



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

AREA ADMINISTRATIVA

TITULO DE MAGISTER EN GESTIÓN EMPRESARIAL

**Propuesta de un plan de comunicación interna en el Instituto Tecnológico
Superior Nuevo Ecuador de Carapungo, 2016.**

TRABAJO DE TITULACION

AUTORA: Barrionuevo Brito, Rakell Elizabeth, Ing.

DIRECTORA: Lupe Beatriz, Luzuriaga Peña, Mgtr.

CENTRO UNIVERSITARIO QUITO

2016

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Lupe Beatriz Luzuriaga Peña

Docente de la Titulación

De mi consideración:

El presente trabajo de maestría, denominado: *“Propuesta de un plan de comunicación interna en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador de Carapungo, 2016”*, realizado por Barrionuevo Brito Rakell Elizabeth, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, 26 de Septiembre de 2016

f)

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Barrionuevo Brito Rakell Elizabeth, declaro ser autora del presente trabajo de fin de maestría: “*Propuesta de un plan de comunicación interna en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador de Carapungo, 2016*”, de la Titulación Maestría en Gestión Empresarial, siendo la Mgrt. Lupe Beatriz Luzuriaga Peña directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, concepto, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f.

Autora: Barrionuevo Brito Rakell Elizabeth

Cédula: 1711774610

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis amados hijos Santiago, David y Daniela, por regalarme sus palabras de aliento, sus sonrisas y por darle a mi vida sentido y el impulso para salir adelante.

A mi esposo Fernando, ya que sin su amor, empuje y apoyo económico nada de esto sería posible, gracias por la paciencia y dedicación.

Elizabeth

AGRADECIMIENTO

Antes que nada a Dios, por darme el impulso y la entereza para continuar y no desmayar, aunque en momentos difíciles pensé que no lo lograría.

A mi familia por ser el motor generador que con constancia me han mantenido a flote, siempre con palabras de aliento, brindándome momentos irrepetibles que han marcado y han aportado en el fortalecimiento mi carácter.

A mis padres por ser un pilar en mi vida y porque con su cariño me han enseñado que con amor y perseverancia todo es posible.

A mi hermana Cristina por estar siempre a mi lado dándome su apoyo personal y profesional de forma incondicional.

A mi tutora Mgtr. Lupe Luzuriaga por su aporte profesional al guiar este trabajo.

A todos gracias

Elizabeth

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
INDICE DE CONTENIDOS	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO I.....	14
1.2. Justificación	17
1.3. Objetivos	18
1.3.1. Objetivo general	18
1.3.2. Objetivos específicos	18
1.4. Hipótesis.....	18
1.5. Alcance	18
1.6. Delimitación.....	19
Delimitación Espacial	19
CAPITULO II.....	20
MARCO INSTITUCIONAL Y LEGAL.....	20
2.2. Marco legal.....	22
2.3. Estructura organizacional	24
2.4. Herramientas de comunicación interna con las que cuenta actualmente el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador (ITSNE).....	24
CAPITULO III.....	26
3.3. Tipo de Estudio.....	27
3.4. Modalidad de la investigación	28
3.5. Método	28
3.6. Población y muestra	28
3.7. Instrumentos de investigación	29
CAPITULO IV	31
MARCO TEÓRICO	31
4.2. Concepto de Comunicación.....	33
4.3. Axioma.....	36
4.3.1. Axiomas de la comunicación	36
4.4. Tipos de comunicación conforme al código de uso.....	38

4.5. Leyes básicas de la comunicación	39
4.6. Interferencias en la comunicación	40
4.6.1. Ruidos	40
4.6.2. Las barreras	42
4.6.3 Los rumores	43
4.7 Canales formales e informales de comunicación.	44
4.7.1. Coaching en la comunicación.	45
4.8. Relaciones Públicas.	46
4.8.1. Características de las Relaciones Públicas	47
4.8.2 Elementos de las Relaciones Públicas	48
4.8.3. Ética en las Relaciones Públicas	49
4.9. Cultura organizacional	49
4.9.3. Importancia de la cultura organizacional	50
4.9.4. Funciones de la cultura organizacional	51
5.1. Comunicación organizacional	53
5.1.1. Escenarios de la comunicación organizacional	54
5.1.2. Tipos de comunicación organizacional	54
5.2. Dircom (estratega corporativo)	62
5.3. Plan de comunicación	62
5.3.1. Diagnóstico organizacional	63
5.3.2. Etapas del diagnóstico organizacional	64
5.4.1. Resistencia al cambio	66
CAPITULO V	67
DIAGNÓSTICO	67
CAPITULO VI	73
ANALISIS DE RESULTADOS	73
CAPITULO VII	88
PROPUESTA: PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA.	88
7.2. Público Objetivo	90
7.3. Formato de presentación del plan de comunicación interna	92
7.4. Propuesta de política de comunicación interna	93
Parte del plan de comunicación interna del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.	93
CONCLUSIONES	96
RECOMENDACIONES	97
ANEXOS.	100
Anexo 1	101

Anexo 2.....	102
--------------	-----

RESUMEN EJECUTIVO

La ineficacia de las herramientas de comunicación interna utilizadas en el ITSNE, han reflejado la necesidad de un Plan de comunicación interna, que informe sobre temas de interés y eventos a realizarse en la organización, con el propósito de mejorar y fortalecer las herramientas comunicacionales ya existentes, haciéndolas eficaces y efectivas.

Para la realización de este trabajo, se aplicó una encuesta anónima, que evidenció los problemas existentes en la organización, en base a ellos se plantea este plan de comunicación, cuya finalidad es disminuir las falencias existentes en el manejo de información interna potenciando los canales con que cuenta actualmente la institución.

El método aplicado en esta investigación fue el descriptivo, a través del cual se recabó información in situ, lo que permitió que los datos obtenidos sean confiables y reales consiguiendo resultados libres de influencias externas.

Este plan busca que la organización mejore sus comunicaciones internas, beneficiando tanto al personal como a autoridades, permitiendo ver las falencias comunicacionales de forma previa y dando las soluciones más convenientes.

PALABRAS CLAVES: Plan de comunicación interna, ética de la comunicación, cultura organizacional.

ABSTRACT

The ineffectiveness of internal communication tools used at the Instituto Tecnológico Superior New Ecuador, have reflected the need for a Plan of internal communication, to report on topics of interest and events to be held in the organization, in order to improve and strengthen existing communication tools, making them efficient and effective.

To carry out this work, an anonymous survey, which showed the problems in the organization and based on which this communication plan is proposed with the aim of reducing the existing shortcomings in the management of internal information was applied enhancing the channels currently available to the institution.

The method used in this research was descriptive, through which information was collected in situ, allowing the data obtained are reliable and actual getting free from external influences results.

This plan calls for the organization to improve internal communications, benefiting not only the staff but also to authorities and allowing you to see the communicational failures in advance and in giving the most convenient solutions.

KEYWORDS: Communication, Internal Communication Plan, Higher Education Institution, communication ethics, organizational culture.

INTRODUCCIÓN

La comunicación en una empresa muchas veces se ve afectada por la inexistencia de mecanismos adecuados que regulen el flujo de información lo que a su vez perjudica a las relaciones interpersonales que se llevan a cabo puertas adentro de una organización, por ello actualmente todas las instituciones o entidades se han visto en la necesidad de mejorar el sistema de comunicación con el objetivo de permanecer en el mercado; el Instituto Tecnológico Nuevo Ecuador no es ajeno a esta realidad.

Para diagnosticar la situación comunicacional real de la institución se realizó una investigación de campo para recolectar información, para ello se aplicó una encuesta anónima la misma que reveló las falencias existentes en el envío y recepción de la información, lo que ha dado lugar a malos entendidos y problemas que han generado inconvenientes entre los trabajadores.

En base a lo expresado se determinó que era necesaria la creación de un Plan de comunicación interna, cuyo objetivo principal estaría enfocado en la mejora de las comunicaciones reforzando los soportes informativos existentes al interior del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

Para la realización del Plan de Comunicación Interna, este trabajo se estructuró de la siguiente manera:

El primer capítulo está conformado por el planteamiento del problema, que expone en detalle la situación existente en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, es decir, se ponen en evidencia los problemas al brindar y recibir información; de igual manera la justificación del trabajo muestra la importancia que tiene el mismo, ya que se busca la forma de corregir el manejo de la comunicación interna; tanto el objetivo general como los específicos buscan mejorar las comunicaciones.

En el segundo capítulo, se presenta el marco legal e institucional, que muestra de forma breve y resumida los antecedentes institucionales la misión, visión, la estructura organizacional y el aspecto legal que sustenta y sirve de soporte para la creación del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, como es el caso la Ley Orgánica de Educación Superior LOES, expedida por el Consejo de Educación Superior CES.

El capítulo tres, se dedica a explicar la metodología a ser aplicada en este trabajo, la misma que detalla aspectos tales como, instrumentos de recolección de información, tipo de estudio aplicado así como los resultados obtenidos en la investigación de campo, los mismos que han aportado para el desarrollo del plan de comunicación interna.

El capítulo cuatro, presenta el sustento teórico del presente trabajo, basado en criterios de profesionales en las distintas áreas de la comunicación y el respectivo análisis realizado de cada uno de los comentarios emitidos por expertos en la materia.

El capítulo cinco, presenta una breve descripción de la situación en que se encontró al Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, es decir, un diagnóstico en lo referente a la parte comunicacional a lo interno de la institución.

El capítulo seis, muestra el análisis de los resultados obtenidos en la investigación, datos que son analizados y que se presentan datos estadísticos a modo de gráficos cada uno de los cuales está acompañado por un análisis de cada pregunta planteada en la encuesta aplicada.

El capítulo siete, presenta el Plan de comunicación interna como propuesta para ser aplicado en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

Para finalizar el capítulo ocho, recoge algunas conclusiones y recomendaciones a las que se llegó al dar por terminada la investigación.

Se puede aseverar que esta investigación es importante para la institución, debido a que el manejo interno de las comunicaciones e información optimizarán el tiempo llegando a los empleados de manera oportuna.

Para la realización del presente trabajo se contó con el apoyo de la coordinadora de carrera de la institución, quien proporcionó la información requerida para la realización de esta investigación.

A lo largo de este proceso se fueron presentando inconvenientes al momento de la realización de las encuestas debido a que algunas personas se vieron reacias a contestar las preguntas por miedo a represalias, pero se pudo superar ese impase, al explicar que toda la información era anónima y que se tendría reserva con las fuentes de información.

La importancia de la comunicación interna en una organización está dada por los procesos comunicacionales los mismos que como normas de convivencia buscan mejorar el manejo de la información que se distribuye tanto a docentes como a estudiantes.

Por ese motivo este trabajo aportará algunos lineamientos para mejorar la comunicación interna de las instituciones en general.

CAPITULO I
ASPECTOS GENERALES

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad la comunicación interna que se maneja en la institución se ha visto afectada por la carencia de sistemas de comunicación que regulen correctamente el flujo de información que llega a todos y cada uno de los miembros de la organización, lo cual influye negativamente en el desempeño y cumplimiento de tareas, también y de forma indirecta perjudica a estudiantes y padres de familia.

Generalmente la información se encuentra expuesta en una cartelera, la misma que no se actualiza con regularidad, lo que hace que se deba recurrir a dar información de forma verbal lo cual no resulta muy efectivo, por tal razón se ha visto la necesidad de proponer un plan de comunicación interna que permitirá mejorar la comunicación organizacional interna y mantener un canal de información confiable.

Esta investigación busca reconocer las causas que han dado origen a las malas relaciones comunicacionales tanto entre personal docente, administrativo, de servicio y autoridades; de igual forma se pretende mostrar una propuesta que ayude a mejorar la relación laboral y comunicacional entre los diferentes grupos de colaboradores del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

Con el paso del tiempo, la situación comunicacional en la institución se ha deteriorado, se han detectado y puesto en evidencia una serie de problemas que son el resultado de la poca o carente comunicación existente al interior de la institución.

Dentro de los problemas que se han podido detectar están los siguientes:

Alto índice de deserción tanto de docentes como de estudiantes, se ha ido incrementando de una forma alarmante, al punto que se podría hablar de un 50%

aproximadamente, lo que ha ido disminuyendo y mermando poco a poco la confianza tanto de alumnos, padres de familia y profesores en la institución.

La existencia de malos entendidos, ha sido generador de conflictos entre docentes y administrativos, por un lado están los que aceptan sin ninguna queja los diferentes disposiciones por parte de la autoridad, debido a que son el único sustento de sus familias y quienes claramente muestran su descontento por las decisiones tomadas al interior que en muchos de los casos han preferido abandonar la institución educativa.

Las políticas de comunicación no son claras lo que hace que se confundan las labores que cada miembro del personal debe cumplir y que se recarguen las tareas de unos en otros, generando inconvenientes.

No están plenamente establecidos los roles y responsabilidades en los diferentes niveles jerárquicos, por lo cual no existe un adecuado desempeño de tareas y muchas veces se asignan demasiadas tareas a unos pocos y casi ninguna tarea a otros. Debido a la deserción de docentes, a los que aún forman parte de la institución se les han sobrecargado el horario con otras asignaturas.

Por lo tanto, de lo expuesto se desprende la necesidad de un Plan de comunicación que ayude a sanear las relaciones interpersonales y que muestre claramente los roles que debe cumplir cada miembro de la institución.



Gráfico 1 Árbol de Problemas

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

1.2. Justificación

La comunicación interna se ha convertido en la base de toda organización convirtiéndose en una herramienta estratégica que garantiza que la información que se maneja al interior de una institución sea confiable, actualizada y veraz.

Por tal motivo se propone el Plan de Comunicación Interna para el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, que permita mejorar de forma sustancial el manejo de la información; es decir, se contará con una fuente confiable y oportuna que contribuirá a optimizar el manejo de la misma.

El desarrollo de este trabajo es de gran importancia, ya que en la institución nunca se había realizado ningún proyecto de este tipo, por tal motivo se intenta mostrar a las autoridades de la institución los beneficios que se pueden obtener

con el mismo. La mejora en el sistema de comunicación interna no solo proporcionará una guía del manejo de información, sino que ofrecerá otros canales de comunicación que brindarán apoyo y soporte a los ya existentes.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Elaborar un Plan de Comunicación para mejorar la comunicación interna en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

1.3.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual a nivel comunicacional del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.
- Determinar los públicos objetivos y canales de comunicación idóneos para el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.
- Establecer estrategias y tácticas para gestionar la comunicación interna en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

1.4. Hipótesis

La implementación de un Plan de Comunicación Interna en el Instituto Tecnológico Superior “Nuevo Ecuador”, mejorará la comunicación entre todos los actores de la institución, evitando la desinformación o mala información.

1.5. Alcance

Este proyecto se centra en proponer un plan de comunicación interna que busca identificar y mejorar la relación comunicacional entre los miembros que conforman la institución como son: autoridades, personal administrativo, docente y de servicio, de igual manera se incluye a los estudiantes, principales beneficiarios de la mejora comunicacional en la institución.

Para el desarrollo del proyecto se procederá a:

- ✓ Recopilar de información institucional
- ✓ Seleccionar información referente a la temática que se manejará
- ✓ Desarrollar la propuesta del plan de comunicación interna.

1.6. Delimitación

Delimitación Espacial.- Esta investigación se realizará en la ciudad de Quito, en la Parroquia de Calderón sector Carapungo, en el Instituto Tecnológico Superior “Nuevo Ecuador”; se recogerá información in situ que permita identificar las causas que han dado origen a la mala información en la organización.

CAPITULO II
MARCO INSTITUCIONAL Y LEGAL

El Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, es un establecimiento de carácter privado dedicado a prestar servicios de educación superior a jóvenes universitarios, ofrece la carrera de Producción de Radio y Televisión; en la actualidad se encuentra ubicado en la Parroquia de Calderón en el sector de Carapungo, al norte de la ciudad de Quito, Provincia de Pichincha y fundado el 28 de enero en el año 2010, según resolución del CONESUP.

La institución cuenta con una amplia infraestructura y goza de una buena ubicación geográfica, lo que hace que jóvenes que viven en el sector accedan con facilidad a ella.

2.1. Marco Institucional

2.1.1. Antecedentes organizacionales

Con el nombre de Nuevo Ecuador, el instituto abrió sus puertas en la Bogotá y Venezuela, Centro Histórico de Quito ahí funcionó por el lapso de dos años con dos promociones de estudiantes; en fechas posteriores se trasladó la institución a una infraestructura propia, sus autoridades, que decidieron inyectar más capital para que este centro integral pueda continuar con su ardua pero fructífera labor de formar jóvenes emprendedores e incorporarlos a la vida económica activa de nuestro país.

El Instituto, en un inicio ofertó las carreras en Marketing y Ventas, posteriormente se vio la necesidad de agregar la carrera de Mercadotecnia, carreras que con el tiempo dejaron de tener acogida, motivo por el cual fueron cerradas.

De la misma manera el 28 de septiembre del 2010, el instituto obtiene la aprobación de parte del Senescyt para la apertura de la Tecnología en Producción de Radio y Televisión, la misma que abre sus puertas el 22 de octubre de ese mismo año. El centro de educación superior, cuenta con infraestructura de primera, cuatro edificios de cinco pisos cada uno, equipado

con dos laboratorios; uno de Producción de radio y el otro un Set completo de televisión para vincular de forma efectiva la teoría con la práctica.

2.1.2. Visión

“La Patria ecuatoriana con sus hijos emprendedores guiados por principios, valores y virtudes. La educación está en la práctica del bien, en la sensibilización de la creatividad emprendedora, en el amor a nuestra Patria. Por ello vemos la autorrealización material y espiritual de los ecuatorianos como un yo colectivo, alegre y libre, respetuosos de su entorno con un alto nivel científico y tecnológico e integrado al mundo internacional”. *ITSNE, “Estatutos Organizacionales”, septiembre 2010 (p.5 párr. 1)*

2.1.3. Misión

“Formar íntegramente en principios, valores y virtudes a nuestros estudiantes, privilegiando el nivel espiritual de mente universal, intuición y alma que oriente el comportamiento de la realidad material para una plena autorrealización.

Sensibilizar la creatividad y despertar el emprendimiento a fin de que nuestros estudiantes tengan la mentalidad empresarial y no la de empleados.

Implementar el proyecto bilingüe, nuestros estudiantes escribirán y hablarán español e inglés correctamente.

Actualizar permanentemente nuestra malla curricular para que las especializaciones sean la alternativa científica y tecnológica que la Patria ecuatoriana necesita”. *ITSNE, “Estatutos Organizacionales”, septiembre 2010 (p.5 párr. 2)*

2.2. Marco legal

El instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, está regulado por el Consejo de Educación Superior (CES), que es el organismo encargado de planificar,

regular y dictaminar los parámetros de funcionamiento de las entidades de educación superior, de igual manera cabe señalar que la institución se apoya en la LOES. (2010) Registro Oficial N°. 298, “Ley Orgánica de Educación Superior” (p.14).

Ley Orgánica de Educación Superior que en su capítulo 3 dice:

**DEL GOBIERNO DE LOS INSTITUTOS SUPERIORES TÉCNICOS,
TECNOLÓGICOS, PEDAGÓGICOS, DE ARTES Y
CONSERVATORIOS SUPERIORES.**

“Art. 65.- Gobierno de los institutos superiores técnicos y tecnológicos, pedagógicos y conservatorios de música y artes.- El gobierno de los institutos superiores técnicos y tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores, se regularán por esta Ley y la normativa que para el efecto expida el Consejo de Educación Superior.

Las autoridades del gobierno de los institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y conservatorios superiores públicos, serán designadas por la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, previo concurso de méritos y oposición, con criterios de equidad y paridad de género, alternancia e igualdad de oportunidades”. *Registro Oficial N° 298, “Ley Orgánica de Educación Superior”. Recuperado de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/loes1.pdf> (SENESCYT, 2013)*

2.3. Estructura organizacional

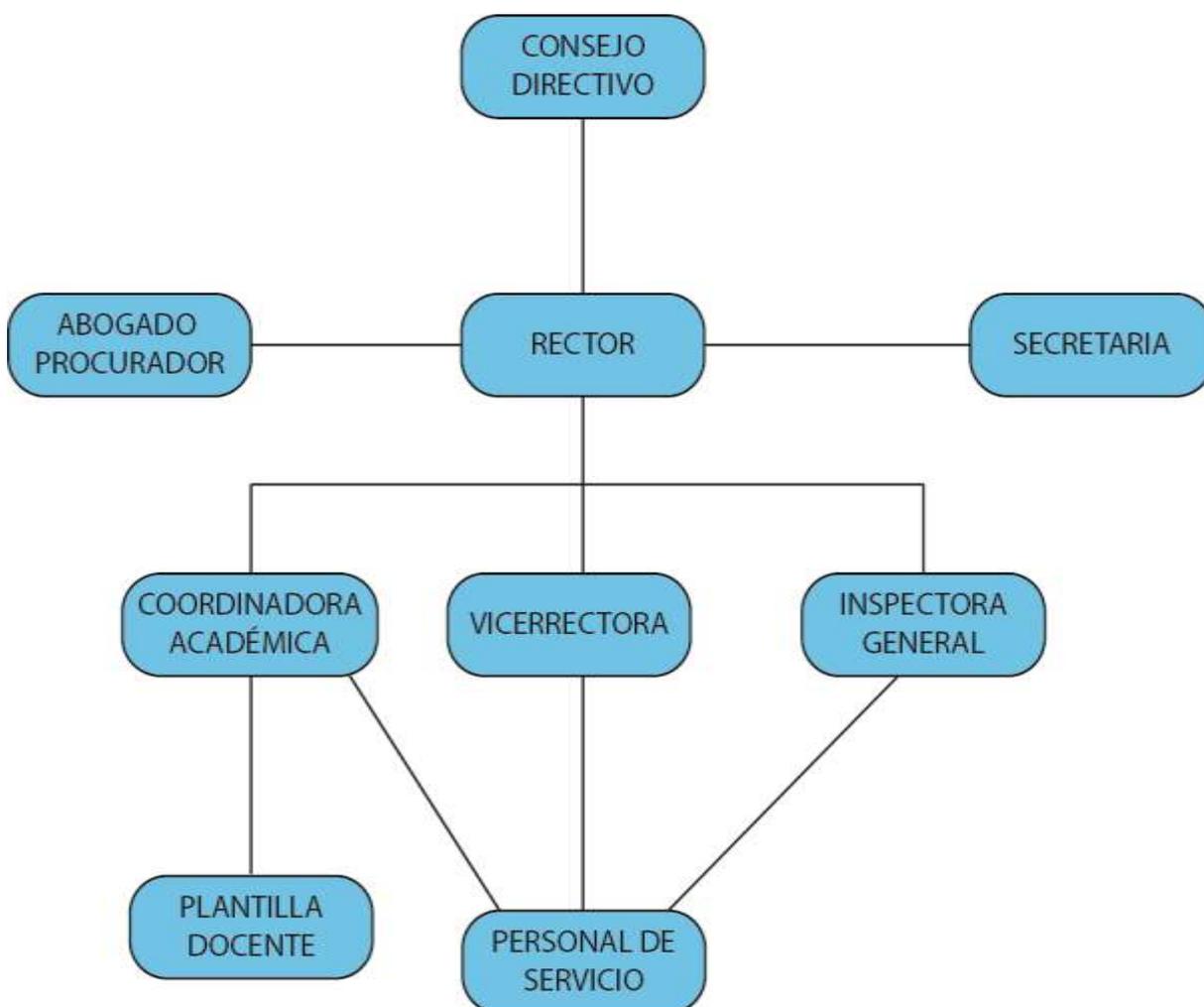


Gráfico 2 Estructura organizacional ITSNE

Fuente: Coordinación Académica Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

2.4. Herramientas de comunicación interna con las que cuenta actualmente el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador (ITSNE)

Los canales de información y comunicación interna que se manejan en la Institución están basados en una cartelera y de forma verbal, siendo las que prevalecen, cabe señalar que tan solo las justificaciones de los empleados son expedidas de manera formal, es decir, escritas; de igual manera algunas

reuniones de trabajo no planificadas, se las comunica de forma verbal o vía cartelera, dependiendo de la premura.

Tabla 1 Herramientas de comunicación interna ITSNE

CONTENIDO	CANALES	FORMAL	INFORMAL	ORAL	ESCRITO
Instrucciones de trabajo			X	X	
Circulares	Cartelera	X			X
Permisos			X	X	
Invitaciones a eventos institucionales			X	X	
Informacion a estudiantes	Cartelera	X			X
Justificaciones	Certificación	X			X
Reuniones de Trabajo			X	X	X

Fuente: Coordinación Académica Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

CAPITULO III
METODOLOGIA

Para tener una visión más clara de la comunicación interna de la institución se tomó en cuenta a la totalidad del universo, es decir, todos quienes conforman la organización, estudiantes, personal docente, administrativo, de servicio y autoridades.

Este proyecto basó su investigación en una observación de campo, con la finalidad de evidenciar in situ el comportamiento de sus públicos internos, sobre todo en temas de comunicación y manejo de información.

De la observación realizada se obtuvieron los siguientes resultados:

3.1. Infraestructura

El Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador cuenta con instalaciones propias, 7 aulas para impartir clase, también disponen de tres laboratorios, el primero Producción de Radio (Cabina de Radio), el segundo de Producción de Televisión (Set de televisión), y un laboratorio PC.

3.2. Equipo humano

Esta conformado por el personal docente, administrativo, de servicio y autoridades, en la etapa de observación se logró identificar la problemática existente en el manejo de la información, no existe una organización en cuanto a quien debe dar a conocer los diferentes comunicados por tal razón hay quienes toman esas funciones generando caos y desinformación..

3.3. Tipo de Estudio

El tipo de estudio aplicado es la observación directa, que permitió conocer la realidad de la institución en cuanto a comunicación interna se trata. Debido a que se conoce la problemática actual de la Institución en base a ella se procedió a observar la cotidianidad laboral y académica con el fin de percibir más de cerca la situación existente.

3.4. Modalidad de la investigación

El tipo de investigación aplicada fue la de campo debido a que la recolección de información se la obtuvo en la institución, en los diferentes departamentos, tanto administrativos como sala de profesores y aulas, todo lo cual facilitó la obtención de datos y permitió que dicha información fuera real.

3.5. Método

3.5.1. Descriptivo

Por medio de este método de investigación, se pudo recabar la información in situ, sin intervenir en las actividades diarias de las personas que laboran y estudian en la organización; la finalidad que se perseguía era que dicha información no tenga ninguna influencia que afecte los resultados, siendo estos lo más reales y confiables.

3.5.2. El bibliográfico- referencial

Esto se lo consiguió a través de la información encontrada en libros, tesis sobre el tema, páginas electrónicas sobre el tema, blogs, entre otros recursos.

3.6. Población y muestra

La encuesta fue aplicada al total de la población del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, debido a que el total de personas que conforman la organización es de 48 personas, incluidas las autoridades y los jóvenes estudiantes, de esta manera se consiguieron datos reales.

3.7. Instrumentos de investigación

3.7.1. Observación directa

Se procedió a realizar una observación in situ, en cada una de las áreas de la institución, con el fin de examinar la situación existente, y recolectar la información necesaria para este estudio.

3.7.2. Recopilación de Datos

Para recabar la información necesaria y pertinente para esta investigación se aplicó una encuesta tanto al personal docente, como administrativo, de servicio, autoridades y estudiantes de forma anónima con la finalidad de conseguir respuestas reales y honestas, sin el temor a represalias.

3.7.3. Encuesta

Se aplicó la encuesta a todo el personal, desde autoridades hasta estudiantes de la institución, debido a que el total del universo es de 48 personas, se tomó esa decisión porque el total de miembros de la institución, conforman un universo finito. De igual manera se tendría menos probabilidad de errores al momento de tabular y procesar la información recabada.

Dicha encuesta recogió información sobre la percepción personal y la realidad laboral de toda la organización.

3.8. Procesamiento de datos

Para procesar la información obtenida se procedió a realizar algunos pasos dentro de los que están:

3.8.1. Tabulación de Datos

Las respuestas fueron organizadas en base a cada pregunta realizada, contadas y organizadas.

3.8.2. Análisis de Datos

Dicho análisis se lo realizó posterior a la aplicación de la encuesta, para lo cual se procedió a tabular la información en base a las respuestas dadas a cada una de las preguntas planteadas.

3.8.3. Validez y Confiabilidad

Debido a que la encuesta se la realizó al total de la población y de forma anónima se pudo conseguir respuestas honestas y sin la presión que se podría generar si dicha encuesta hubiese requerido que el encuestado se identifique con su nombre.

Para esta investigación se procedió a realizar con los siguientes pasos:

- ✓ Observación y revisión de la información facilitada por la Coordinación del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.
- ✓ Aplicación de una encuesta con la finalidad de recabar información referente a la comunicación interna y su manejo.
- ✓ Tabulación de datos y realización de gráficos estadísticos.
- ✓ Análisis de los resultados obtenidos de la encuesta
- ✓ Desarrollo de la propuesta de un plan de comunicación interna para el ITSNE.

CAPITULO IV
MARCO TEÓRICO

4.1. Historia de la comunicación

Ernesto Navarro refiere “los inicios de la comunicación entre los hombres se pueden datar desde la prehistoria donde los primeros humanos utilizaban lenguajes arcaicos para comunicarse, también realizaban pinturas que pueden clasificarse como los primeros intentos de una expresión o comunicación escrita”. Navarro, Ernesto, *“Historia de la Comunicación”*. Recuperado de: <http://catedu.unizar.es/documenta> (Navarro, 2015)

En la gráfica adjunta se muestra la historia de la comunicación así como sus etapas, de una forma evolutiva, incluye desde la comunicación básica en animales y hace referencia a los tipos de comunicación, de igual forma nos muestra una a una las etapas que ha tenido hasta llegar a la etapa tecnológica.



Gráfico 3 Historia de la comunicación

Fuente: <http://www.historiadelacomunicacion.com/>

La evidencia que existe de la comunicación a través de la historia, está presente en las pinturas rupestres, jeroglíficos, escritura cuneiforme de Mesopotamia, entre otras según varios autores.

La comunicación de hoy es el resultado de un proceso de evolución que se dio por la necesidad que tenía el hombre en dar a conocer sus pensamientos y que con el paso del tiempo se ha ido desarrollando a través de los siglos, hasta convertirse en la clave de toda relación humana, sea personal, social o profesional. La historia de la comunicación nos ayuda a entender la naturaleza de la comunicación como parte esencial de la sociedad.

Víctor Miguel Niño (2012), en su libro competencias en la comunicación, afirma que:

A lo largo de la historia, la comunicación ha jugado un papel determinante en el desarrollo de la humanidad, y mucho más en la época presente, que se podría denominar la “era de las comunicaciones”.

Sin embargo, en contraste con el progreso científico y tecnológico, la comunicación interpersonal, es decir, el intercambio entre las personas en su vida cotidiana científica y administrativa sigue soportando peligros, para cuya superación se requiere estrategias de formación en este campo. Mientras la tecnología de las comunicaciones va en jet o en cohete, la comunicación intra e interpersonal va el carro, o en algo menos. (Niño, 2012, pág. 2)

4.2. Concepto de Comunicación

En base a varios criterios se establece que, los seres humanos somos entes sociales y es por ese motivo que la comunicación es considerada como un proceso de vinculación, que busca intercambiar ideas, valores y pensamientos entre dos o más personas por medio de la comunicación.

De igual manera como herramienta, la comunicación favorece a la integración de las sociedades, así como en el desarrollo de la misma, lo que se consigue a través de la transmisión de información, que puede ser presentada de diversas maneras, pudiendo ser verbales, escritas, visuales entre otras, lo que una u otra manera genera cierta influencia.

Para Iván Thompson, (2008) “la comunicación es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos”. (Thompson, Iván. “Qué es comunicación”. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net>) (Thompson, 2008)

Dentro de la comunicación se distinguen tres niveles, a decir de Víctor Miguel Niño Rojas (2012), “a) el intrapersonal, que nos permite manejar nuestras ideas, pensamientos y sentimientos para entenderse uno a sí mismo; b) la comunicación interpersonal que se da de persona a persona; y c) la comunicación social, si se extiende a las comunidades” (Niño, 2012, pág. 3)

Tabla 2 Niveles de comunicación

<i>Intrapersonal</i> <i>(mi yo interno)</i>	Comunicación conmigo mismo.
<i>Interpersonal</i>	Se da mínimo entre dos personas
<i>Social</i>	Dirigida a la comunidad

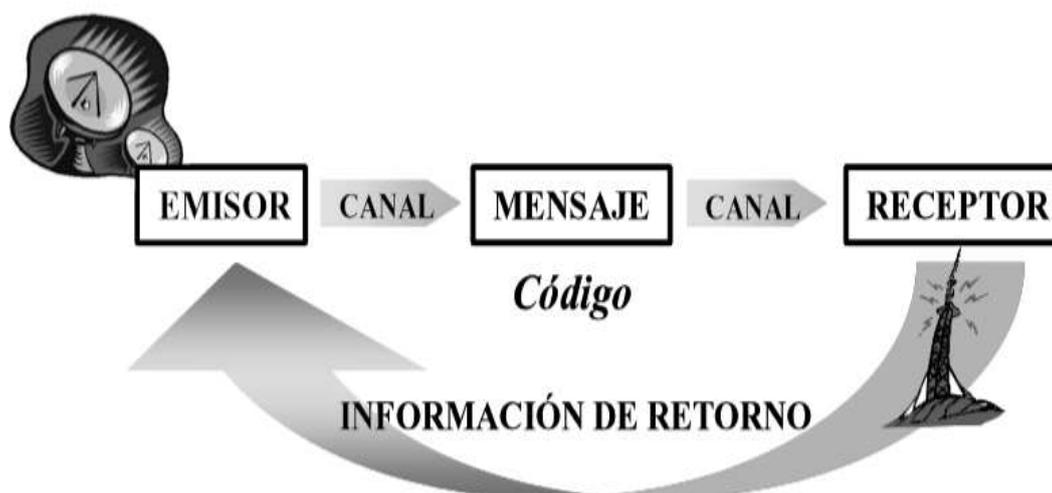
Fuente: Niño Rojas (2012)

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

En base al criterio de varios autores se puede definir a la comunicación como un proceso expresivo y que tiene como objetivo primordial intercambiar información, para lo cual se vale de tres elementos básicos como son: Emisor, Receptor, Mensaje y el retorno o feedback, lo cual se evidencia en el siguiente gráfico.

Componentes básicos de la comunicación

Esquema básico de la comunicación



Basado en LEAVITT (1978)

Gráfico 4 Componentes básicos de la comunicación

Fuente: <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>

El autor Víctor Miguel Niño Rojas, propone dividirlos en dos grupos, como son: Componentes Formales y otros elementos implicados, resultando lo siguiente:

Tabla 3

Componentes de la Comunicación.

Componentes formales	Otros elementos implicados
Emisor o 1er. interlocutor.- Quien tienen una razón para comunicarse.	Mundo Referencial.- Va más allá de sentidos, involucra cultura, arte, ideas, entre otros.

<p>Receptor o 2do.interlocutor.- Completa proceso, capta e interpreta el mensaje.</p> <p>Código.- Forma de comunicación (internet, publicidad, cine, danza, entre otros).</p> <p>Mensaje.- Motivo de la comunicación.</p> <p>Canal.- Medio que da a conocer el mensaje. (Vallas, fotografías, libros, entre otros).</p> <p>Contexto.- Ambiente que rodea</p>	<p>Intención o Propósito.- Lo que motiva la comunicación.</p> <p>Experiencias e información.- Significado del mensaje para quien lo recibe.</p> <p>Retroalimentación.- Respuesta que tiene el mensaje.</p>
---	---

Fuente: Niño Rojas

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

En base a la propuesta de Niño Rojas, se puede concluir que todos los elementos por él sugeridos están involucrados y vinculados entre sí de una forma implícita en un proceso comunicativo.

4.3. Axioma

Según el Diccionario de Editorial Larousse, (2012). Hace referencia a una verdad, razonamiento o afirmación que resulta evidente y que por lo tanto no requiere de pruebas que demuestren si es o no verdad. *Diccionario Larousse, "Diccionarios.com"* (2015). *Recuperado de: <http://www.diccionarios.com>* (Larousse, 2012)

4.3.1. Axiomas de la comunicación

Se dice que es un conjunto de verdades o aseveraciones sobre la comunicación, las mismas que están presentes en movimientos, gestos, tono de voz y volumen e influyen en cómo nos comunicamos.

Para Paul Watzlawick, existen cinco axiomas en la comunicación humana, dentro de los que están:

Tabla 4

Axiomas de la comunicación.

1	Es imposible no comunicarse
2	Toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación de tal manera que el último clasifica al primero, y es, por tanto, una meta comunicación
3	La naturaleza de una relación depende de cómo se hagan las secuencias comunicacionales entre ellos.
4	La comunicación humana implica dos modalidades: la digital (lo que se dice) y la analógica (como se dice)
5	Los intercambios comunicacionales pueden ser tanto simétricos (relación entre miembros del mismo nivel jerárquico) como complementarios (relación entre distintos niveles jerárquicos).

Fuente: <http://manuelgross.bligoo.com/20130117-20120412-los-5-axiomas-de-la-comunicacion-de-paul-watzlawick>

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

De lo anteriormente expuesto se puede resumir que:

- ✓ La comunicación, se da en diversas condiciones, todo el cuerpo comunica, incluso sin palabras.
- ✓ La comunicación es más que palabras, al comunicarnos damos un mensaje, que queremos sea entendido de la misma forma que lo entendemos nosotros.
- ✓ Cada persona habla e interpreta su comportamiento como respuesta a la reacción de otra persona, es decir, reaccionamos en función de lo que creemos o interpretamos.
- ✓ Las modalidades a las cuales se refiere Watzlawick implican lo que se dice y como se dice; es decir, nuestra reacción depende de cómo damos o recibimos el mensaje.

- ✓ La relación de las personas es una relación recíproca de conductas, que depende del nivel jerárquico. Una relación entre miembros de distintos niveles jerárquicos (relación complementaria), nivel de autoridad (jefe-empleado, alumno-profesor, entre otros). Cuando hay relación entre miembros del mismo nivel jerárquico (relación simétrica), igualdad de condiciones (compañeros de trabajo, hermanos, amigos, entre otros).

Luego de un previo análisis, se puede concluir que todo nuestro cuerpo comunica sin necesidad de palabras, el mensaje que damos debe estar pensado de tal forma que quien lo reciba, lo interprete de la misma forma, y depende de cómo es dado o recibido para que la reacción al mismo sea la esperada, influyendo también el nivel jerárquico en el que se presenta.

4.4. Tipos de comunicación conforme al código de uso

Dentro de los tipos de comunicación se encuentran tres: escrita, verbal y no verbal. *El arte de la palabra, "Tipos de comunicación". (2015.) Recuperado de: <https://zunymartha.wordpress.com> (Zuny, 2015) (Acuña, 2010)*

Tabla 5

Tipos de comunicación.

Escrita	Usa un código lingüístico (cartas, notas, etc.)
Verbal	Usa la palabra hablada para dar a conocer un mensaje. Interacción social.
No verbal	<i>Lenguaje Corporal</i> , el cuerpo genera una interacción con gestos, muecas, etc. (el cuerpo habla) y el <i>Ícónico</i> , usa imágenes como señales de tránsito, braille, lengua de señas, etc.

Fuente: <https://zunymartha.wordpress.com>

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Cualquiera que sea el tipo de comunicación que se maneje debe ser clara y concisa para que sea eficaz y efectiva al momento de dar a conocer cualquier información o mensaje.

4.5. Leyes básicas de la comunicación

Para Michael Birkenbilh, (1981) existen dos leyes primordiales. “La verdad no es lo que dice A sino lo que entiende B; Cuando el receptor interpreta mal un mensaje del emisor entonces este último es el responsable, ya que no fue claro al momento de comunicarse”. *Acuña Yeny, “Reglas y Axiomas de la comunicación”*. Recuperado de: <http://lacomunicacionyrelevancia.blogspot.com> (Acuña, 2010).

En base a lo expresado por Birkenbilh, se puede resumir que en la comunicación lo que prima es lo que el receptor entiende de lo dicho por el emisor y que si el receptor lo entiende de forma diferente la confusión se debe a que el emisor no supo explicar lo que su mensaje significaba o decía.

Ejemplos de las leyes de comunicación:

<p>La verdad no es lo que dice A (emisor) sino lo que entiende B (receptor)</p> 	<p>Cuando B (receptor) interpreta mal mensaje de A (emisor), la responsabilidad es de A.</p> 
---	---

Gráfico 5 *Leyes de la comunicación*

Fuente: <http://lacomunicacionyrelevancia.blogspot.com/2010/10/reglas-y-axiomas-de-la-comunicacion.html>

4.6. Interferencias en la comunicación

A decir de varios autores, existen diferentes factores que interrumpen o que distorsionan la comunicación, dentro de los cuales están: el ruido, las barreras, los rumores y la ética en la comunicación.

4.6.1. Ruidos

Cuando se habla de ruidos en la comunicación se hace referencia a cualquier cosa u obstáculo que limite o que obstruya la comunicación, lo que hace que la misma no sea eficaz.

Ruido es, (...) todo lo que altera el mensaje e impide que éste llegue correcta y fielmente al destinatario; todo lo que perturba la comunicación, la obstaculiza, la interfiere o la distorsiona. (...) las fuentes de ruido no son sólo físicas o mecánicas (...); existen también ruidos intelectivos, psicológicos, ideológicos, etc. (Kaplún, 1988)

4.6.1.1 Tipos de ruidos.- Existen varios tipos de ruidos.

A decir de Víctor Miguel Niño, "(...) "ruido" está asociada a interferencias de tipo acústico-auditivo, por extensión se aplica también a elementos de naturaleza psicológica, social o técnica, que perturban la comunicación. (...), existen varios tipos de ruidos". (Niño, 2012)

Según la tipología propuesta por Víctor Miguel Niño, existen tres tipos de ruidos, dentro de los que están:

Tabla 6

Interferencias en la comunicación.

Ruidos de origen físico	De origen externo. Lugar, ambiente, distancia física, etc.
Ruidos originados en factores psicológicos	Dificultades neuromotoras, articulatorias o auditivas, falla de vista, etc.
Ruidos de origen técnico	simultaneidad de mensajes, desconocimiento del tema o código, fallas de impresión, letra, legibilidad, etc.

Fuente: Niño, Miguel, "Competencias en la comunicación", (p. 37)

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Adicionalmente al criterio de Miguel Niño, existen diferentes autores que amplían dicha tipología como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 7

Tipología de ruidos en la comunicación.

Ruido físico	Afecta los sentidos, es ambiental (ruido tráfico, conversaciones, etc.)
Ruido Fisiológico	Relacionado con el cuerpo (malestar físico, migraña, etc.)
Ruido Psicológico	Surge de creencias, prejuicios, valores (ideales políticos, religiosos)
Ruido Semántico	Causado por desconocer un tema o lenguaje (otro idioma, jergas)
Ruido Técnico	Falla del canal usado para dar o recibir mensaje (internet, teléfono)

Fuente: <https://www.clubensayos.com> (2015)

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

4.6.2. Las barreras

Son obstáculos o impedimentos que dificultan o imposibilitan que la comunicación se realice de una forma eficiente.

Las barreras son graves obstáculos y dificultades que impiden casi totalmente establecer relaciones comunicativas. Hay barreras psicológicas, (...). Una barrera Física (...). Una barrera técnica (...). (Niño, 2012)

4.6.2.1 Tipos de barreras

Existen diferentes tipologías, presentadas por diversos autores, pero se las resumen de la siguiente manera:

Tabla 8

Tipos de barreras de comunicación.

Barreras semánticas	Significado de las palabras; cuando no precisan su sentido, se prestan a diferentes interpretaciones
Barreras fisiológicas	Defectos fisiológicos del emisor o receptor. Afectan cualquier sentido.
Barreras psicológicas	Factores mentales impiden aceptar o comprender. (sospecha, preocupación, timidez)
Barreras físicas	La distancia y el exceso de ruido dificultan la comunicación
Barreras administrativas	Se originan en estructuras organizacionales inadecuadas, mala planeación y deficiente operación de canales.

Fuente: <http://www.academica.mx/blogs/barreras-la-comunicaci%C3%B3n>

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

4.6.3 Los rumores

Hace referencia a la difusión de algo que alguien percibe o interpreta sobre una determinada situación, al igual que el ruido y las barreras afectan la comunicación en una empresa, porque la información va cambiando su esencia. Los rumores están presentes en todas las empresas y afectan el sistema comunicacional, incluso salen de ella, generando nuevos espacios de información.

Víctor Miguel Niño, asegura que: “Son elementos que también perturban o distorsionan la comunicación interpersonal o colectiva. Surgen como información divulgada, no verificada o poco fidedigna, y se manifiesta en mensajes que socialmente se toman por ciertos, sin que realmente lo sean”. (Niño, 2012, pág. 38)

Michael Ritter, afirma que:

El proceso de difusión de rumores esta dado en las empresas por lo que comúnmente se conoce como “Radio Pasillo”, un mecanismo utilizado por las personas de un grupo, para hacer circular informaciones que esas mismas personas consideran importantes para sus necesidades. La “Radio Pasillo” está presente en todas las organizaciones, no posee estructura formal o permanente, no está bajo control o dirección de los gerentes y ni siquiera de los empleados. Se mueve en todos los sentidos dentro de los niveles jerárquicos de la organización y prácticamente todos sus miembros participan de ella. *Cultura Organizacional. Buenos Aires, Argentina: Editorial DIRCOM* (Ritter, 2012, pág. 25)

4.6.3.1 Tipos de rumores

Cuando se habla de tipología ciertos autores difieren, pero al final tienen coincidencias, por tal razón se tomará en cuenta el criterio de Michael Ritter.

Tabla 9

Tipos de rumores

Expresión de deseos	Expresan deseos y esperanzas de quienes los promueven
Amenaza Ficticia o hipotética	Expresan ansiedad y temores de quienes los generan
Sembrar cizaña y discordia	Busca dividir opiniones. Motivado por actitudes de agresión, rencor, odio o prejuicios
Presumir información privilegiada o primicia	Hace que quien posee información privilegiada se siente superior

Fuente: Michael Ritter “Cultura Organizacional”

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

4.7 Canales formales e informales de comunicación.

Son medios o maneras en las cuales se dan a conocer mensajes en una organización, para que todos quienes forman parte de ella tengan pleno conocimiento.

Los *canales formales* son medios o vías donde circula información de la organización y son de uso exclusivo de la empresa en cambio los *canales informales* no son institucionalizados sino van de boca en boca.

A decir de Michael Ritter, (2012) “Un canal es formal cuando se trata de un medio institucionalizado. (...). En cambio, un canal es informal cuando no hace uso de ningún medio institucionalizado, por ejemplo la comunicación de persona a persona.” (Ritter, 2012, pág. 21)

Tabla 10

Cultura Organizacional

	FORMAL	INFORMAL
CANAL	Correo electrónico Memorando Comunicado Reunión Revistas y boletines Entrevista con el jefe Cartelera Intranet	Correo electrónico Sobremesa del almuerzo laboral Cena en casa del jefe Reunión alter-office Partido de golf Vía pública
COMUNICACIÓN	Normas de trabajo Información de prensa Orden superior Entrevista de evaluación Informe de resultados	Charla con el colega Mensaje por correo electrónico Off de record al periodista Comentario telefónico Rumor

Fuente: Michael Ritter “Cultura Organizacional”

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

4.7.1. Coaching en la comunicación

4.7.1.1 Coaching.- Para Lussier y Achua (2012), “el coaching se basa en la retroalimentación y las comunicaciones: abarca dar retroalimentación, la cual requiere comunicación”. (Lussier, Achua, 2012, pág. 201)

A decir de Meritxell Obiols Soler de la Universidad de Barcelona “El coaching implica comunicación. Es una relación bidireccional en la que el coach comunica interés, curiosidad, entusiasmo y apoyo, y la persona acompañada (el coachee

o cliente) comunica sus valores, necesidades, aspiraciones, problemas y soluciones”.

En resumen cuando hablamos de coaching en la comunicación, se hace preciso relacionarlo con la habilidad de comprender todos los elementos que hacen posible la comunicación, con la finalidad de mejorar dichos procesos a través del uso de herramientas que en base a una retroalimentación correcta incrementen la eficiencia en una organización.

Por lo tanto el coaching está vinculado en forma directa con la retroalimentación motivacional, busca corregir actitudes o mejorar bajo nivel de desempeño de los colaboradores de una organización.

4.8. Relaciones Públicas

En base a diferentes criterios analizados se puede concluir que las Relaciones Públicas son parte de una estrategia empresarial que funciona en base a todo un proceso que usa políticas y procedimientos que se encargan de manejar la comunicación entre la empresa y la sociedad en general y que busca que la imagen de la organización sea positiva para el cliente. Cabe resaltar que todas las acciones desarrolladas son coordinadas con el fin de influir de forma positiva en los públicos de una forma sutil y poco evidente.

Wilcox, Dennis L. y Cameron Glen T. (2009), afirman que:

Las Relaciones públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas; ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir al interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al día y a utilizar los cambios de forma eficaz, sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias; utiliza la investigación y las técnicas de

comunicación éticas como principales herramientas. (Wilcox Cameron Xifra, 2009, pág. 7)

Las relaciones públicas, buscan conseguir resultados, en base a acciones que se realizan por mejorar la forma como los demás ven a la empresa.

4.8.1. Características de las Relaciones Públicas

Tabla 11

Características de las Relaciones Públicas

Deliberada	Busca influenciar, informar y recibir una retroalimentación o feedback
Planificada	Hace referencia a que está organizada de tal forma que cumple con actividades preestablecidas y tiempos.
Resultados	Se refiere a que las relaciones públicas deben tener en cuenta las preocupaciones de la comunidad
Interés del público	Busca ajustar los intereses empresariales con las inquietudes del público
Comunicación bidireccional	Tiene que ver con dar y recibir retroalimentación
Función Directiva	Se encuentra inmersa en la toma de decisiones

Fuente: Wilcox, Dennis L. y Cameron Glen T

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

4.8.2 Elementos de las Relaciones Públicas.

Para Wilcox, Dennis L. y Cameron Glen T. (Wilcox Cameron Xifra, 2009), los elementos están conformados por:

Tabla 12

Elementos de las Relaciones Públicas.

Asesoría	Aconseja a directivos
Investigación	Define actitudes, comportamientos, planifica estrategias
Relaciones con los medios de comunicación	Interactúa con ellos por interés organizacional
Publicity	Divulga mensajes promoviendo intereses organizacionales
Relaciones con trabajadores/miembros	Responde a necesidades de información
Relaciones con la comunidad	Planifica actividades con la comunidad
Asuntos públicos	Desarrolla participación en la política pública
Asuntos gubernamentales	Relación directa con el poder público
Gestión de conflictos potenciales (issues management)	Identifica y soluciona temas que afecten a la organización
Relaciones financieras	Relación con accionistas
Relaciones sectoriales	Relación con otras empresas
Desarrollo/capacitación de fondos (fund-raising)	Demostración de necesidad de apoyo
Relaciones multiculturales/diversidad del lugar de trabajo	Relación con individuos y públicos de diferentes culturas

Acontecimientos especiales	Eventos programados para relacionarse con los públicos
Comunicación de marketing	Actividades diseñadas para vender un producto, servicio e idea. (p.13-14).

Fuente: Wilcox, Dennis L. y Cameron Glen T “Elementos de las Relaciones Públicas

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

4.8.3. Ética en las Relaciones Públicas

Implica necesariamente la intervención de un mensaje en donde el vínculo entre el público y la empresa es el comunicador o relacionista público, por tal razón se requiere que la información que llega a los medios de comunicación a través de él, sea objetiva, veraz y ética, dado las implicaciones que podría tener en la sociedad.

4.9. Cultura organizacional

Si analizamos sus conceptos básicos tenemos que organización define a un grupo social o sistema que busca, a través del trabajo en equipo alcanzar los objetivos organizacionales planteados en su creación. De igual manera cuando se habla de cultura los entendidos dicen que es un conjunto de ideas, tradiciones y prácticas sociales que han pasado de una generación a otra, siendo un legado social.

En función de lo expresado por expertos se resume que al hablar de *cultura organizacional* estamos haciendo referencia a principios, creencias, valores, costumbres que tiene cada organización, siendo la guía que la identifica como ente único.

Al respecto Chiavenato, escribe: “Es el conjunto de hábitos, creencias, valores, tradiciones, interacciones y relaciones sociales (...) dan sentido a sus acciones para la realización de los objetivos organizacionales”. (...). (Chiavenato, 2006,

pág. 296). *Introducción a la Teoría general de la Administración*. México D.F.: McGraw-Hill. (Conocimientos Web, 2013)

Respecto del concepto de Cultura organizacional Ritter ha recopilado su criterio y el de otros autores, como se presenta en la tabla siguiente:

Tabla 13

Compilación de conceptos cultura organizacional

Michael Ritter	“Cultura Organizacional manera en que actúan los integrantes de un grupo u organización y que tiene su origen en un conjunto de creencias y valores compartidos”
Kotter	“el grupo de normas o maneras de comportamiento que un grupo de personas han desarrollado a lo largo de los años”
Edgar Schein	“conjunto de valores, necesidades, expectativas, creencias, políticas y normas aceptadas y practicadas por los miembros de la organización”

Fuente: Michael Ritter “Cultura Organizacional”

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

4.9.3. Importancia de la cultura organizacional

Se dice que aporta con la detección de problemas de forma temprana así como su pronta solución, a través de ella la organización se beneficia porque contribuye a que los trabajadores se comprometan a cumplir los objetivos de la empresa.

“La referida cultura tiene la particularidad de manifestarse a través de conductas significativas de los miembros de una organización, las cuales facilitan el comportamiento en la misma y, se identifican a través de un conjunto de prácticas gerenciales y supervisarías, como elementos de la dinámica

organizacional. Es importante conocer el tipo de cultura de una organización, porque los valores y las normas van a influir en los comportamientos de los individuos. *Conocimientos Web.net*, "Importancia de la cultura organizacional", 2013 (párr.3). Recuperado de: <http://www.conocimientosweb.net/descargas/article799.html> (Conocimientos Web, 2013)

4.9.4. Funciones de la cultura organizacional

Al hablar de tipologías sobre las funciones que tiene la cultura organizacional son varios los criterios respecto al tema. A continuación se toman en cuenta lo que dice Luna Rodríguez (2005).

Tabla 14

Funciones cultura organizacional.

Define limites, comportamientos de unos y otros
Transmite sentido de identidad en sus miembros
Facilita creación de compromiso
Incrementa estabilidad del sistema social
Vincula y ayuda a mantener unión organizacional en base a normas

Fuente: <http://culturaorganizacional.over-blog.es/article-29079689.html>

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Michael Ritter, en su libro cultura organizacional propone cuatro:

Tabla 15

Funciones de la cultura organizacional

Identificación	Personalización de la empresa
Integración	Unión y entendimiento organizacional
Coordinación	Regula procedimientos en base a normas y valores
Motivación	Valores compartidos en comunidad

Fuente: Michael Ritter “Cultura Organizacional”

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

En base a lo expuesto se puede concluir que ambos identifican que las funciones de la cultura organizacional giran en torno a normas establecidas, valores compartidos en comunidad, unidad de empresa y acciones coordinadas con estrategias ajustadas a mantener el sentido de compromiso de los empleados con la empresa; todo lo cual se muestra claramente en la siguiente gráfica.



Gráfico 6 Funciones cultura organizacional

Fuente: Cultura Organizacional, Michael Ritter.

Elaborado por: Michael Ritter

5.1. Comunicación organizacional

En base a diferentes criterios analizados se concluye que, comunicación organizacional es el medio a través del cual se establecen relaciones en una institución, con el fin de cumplir con las metas y objetivos de la misma. Dicha comunicación si es estratégicamente manejada aporta de manera positiva al éxito de la empresa garantizando eficiencia en los diferentes departamentos y áreas.

Debe utilizar un lenguaje de fácil comprensión, oportuno y claro para que todos tengan claras las reglas que rigen las acciones de la empresa y que hacen que la relación laboral funcione, de tal forma que no se den dobles interpretaciones que generen conflictos y deterioren las relaciones interpersonales entre miembros de la organización. Para que la comunicación tenga un efecto positivo se requiere establecer canales adecuados que lleven la información de forma correcta, oportuna y efectiva.

A nivel empresarial, se ha vuelto protagonista y constituye una estrategia basada en la socialización, lo que fortalece la relación existente entre miembros de la organización y que también es usada como mecanismo de adaptación.

A continuación se mencionan los diferentes criterios de algunos autores, a modo de soporte teórico del concepto anterior.

Para (Ritter, 2012) (Gestiopolis, s.f.), “La comunicación organizacional es el intercambio de información, de ideas y de sentimientos. O, resumida en una sola palabra, es intercambio”.

Para María Ocampo “La comunicación se convierte en la interrelación de lo individual para la conformación de lo social, como dimensión teleológica”

Para Oscar Anzorena, “La comunicación organizacional, está vinculada al ámbito de la Identidad, la Imagen y la Comunicación Corporativa y la incidencia de estos elementos en la gestión estratégica de las empresas”.

5.1.1. Escenarios de la comunicación organizacional

Algunos autores sugieren que se pueden presentar tres escenarios: Basado en información tomada de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/comunicacion-organizacional-formas-y-tipos.htm> (Gestiopolis, s.f.)

Tabla 16

Escenarios de la comunicación organizacional

Físico	Hace referencia al interno y externo, incluye señalética
Social	Todo lo que involucre al personal generando interacción
Institucional	Se refiere a la información que la organización da a sus miembros

Fuente: Gestiopolis

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

5.1.2. Tipos de comunicación organizacional

Dentro de la comunicación en una organización varios teóricos reconocen dos tipos: comunicación interna y comunicación externa.

5.1.2.1. Comunicación interna

Es una herramienta de gestión de las organizaciones que integra a todos los miembros de la organización para crear un clima de trabajo cordial y de confianza, para evitar conflictos, disminuir el absentismo laboral, todas las acciones y su gestión contribuyen a fortalecer la cultura corporativa.

Busca una comunicación coherente, eficaz y clara en el envío de información, su finalidad además es la de ser un vehículo de información para toda la empresa en temas laborales, coordinación y organización de tareas, entre otros, para lo cual se vale de varias maneras o formatos como son: memorandos, publicaciones, circulares, informes, eventos entre otros.

Para Francisca Morales Serrano “la Comunicación Interna está siendo reconocida por las empresas que la aplican como un factor clave para la rentabilidad y un aliado para conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio”.

5.1.2.2. Formas de comunicación interna

La comunicación se da de tres formas: descendente, ascendente y horizontal. (Ocampo, 2011, pág. 50)

Tabla 17

Formas de Comunicación interna

Comunicación Descendente	De arriba abajo (director a empleados)	Manual empleado, tareas, roles, capacitaciones, etc.
Comunicación ascendente	De abajo arriba (empleados a directores)	Informes, resultados, etc.
Comunicación Horizontal	Miembros que están a un mismo nivel jerárquico	Interacción entre las comunicaciones.

Fuente: María Ocampo (pág. 51-53)

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

En los gráficos que se presentan a continuación se muestran las distintas formas de la comunicación interna.

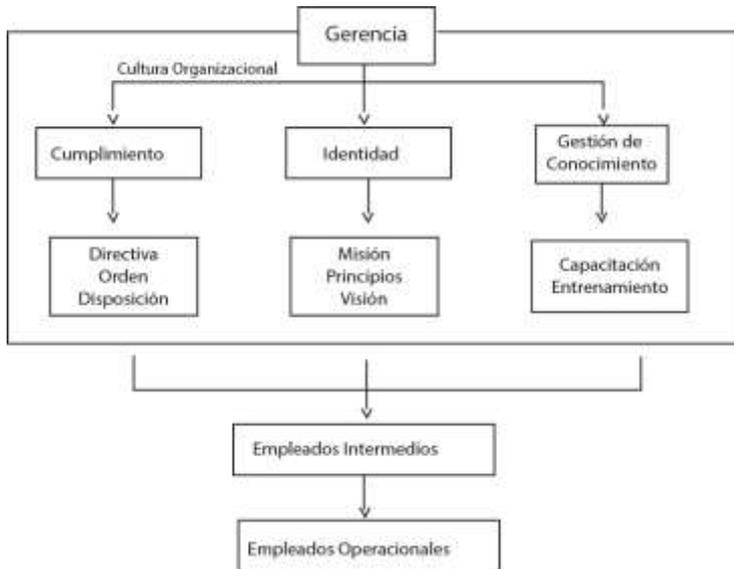


Gráfico 7

Comunicación descendiente

Fuente: María Ocampo, (2001, pág. 51)

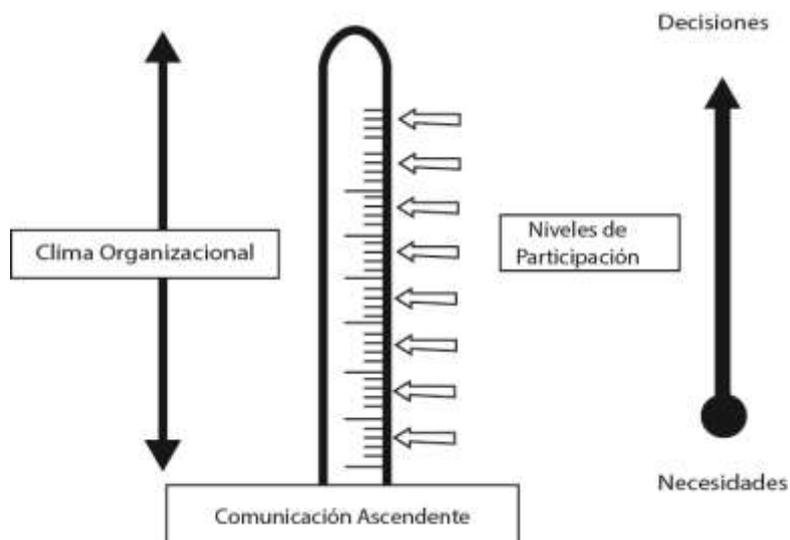


Gráfico 8

Comunicación ascendente

Fuente: María Ocampo (2001, pág.52)

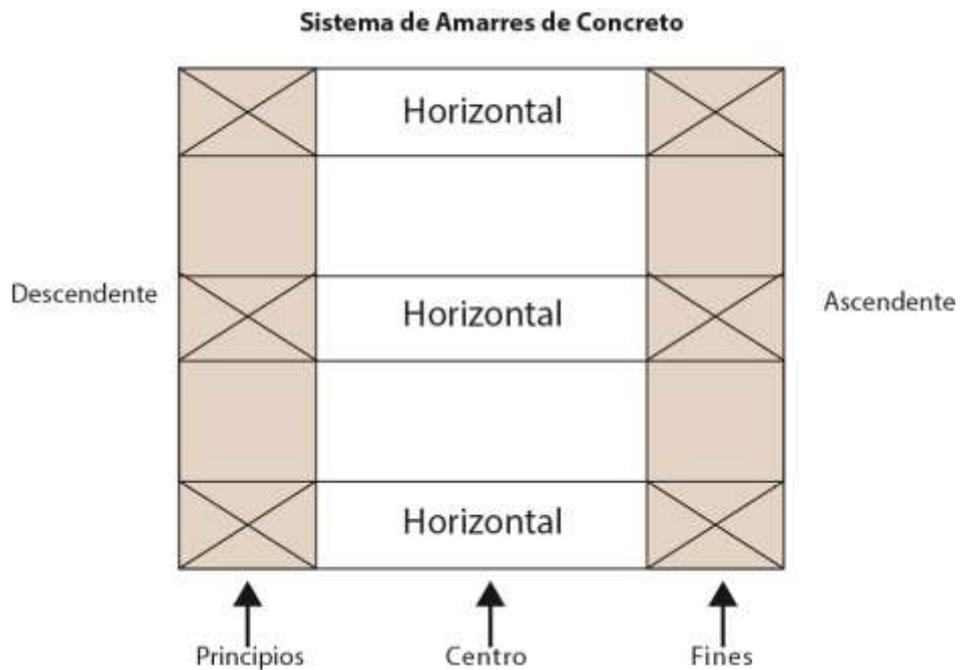


Gráfico 9

Comunicación Horizontal

Fuente: María Ocampo (2001, pág.53)

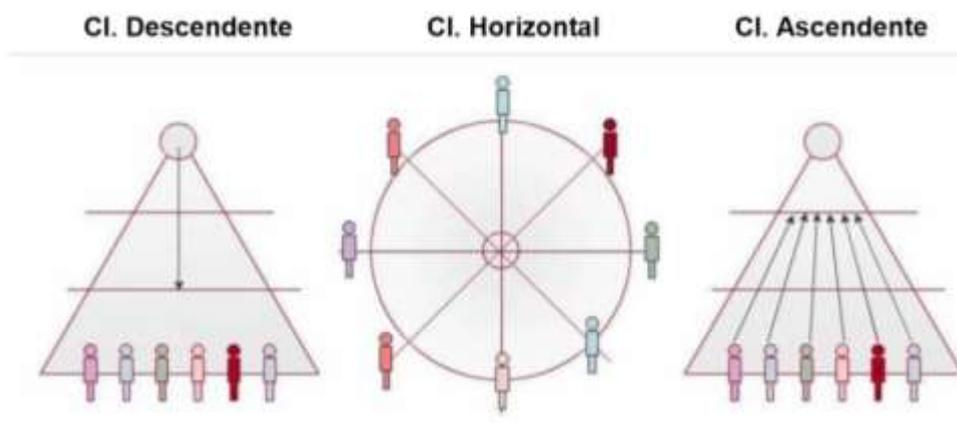


Gráfico 10

Tipos de comunicación interna

Fuente:

http://www.industriales.org/sites/default/files/doc/guia_de_buenas_practica_de_comunicacion_interna.pdf

Las comunicaciones descendentes se utilizan para impartir directrices a los empleados; las ascendentes para informar o comunicar aspectos organizacionales desde los empleados a sus superiores y las horizontales comunicaciones entre personas del mismo nivel jerárquico. (Ritter, 2012)

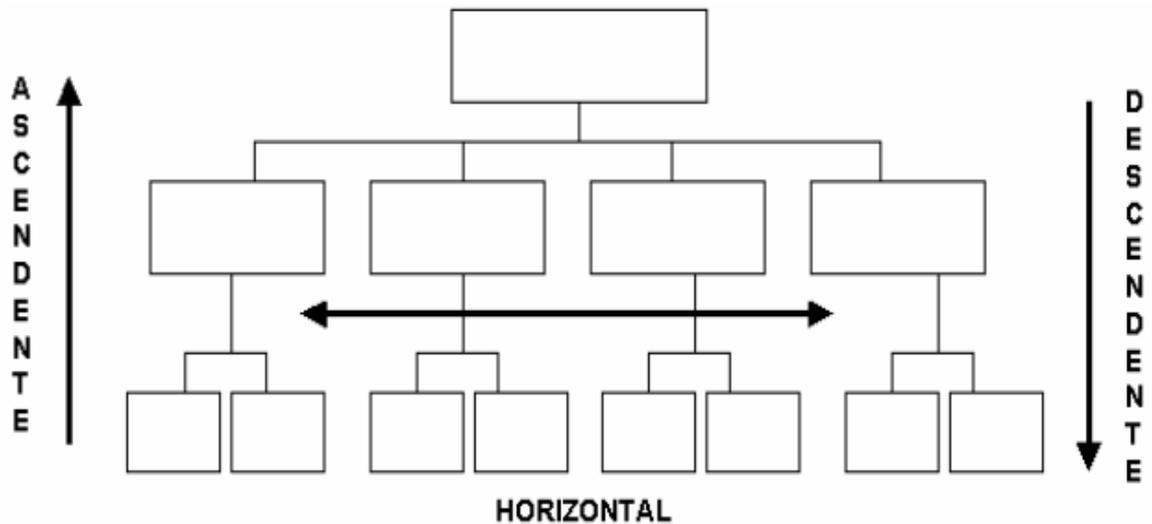


Gráfico 11

Formas de Comunicación interna.

Fuente: Rickardo Marentes. <https://prezi.com/epp3lzcs3rxn/31-funciones-basicas-de-la-comunicacion-interna/>

Elaborado por: Rickardo Marentes

La comunicación interna aporta al desarrollo de toda organización y es de carácter multidireccional, porque vincula a los trabajadores con los diferentes niveles jerárquicos, facilitando el acceso a la información a través de diferentes canales de comunicación internos, lo cual aporta en la mejora de su desempeño laboral generando un clima laboral óptimo, que a la vez crea en ellos compromiso y lealtad con la institución, autores como Peter Drucker confirman la importancia de la comunicación interna en las empresas, al asegurar que “el 60% de los problemas en la dirección de empresas son el resultado de una mala comunicación, y la mayoría de los problemas de comunicación vienen de una

precaria atención”. *Enfócate para triunfar, “Liderazgo y Comunicación”, 2015. Recuperado de: <http://www.enfocateparatriunfar.com> (párr.5) (Drucker, 2015)*

5.1.2.1.1. Funciones principales de la comunicación interna.

Las funciones de la comunicación interna son: afianzar, apoyar, generar, satisfacer, construir, profundizar, desarticular, hacer públicos, permitir, promover, contribuir, facilitar y reducir. (Ritter, 2012)

Tabla 18

Funciones comunicación interna.

Afianzar, o cambiar cultura corporativa	Apoyar logro de objetivos, políticas, planes y programas corporativos
Generar el entendimiento en empleados	satisfacer necesidades de información y comunicación
Construir identidad empresarial con confianza y motivación	Profundizar en conocimiento de la empresa
Desarticular las subculturas negativas	Hacer públicos los logros empresariales
Permitir a empleados expresarse	Promover comunicación entre miembros
Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión	Facilitar la integración de realizaciones personales con las institucionales
Reducir focos de conflicto interno fortaleciendo la cohesión de los miembros	

Fuente: Michael Ritter (2012)

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

5.1.2.1.2. Objetivos de la comunicación interna

Los objetivos de la comunicación interna se resumen en las cinco IES de la comunicación:

- ✓ **Impulso.**- Fuerza que permite que la comunicación interna fluya por diferentes medios comunicacionales de la empresa, su objetivo alcanzar resultados esperados.
- ✓ **Innovación.**- Herramientas de comunicación actual, como: medios tecnológicos a los cuales la organización debe adaptarse e incluirlas como nuevos instrumentos comunicacionales.
- ✓ **Implicación.**- Se refiere a que cada empleado debe involucrarse para mejorar la comunicación interna, comprometiéndose a alcanzar objetivos y participando en la toma de decisiones.
- ✓ **Información.**- Parte de la comunicación en si, por tal motivo se hace indispensable dar a conocer la información necesaria a todos los miembros.
- ✓ **Identidad.**- Los empleados tengan clara la cultura empresarial, haciendo que cada uno se apropie y haga suyos los valores organizacionales.

5.1.2.1.2. Problemas comunes de la comunicación interna

Para Federico Stellato los problemas comunicacionales que se presentan en una empresa son omisión, distorsión y sobrecarga. Como lo muestra la tabla siguiente:

Tabla 19

Problemas de comunicación interna.

Omisión	Interrupción de parte del mensaje (por error o intensión).
Distorsión	Mensaje se altera durante la circulación
Sobrecarga	Mensajes menos importantes parecen serlo o demasiada información provoca que no sea claro

Fuente: <http://es.slideshare.net/federicostellato> (pág. 16)

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

En conclusión, los problemas antes mencionados provocan inconvenientes al momento de comunicarse, debido a diversas circunstancias las mismas que pueden darse de forma consciente o inconsciente.

5.1.2.1.3. Instrumentos de la comunicación interna

Existen varios tipos de instrumentos entre los más usados podemos citar:

Tabla 20

Instrumentos comunicación interna

<i>Cartelera</i>	Es efectiva ubicada en un lugar visible
<i>Circulares</i>	Información enviada por distintos medios.
<i>Reuniones /trabajo</i>	Comunicación directa planificada, secuenciada y estructurada
<i>Círculos de calidad</i>	Grupos de 4 a 8 voluntarios, discuten funcionamiento empresa y proponen soluciones a los directivos.
Correo electrónico	Herramienta rápida y útil de bajo costo
Buzón Sugerencia	Da a conocer opiniones/propuestas de clientes internos y externos
Videoconferencias	Intercambio de información con audio, video conectada con el mundo
Manual del empleado	Información empresarial, misión, visión, políticas y normas a seguir
Intranet	Red interna de la empresa rápida e inmediata, etc.

Fuente: <http://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-interna-119.htm>

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Dentro de los tipos de comunicación organizacional también encontramos la comunicación externa que si bien es cierto no se aplicará en este trabajo pero que si se hace necesario mostrar la diferencia que existe con la interna.

A diferencia de la comunicación interna la externa busca mejorar la relación de la empresa con los stakeholders, es decir, con clientes, proveedores, medios de comunicación, la competencia y el público en general con la finalidad de captar, conservar o perfeccionar las relaciones públicas y comerciales para lo cual, se vale de charlas, foros, conferencias, aperturas entre otras actividades.

Pese a ser diferentes ambas están vinculadas y dependen una de la otra.

5.2. Dircom (estratega corporativo)

Es el responsable de las comunicaciones de la empresa y como tal debe poseer habilidades y conocimientos que le permitan elaborar las estrategias de comunicación, planear y gestionar toda la actividad de comunicación en la organización.

Comparte responsabilidades con los altos niveles jerárquicos de una organización, utiliza comunicaciones formales, informales e interpersonales para comunicar estrategias, objetivos y resultados organizacionales.

El Dircom, define y concreta la política de Comunicación organizacional pública o privada. Incrementando los activos intangibles: marca, imagen y la reputación corporativas. (Dircom, Catalunya, <http://www.dircom.org>). (Dircom, s.f.)

5.3. Plan de comunicación

Es un instrumento o herramienta de planificación que ayuda con la distribución de recursos, tiempo, estrategias y objetivos, en función de la comunicación organizacional. Es un proceso sistemático que incluye a toda la organización, en todos los niveles jerárquicos.

El Plan de comunicación contiene como se han de realizar las comunicaciones en la empresa, los estatutos internos que son guías de comportamiento, define criterios y estrategias para manejar una comunicación eficaz y eficiente.

El esquema del plan de comunicación es un instrumento que contiene información detallada de metas, público objetivo, mensajes básico, acciones, cronograma, etc., entre otros pasos que se van a tomar en una organización en lo que concierne a comunicación, dicho esquema puede ser a mediano, corto o largo plazo.

Como propuesta de acción el plan de comunicación cuenta con datos, objetivos y presupuestos planificados. Forma parte del plan de mercadeo por tal razón debe cumplir con las políticas institucionales (misión, visión).
<http://www.gestiopolis.com/> (Gestiopolis, s.f.)

5.3.1. Diagnóstico organizacional

Según el criterio de especialistas es un estudio que valora, examina y permite conocer las prácticas de una empresa, busca tener un conocimiento amplio de las necesidades de la empresa con el fin de generar un cambio en forma más eficiente.

El diagnóstico como actividad vivencial involucra a miembros de la empresa que buscan soluciones a problemas existentes, aplicando un auto-análisis con la finalidad de aplicar un plan de acción que permita solucionar la problemática.
(<http://www.eumed.net/libros-gratis>) (eumed, s.f.)

Para que el diagnóstico cumpla con su objetivo se deben tener en cuenta:

Tabla 21

Requisitos para el diagnóstico organizacional

1	Antes de iniciar el proceso de diagnóstico es indispensable contar con la intención de cambio y el compromiso de respaldo por parte del cliente. Es decir, que esté dispuesto a realizar los cambios resultantes del diagnóstico.
---	---

2	El "cliente" debe dar amplias facilidades al consultor (interno o externo) para la obtención de información y no entorpecer el proceso de diagnóstico
3	El consultor manejará la información que se obtenga del proceso en forma absolutamente confidencial, entregando los resultados generales sin mencionar a las personas que proporcionaron la información
4	También debe proporcionar retroalimentación acerca de los resultados del diagnóstico a las fuentes de las que se obtuvo la información
5	El éxito o fracaso del diagnóstico depende en gran medida del cliente y del cumplimiento de los acuerdos que haga con el consultor

Fuente: <http://www.eumed.net/libros-gratis>

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

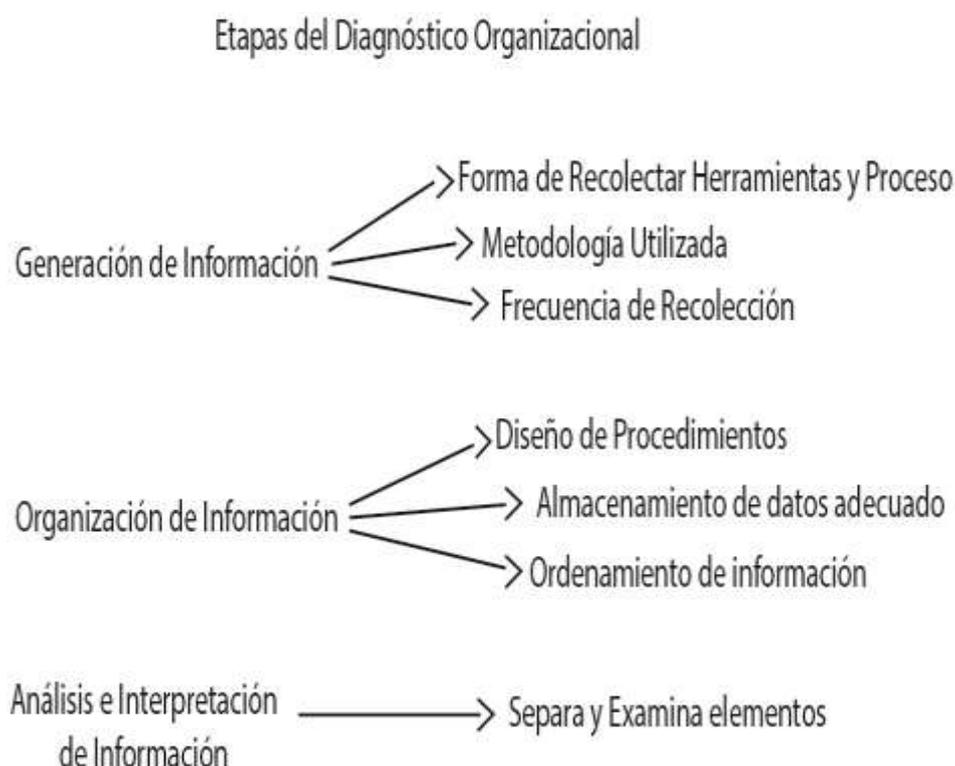
Para que el diagnóstico cumpla con su cometido debe haber un compromiso efectivo y verdadero entre el gerente y los empleados para realizar cambios, para lo cual el consultor debe tener un fácil acceso a la información, cabe señalar que dicho proceso es confidencial y requiere de retroalimentación en base a los resultados que se han obtenido del diagnóstico.

5.3.2. Etapas del diagnóstico organizacional

Según entendidos expertos en la materia, el diagnóstico organizacional está compuesto por tres etapas, que se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 22

Etapas diagnóstico organizacional.



Fuente: <http://www.authorstream.com/Presentation/arfonsecal-1898602-diagnostico-organizacional/>

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

5.4. El cambio

Es un proceso que implica una reestructuración empresarial, puede darse tanto a nivel interno como externo, y es el resultado de la influencia que ejerce el entorno.

Los negocios requieren hacer cambios de forma regular, es decir, hacer un rediseño con el fin de evitar el embate de la competencia y tener las armas necesarias para vencerla cuando la oportunidad se presente, de igual manera se busca optimizar tiempo, reducir costos y obtener el mayor beneficio posible, sin dejar de lado a los organismos de regulación del Estado, la comunidad, la prensa, etc. Ritter, Michael, "Cultura Organizacional". (Ritter, 2012, pág. 96)

En conclusión las organizaciones necesitan el cambio ya que la competencia empresarial cada vez es más compleja, más agresiva y las empresas deben ir ajustándose a las diferentes condiciones de su entorno, para mantenerse en el mercado.

5.4.1. Resistencia al cambio

Este se presenta cuando no se ha realizado una planificación adecuada que permita a los empleados saber que se va a realizar una transformación en la organización. Muchas veces los trabajadores tienen miedo de que ese cambio afecte de una forma drástica su situación o posición en la empresa.

El cambio en una organización asusta a quienes forman parte de ella, lo cual a decir de Michael Ritter es normal porque forma parte de “nuestra naturaleza humana”, por esa razón se crea un ambiente de estrés que motiva una resistencia de ahí la importancia de que exista la información suficiente para que el mismo sea tomado de una forma positiva.

5.5. Intranet

Es un sistema que facilita la comunicación interna en una organización, a través de medios electrónicos con el objetivo de mantener informados a los empleados sobre actividades, eventos de carácter institucional.

Según Informática hoy, (2016) “Una intranet es una red de computadoras similar a internet, aunque para uso exclusivo de una determinada organización, es decir que solamente las PC de la empresa pueden acceder a ella”. (Informática hoy, 2007-2016)

CAPITULO V
DIAGNÓSTICO

Actualmente los canales de comunicación interna utilizados en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador no dispone de herramientas eficientes y las pocas que existen requieren ser mejoradas. Como un ejemplo de ello tenemos la cartelera, la misma que no es actualizada de forma frecuente y que contiene información de meses anteriores, por tal razón pasan por alto informaciones y comunicados importantes, la razón principal es que se va agregando comunicados sobre los ya pasados, generando confusión al momento de buscar información.

5.1. Comunicación en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador

La comunicación es un componente indispensable para el desarrollo organizacional, pero en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador no ha venido cumpliendo esta norma, debido a que la información entre los miembros de la misma no es eficiente, lo cual perjudica el clima laboral existente, generando inconvenientes y malos entendidos. Todo lo cual se debe a que la información otorgada por las personas encargadas de comunicación de la institución no la entregan de forma oportuna o simplemente la herramienta utilizada para dicho fin no es actualizada de forma periódica, por lo cual el personal no la toma en cuenta.

5.2. Análisis de los resultados del diagnóstico

La información obtenida a través de la encuesta aplicada al total de la población, es decir, todos los empleados y estudiantes, que suman un total de 48 personas, 21 hombres y 27 mujeres que permitió ver de forma más clara la realidad, en cuanto al manejo de la comunicación interna en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

La finalidad de esta encuesta fue detectar la problemática existente en las comunicaciones internas y como la misma afecta a la relación laboral e interpersonal de los trabajadores.

Las personas que formaron parte de este estudio pertenecen a las diferentes áreas de la institución, distribuidas de la siguiente manera:

- Administrativos 6
- Personal docente 7
- Personal de servicio 2
- Estudiantes 33

En primera instancia se pudo observar que no existen herramientas definidas de comunicación interna lo que genera demora y poca o nula difusión de instrucciones y eventos institucionales.

5.3. Conocimiento y acceso a tecnologías de la información de los empleados del ITSNE

En un sondeo verbal realizado a la par de la encuesta se pudo determinar que 44 de las personas encuestadas, que representan el 92%, tiene conocimiento sobre las tecnologías de la información, mientras que solo 4 que corresponden al 8% no tienen conocimiento de la tecnología de la información, lo cual genera un posible riesgo al momento del envío de información por medios digitales.

5.4. Sugerencias para las personas responsable de generar información

En base a la observación realizada se sugiere:

- Socializar el uso de herramientas para informar sobre temas de relevancia institucional.
- Actualizar la información que se presenta en las carteleras de forma periódica.
- Entregar la información que se genere en el instituto a través de circulares, enviadas a todos los colaboradores, tanto físicas como a los correos electrónicos del personal que lo disponga.
- Capacitar al personal en temas del uso de nuevas tecnologías.

- Socializar a todos los colaboradores, sobre actividades a realizarse e incentivarlos para que asistan a las mismas.
- Informar de forma anticipada y oportuna con la finalidad de que todos puedan conocer los eventos o actividades a realizarse en determinada fecha y lugar.

5.5. Análisis FODA del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador

Tabla 11 Análisis FODA ITSNE

Fortalezas	Oportunidades
INTERNOS	EXTERNOS
<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura propia - Laboratorios equipados tecnológicamente para producción de radio y televisión - Apoyo de coordinación académica para la implementación de un plan de comunicación interna. - Docentes especializados en las diferentes asignaturas. - Presentación de proyectos audiovisuales cada fin semestre 	<ul style="list-style-type: none"> - Alianza estratégica para estudiantes con el medio televisivo RTU - Prácticas pre profesionales en el medio televisivo RTU
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de financiamiento de accionistas - Inexistencia de un plan de comunicación interna - Mala comunicación interna - Información interna no se actualiza de forma periódica en las carteleras. 	<ul style="list-style-type: none"> - Deserción de estudiantes - Falta de seguridad en los alrededores de la institución - Aparición de nuevas instituciones con igual especialización - Crisis económica afecta también a instituciones educativas.

- Poca o nula participación de directivos para la implementación del Plan de comunicación interna	
---	--

Fuente: Coordinación Académica del ITSNE

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

5.5. Encuesta aplicada

Para la elaboración de la encuesta se tomaron en cuenta las opiniones dadas por el personal de los diferentes departamentos consultados, en base a lo cual elaboraron 10 preguntas. Para conseguir información confiable se optó por realizar la encuesta de forma anónima, lo cual hace que las respuestas sean más confiables y por ende la información recabada refleje de forma veraz la realidad comunicacional de la organización, sin la presión que puede existir si la misma solicitara la identificación de los encuestados.

El tipo de cuestionario que se realizó en la encuesta es de tipo restringido o cerrado con respuesta dicotómicas, es decir, “sí” o “no”, de igual manera cuenta con preguntas que presentan varias alternativas de respuesta, es decir, una o más respuestas.

Para la elaboración de la encuesta se tomaron en cuenta las siguientes variables e indicadores.

VARIABLE	INDICADOR	ITEMS
		¿Cree Ud. que están definidas claramente sus funciones en la institución?
		¿La información que recibe es útil y aporta a su desempeño laboral o académico?
		¿Cuándo ingresa un nuevo miembro a la institución, se le entrega información inherente a su cargo o a la organización educativa?

Comunicación Interna	Emisor, receptor, mensaje, canal	¿Considera que es necesario fomentar reuniones de trabajo o reuniones con estudiantes con más frecuencia?
		¿Usted conoce los medios de comunicación interna existentes en la institución?
		Señale los medios de comunicación interna que considera se deberían reforzar o implementar
		¿Qué medio de comunicación interna emplea para comunicarse al interior de la institución?
		¿Cree que la comunicación interna es importante?
		¿Para la toma de decisiones institucionales se toma en cuenta las opiniones del personal?
		¿Cuál de los siguientes valores cree que se practican en el ITSNE?

Fuente: Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

CAPITULO VI
ANALISIS DE RESULTADOS

6.1. Análisis y presentación de resultados

En este capítulo se muestra la tabulación de la información de la encuesta aplicada y los resultados obtenidos se representan a modo de tablas y gráficas estadísticas acompañadas de una interpretación de los valores obtenidos.

Datos preliminares del total de encuestados



Gráfico 12

Sexo de los encuestados

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

La mayor parte de la institución está conformada por mujeres, lo que se ve reflejado de forma clara en los resultados obtenidos.

Análisis de resultados

1. ¿Cree Ud. que están definidas claramente sus funciones en la institución?

Si	No
45	3

Esta pregunta pretendía establecer si los encuestados tenían claras las tareas que cada uno debía realizar, así como su lugar en la organización.



Gráfico 13
Pregunta N°1

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

Los datos del gráfico 13, de la pregunta 1, muestran que un 94% consideran que en la organización si están definidas de forma clara las funciones que cada empleado debe realizar, mientras que el 6% considera que no están definidas sus funciones.

En base a los datos presentados se puede determinar que los encuestados tienen claro su rol en la organización por lo tanto la forma de definir funciones es correcta porque permite que cada persona sepa cuál es su lugar y función en la institución.

2. ¿La información que recibe es útil y aporta a su desempeño laboral o académico?

Si	No	A veces
15	11	22

Esta pregunta buscaba determinar si la información que se da tenía alguna aplicación práctica o uso real.

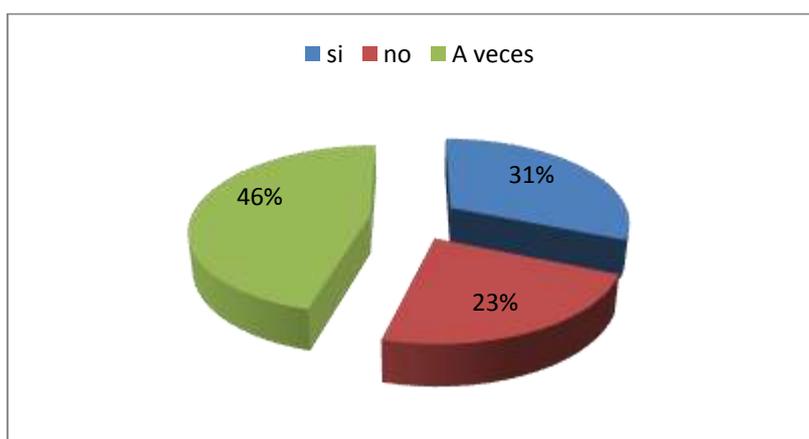


Gráfico 14

Pregunta Nº 2

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

Los datos del gráfico 14, pregunta 2, muestran que el 31% de los encuestados considera que la información que recibe le es útil, mientras que el 46% considera que no y un 23% de los encuestados afirma que solo a veces le es de utilidad para su desempeño laboral o académico.

En base a lo expuesto queda claro que la información que reciben los encuestados debe ser analizada de mejor manera antes de ser enviada para evitar de esta forma que existan reparos con la misma y su utilidad.

3. ¿Cuándo ingresa un nuevo miembro a la institución, se le entrega información inherente a su cargo o a la organización educativa?

Si	No
19	29

Esta pregunta pretendía establecer si se le facilitaba información al ingresar a la institución tanto al personal nuevo como a estudiantes.

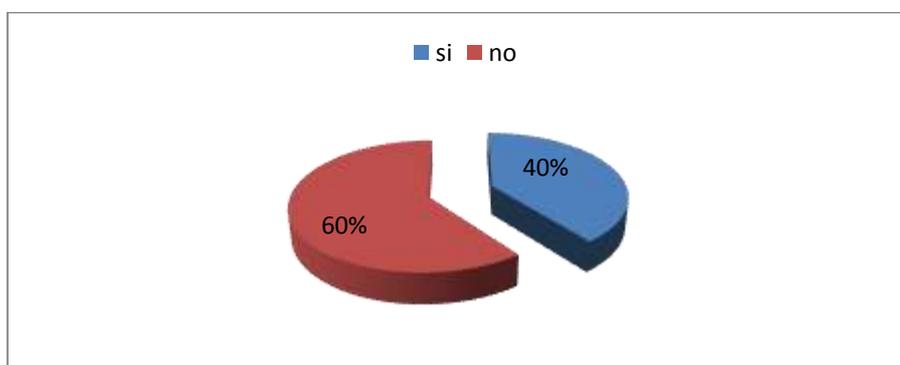


Gráfico 15

Pregunta Nº 3

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

Los datos del gráfico 15, pregunta 3 evidencian que el 60% de los encuestados no recibió ningún tipo de información referente al cargo que iba a desempeñar o respecto de la institución educativa, en contraposición solo un 40% de los encuestados asegura haber recibido dicha información.

En base a los resultados obtenidos se puede determinar que los encuestados

requieren que se les dé más información respecto del cargo que van a desempeñar si se trata de un empleado nuevo en la organización o estudiante nuevo, según sea el caso, con la finalidad de que cada individuo tenga claras sus funciones, obligaciones y consecuencias de cumplir o no con lo establecido en institución

4. ¿Considera que es necesario fomentar reuniones de trabajo o reuniones con estudiantes con más frecuencia?

Si	No
36	12

Se planteó esta pregunta con el objetivo de determinar la importancia que tienen las reuniones en la institución como oportunidades de compartir inconvenientes existentes y encontrar posibles soluciones.

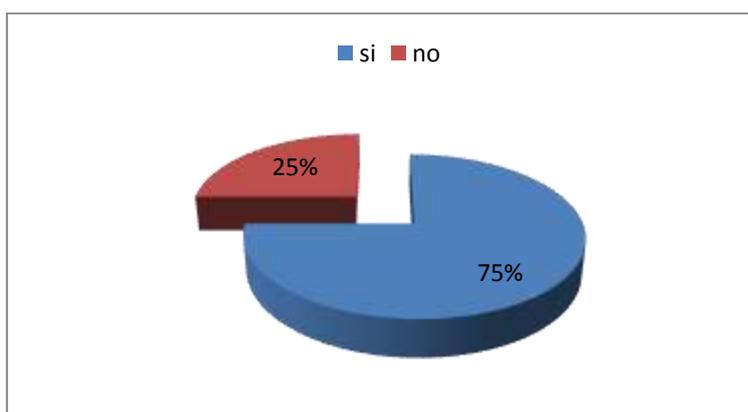


Gráfico 16

Pregunta Nº 4

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

Los datos del gráfico 16, pregunta 4, arrojan que el 75% de los encuestados considera que son necesarias las reuniones frecuentes tanto de trabajo como

con estudiantes, al tiempo que el 25% no está de acuerdo con que se realicen reuniones con mucha frecuencia.

Los resultados obtenidos reflejan que la mayor parte de los empleados requieren que se realicen más reuniones de trabajo o con estudiantes, en base a lo cual se puede determinar que debido a que existe dicha necesidad, se las realice tomando en cuenta las necesidades de cada departamento o grupo de estudiantes con la finalidad de mejorar la comunicación y utilizando este medio como el vínculo para llegar a acuerdos y dar soluciones a situaciones de interés.

5. ¿Usted conoce los medios de comunicación interna existentes en la institución?

Si	No
17	31

Esta pregunta se planteó con la finalidad de establecer el nivel de conocimiento de los clientes internos respecto de las formas de comunicación y los formatos a los que recurren para mantenerse informados.

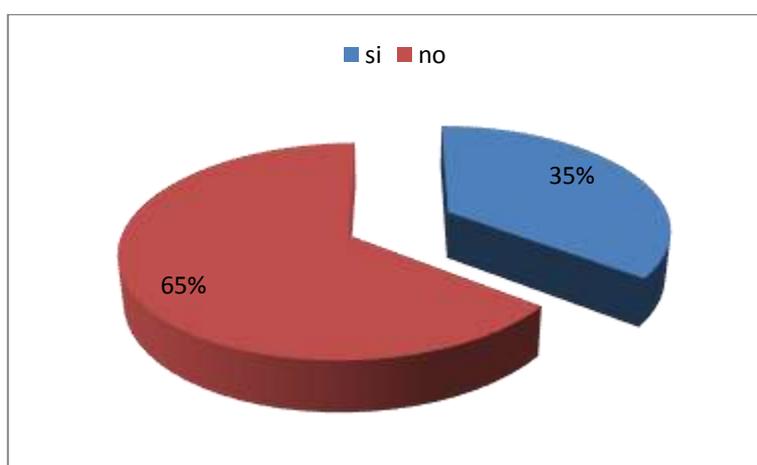


Gráfico 17

Pregunta N°5

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

Los datos del gráfico 17, pregunta 5, reflejan que un 65% de los encuestados asegura que no tiene conocimiento de los diferentes medios de comunicación interna que existen en la institución en contraposición un 35% afirma tener conocimiento de los medios que se manejan en la organización.

En base a los resultados obtenidos se deduce que si la mayor parte de los encuestados ignora los diferentes medios de comunicación existentes en la institución, es probable que esa sea una de las causas para que se genere confusión y desinformación.

6. Señale los medios de comunicación interna que considera se deberían reforzar o implementar.

Correo Electrónico	Redes Sociales	Cartelera	Teléfono	Circulares	Otros
21	30	28	7	3	3

Esta pregunta se planteó con la finalidad de que los clientes internos puedan identificar los medios que se podrían mejorar para el envío de información.

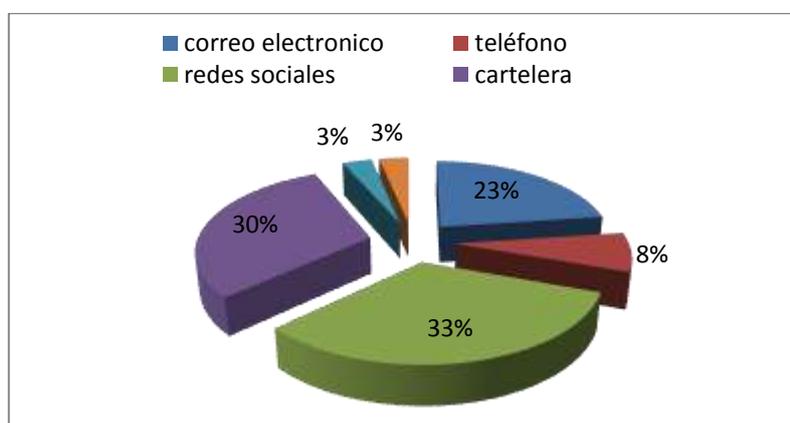


Gráfico 18

Pregunta N°6

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

En el gráfico 18, pregunta 6, las opiniones difieren pero se puede apreciar que los porcentajes se expresan de la siguiente manera:

- 23% correo electrónico
- 8% teléfono
- 33% redes sociales
- 30% cartelera
- 3% circulares
- 3% otros.

En base a los resultados obtenidos podemos concluir que el uso de la información dada por los diferentes medios evidencia que las redes sociales, la cartelera y el correo electrónico tienen más acogida al momento de realizada la encuesta, lo cual refleja que estas herramientas de comunicación probablemente serían adecuadas para el envío de información.

7. ¿Qué medio de comunicación interna emplea para comunicarse al interior de la institución?

Personalmente	Correo electrónico	Redes sociales	Teléfono	Por medio de terceros	Otros
14	19	36	3	4	0

En esta pregunta se pretendió investigar cual era el medio a través del cual se comunicaban más los públicos internos, para de esa manera reforzar el que más aceptación tiene entre el personal y los estudiantes.



Gráfico 19
Pregunta 7

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

En el gráfico 19, pregunta 7, las respuestas son de contenido variado, pero se puede apreciar que los porcentajes se expresan de la siguiente manera:

- 19% personalmente
- 47% redes sociales
- 5% por medio de terceros
- 25% correo electrónico
- 4% teléfono.

En base a los resultados anteriores se puede aseverar que las redes sociales seguidas por el correo electrónico, son los medios con mayor acogida, por esa razón se podrían considerar como medios idóneos de información.

8. ¿Cree que la comunicación interna es importante?

Si	No
45	3

Esta pregunta se planteó con la finalidad de determinar las nociones que tienen empleados y estudiantes, de la importancia de la comunicación interna.

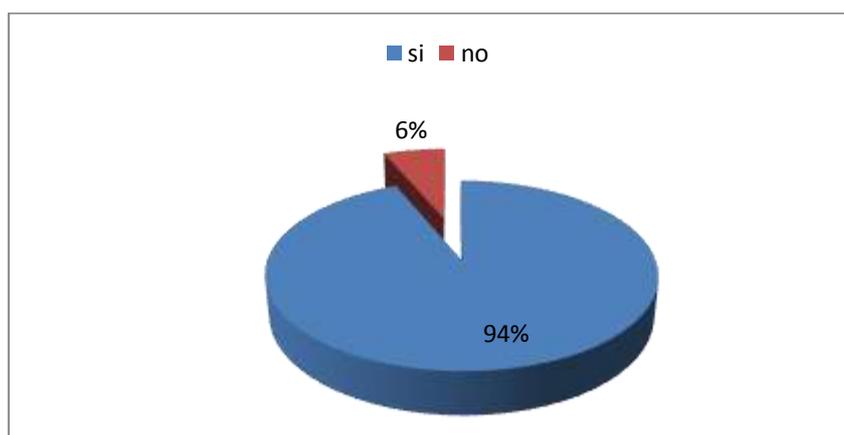


Gráfico 20

Pregunta Nº 8

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

El gráfico 20, pregunta 8, muestra que el 94% de encuestados considera que la comunicación interna es importante para un mejor entendimiento a nivel organizacional y solo el 6% considera que no.

Tomando como base los resultados, se evidencia que un alto porcentaje de encuestados tiene claro la importancia de la comunicación interna en la organización siendo positivo para lo cual es necesario seguir trabajando para conseguir.

9. ¿Para la toma de decisiones institucionales se toma en cuenta las opiniones del personal?

si	no
12	88

En esta pregunta se buscaba ver si las autoridades tomaban en cuenta las diversas opiniones de su equipo de trabajo al momento de tomar decisiones.

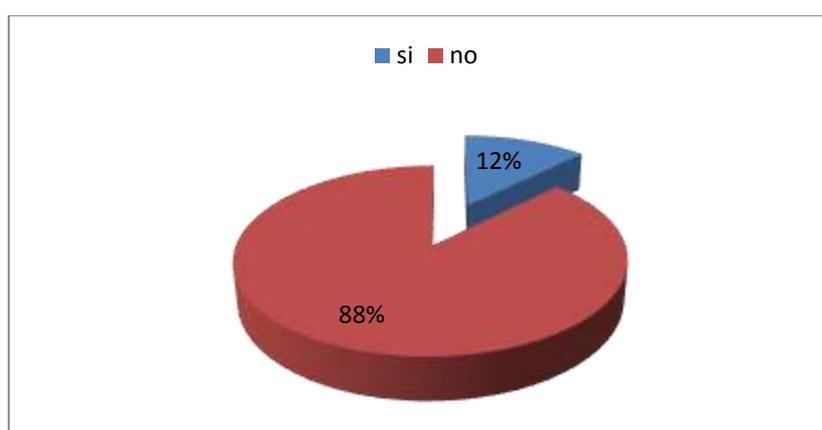


Gráfico 21

Pregunta Nº 9

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

En el gráfico 21, pregunta 9, se puede ver que el 88% de los encuestados considera que sus opiniones no son tomadas en cuenta al momento de tomar decisiones al tiempo que el 12% considera que sí.

En función de los resultados se puede evidenciar que un alto porcentaje de encuestados considera que nunca sus opiniones han sido incluidas en ninguna decisión organizacional, por esa razón se cree necesario que las mismas

deberían estudiarse y en base a ello ver la factibilidad de incluirlas en la toma de decisiones con la finalidad de generar un aire de confianza y cooperación.

10. ¿Cuál de los siguientes valores cree que se practican en el ITSNE?

Respeto	Rigor	Seguridad	Transparencia
28	27	29	14
Calidad	Integridad	Desarrollo profesional	Responsabilidad social
22	23	31	4

La intención de esta pregunta era la de conseguir información sobre los valores que se practican con más regularidad en la institución, tomando en cuenta los criterios de cada encuestado.



Gráfico 22

Pregunta Nº 10

Fuente: Encuesta realizada

Elaborado por: Elizabeth Barrionuevo

Interpretación:

En el gráfico 22, pregunta 10, las respuestas contienen diferentes resultados en base a lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

- 16% respeto
- 12% calidad
- 2% responsabilidad social
- 15% rigor
- 13% integridad
- 16% seguridad
- 18% desarrollo profesional
- 8% transparencia

En base a estas respuestas se puede asegurar que existe un alto nivel en cuanto al desarrollo profesional que cada empleado ha logrado conseguir de forma personal, también se destacan el respeto y la seguridad, lo cual demuestra que se hace necesario que la institución valore el interés de sus colaboradores por mejorar y alcanzar un desarrollo profesional óptimo para el desarrollo de funciones.

Situación actual de la comunicación interna en el ITSNE.

La comunicación interna en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador a decir de la Coordinadora Académica, no es muy buena, debido a que no existe un manejo organizado de la información y la misma no llega de forma oportuna o en mucho de los casos no es actualizada.

Síntesis de Resultados

- ✓ Los encuestados tienen claras las funciones con que deben cumplir.
- ✓ La información que se da no siempre aporta de forma efectiva al desempeño de las tareas de los colaboradores.

- ✓ Existe poca información que se da tanto al personal como a los estudiantes nuevos, por tal motivo existe desconocimiento.
- ✓ Las reuniones se hacen necesarias en la medida que se pueda cubrir con ellas inquietudes tanto del personal como de los estudiantes.
- ✓ Los medios de comunicación interna que se manejan en el ITSNE no son plenamente conocidos por los encuestados, es por eso que se han generado inconvenientes por la falta de información.
- ✓ Los medios de comunicación interna requieren de mejoras para ser bien utilizados.
- ✓ Los medios más utilizados para comunicación interna son los que requieren de servicio de internet.
- ✓ El ITSNE tiene clara la importancia que tienen las comunicaciones internas para la organización.
- ✓ Las opiniones del personal no son incluidas al momento de la toma de decisiones, considerando que muchas veces los afectan en mayor o menor medida.
- ✓ Los valores institucionales son practicados de manera frecuente por los encuestados, resaltando el interés de cada colaborador en mejorar su desarrollo profesional.

CAPITULO VII
PROPUESTA: PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA

Plan de comunicación interna para el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

En base a los resultados obtenidos en la etapa de diagnóstico expuestos en el capítulo anterior se pudo evidenciar la necesidad de un plan de comunicación, debido a que los formatos de información que se manejan actualmente en la Institución, limitan y dificultan la recepción de los mensajes y directrices dados por la autoridad de la organización.

De igual forma los canales existentes para la difusión de comunicaciones solo generan que el flujo de información informal y formal no llegue de forma efectiva y eficiente al personal ni tampoco a los estudiantes.

El objetivo de este capítulo es presentar un plan de comunicación interna que sea un medio que regule el envío de información, establezca normas y fortalezca los medios informativos que ya existen.

Introducción.

La comunicación interna es uno de los aspectos más importantes dentro de toda organización, de una correcta comunicación dependen por ejemplo la toma de decisiones a nivel corporativo, permite transmitir de manera clara los objetivos y metas corporativas a todos los niveles, promueve también un buen ambiente laboral ya que todos los colaboradores se sienten parte integral de la institución al ser informados de las actividades que se realizan.

En el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador la comunicación no se ha manejado con la importancia que esta requiere, siendo una falencia evidente que ha ocasionado inconvenientes con alumnos, padres y personal de la institución, los mensajes no son claros, la información no se actualiza y no se gestiona de manera eficiente, lo que causa malos entendidos, falta de cumplimiento en ciertas actividades por desconocimiento o confusión al momento de informarse.

Por los problemas expuestos se hace necesario implementar un Plan de comunicación que permita que la información llegue de manera correcta y oportuna a todos quienes forman parte de la institución y que sea un mecanismo que aporte, promueva y mejore la comunicación interna, generando además un clima de confianza y compromiso.

7.1. Objetivos del Plan de Comunicación Interna

General

- Elaborar un plan de Comunicación Interna que regule y gestione la información en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

Específicos

- Identificar los canales de comunicación interna existentes en la institución
- Proponer nuevos canales de comunicación interna en la institución.
- Fortalecer los canales de comunicación interna existentes en la institución.

7.2. Público Objetivo

Este plan de comunicación interna va dirigido a:

- Personal Administrativo, que son los encargados del manejo de procesos internos de comunicación.
- Personal Docente, que conforman el aporte académico y son los formadores de los estudiantes.
- Personal de Servicio, que son el apoyo en las labores internas

- Autoridades, que son el motor generador de información y son quienes regulan la información referente a la organización
- Estudiantes o clientes, sin los cuales no existiría la organización educativa.

7.3. Formato de presentación del plan de comunicación interna

OBJETIVO	ESTRATEGIAS	ACCIONES	RESPONSABLES	CRONOGRAMA	INDICADOR
Identificar los canales de comunicación interna existentes en la institución.	Inspección de instalaciones para determinar los medios existentes tanto para el personal docente, administrativo y estudiantes	Observación directa de las instalaciones y registro en un formato de verificación.	Coordinadora Académica del ITSNE/ Investigadora	Agosto 2016 posterior a la aprobación del Plan en sesión del Consejo Directivo	Copias del formato de verificación con firmas de los responsables.
Proponer nuevos canales de comunicación interna en la institución.	Elaborar un plan de comunicación interna que permita normar y gestionar de manera eficiente las comunicaciones corporativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un intranet corporativo que maneje temas institucionales. • Organización de Charlas en temas de relaciones humanas, a cargo del área de Recursos Humanos. 	Secretaría General del ITSNE. Departamento de Recursos Humanos.	Agosto del 2016 posterior a la aprobación del Plan, en sesión del Consejo Directivo	Respaldos de informaciones enviadas. Informe de Recursos Humanos
Fortalecer los canales de comunicación interna existentes en la institución.	A través del Plan de comunicación interno propuesto gestionar el fortalecimiento de las comunicaciones existentes.	<ul style="list-style-type: none"> • Optimizar el uso de carteleras, ubicándolas en sitios estratégicos, darles mantenimiento, actualizar la información de manera periódica, asignar un responsable para cada una. • Crear una política de comunicación interna con el fin de normar las comunicaciones asignando responsables de la información. 	Secretaria general del ITSNE. Sr. Rector y Secretaria de la institución	Agosto del 2016 posterior a la aprobación del Plan, en sesión del Consejo Directivo	Correcta administración de carteleras en base a inspección realizada por parte de la Inspectora General. Aprobación de la política por parte del consejo directivo del Instituto, para su posterior implementación.

7.4. Propuesta de política de comunicación interna

Parte del plan de comunicación interna del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador.

Parte importante del plan de comunicación es el normar la generación y distribución de la información para ello es importante crear una Política que la regule de manera adecuada a continuación se detalla una propuesta de Política que podría ser aplicada en el Instituto.

7.4.1 Política de Comunicación interna Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador

7.4.1.1. Introducción

Para el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador las comunicaciones corporativas constituyen una parte fundamental para el desarrollo de sus actividades académicas e institucionales así como un medio para mantener y fomentar un buen ambiente laboral al evitar retrasos y errores de comunicación que puedan generar malestar e inconvenientes entre el personal administrativo, docente y estudiantes de la institución.

7.4.1.2. Objetivo

Gestionar de manera eficiente las comunicaciones internas del Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, garantizando que la información llegue de manera clara y oportuna a los distintos destinatarios.

7.4.1.3. Alcance

Dirigido a todo el personal que constituye el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, que incluye personal Administrativo, docente y de servicio y estudiantes.

7.4.1.4. Responsables

- **Secretaria General:** Se encargara de generar todas las comunicaciones dirigidas a todo el personal.
- **Rector:** Es el único funcionario que firma correspondencia dirigida a instituciones u organismos gubernamentales.
- La información procedente de rectorado y/o coordinación académica deberá estar firmada y sellada por el señor Rector y la señora Coordinadora académica, respectivamente, caso contrario no tendrán ningún valor académico.
- **Vicerrectora:** Coordina la gestión realizada por la inspección general y se encarga de cumplir con las actividades del Instituto en caso de ausencia del señor rector.
- **Coordinadora Académica:** Envía información a organismos gubernamentales que regulan el funcionamiento de Instituto.
- **Docentes:** Envían comunicaciones verbales a los estudiante de tipo académico.
- **Estudiantes:** Envían comunicaciones de tipo académico o reclamos, siguiendo la línea jerárquica, es decir, primero al docente encargado, luego a coordinación académica y finalmente al rectorado.
- **Inspectora General:** Envía comunicación de tipo académico y disciplinario dirigido a estudiantes y padres de familia.

Es responsabilidad de todos los empleados y estudiantes, cumplir con sus obligaciones laborales y académicas.

7.4.1.5 Sanciones:

Para evitar sanciones los colaboradores de la institución así como estudiantes no deberán:

- Difundir información confidencial o no inherente al Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, lo que incluye fotografías, videos o textos, sin la respectiva autorización del rectorado y/o coordinación académica.
- Generar información o mensajes de desprecio o falsos sobre personas o profesionales de la institución. Lo que incluye también información de los estudiantes.
- Enviar información o comentarios usando anónimos o seudónimos para generar inconvenientes entre los funcionarios de la institución. Deberán identificarse con su nombre como personal o estudiantes del instituto.

.....
ELABORADO POR:

.....
APROBADO POR:

7.5. Conclusión:

La adecuada aplicación del plan de comunicación interna conseguirá que el manejo de información en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, sea llegue por los canales adecuados, optimizando tiempo de entrega de los mismos.

CONCLUSIONES

- La comunicación interna en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador debe ser diagnosticada con la finalidad de determinar si la misma está cumpliendo con la función de informar al personal y a los estudiantes.
- La falta de conocimiento tanto de docentes y estudiantes nuevos sobre las reglas y reglamentos de la institución es un factor determinante para que el desconocimiento de las normas provoque más de un inconveniente.
- En todo proceso comunicativo que se realice en el Instituto Tecnológico Superior Nuevo Ecuador, debe definirse de forma clara el público al cual va dirigido la información, determinando los canales idóneos que serán utilizados para difundir la misma.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que el ITSNE adopte el plan de comunicación interna propuesto para mejorar el intercambio de información dentro de la Institución.
- Realizar talleres de inducción para docentes y estudiantes nuevos con la finalidad de que haya un conocimiento previo de las normas y reglamentos que rigen la organización.
- Realizar reuniones de trabajo o académicas de manera periódica (trimestral, semestral) con el fin de hacer un seguimiento de las actividades programadas de la institución así como socializar las políticas organizacionales para que cada funcionario tenga conocimiento de ellas.
- Socializar el plan de comunicación interna propuesto al personal docente y administrativo a través de reuniones académicas, a los estudiantes por medio de anuncios en cartelera o charlas informativas por parte de los tutores de cada paralelo.

Bibliografía

(s.f.).

- Acuña, Y. (2010). *Reglas y Axiomas de la comunicación*. Obtenido de <http://lacomunicacionyrelevancia.blogspot.com>
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Conocimientos Web. (2013). *conocimientosweb.net*. Obtenido de <http://www.conocimientosweb.net/descargas/article799.html>
- Dircom. (s.f.). *dircom.org*. Obtenido de <http://www.dircom.org>
- Drucker, P. (2015). *Enfocate para triunfar*. Obtenido de <http://www.enfocateparatriunfar.com>
- eumed. (s.f.). *eumed.net*. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis>
- Gestipolis. (s.f.). *gestipolis.com*. Obtenido de <http://www.gestipolis.com/administracion-estrategia-2/comunicacion-organizacional-formas-y-tipos.htm>
- Informática hoy. (2007-2016). <http://www.informatica-hoy.com.ar>. Obtenido de <http://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Que-es-una-Intranet.php>
- Kaplún, M. (1988). *Una Pedagogía de la Comunicación*. Obtenido de <http://es.scribd.com>
- Larousse. (2012). *Diccionarios*. Obtenido de [Diccionarios.com](http://www.diccionarios.com): <http://www.diccionarios.com>
- Lussier, Achua. (2012). *Liderazgo*. Mexico: CENGAGE Learning.
- Navarro, E. (abril de 2015). *catedu.unizar.es*. Obtenido de <http://catedu.unizar.es/documenta>
- Niño, V. M. (2012). *Competencias en la Comunicación*. Bogotá, D.C.: ECOE EDICIONES.
- Ocampo, M. (2011). *Comunicación Empresarial*. Bogota, DC.: ECOE EDICIONES.
- Ritter, M. (2012). *Cultura Organizacional*. Buenos Aires, Argentina: DIRCOM.
- SENESCYT. (octubre de 2013). *Registro Oficial No. 298*. Obtenido de <http://www.ceaaces.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2013/10/loes1.pdf>

- Thompson, I. (abril de 2008). *Promonegocios*. Obtenido de promonegocios.net: <http://www.promonegocios.net>
- Wilcox Cameron Xifra. (2009). *Relaciones Públicas Estrategias y tácticas*. Madrid: PEARSON EDUCACION S.A.
- Zuny, M. (2015). *zunymartha*. Obtenido de <http://zunymartha.wordpress.com>

ANEXOS

Anexo 1

Cronograma de trabajo

		CRONOGRAMA DE TRABAJO																											
Nº	Actividades	FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
	Fase explorativa	■	■																										
	Formulación problema, tema y objetivos		■	■																									
	Elaboración del marco teórico			■	■	■	■	■	■																				
	corrección y normas apa									■	■																		
	entrega para revisión												■																
	entrega de correcciones tutora																					■							
	aplicación de encuesta			■																									
	tabulación de resultados				■	■																							
	Análisis e interpretación de datos						■	■																					
	diseño del plan de comunicación								■	■	■																		
	conclusiones y recomendaciones											■																	
	entrega para revisión																						■						
	entrega de correcciones tutora																							■					
	entrega para revisión																								■				
	presentación del trabajo final																									■			

Anexo 2

Formato de encuesta aplicada

ENCUESTA

Tiempo de trabajo o permanencia en el ITSNE:.....

Hombre Mujer

1) ¿Cree Ud. que están definidas claramente sus funciones en la institución?

SI NO

2) ¿La información que recibe es útil y aporta a su desempeño laboral o académico?

SI NO

3) ¿Cuándo ingresa un nuevo miembro a la institución, se le entrega información inherente a su cargo o a la organización educativa?

SI NO

4) ¿Considera que es necesario fomentar reuniones de trabajo o reuniones con estudiantes con más frecuencia?

SI NO

5) ¿Usted conoce los medios de comunicación interna existentes en la institución?

SI NO

6) Señale los medios de comunicación interna que considera se deberían reforzar o implementar.

Correo electrónico	<input type="checkbox"/>	Redes sociales	<input type="checkbox"/>
Reuniones	<input type="checkbox"/>	Cartelera	<input type="checkbox"/>
Teléfono	<input type="checkbox"/>	Circulares	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>		

Cuales.....

7) ¿Qué medio de comunicación interna emplea para comunicarse al interior de la institución?

Personalmente	<input type="checkbox"/>	Correo electrónico	<input type="checkbox"/>
Redes sociales	<input type="checkbox"/>	Teléfono	<input type="checkbox"/>
Por medio de terceros	<input type="checkbox"/>		
Otros	<input type="checkbox"/>		

Cuales

8) ¿Cree que la comunicación interna es importante?

SI NO

9) ¿Para la toma de decisiones institucionales se toman en cuenta las opiniones del personal?

SI NO

10) ¿Cuál de los siguientes valores cree que se practican en el ITSNE?

Respeto	<input type="checkbox"/>	Rigos	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>	Calidad	<input type="checkbox"/>
Integridad	<input type="checkbox"/>	Desarrollo Profesional	<input type="checkbox"/>				
Responsabilidad social	<input type="checkbox"/>						