técnica más conocida como encuesta y el instrumento será el cuestiona, esto ayudará obtener información sobre la opinión de la población investigada.

3.3.2. Entrevista

En esta investigación se utilizará como técnica la entrevista y como instrumento el guion de preguntas, las preguntas son de tipo abierta para que haya la mayor información posible del especialista al entrevistar.

3.3.3. Observación

Esta técnica se utilizará para recabar información sobre una situación o fenómeno de forma directa, sin tener que preguntar o entrevistar a los sujetos de estudio. La observación puede ser tanto directa como indirecta.

3.3.4. Población y Muestra

El total de la población es 356 personas, y se aplicará a docentes y estudiantes, de manera aleatoria mediante la implementación de la siguiente formula:

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

Z= Nivel de confianza

N= Población total

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

E= Error

Z= 1.96

N= 356

P= 0.50

Q= 0.50

E= 0.05

$$n = \frac{(1,96)^2 . 356.0,50.0,50}{(0,05)^2 (356\text{-}1) + (1,96)^2 . 0,50 . 0,50}$$

$$n = \frac{3, 84. 89}{(0,0025) (355) + 3,84.0,25}$$

$$n = \frac{341,76}{0,8875 + 0,96}$$

$$n = \frac{341,76}{1,8475}$$

$$n = 185$$

Mediante la aplicación de la formula se obtuvo la muestra de un total de 185 estudiantes de la Carrera de Comunicación que deberán ser encuestados para el estudio de esta investigación. En la Carrera de Comunicación laboran un total de 12 docentes, de los cuales 4 docentes están siendo parte y contraparte de la investigación, por lo cual se realizará la encuesta a los 8 docentes restantes, esto no requiere de formula al no tratarse de una cantidad considerablemente grande.

3.4. Procesamiento de la información

En la presente investigación, la información será procesada de la siguiente manera:

Primero, se identifica los instrumentos de recolección de datos el cual permite conocer los problemas que tiene la Carrera. Segundo, la aplicación de los instrumentos los cuales son: encuesta realizada a los estudiantes, encuesta realizada a los docentes, entrevista a la Coordinadora, entrevista a un experto en comunicación interna y clima organizacional, ficha de observación a docentes y estudiantes de manera personal. Tercero, tabulación de las encuestas realizadas a los docentes y estudiantes, discusión de las entrevistas realizadas a la Coordinadora y al experto en comunicación interna. Cuarto, análisis FODA.

El análisis de los instrumentos que se utilizan en la recolección de datos se realiza de manera crítica, para luego interpretar los resultados con la información que será recabada.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Resultado de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la Carrera de Comunicación

Tabla 3

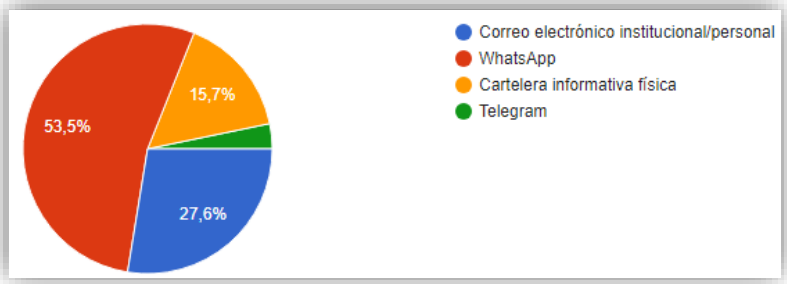
Canales de comunicación interna

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1	Correo electrónico institucional /personal	51	27,6%
	WhatsApp	99	53,5%
	Cartelera informativa física	29	15,7%
	Telegram	6	3,2%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 4

Porcentaje de canales de comunicación que prefieren para mantenerse informados



Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

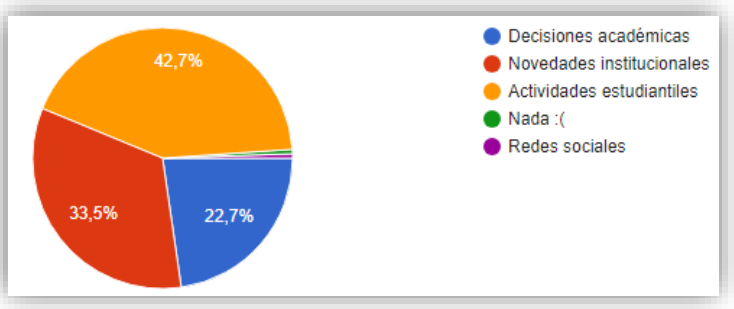
De los encuestados, el 53,5% prefiere WhatsApp, mientras que el 27,6% correo electrónico institucional, el 15,7% la cartelera informativa y el 3,2%, elige utilizar Telegram. De acuerdo con los resultados obtenidos, se encontró que la mayoría de encuestados prefiere WhatsApp y el correo institucional, como canal para recibir información. WhatsApp se posiciona como un canal importante dentro de la Carrera de Comunicación.

Tabla 4
Tipo de información

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
2	Decisiones académicas	42	22,7%
	Novedades institucionales	62	33,5%
	Actividades estudiantiles	79	42,7%
	Otros	1 - 1	0,5% - 0,5%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 5
Porcentaje de información que recibe a través de los canales de comunicación



Fuente: Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.
Elaborado por: Sisa; Yunga (2024).

Análisis e interpretación

Según la encuesta el 42,7% recibe información sobre actividades estudiantiles, el 33,5% recibe novedades institucionales y el 22,7% se informa de decisiones académicas.

Esto quiere decir que la mayoría de los estudiantes recibe información de actividades estudiantiles, ya sean tareas o trabajos estudiantiles. Por otro lado, una significativa parte se informa de novedades institucionales un pequeño porcentaje de decisiones académicas. Por lo tanto, el tipo de información que más circula entre los estudiantes son las actividades académicas.

Tabla 5

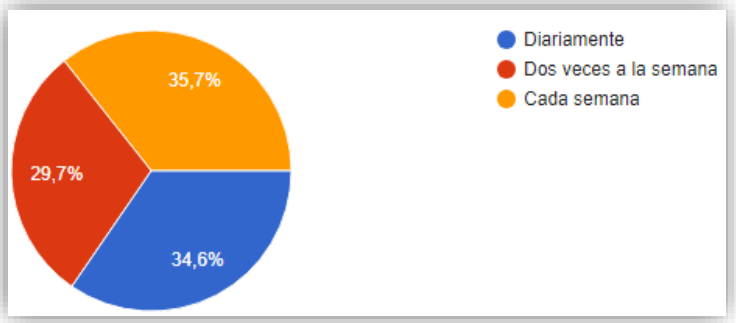
Frecuencia de información

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
3	Diariamente	64	34,6%
	Dos veces a la semana	55	29,7%
	Cada semana	66	35,7%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 6

Porcentaje de frecuencia de información recibida



Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Los resultados nos muestran que el 35,7% de los encuestados recibe información cada semana, el 34,6% afirma que recibe información diariamente y el 29,7% dos veces a la semana.

Esto quiere decir que la frecuencia con la que la mayoría de los encuestados reciben información es semanalmente. Estos datos proporcionan una visión detallada de cómo se distribuye la frecuencia de recepción de información entre los estudiantes, siendo de mayor frecuencia cada semana.

Tabla 6

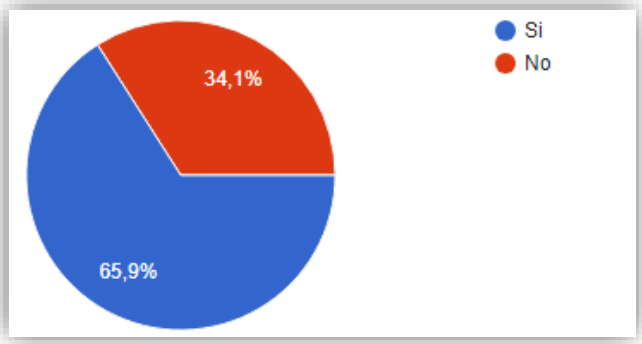
Información sobre los cambios y decisiones importantes

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
4	Si	122	65,9%
	No	63	34,1%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 7

Porcentaje de información sobre cambios y decisiones importantes



Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Con los datos obtenidos, el 65,9% de los encuestados SI se sienten informados sobre los cambios y decisiones importantes de la Carrera, mientras que el 34,1% menciona que NO.

De acuerdo con los resultados, se puede evidenciar que una gran parte de los estudiantes si se sienten informados de los cambios y decisiones respectos a la Carrera de Comunicación, y un pequeño porcentaje no se siente informado sobre estos cambios y decisiones. Esto quiere decir que la mayoría de los estudiantes sí se siente informados.

Tabla 7

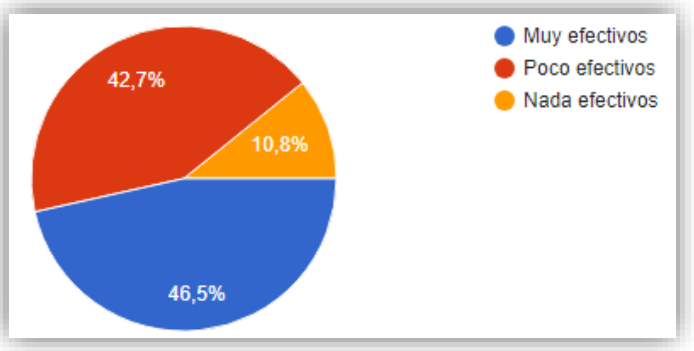
Opinión sobre los canales de comunicación interna

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
5	Muy efectivos	86	46,5%
	Poco efectivos	79	42,7%
	Nada efectivos	20	10,8%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 8

Porcentaje de opinión sobre los canales de información



Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que el 46,5% considera muy efectivos a los canales de comunicación interna, el 42,7% dice que son poco efectivos y el 10,8% mencionan que son nada efectivos.

Por lo tanto, se puede notar que una parte significativa da una opinión positiva sobre estos canales de comunicación, por otro lado, más de la mitad de los encuestados opina de manera negativa sobre los canales de comunicación ya que son poco o nada efectivos.

Tabla 8

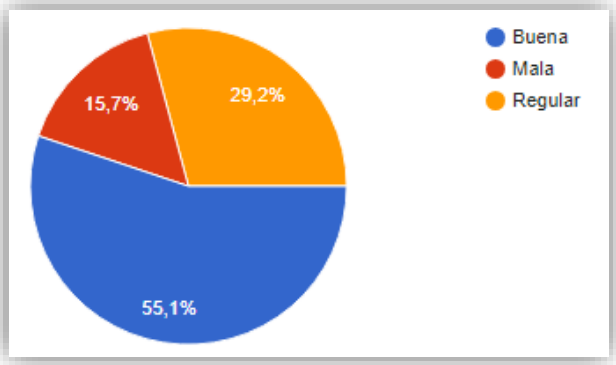
Opinión sobre los canales de comunicación interna

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
6	Buena	102	51,5%
	Mala	29	15,7%
	Regular	54	29,2%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 9

Porcentaje de transparencia en comunicación interna



Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

En base a la encuesta podemos observar que el 55,1% considera que la transparencia en la comunicación interna es buena, un 15,7% dice que es mala y un 29,2% menciona que es regular.

Por lo tanto, está claro que a más de la mitad de estudiantes encuestados le parece buena la transparencia que se maneja dentro de la Carrera, por otro lado, un poco menos de la mitad de los encuestados tienen una percepción negativa, calificándola como mala y regular.

Tabla 9

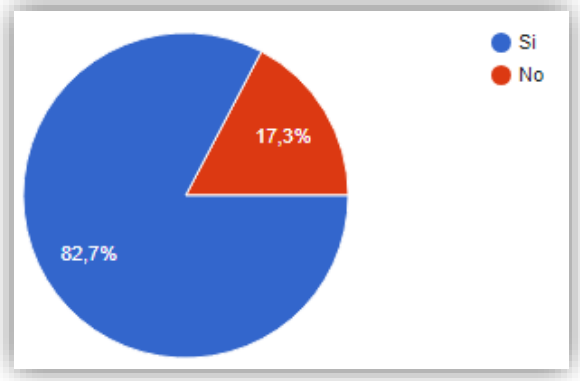
Participación y feedback que contribuye al sentido de pertenencia

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
7	Si	153	82,7%
	No	32	17,3%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 10

Porcentaje de participación y feedback



Fuente: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

En base a los datos obtenidos se puede constatar que la mayoría de los encuestados, un total de 82,7% considera que la participación y feedback si contribuye al sentido de pertenencia en la Carrera de Comunicación, mientras que un 17,3% menciona que no contribuye.

Con estos resultados, la participación y feedback juega un rol importante dentro de la Carrera ya que genera un sentido de pertenencia a los estudiantes de la institución.

Tabla 10

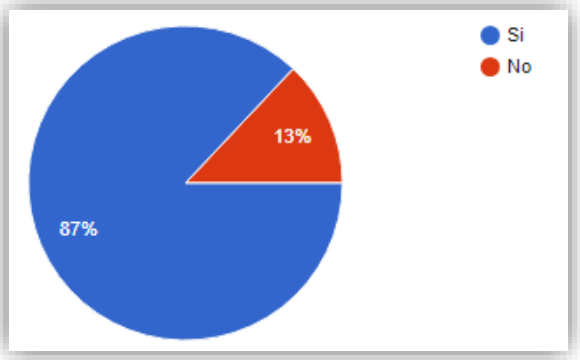
Influencia de la comunicación interna en el desempeño

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
8	Si	161	87%
	No	24	13%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 11

Porcentaje de influencia de la comunicación interna en el desempeño académico



Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Estos datos nos permiten conocer que el 87% considera que la comunicación interna si influye en el desempeño académico, mientras que una pequeña parte, el 13% menciona que no influye.

De acuerdo con los resultados podemos decir que la comunicación interna interviene significativamente en el desempeño académico, esto se refiere a que tan informados están los estudiantes para desenvolverse mejor en cada una de las actividades académicas que les han sido asignados, recordemos que una comunicación clara y asertiva nos permite realizar mejor el trabajo.

Tabla 11

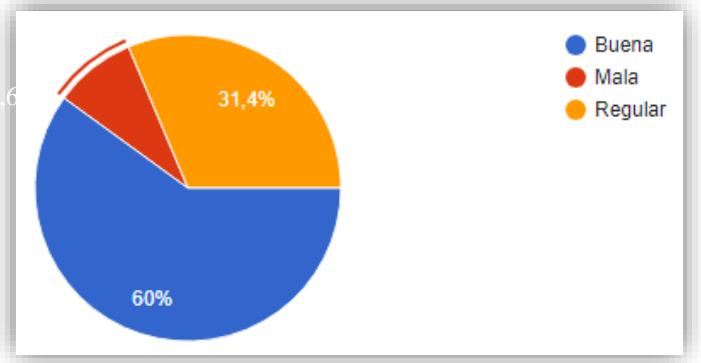
Colaboración entre docentes y estudiantes

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
9	Buena	111	60%
	Mala	16	8,6%
	Regular	58	31,4%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 12

Porcentaje de colaboración entre docentes y estudiantes



Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Según la encuesta el 60% de los estudiantes percibe una buena colaboración entre docentes y estudiantes, un 31,4% la percibe como regular y un 8,6% percibe una mala colaboración.

De acuerdo a los datos obtenidos, se puede observar que en la Carrera en su mayoría existe una buena colaboración entre docentes y estudiantes, aportando significativamente a un buen clima organizacional, pero también debemos tomar en cuenta que una pequeña parte de la población percibe como mala o regular esta colaboración.

Tabla 12

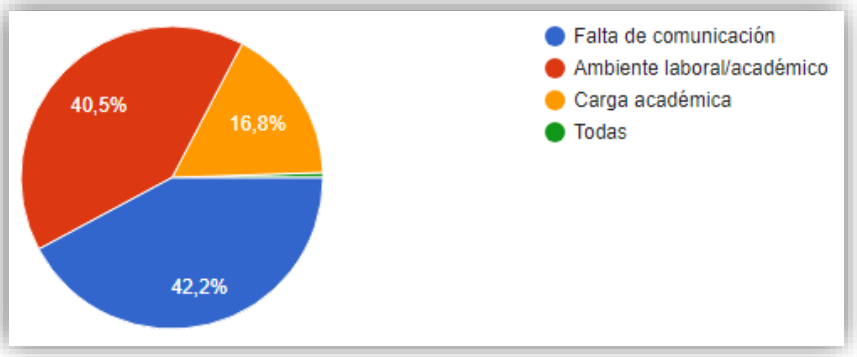
Factores que afectan el clima organizacional

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
10	Falta de comunicación	78	42,2%
	Ambiente laboral / académico	75	40,5%
	Carga académica	32	16,8%
	Total	**185**	**100%**

Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 13

Porcentaje de factores que afectan el clima organizacional de la Carrera



Note: *Estudiantes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

En base a los resultados obtenidos podemos constatar que el 42,2% considera que la falta de comunicación afecta el clima organizacional, el 40,5% cree que es el ambiente laboral o académico y el 16,8% menciona que es la carga académica.

De acuerdo con estos datos la falta de comunicación predomina como uno de los factores que afectan el clima organizacional de la Carrera de Comunicación, a esto le sigue el ambiente laboral o académico que también afecta el clima, siendo estos los factores que más inconvenientes pueden generar en el área interna de la Carrera.

Resultado de las encuestas aplicadas a los docentes de la Carrera de Comunicación

Tabla 13

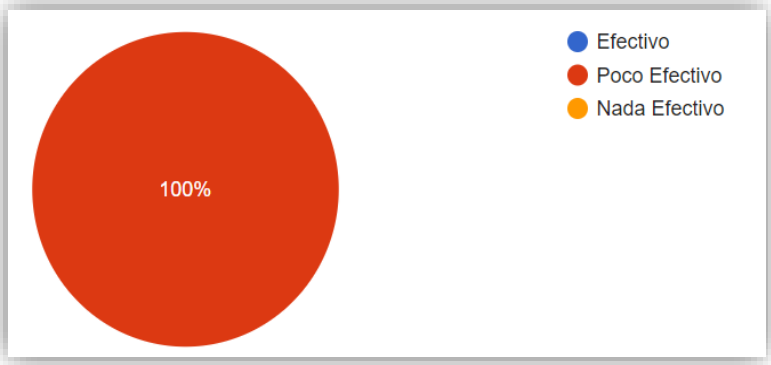
Calificación de comunicación interna general

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
1	Efectivo	0	0%
	Poco Efectivo	8	100%
	Nada Efectivo	0	0%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 14

Porcentaje de la calificación de comunicación interna en general de la Carrera por parte de los docentes



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

En base a la encuesta podemos observar que el 100 % considera que la calificación de la comunicación interna en general es poco efectiva.

Por lo tanto, está claro que todos los docentes encuestados califican la comunicación interna de la Carrera como poco efectiva y es donde hay que mejorar.

Tabla 14

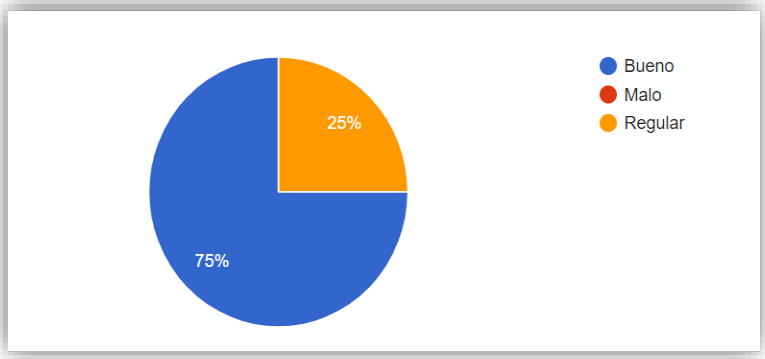
Calificación de comunicación interna entre docentes

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
2	Bueno	6	75%
	Malo	0	0%
	Regular	2	25%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 15

Porcentaje de la calificación de comunicación interna entre docentes de la Carrera



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

En base los datos obtenidos se pueden constatar que la mayoría de los encuestados, un total del 75% considera que la comunicación interna entre el cuerpo docente es buena, mientras que el 25% lo considera regular y nadie dice que es malo.

Con estos resultados se puede constatar que la comunicación interna entre docentes es buena.

Tabla 15

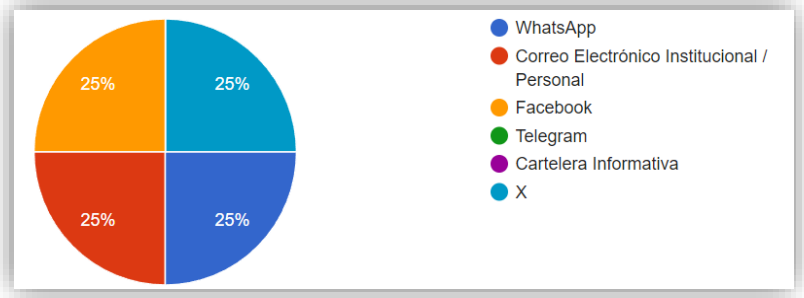
Canales de comunicación interna entre docentes

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
3	WhatsApp	2	25%
	Correo electrónico institucional /personal	2	25%
	Facebook	2	25%
	Telegram	0	0%
	Cartelera informativa	0	0%
	X	2	25%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 16:

Porcentaje de canales de comunicación



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Del total de la población encuestada, el 25% de los docentes prefieren mantenerse informados por WhatsApp, mientras que el 25% mediante correo electrónico institucional/personal, el 25% en Facebook y el otro 25% en X.

De acuerdo con los resultados, se encontró que la mayor parte de encuestados prefieren las redes sociales WhatsApp, Facebook, correo electrónico y X, como canales de comunicación.

Tabla 16

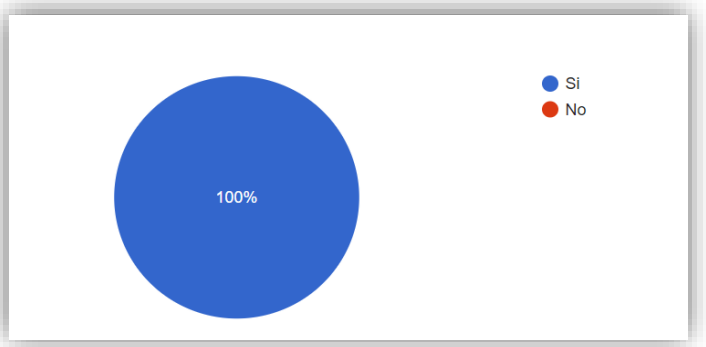
Relaciones interpersonales

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
4	Si	8	100%
	No	0	0%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 17

Porcentaje de las relaciones interpersonales



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

En base a los datos obtenidos se puede constatar que el 100% de encuestados considera que las relaciones interpersonales influyen en el clima organizacional.

Con estos resultados se puede decir que las relaciones interpersonales si influyen en el clima organizacional.

Tabla 17

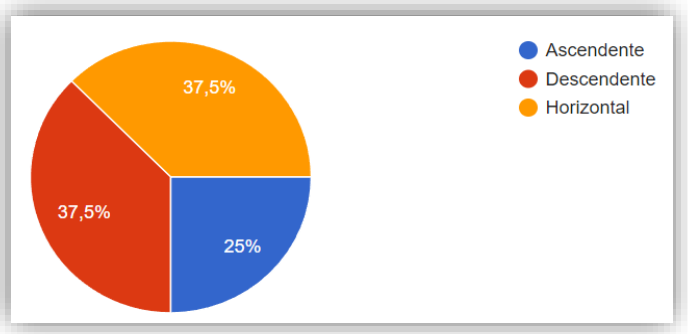
Tipo de comunicación

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
5	Ascendente	2	25%
	Descendente	3	37,5%
	Horizontal	3	37,5%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 18

Porcentaje del tipo de comunicación que usa la Carrera



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Según la encuesta un 37,5% de los docentes percibe un tipo de comunicación horizontal, mientras que el otro 37,5% percibe una comunicación descendente y un 25% percibe una comunicación ascendente.

Con los datos obtenidos, se puede observar que en la Carrera el tipo de comunicación que se implementa es descendente y horizontal, pero también debemos tomar en cuenta que una pequeña parte de la población percibe que el tipo de comunicación es ascendente.

Tabla 18

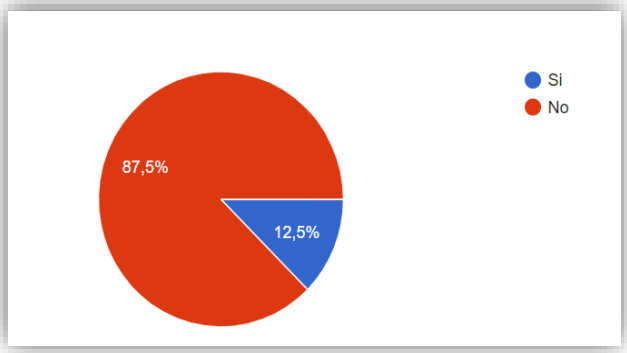
Manual de convivencia

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
6	Si	1	87,5%
	No	7	12,5%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 19

Porcentaje sobre el manual de convivencia en la Carrera



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

En base a los datos obtenidos podemos observar que el 87.5% de la población dice que la Carrera de Comunicación no cuenta con un manual de convivencia, mientras que un 12,5% menciona que la Carrera si cuenta con un manual de convivencia.

Por lo tanto, está claro que la mayoría de los docentes encuestados concuerdan que la Carrera no cuenta con un manual de convivencia.

Tabla 19

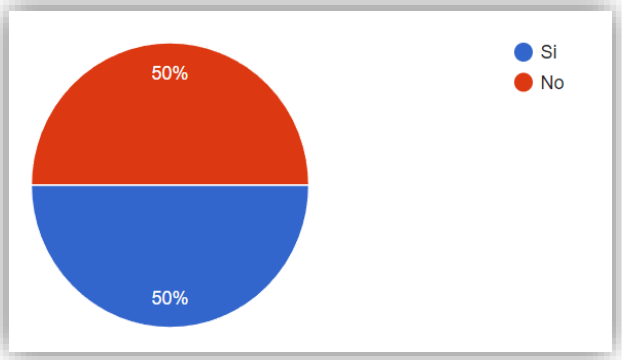
Inducción a docentes

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
7	Si	4	50%
	No	4	50%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 20

Porcentaje de inducción a docentes que ingresan a laborar en la Carrera



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación.

Según, los datos se pueden constatar que el 50% de encuestados, mencionan que sí recibieron inducción, mientras que el otro 50% mencionan que no recibieron inducción. Con los resultados obtenidos se puede constatar que no todos los docentes recibieron inducción.

Tabla 20

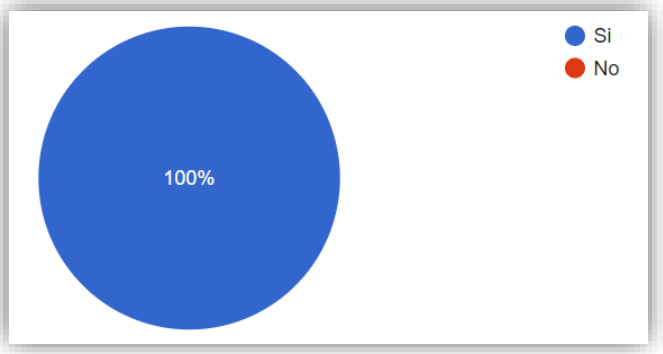
Apoyo al desarrollo personal y bienestar

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
8	Si	8	100%
	No	0	0%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 21

Porcentaje del apoyo por parte de la Coordinación



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Del total de la población encuestada, el 100% menciona que la Coordinación si apoya al desarrollo profesional y bienestar de los docentes.

De acuerdo a los resultados obtenidos, todos los docentes concuerdan sobre el apoyo de Coordinación al desarrollo profesional y bienestar de los docentes. Esto quiere decir que si existe un soporte para los docentes.

Tabla 21

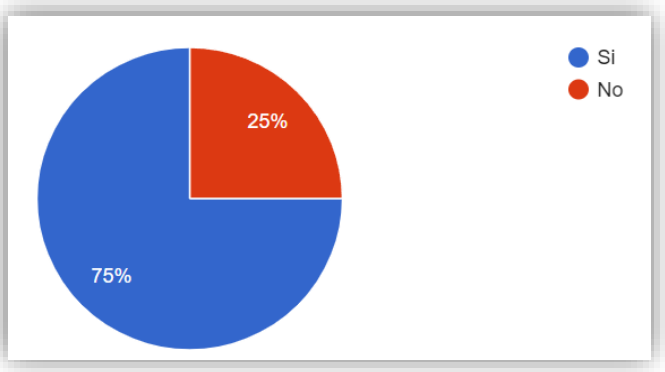
Motivación o reconocimiento al desempeño docente

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
9	Si	6	75%
	No	2	25%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 22

Porcentaje sobre la motivación o reconocimiento al desempeño docente



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación

Según la encuesta un 75% de los docentes mencionan que, si existe motivación y reconocimiento, mientras que el 25% menciona que no.

De a acuerdo con datos obtenidos, si se motiva y reconoce al personal docente de la Carrera, pero no por completo.

Tabla 22

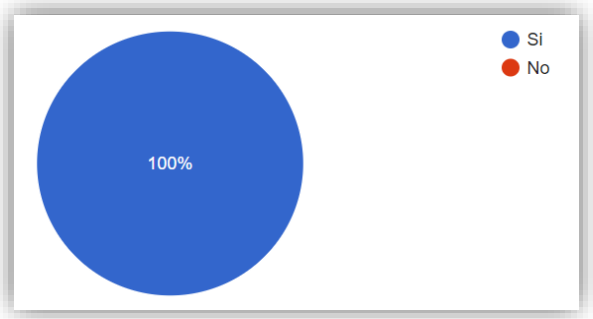
Mejorar la comunicación interna y el clima organizacional

ÍTEM	CATEGORÍA	FRECUENCIA	PORCENTAJE %
10	Si	8	100%
	No	0	0%
	Total	**8**	**100%**

Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Gráfico 23

Porcentaje sobre mejorar la comunicación interna y fortalecer el clima organizacional



Note: *Docentes de la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación.

En base a los datos obtenidos se pueden observar que, el 100% de la población mencionan que si se debe mejorar la comunicación interna y fortalecer el clima organizacional.

Respecto a la información recogida es necesario una mejora en términos de comunicación interna y clima organizacional.

Entrevista a la Coordinadora de la Carrera de Comunicación

Nombre de la entrevistada: Mgs. Liseth Zambrano

Tabla 23

Resultados de la entrevista a la Coordinadora

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cuál es su percepción con relación a la Comunicación Interna que maneja la Carrera?	La comunicación interna siempre ha sido fundamental para nosotros, pero sí consideramos que hay algunas fallas, y para mí es fundamental en este momento como coordinadora intentar fortalecer esa cohesión del equipo. Entonces, creo que, en este sentido, si hacemos una puntuación del 1 al 10, podríamos calificar en 6, más o menos, el tema de la comunicación interna. Y que efectivamente, también desde el ciclo anterior, venimos trabajando para que esto pueda mejorar y poder incorporar nuevos canales que permitan hacer un poco más efectivos para la Carrera de Comunicación.
¿Cuáles son los principales canales y estrategias de comunicación interna que se utilizan actualmente en la carrera? ¿Consideran que son efectivos para mejorar el ambiente organizacional?	Sí. Bueno, hemos creado algunos canales de comunicación efectivos. En este caso hemos intentado dejar mucho más claro el mensaje, tanto para los profesores como para los alumnos. Por ejemplo, la plataforma de correo electrónico, de la que se informa a través de canales oficiales. Disponemos de grupos a través de WhatsApp. Está el tema de la mensajería instantánea, que como coordinador tengo que asumir. Intentar facilitar la comunicación, sobre todo, entre alumnos y profesores. Que haya esa facilidad de consultar cualquier duda, que haya feedback y también su colaboración para cualquier proyecto que vayamos a hacer. Sin embargo, a veces no preguntan. Y sólo se dejan llevar por lo que dicen una o dos personas. Y ahí es cuando se genera la desinformación. Y nos hace tener ese problema de comunicación interna.
¿Qué desafíos ha enfrentado la Carrera con relación a la comunicación interna?	En el tema de comunicación interna, porque lo que queremos es identificar esas áreas primero y mejorar y hacer los ajustes necesarios para que los canales de comunicación y los procesos de comunicación que estamos brindando desde la carrera estén siendo efectivos, que obviamente sean alineados a todas aquellas necesidades que tiene nuestra comunidad académica. Sin embargo, esta evaluación nos llevará a hacer un plan que sí tenemos para la carrera de comunicación, en el que hablamos de comunicación interna y externa, en el

	que podríamos involucrar o quitar cosas que no nos han funcionado y poder involucrar.
¿Cómo cree que la comunicación interna impacta en la colaboración entre docentes y estudiantes?	Bueno, la comunicación interna impacta 100% en cualquier aspecto, porque es lo que nos permite desarrollar esa carrera sólida que queremos, en el sentido que la comunicación interna tiene muchas implicaciones, muchos factores, que es el clima organizacional, que es también el camino. en que se tiene ese acercamiento con el docente, de qué manera se puede mejorar un aspecto de la carrera, etc. También tenemos talleres, miércoles académicos, que son una estrategia, más que visual, pero que también ayuda interna y externamente. Así es. Bueno, la comunicación interna, cuando sea efectiva, como usted dice, no sólo promoverá un clima laboral positivo, porque a las personas les gusta sentirse escuchadas, valoradas, motivadas, y cuando eso existe, cualquier carrera puede ser exitosa.
¿Considera que el clima organizacional de la carrera aporta a la productividad de docentes y estudiantes?	Bueno, en este momento hemos tenido varios inconvenientes con algunos estudiantes, en el sentido de que no ha habido una buena comunicación. Hay mucho, la información está distorsionada, como digo, no siempre buscan ser informan por canales oficiales, pero es como si se difundieran convulsiones entre ellos, y a veces también hay ese roce con algunos docentes. Sin embargo, desde la carrera de comunicación siempre hemos dicho que estamos dispuestos a escucharlos, a motivarlos, a hacer de este espacio un momento de satisfacción, porque, como digo, a veces es difícil llegar a clase y ver un profesor enojado, enojado que no me escucha, que no me entiende, o todo lo contrario, que vienes como profesor a dar tu clase, y ves a un alumno que estudia comunicación, que viene a hacer una práctica de comunicación, y vienen en pijama. Entonces, de ambas partes, son cosas que debemos aprender a potenciar en el estudiante, para que tengamos un clima laboral positivo, tiene que haber colaboración de ambas partes. Seguro. Prácticamente ese sentimiento de pertenencia, no sólo de tu clase, sino también del alumno, como dices, es una imagen, pero vayamos también al otro punto, si el alumno no se siente incluido, prácticamente, también lo hay en

	algunas clases, o se ha visto, no sólo, que un profesor sólo toma a unas personas, o a un determinado número de alumnos, y deja a los demás. En la práctica, estamos hablando de inclusión.
¿Dentro del clima existe participación activa en la toma de decisiones internas y de qué manera las toman?	Bueno, ya sabes que, a nosotros, en este caso, nos parece mentira. Porque hay personas que no entienden, en realidad, todo lo que engloba el clima organizacional. Pero hemos trabajado, notablemente, en todo lo que es el entorno psicológico y emocional de nuestros estudiantes que percibimos dentro de nuestra carrera. Sabemos. Bueno, hay gente que nos dice que hay que encaminarlos a la asistencia social universitaria. Por eso siempre hemos estado trabajando, siendo parte de este apoyo a nuestros estudiantes. Aquí no sólo es la comunicación interna, el clima o lo que es la cultura organizacional, sino que también hemos hecho, prácticamente, el papel de los psicólogos, de hacer un acompañamiento. Cada ciclo académico cuenta con un coordinador, el cual es un docente. Lo hemos implementado desde que tomé la coordinación. Cada curso tiene su coordinador, que es el que va a hacer, o el que va a trabajar en cultura, en comunicación, y que, prácticamente, se va a convertir en un líder. Es decir, una persona en la que puedan confiar, que les pueda contar lo que está pasando, lo cual, para mí, no es una locura, porque un líder, en este caso, en cada curso, tiene un impacto importante.
¿Existe un espacio laboral óptimo con implementos necesarios para el buen desempeño de los docentes?	Sí. En realidad, siempre estamos viendo las necesidades no sólo de los estudiantes, sino también de los profesores. Este ciclo académico, ya hemos traído nuevas oficinas, también tenemos disponibilidad de nuevas computadoras portátiles, nuevo material, nuevos equipos. Si te das cuenta, todos los laboratorios están equipados para que cualquier profesor pueda impartir la materia o las materias con las mejores herramientas posibles para nuestros alumnos.

Note: *Entrevista a la Mgs. Liseth Zambrano*
Elaborado por*: Sisa; Yunga (2024).*

Entrevista a experto en Comunicación Interna y Clima Organizacional en instituciones

Nombre del entrevistado: Mgs. Eduardo Albán

Tabla 24

Resultados de la entrevista al experto en comunicación interna

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Cómo influye la comunicación interna en el clima organizacional de una institución educativa superior?	La comunicación organizacional y el clima laboral siempre irán de la mano y siempre serán importantes, no sólo para las instituciones educativas, sino también para cualquier tipo de institución, entidad, ya sea de carácter privado o gubernamental. La comunicación institucional promueve las actividades, las acciones que cada uno de los miembros de estas instituciones realiza a lo largo del tiempo. Siempre pensando, por supuesto, en un objetivo central o un objetivo de largo plazo que vaya de la mano incluso con la misma misión y visión que tienen en este caso las instituciones o empresas, como es el caso. En el caso de la institución a la que te refieres tiene mucho más valor y mayor peso porque su público interno está compuesto básicamente por el componente estudiantil, que es la razón de ser de esta institución. Por lo tanto, trabajar el clima laboral dentro de este público interno que vienen a realizar los estudiantes es de suma importancia.
¿Cuáles son los principales desafíos en la gestión de la comunicación interna en entornos académicos?	Bueno, uno de los principales desafíos, yo creo, no sé si podría enumerarlos ahora, pero creo que según la experiencia que uno ha tenido, uno de los desafíos, sin duda, es la consolidación. de la institución como tal, es decir, generar un nombre, generar un compromiso, generar una apropiación del estudiante en el entorno educativo. Si esto no se logra de manera positiva, entonces lamentablemente no habría un empoderamiento del estudiante para poder, hablando muy, elocuentemente, que el estudiante tenga la posibilidad de ponerse la camiseta de la institución como tal.

	Junto con este empoderamiento que deben tener los estudiantes, el empoderamiento de los docentes y docentes y esto, sin duda, está apegado al valor que tiene el docente dentro de la institución y cómo el docente contribuye a la formación de los estudiantes. Si el docente repentinamente carece de una calidad académica a lo largo de su paso por la entidad educativa, sin duda, llevará consigo una serie de mensajes totalmente negativos por parte de los estudiantes, los cuales, si bien no, aunque en cierta medida no se crea, provocará que exista, por supuesto, un nivel de descrédito de la entidad generado desde el mismo público interno, en este caso, el estudiante.
¿Qué estrategias o buenas prácticas sugiere para mejorar la comunicación interna en una institución superior?	Bueno, ahora hay una gran cantidad de estrategias de comunicación, que no sólo se utilizan desde los medios de comunicación, sino que también se podrían utilizar dentro de las instituciones. Ya no hablamos sólo del uso de carteles, de publicaciones internas, sino de una especie de compromiso o empoderamiento de las audiencias internas a partir de estrategias, en este caso, de los medios digitales como tales. Se podría pensar, por ejemplo, en un buen uso de, no sé, las redes sociales, como TikTok, como Facebook, que ahora están de moda. Entonces, lo que se busca dentro de una institución, en este caso una institución educativa, va de la mano con lo que les dije hace un momento, con las características que debe tener, con los componentes que debe tener. Muy importante a la hora de gestionar la comunicación interna, porque si la comunicación interna está llena de ruido, si la redundancia merece la pena, obviamente generará ruido externo. Por lo que generará una reputación totalmente negativa desde el exterior.
¿Cómo involucraría a los estudiantes y al personal docente en el	Claro mira en este caso se fomenta la escucha el feedback entre docentes y los estudiantes. Animar a ambos grupos a expresar sus opiniones, preocupaciones y sugerencias.

proceso de comunicación interna para mejorar el clima organizacional?	Organizar espacios de diálogo, como reuniones o foros, donde se puedan compartir ideas y experiencias. Utilizar un lenguaje claro y sencillo en todas las comunicaciones. Evitar jergas y los tecnicismos que puedan dificultar la comprensión. También se puede compartir información relevante sobre decisiones institucionales, cambios en políticas o programas académicos de manera transparente.
¿Cómo se puede medir el nivel de satisfacción y participación de los estudiantes y del personal docente en la comunicación interna?	El foco se centra principalmente en el uso de medios digitales, una forma de medir si es bien recibido o no por el público interno, en este caso estudiantes y profesores, sin Es una duda, pero en algún momento será no solo el número de me gusta que pueda tener una publicación, o tal vez el número de cuantos compartidos puede tener una publicación, ya sea en X, o en Twitter. Creo que el enfoque tradicional, sin duda, aunque no puedo estar seguro de que se pierda al 100%, pero que en algún momento el enfoque tradicional perderá algo de dignidad. Cuando hablábamos del enfoque tradicional en la comunicación organizacional decíamos, por ejemplo, que teníamos un cartel dentro de la institución. Entonces, hay varias formas de medir, al menos ahora, y dependerá, por supuesto, de cuál será el objetivo de la institución, cuál será la misión que se ha propuesto y cómo se verá en el futuro. en el caso de una visión bien desarrollada. Y, por supuesto, también dependerá de los departamentos de comunicación, en este caso, dentro de las entidades, y de cómo esos departamentos tienen la posibilidad, de alguna manera, de superar este tipo de necesidad que tienen ahora las entidades, precisamente. Qué importancia tiene que exista un plan de comunicación que permita de alguna manera generar, no solo estrategias para llegar, en este caso, a mis públicos internos, sino también generar objetivos, sino también identificar

	un árbol de problemas que me permita visualizar cuáles son los principales problemas que existen dentro de la propia carrera.
¿Qué importancia le da al feedback y cómo puede ser utilizado para mejorar la comunicación interna en una institución superior?	Si hablamos de feedback, es importante, muy importante, no sólo para quienes diseñan el sistema interno, plan de comunicación, sino también para la persona que lo ejecuta y que en algún momento también evalúa si la implementación de ese plan fue efectiva o no. Entonces, a la hora de evaluar, uno tiene la posibilidad de decir, ah, nos faltó retroalimentación. Quizás no pudimos hacer una encuesta para poder entender si realmente el mensaje llegó o no. Entonces, nuestro objetivo como institución, como entidad, como área o como carrera en este caso, es entender básicamente cuáles son las necesidades que estos internos, en este caso van a ser los estudiantes y de acuerdo a estas necesidades, por supuesto, establecer estrategias para poder cumplirlos. Bueno, hablando de todo, ha sido muy interesante. También me gustaría mencionar lo importante que es la retroalimentación y cómo se puede utilizar para mejorar la comunicación interna en la carrera. En términos generales, la retroalimentación es muy importante. Lo que decía hace un momento, si se dan cuenta, lo estaba concluyendo, no en el sentido de que vamos a terminar la entrevista, sino en el sentido de concluir todo lo que hemos hablado ahora, qué importante es, en este caso, la retroalimentación que existe. Basta pensar en el tema de la carrera. Todos ellos son comunicadores.

Note: *entrevista a Mgs. Eduardo Albán*
Elaborado por*: Sisa; Yunga (2024).*

Análisis e interpretación de entrevistas

Los entrevistados coinciden en varios criterios, en mantener una buena comunicación interna, también el uso de las nuevas tecnologías como parte de cambio en la información de la Carrera de manera interna, también concuerdan en la falta de interacción que los estudiantes mantienen con la información de la Carrera, al igual mencionan la falta de un plan de comunicación con nuevas estrategias, la

retroalimentación entre docentes y estudiantes ayudará a un mejor clima organizacional.

Las nuevas estrategias sirven para dar un cambio de manera efectiva, según el experto estas nuevas ideas ayudaran a buscar maneras más interactivas al momento de comunicarse. El experto hizo hincapié en la calidad académica de los docentes que no sólo debe ser excelente, sino que también los docentes deben tener la capacidad de entender a los estudiantes para contar con un clima organizacional estable, según la Coordinadora donde los docentes se comunican más de manera oficial es el correo institucional y los grupos WhatsApp, al igual comento que los docentes de la carrera son tutores en cada curso, esto ayuda a que los problemas internos de cada curso sean escuchados por cada tutor que fue asignado, por último la Coordinadora nos dijo que si hace falta una buena comunicación interna que fortalezca el clima organizacional de la Carrera.

La entrevista a la Coordinadora de la Carrera permitió conocer los problemas internos de comunicación que mantiene la carrera como también el efecto que esto tiene con el clima organizacional, la entrevista ayudó a focalizar los problemas de estas dos variables y así saber la magnitud del problema de investigación.

En la entrevista a un experto en Comunicación Interna permitió conocer la realidad por la que muchas instituciones atraviesan por la falta de una buena comunicación; y, por ende, repercute en el clima organizacional, en este caso específico, se enfocó a la Carrera de Comunicación.

4.2.Análisis de la investigación

Tabla 25

Análisis FODA de la Carrera de Comunicación de la UEB

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
• Flujo de comunicación horizontal. • Acompañamiento de tutores de curso • Espacios adecuados, en aulas y laboratorios para la enseñanza y aprendizaje • Canal de comunicación digital	• Desarrollo de actividades colaborativas entre docentes y estudiantes • Capacitación • Convenios con instituciones nacionales e internacionales
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
• Desinterés de estudiantes por mantenerse informados • Escasa Coordinación de puertas abiertas • Protocolos y normas de convivencia poco efectivos. • Carencia de socialización del plan de comunicación	• Riesgo de mala imagen institucional • Comunicación informal (rumores de pasillo) • Evolución de la tecnología (IA)

Note: *matriz FODA de la Carrera.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

Ficha de observación

Tabla 26
Ficha de observación

<table>
<tr><th colspan="2">FICHA DE OBSERVACIÓN</th></tr>
<tr><td>Tema: La comunicación interna para fortalecer el clima organizacional de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, mayo-septiembre 2023.</td><td rowspan="3">Lugar: Universidad Estatal de Bolívar, Guaranda - Ecuador
Investigadores: Danny Sisa y Jaime Yunga
Fuente: Ficha de Observación.
Fecha de observaciones:
10/05/2023
15/06/2023
02/07/2023
20/07/2023
05/08/2023
18/08/2023
10/09/2023
22/09/2023
28/09/2023
30/09/2023</td></tr>
<tr><td>Subtema: Impacto de la comunicación interna en el clima organizacional</td></tr>
<tr><td>Indicador o inciso: Observaciones sobre la participación de los docentes y estudiantes.</td></tr>
<tr><td colspan="2">OBSERVACIÓN

• Estudiantes no interactúan ante comunicados oficiales a través de las redes sociales de la Carrera, sigue sin tener la interacción deseada, se evidencia una comunicación descendente.
• Docentes cuentan con un canal de comunicación eficiente (WhatsApp)
• La participación en la encuesta dirigida a los estudiantes del tema de investigación fue positiva.
• Las acciones anteriores reflejan los problemas y acciones de la comunicación interna y el clima organizacional.</td></tr>
</table>

Note: *Observación en la Carrera de Comunicación UEB.*
Elaborado por: *Sisa; Yunga (2024).*

CONCLUSIONES

En la Carrera de Comunicación UEB, se maneja una comunicación de tipo horizontal para docentes y de tipo descendente para estudiantes. Estos últimos no son considerados en la toma de decisiones, especialmente cuando están involucrados en las actividades proyectadas por la Carrera. Sólo se informa sobre actividades académicas.

La Carrera cuenta con canales de comunicación internos como WhatsApp, correo electrónico institucional y cartelera informativa física, canales que permiten el intercambio de información entre docentes y estudiantes. Sin embargo, se evidenció que los canales de comunicación en su mayoría son poco o nada efectivos, ocasionando mal entendidos y conflictos interpersonales.

La información distorsionada, la falta de comunicación, el espacio laboral y académico afectan al clima organizacional de la Carrera de Comunicación, generando inconvenientes internos, ambiente negativo y disminución en el rendimiento académico.

RECOMENDACIONES

Se sugiere mantener la comunicación horizontal, aplicar la ascendente y de puertas abiertas, con un horario de atención específico a estudiantes, lo que permitirá informar y tener un feedback entre docentes y estudiantes. Además, animar a los docentes y estudiantes a expresar sus opiniones, preocupaciones y sugerencias, organizar espacios de diálogo, como reuniones o foros, donde se puedan compartir ideas y experiencias siempre utilizando un lenguaje sencillo y claro.

Se propone la creación de un canal de difusión en la red social WhatsApp, donde se abarque a toda la comunidad de la Carrera de Comunicación, esto ayudará a que la información llegue de forma personalizada y directa. Donde se integre estrategias de comunicación claras y fomentar el compromiso con los presidentes de curso por lo menos una o dos veces al mes para informar y socializar las actividades que proyecta la institución, promoviendo una cultura de comunicación abierta y transparente.

Aplicar un plan de comunicación interna que identifique los problemas y mediante estrategias de comunicación permita mejorar el clima organizacional de la Carrera de Comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

Altamirano, M. (2018). *"LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA LABORAL EN LA ESCUELA DE INFANTERÍA AÉREA EN GUAYAQUIL, PERIODO 2018"[Tesis de Licenciatura, Univesidad de Guayaquil].* Repositorio Digital. http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/32430

Alvarado, Torrech, y Yance. (2017). La relación entre la comunicación. *Revista Contribuciones a la Economía*. https://doi.org/https://www.eumed.net/ce/2017/2/estrategia.html

Belalcázar, S. (2012). Cultura organizacional. *Informes Psicológicos, 12*(1), 49.

Bocco Nieto, M. E. (2005). El e-Boletín Universitario: una herramienta de comunicación institucional con proyección social. *Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad, 1*(10), 37. https://doi.org/https://doi.org/10.5565/rev/qp.159

Brandolini, A., Gonzales , M., y Hopkins, N. (2009). *Comunicación interna: claves para una gestion exitosa.* Buenos Aires: La Crujía.

Bueno, A. (2010). *Metodología de la Investigación.* Mc Graw Hill.

Capriotti, P. (1998). LA COMUNICACIÓN INTERNA. *Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo*(13), 4.

CHARRY CONDOR, H. O. (2018). LA GESTION DE LA COMUNICACIÒN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL. *Comuni@cción, 9(1), 25-34*, 2. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.

Charry, H. (2018). LA GESTION DE LA COMUNICACIÒN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL. *Comuni@cción, 9(1), 25-34*, 2.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.

Charry, H. (2018). LA GESTION DE LA COMUNICACIÒN INTERNA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL. *Comuni@cción, 9(1), 25-34*, 2. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2219-71682018000100003&lng=es&tlng=es.

Cid, F. (2020). Responsable de comunicación interna. *Capital humano: revista para la integración y desarrollo de los recursos humanos*(349), 27.

Creswell, J. W. (2014). *Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.).* https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40

Cuenca, J., y Verrazy, L. (2020). *Comunicación Interna Total. Estrategia, práctica y casos.* Barcelona: UOC. https://elibro.net/es/ereader/bibliotecaueb/126406?page=21.

Cuervo, M. (2019). El desafío de la comunicación. *Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación.*, 61-70. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:214208051}

Duro Martín, A. (2006). *Introducción al liderazgo organizacional: Teoría y metodología.* Editorial Dykinson S.L.

Esquivel Hernández, J., Martínez Prats, G., y Silva Hernández, F. (2020). Clima organizacional. Aspectos básicos de su origen y definición. *Revista Ciencias de la Documentación, 6*(2), 66-67.

EXPERTICIA. (2016). Comunicacion Asertiva. *Publicacion Anual Experticia*, 1-32.

Fernandez Collado, C. (2009). *La comunicación en las organizaciones.* Mexico: Editorial Trillas.

Flórez Palacio, S. (2017). *Manual de políticas para las carteleras físicas del Grupo Réditos.* Corporación Universitaria Lasallista.

Galeano, E. (1997). *Modelos de comunicación* (Vol. 143). Macchi, España.

Garcés Ullauri, S. C. (2021). *Análisis de los factores de la comunicación interna que influyen en el clima laboral del área de negocios de una entidad finaciera de la ciudad de Guayaquil.* Universidad Catolica Santiago de Guayaquil, Guayaquil. http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16959/1/T-UCSG-PRE-FIL-CPO-317.pdf

Giraldo, C., Naranjo, S., Tovar, E., y Córdoba, J. C. (2008). *Teorías de la comunicación.* Siglo del Hombre Editores.

González, L. (2005). El correo electrónico mediador de intercambios lingüísticos. *Zona Próxima, Revista del Instituto de Estudios Superiores en Educación Universidad del Norte*(6), 48-57.

Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodologia de la Investigacion sexta edición.* Mc Graw Hill.

IONOS. (15 de 04 de 2019). *La comunicación en el trabajo: ¿a qué hay que prestar atencion?* https://www.ionos.es/startupguide/productividad/comunicacion-efectiva-en-el-trabajo/

Jacome, A., y Miranda, Y. (2022). *Comunicaciòn interna para el fortalecimiento del clima organizacional del Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnologia(ITB) periodo enero- junio 2022.[Tesis de Licenciatura,Universidad Estatal de Bolivar].* Repositorio Institucional.

Kerlinger, F. N., y Lee, H. B. (2000). *Investigación del comportamiento cuarta edición.* McGraw-hill.

Linares, R. M. (2018). Modelos de comunicacion. *Pistas educativas, 38*(212), 120-121.

Medina-Romero, M., Hurtado-Tiza, D., Muñoz-Murillo, J., Ochoa-Cervantez, D., y Izundegui-Ordóñez, G. (2023). *Método mixto de investigación: Cuantitativo y*

cualitativo. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.105

Molina, P. (2002). La utilidad de la comunicación interna para los directivos. *Harvard Deusto business review*, 36-45.

Olguín-Moreno, A., Vargas López, J. M., Rueda Puente, E. O., Rossetti López, S. R., y Vargas Ramírez, J. M. (2018). ASPECTOS CLAVES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA VIRTUAL PARA CURSOS EN LÍNEA. *EPISTEMUS, 12*(24), 13-16. https://doi.org/https://doi.org/10.36790/epistemus.v12i24.57

Pazmay Ramos, S. G. (2019). Mejoramiento de comunicación interna en empresas de calzado en Tungurahua-Ecuador. *PODIUM*(36), 30. https://doi.org/https://doi.org/10.31095/podium.2019.36.2

Pérez Rojas, L. B. (2008). APORTES DEL ESTRUCTURALISMO A LA IDENTIFICACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN 2008. *Razón y palabra*(63).

Petrillo, S. N. (2018). Resiliencia organizacional: una revisión del concepto y una lectura desde la . Universidad de San Andrés. Escuela de Negocios.

Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. *Revista Colombiana de Cirugía, 36*(2), 188. https://doi.org/https://doi.org/10.30944/20117582.878

Polo Baldeon , R. G. (2019). *"LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL FORTALECIMIENTO DEL CLIMA LABORAL DEL CENTRO DE CAPACITACIÓN PARA AGENTES DE SEGURIDAD PRIVADA (CENDCAP) CIA. LTDA., GUAYAQUIL 2019. [Licenciatura en Comunicacion, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL].* Repositorio Digital. http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/49402

Prabavathi, R., y Nagasubramani, P. (2018). Effective oral and written communication. *Journal of Applied and Advanced Research, 2018: 3(Suppl. 1) S29-S32, 3*(1), 29-32. https://doi.org/https://dx.doi.org/10.21839/jaar.2018.v3S1.164

Rios Rodriguez, L. R., Anzola Omaña, S., y Gòmez Blanco, J. F. (2015). Utilización de herramientas Web en la enseñanza universitaria. *Pedagogía y Sociedad, 18*(43), 61-69.

Ritter, M. (2008). *Cultura Organizacional.* Buenos Aires: La Crujía.

Robbins, S. P., y Judge, T. A. (2019). *Comportamiento organizacional.* Pearson.

Solarte, M. G. (2009). Clima Organizacional y su Diagnóstico: Una aproximación Conceptual. 61.

Vinasco Ñustes, F. A. (2015). Diseño y comunicación. *MasD, Revista Digital de Diseño, 9*(16). https://doi.org/https://doi.org/10.18270/masd.v9i16.1309

Vivas, A., Solís, D., y Quiñonez, J. (2022). Comunicación organizacional interna como factor determinante en el desempeño laboral. *Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação., 17*(4), 2940. https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.21723/riaee.v17i4.17497

Vizcaya, T., Mujica, M., y Gásperi, R. (2017). La Comunicación interna y el clima organizacional en la gestión de las instituciones sanitarias. *Revista Venezolana de Salud Pública, 5*(1), 40.

ANEXOS

Anexo 1. Certificado anti plagio

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO	AUTOR
TESIS FINAL SISA-YUNGA en APA 7 TURNITIN .pdf	**Danny Sisa**

RECUENTO DE PALABRAS	RECUENTO DE CARACTERES
17160 Words	**96338 Characters**
RECUENTO DE PÁGINAS	TAMAÑO DEL ARCHIVO
89 Pages	**1.6MB**
FECHA DE ENTREGA	FECHA DEL INFORME
Apr 11, 2024 9:15 PM GMT-5	**Apr 11, 2024 9:17 PM GMT-5**

5% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 5% Base de datos de Internet
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 4% Base de datos de trabajos entregados

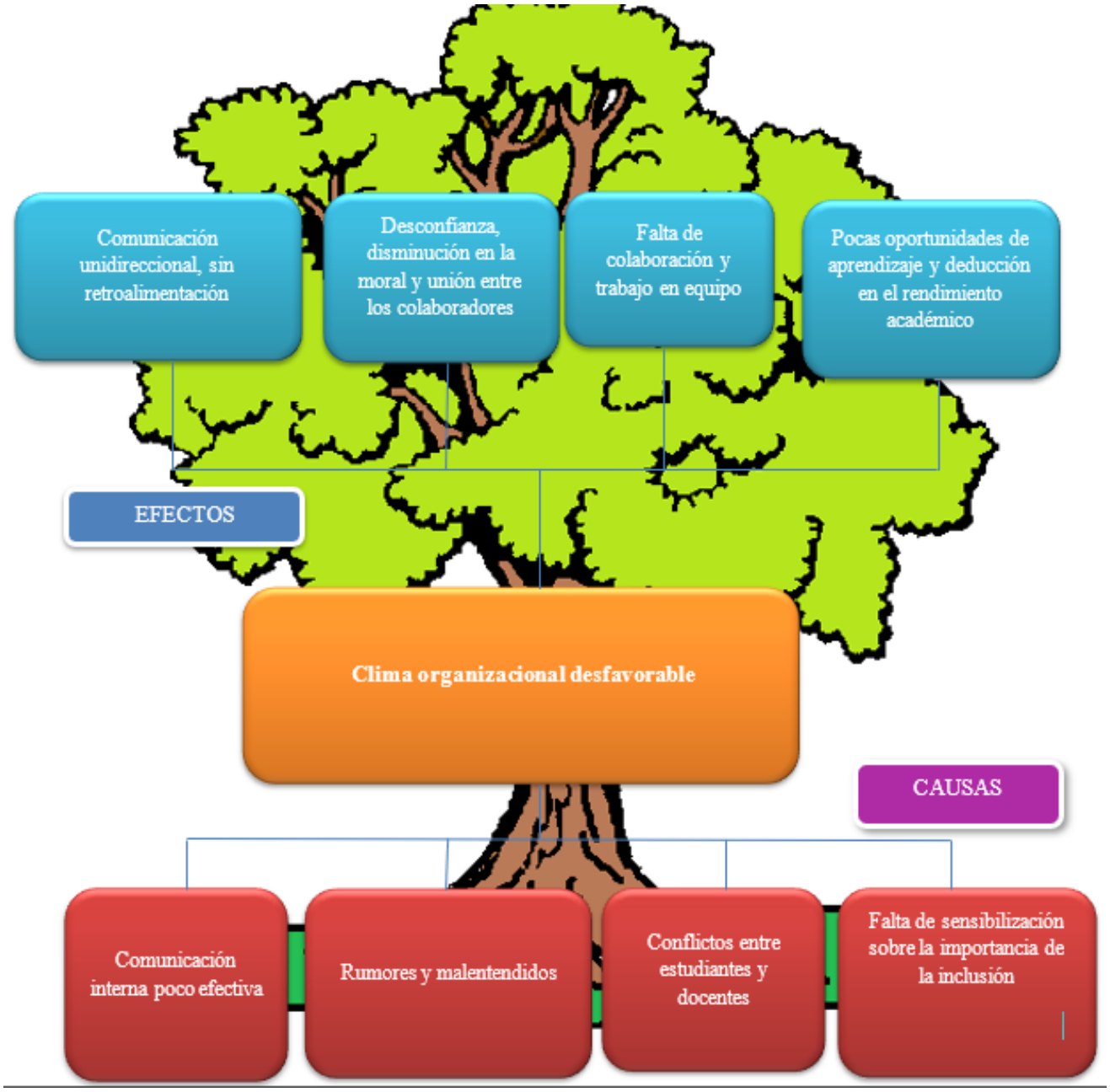
Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 14 palabras)
- Fuentes excluidas manualmente
- Bloques de texto excluidos manualmente



Resumen

Anexo 2. Árbol de problemas



Anexo 3. Certificado de aceptación de la empresa

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
CARRERA DE COMUNICACIÓN

Guaranda, 14 de diciembre del 2023

Doctor.

Henrry Vallejo
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Presente. –

De mis consideraciones

La Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal de Bolívar, acepta la solicitud de entrega de información al público disponible, para que los estudiantes Danny Rubén Sisa Cambo y Jaime Patricio Yunga Llivi realicen el proyecto de investigación para la obtención del título de Licenciado en comunicación.

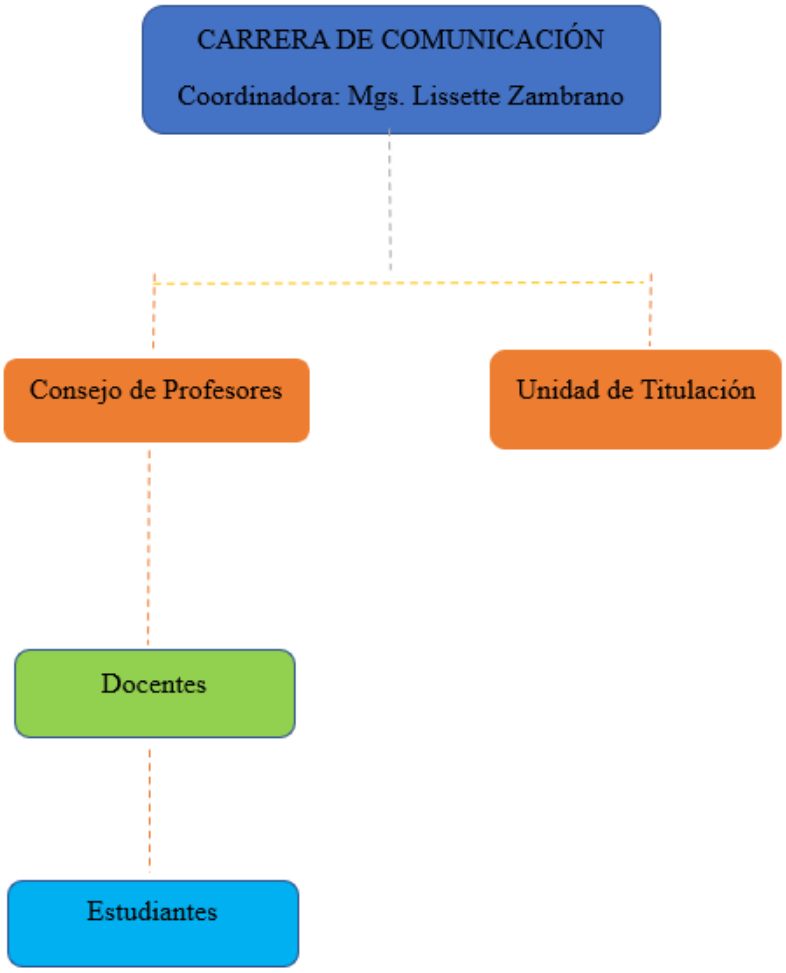
La información que será entregada será utilizada solo para fines de investigación.

Atentamente,

Lic. Lissette Zambrano
Coordinadora de la Carrera de Comunicación

Coordinación Académica
COMUNICACIÓN

Anexo 4. Organigrama institucional



Anexo 5. Banco de preguntas para encuesta a los estudiantes



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

1 Qué canales de comunicación interna prefiere para mantenerse informado/a en la Carrera de Comunicación?

- Correo electrónico institucional /personal
- WhatsApp
- Cartelera informativa física
- Telegram

2 ¿Qué tipo de información recibe a través de los canales de comunicación de la Carrera?

- Decisiones académicas
- Novedades institucionales
- Actividades estudiantiles
- Otros

3 ¿Con qué frecuencia recibe información de la Carrera de Comunicación?

- Diariamente
- Dos veces a la semana
- Cada semana

4 ¿Se siente informado sobre los cambios y decisiones importantes dentro de la Carrera de Comunicación?

- Si

- No

5 ¿Cuál es su opinión sobre los canales de comunicación interna de la Carrera?

- Muy efectivos
- Poco efectivos
- Nada efectivos

6 ¿Cómo considera la transparencia en la comunicación interna de la Carrera?

- Buena
- Mala
- Regular

7 ¿Considera que la participación y feedback contribuye al sentido de pertenencia en la Carrera?

- Si
- No

8 ¿Considera que la comunicación interna influye en el desempeño académico o laboral en la Carrera de Comunicación?

- Si
- No

9 ¿Cómo percibe la colaboración entre docentes y estudiantes en la Carrera de Comunicación?

- Buena
- Mala
- Regular

10 Desde su perspectiva ¿Qué factores considera que afectan el clima organizacional en la Carrera de Comunicación?

- Falta de comunicación
- Ambiente laboral / académico

- Carga académica

Anexo 6. Banco de preguntas para la encuesta a docentes

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE COMUNICACIÓN

1. **¿En su opinión como califica la comunicación interna de la Carrera de Comunicación?**
    - Efectivo
    - Poco Efectivo
    - Nada Efectivo
2. **Como considera usted la Comunicación Interna entre los docentes de la Carrera.**
    - Bueno
    - Malo
    - Regular
3. **¿Usted, a través de que canales de comunicación se informa sobre las actividades de la Carrera?**
    - WhatsApp
    - Correo electrónico institucional /personal
    - Facebook
    - Telegram
    - Cartelera informativa

- X

4. **¿Considera usted que las relaciones interpersonales influyen en el clima organizacional de la Carrera?**
    - Si
    - No
5. **¿Qué tipo de comunicación se maneja en la Carrera de Comunicación?**
    - Ascendente
    - Descendente
    - Horizontal
6. **¿La Carrera cuentan con un manual de convivencia?**
    - Si
    - No
7. **¿Se realiza una reunión de inducción para los docentes que ingresan a laborar en la Carrera?**
    - Si
    - No
8. **¿Considera usted que la Coordinación apoya el desarrollo profesional y bienestar de los docentes?**
    - Si
    - No
9. **¿Existe alguna motivación o reconocimiento al desempeño docente?**
    - Si
    - No
10. **¿Considera usted que se debe mejorar la comunicación interna y fortalecer el clima organizacional en la Carrera de Comunicación?**
    - Si
    - No

Anexo 7. Banco de preguntas para la entrevista a la Coordinadora

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA A LA COORDINADORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN

1. ¿Cuál es su percepción con relación a la Comunicación Interna que maneja la carrera?

2. ¿Cuáles son los principales canales y estrategias de comunicación interna que se utilizan actualmente en la carrera? ¿Consideran que son efectivos para mejorar el ambiente organizacional?

3. ¿Qué desafíos ha enfrentado la carrera con relación a la comunicación interna?

4. Cómo cree que la comunicación interna impacta en la colaboración entre docentes y estudiantes.

5. ¿Considera que el clima organizacional de la carrera aporta a la productividad de docentes y estudiantes?

6. Dentro del clima existe participación activa en la toma de decisiones internas y de qué manera las toman.

7. ¿Existe un espacio laboral optimo con implementos necesarios para el buen desempeño de los docentes?

Anexo 8. Banco de preguntas para la entrevista al experto en comunicación

CUESTIONARIO DE ENTREVISTA A UN EXPERTO EN COMUNICACIÓN INTERNA Y CLIMA ORGANIZACIONAL

1. ¿Cómo influye la comunicación interna en el clima organizacional de una institución educativa superior?

2. ¿Cuáles son los principales desafíos en la gestión de la comunicación interna en entornos académicos?

3. ¿Qué estrategias o buenas prácticas sugiere para mejorar la comunicación interna en una institución superior?

4. ¿Cómo involucraría a los estudiantes y al personal docente en el proceso de comunicación interna para mejorar el clima organizacional?

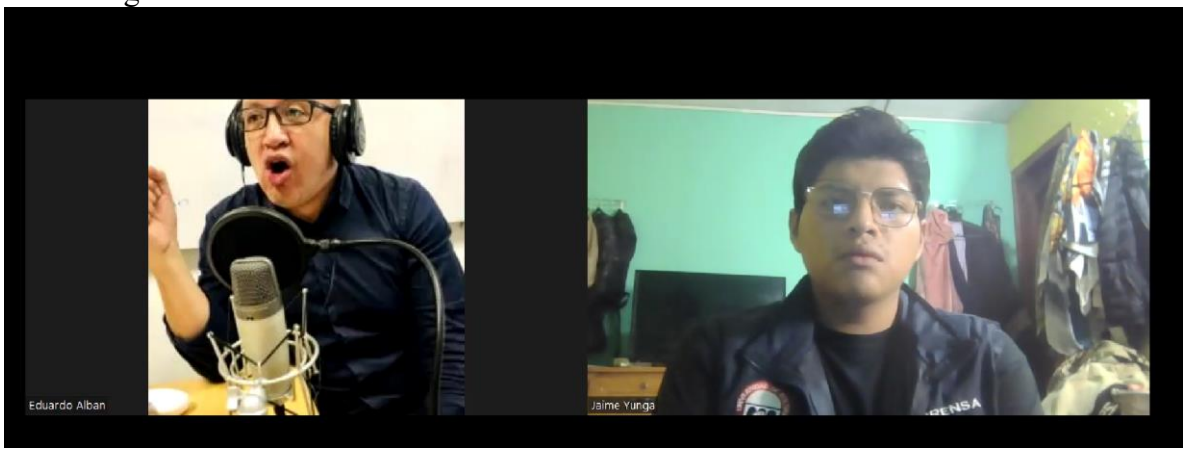
5. ¿Cómo se puede medir el nivel de satisfacción y participación de los estudiantes y del personal docente en la comunicación interna?

6. ¿Qué importancia le da al feedback y cómo puede ser utilizado para mejorar la comunicación interna en una institución superior?

Anexo 9. Evidencia de las entrevistas.
Entrevista realizada a la Mgs. Lisseth Zambrano, Coordinadora de la Carrera de Comunicación de la UEB



Anexo 10. Evidencia de la entrevista al experto en comunicación.
Entrevista realizada a la Msc. Eduardo Alban, Especialista en Comunicación Interna y Clima Organizacional.



Anexo 11: Tutorías con el tutor
Tutorías con el Mgs. Marcelo Barriga





Anexo 12. Asesoría con los pares académicos

Tutorías con el par académico Mgs. Kleber Romero

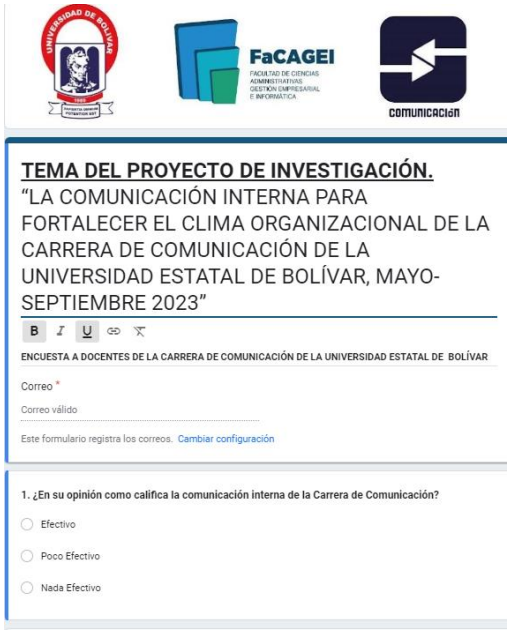




Tutorías con el par académico Mgs. Renato Valle



Anexo 13. Evidencias de la realización de las encuestas.
Encuestas realizadas por la plataforma de Google forms



TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.
"LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR, MAYO-SEPTIEMBRE 2023"

ENCUESTA A DOCENTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

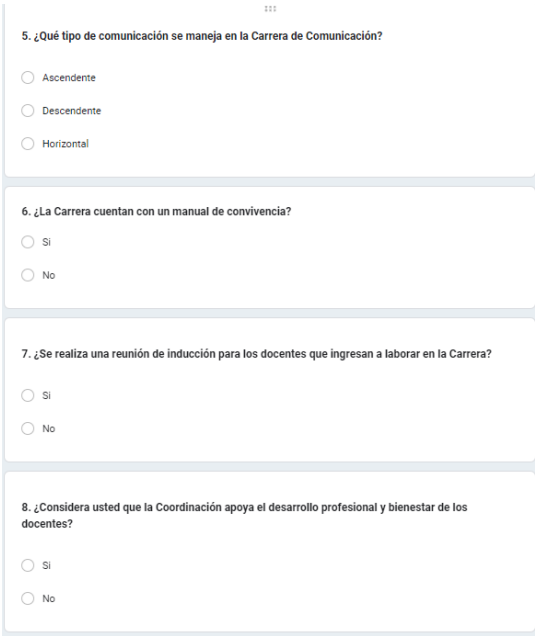
Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. Cambiar configuración

1. ¿En su opinión como califica la comunicación interna de la Carrera de Comunicación?

- Efectivo
- Poco Efectivo
- Nada Efectivo



5. ¿Qué tipo de comunicación se maneja en la Carrera de Comunicación?

- Ascendente
- Descendente
- Horizontal

6. ¿La Carrera cuentan con un manual de convivencia?

- Si
- No

7. ¿Se realiza una reunión de inducción para los docentes que ingresan a laborar en la Carrera?

- Si
- No

8. ¿Considera usted que la Coordinación apoya el desarrollo profesional y bienestar de los docentes?

- Si
- No

Encuestas realizadas por la plataforma de Google forms



