

UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO



**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACION**

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN DOCENCIA Y CURRÍCULO PARA LA
EDUCACIÓN SUPERIOR**

Tema:

“LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL TRABAJO ACADÉMICO ADMINISTRATIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO DURANTE EL PERÍODO MARZO-AGOSTO 2010”

Trabajo de Investigación

Previa a la obtención del Grado Académico de Magíster en Docencia y Currículo para la Educación Superior

Autor: Dr. Juan Pablo Poveda Villena

Director: Dr. Mg. José Ignacio Merino

Ambato - Ecuador

2011

Al Consejo de Posgrado de la UTA

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema: LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL TRABAJO ACADÉMICO ADMINISTRATIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO DURANTE EL PERÍODO MARZO-AGOSTO 2010, presentado por: Juan Pablo Poveda Villena y conformada por: Dr.Mg.Bolívar Guillermo Castro Jácome, Ing.Mg.Fabián Rodrigo Morales Fiallos y Dr. Mg. Medardo Mera Constante ,Miembros del Tribunal , Dr. Mg. José Ignacio Merino, Director del Trabajo de investigación y presidido por Dr. José Romero, Presidente del Tribunal; Ing.Mg.Juan Garcés Chávez, Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en las bibliotecas de la UTA.

Dr. José Romero
Chávez

Presidente del Tribunal de Defensa
CEPOS

Ing. Mg. Juan Garcés

DIRECTOR

Dr. Mg. José Ignacio Merino
Director del Trabajo de Investigación

Dr. Mg. Guillermo Castro Jácome
Miembro del Tribunal

Ing. Mg.Merdardo Mera Constante
Miembro del Tribunal

Ing. Mg. Fabián Morales Fiallos
Miembro del Tribunal

AUTORIA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema “LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL TRABAJO ACADÉMICO ADMINISTRATIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO DURANTE EL PERÍODO MARZO-AGOSTO 2010” , nos corresponde exclusivamente a Juan Pablo Poveda Villena Autor y de Dr. Mg. José Ignacio Merino, Director del Trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

Dr. Juan Pablo Poveda Villena
Autor

Dr. Mg. José Ignacio Merino
Director

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Dr. Juan Pablo Poveda Villena

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con infinito amor a Dios, a mi esposa por su comprensión y paciencia, a mi hijo Juan Martín que con su tierna mirada y caricias de amor, a mis padres y hermano por su apoyo moral me permitieron salir adelante, quienes han guiado mi vida por el sendero de la verdad y justicia; por quienes deseo alcanzar el éxito personal en cada una de las actividades encomendadas, que la luz de la sabiduría y esperanza, ilumine la mente y corazón de mis seres amados.

Juan Pablo

AGRADECIMIENTO

Mi más profundo agradecimiento al Dr. Mg. José Ignacio Merino, brillante profesional que con su desinteresada colaboración, capacidad y apoyo permitió lograr cumplir con esta meta.

A la Universidad Técnica de Ambato, en especial a la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, por abrirme las puertas del saber.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

	PAGINAS
Portada	i
Al Consejo de Posgrado	ii
Aprobación del Tutor	iii
Autoría del Trabajo	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Resumen ejecutivo	xv
Introducción	xvii
CAPITULO I	
1. EL PROBLEMA	
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del Problema.....	1
1.2.1. Contextualización.....	1
Árbol de Problemas.....	5
1.3. Análisis Crítico.....	6
1.4. Prognosis.....	6
1.5. Formulación del Problema.....	6
Preguntas Directrices.....	7
1.6. Delimitación de la Investigación.....	7
1.6.1. Delimitación Temporal.....	7
1.6.2. Delimitación Espacial.....	7
1.7. Justificación.....	8
1.8. Objetivos.....	9
1.8.1. Objetivo General.....	9
1.8.2. Objetivos Específicos.....	9

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos.....	11
2.2. Fundamentación Filosófica.....	14
2.3. Fundamentación Metodológica.....	15
2.4. Fundamentación Epistemológica.....	15
2.5. Fundamentación Ontológica.....	15
2.6. Fundamentación Axiológica.....	15
2.7. Fundamentación Sociológica.....	15
2.8. Fundamentación Legal.....	16
2.9. Red de Inclusiones.....	17
2.10. Constelación de Idesas-Variable Independiente.....	18
2.11. Constelación de Idesas-Variable Dependiente.....	19
2.12. Rueda de Atributos-Variable Independiente.....	20
2.13. Rueda de Atributos-Variable Dependiente.....	21
Categorías Fundamentales.....	22
2.14. Categorización de las Variables.....	22
Categoría de la Variable Independiente.....	22
Sociedad.....	22
Interacción Comunicativa.....	22
Lenguaje y Comunicación.....	22
Comunicación Institucional.....	23
Definición.....	23
Agentes.....	24
Autoridades.....	24
Docentes.....	24
Estudiantes.....	25
Administrativos.....	25
Tipos de Comunicación.....	26
Elementos de la Comunicación.....	27

Categoría de la Variable Dependiente.....	28
Gestión y Función Institucional.....	28
Gestión Administrativa.....	28
Gestión Académica.....	29
Trabajo Académico Administrativo.....	29
Gestión del Personal Docente.....	30
Capacidades Pedagógicas.....	30
Responsabilidad en el desempeño de sus funciones laborales.....	31
Resultados de su labor educativa.....	31
Actitud del Personal Docente.....	31
Emocionalidad.....	
	31
Nivel de preocupación y comprensión de los problemas de sus alumnos.....	31
Gestión del Personal Administrativo.....	32
Trabajo en Equipo.....	32
Comunicación.....	33
Actitud del Personal Administrativo.....	34
Honestidad.....	34
La Solidaridad.....	35
Respeto.....	35
2.15. Formulación de Hipótesis.....	35
2.16. Señalamiento de Variables.....	36
Variable Independiente.....	36
Variable Dependiente.....	36

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Enfoque Investigativo.....	37
3.2. Modalidad básica de la Investigación.....	37
3.3. Nivel o Tipo de Investigación.....	38
3.4. Población y Muestra.....	38

3.5. Operacionalización de Variables.....	39
3.6. Plan de recolección de Información.....	41
3.6.1. Recolección de Información.....	41
3.6.2. Técnicas e Instrumentos.....	41
Encuesta.....	41
Cuestionario.....	41
Validez y Confiabilidad de los instrumentos.....	42
Validez.....	42
Confiabilidad.....	
..	42
3.7. Plan de procesamiento y análisis.....	42
Análisis e interpretación de resultados.....	43
 CAPÍTULO IV	
 4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE	
RESULTADOS.....	44
4.3. Verificación de la hipótesis.....	68
 CAPÍTULO V	
 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1. Conclusiones.....	71
5.2. Recomendaciones.....	73
 CAPÍTULO VI	
 6. PROPUESTA	
Tema.....	75
6.1. Datos Informativos.....	75
6.2. Antecedentes de la Propuesta.....	76
6.3. Justificación de la Propuesta.....	77

6.4. Objetivos.....	78
Objetivo General.....	78
Objetivos Específicos.....	78
6.5. Análisis de Factibilidad.....	78
Política.....	78
Económica.....	79
Equidad de Género.....	79
Social.....	79
Organizacional.....	80
6.6. Fundamentación.....	80
6.7. Matriz del Plan Operativo de la Propuesta.....	114
6.8. Administración de la Propuesta.....	116
6.9. Previsión de la Evaluación.....	119
Bibliografía.....	
.	120
Anexos.....	
..	122

INDICE DE CUADROS

Cuadro No.1: Población.....	38
Cuadro No.2: Comunicación Institucional.....	39
Cuadro No.3: Trabajo Académico Administrativo.....	40
Cuadro No.4: Recolección de Información.....	41
Cuadro No.5: Utilización de los Recursos Materiales.....	44
Cuadro No.6: Comunicación interna oportuna.....	46
Cuadro No.7: Normativa para los procesos de comunicación.....	47
Cuadro No.8: Comunicación institucional para tratar con confianza y libertad.....	48
Cuadro No.9: Comunicación institucional planificada.....	49
Cuadro No.10: Departamento de Comunicación Institucional.....	50
Cuadro No.11: Presupuesto para la Comunicación Institucional.....	51
Cuadro No.12: Personal suficiente para la comunicación institucional.....	52
Cuadro No.13: Proceso de evaluación para la comunicación institucional.....	53
Cuadro No.14: Recursos Tecnológicos.....	54
Cuadro No.15: Directrices para el Trabajo Académico.....	55
Cuadro No.16: Integración entre Autoridades y Personal Docente.....	57
Cuadro No.17: Planificación de módulos.....	58
Cuadro No.18: Reuniones convocadas.....	59
Cuadro No.19: Horas Complementarias.....	60
Cuadro No.20: Integración entre Autoridades y Personal Administrativo.....	61
Cuadro No.21: Clima de respeto entre el Personal Administrativo.....	62
Cuadro No.22: Escuchar las inquietudes y sugerencias del personal administrativo	63
Cuadro No.23: Actitudes Constructivas.....	64
Cuadro No.24: Comprensión a los problemas del personal administrativo.....	65
Cuadro No.25: Comunicación Institucional-Trabajo Académico Administrativo...	66
Cuadro No.26: Comunicación Institucional-Trabajo Académico Administrativo	67
Cuadro No.27: Organigrama de la F.C.H.E.....	103

Cuadro No.28: Plan Operativo de la Propuesta.....	114
Cuadro No.29: Administración.....	116
Cuadro No.30: Previsión de la evaluación.....	119

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico No.1: Árbol de Problemas.....	5
Gráfico No. 2: Red de Inclusiones-Variable Independiente y Dependiente.....	17
Gráfico No.3: Constelación de Ideas-Variable Independiente.....	18
Gráfico No.4: Constelación de Ideas-Variable Dependiente.....	19
Gráfico No.5: Rueda de Atributos -Variable Independiente.....	20
Gráfico No.6: Rueda de Atributos -Variable Dependiente.....	21
Gráfico No.7: Utilización de los Recursos Materiales.....	45
Gráfico No.8: Comunicación interna oportuna.....	46
Gráfico No.9: Normativa para los procesos de comunicación.....	47
Gráfico No.10: Comunicación institucional para tratar con confianza y libertad....	48
Gráfico No.11: Comunicación institucional planificada.....	49
Gráfico No.12: Departamento de Comunicación Institucional.....	50
Gráfico No.13: Presupuesto para la Comunicación Institucional.....	51
Gráfico No.14: Personal suficiente para la comunicación institucional.....	52
Gráfico No.15: Proceso de evaluación para la comunicación institucional.....	53
Gráfico No.16: Recursos Tecnológicos.....	54
Gráfico No.17: Directrices para el Trabajo Académico.....	55
Gráfico No.18: Integración entre Autoridades y Personal Docente.....	57
Gráfico No.19: Planificación de módulos.....	58
Gráfico No.20:Reuniones convocadas.....	59
Gráfico No.21: Horas Complementarias.....	60
Gráfico No.22: Integración entre Autoridades y Personal Administrativo.....	61
Gráfico No.23: Clima de respeto entre el Personal Administrativo.....	62
Gráfico No.24: Escuchar las inquietudes y sugerencias del personal administrativo	63
Gráfico No.25: Actitudes Constructivas.....	64
Gráfico No.26: Comprensión a los problemas del personal administrativo.....	65
Gráfico No.27: Comunicación Institucional-Trabajo Académico Administrativo	66
Gráfico No.28: Comunicación Institucional-Trabajo Académico Administrativo	67

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
MAESTRIA EN DOCENCIA Y CURRÍCULO PARA LA EDUCACIÓN
SUPERIOR

TEMA: “LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y SU INCIDENCIA EN EL TRABAJO ACADÉMICO ADMINISTRATIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO DURANTE EL PERÍODO MARZO-AGOSTO 2010 ”

Autor: Dr. Juan Pablo Poveda Villena

Director: Dr. Mg. José Ignacio Merino

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo se sustenta en la propuesta que es la creación de un Departamento de Comunicación Institucional en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la Universidad Técnica de Ambato, esta investigación está orientada a clarificar el papel de la comunicación institucional. Así, se definen las políticas y procedimientos necesarios para desarrollar la función de la comunicación institucional, por medio de la intervención en la cultura de la organización, estos procedimientos se concretan en un modelo de comunicación orientado a la consolidación de una identidad como Facultad que facilite la gestión institucional y la creación de una imagen pública eficaz para el logro de los objetivos estratégicos y cuya ejecución se propone dentro del proyecto de transformación institucional que se pretende desarrollar en la Universidad .

**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
GRADUATE STUDIES CENTER
FACULTY OF HUMANITIES AND EDUCATION
MASTERS IN TEACHING AND CURRICULUM FOR HIGHER
EDUCATION**

TOPIC: "THE CORPORATE COMMUNICATION AND ITS IMPACT ON
ACADEMIC ADMINISTRATIVE WORK OF THE FACULTY OF
HUMANITIES AND EDUCATION TECHNICAL UNIVERSITY OF
AMBATO DURING THE PERIOD MARCH - AUGUST 2010"

Author: Dr. Juan Pablo Poveda Villena

Director: Dr. Mg. José Ignacio Merino

EXECUTIVE SUMMARY

This work is based on the proposal It is the creation of a Corporate Communications Department at the Faculty of Humanities and Education at the Technical University of Ambato, this research is aimed at clarifying the role of corporate communication. Thus defined policies and procedures necessary to perform the function of corporate communication, through intervention in the culture of the organization, these procedures are specified in a model of communication oriented to the consolidation of an identity as a School to provide corporate management and the creation of an effective public image for the achievement of strategic objectives and the execution of the project is proposed within the institutional transformation to be developed at the University.

INTRODUCCIÓN

El Departamento de Comunicación Institucional de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, es considerada hoy en día como un aspecto fundamental de cada organización, pues es la encargada de crear una imagen de la Facultad, en donde la competencia y la saturación de información que recibe el público no sean tan perjudiciales. El propósito de este trabajo es crear el Departamento de Comunicación Institucional de la Facultad a fin de que sea un emisor social que se haga entender, diferenciar, registrar y ubicar de formas distintas a las que se buscaban con anterioridad. Esto requiere no sólo de un cambio en las técnicas de comunicación, sino también en los modos y procesos de identificación de la Facultad.

La estructura general de esta investigación se contempla de la siguiente manera:

El Capítulo I: El problema contiene: el Planteamiento del Problema, as Contextualizaciones: Macro, Meso y Micro, el Análisis Crítico, la Prognosis, la Formulación del Problema, las Interrogantes, las Delimitaciones, la Justificación y los Objetivos.

El Capítulo II: El Marco Teórico comprende: Los Antecedentes investigativos, las Fundamentaciones, las Categorías Fundamentales, la Hipótesis y el Señalamiento de Variables.

El Capítulo III presenta el diseño de la investigación, exponiendo la modalidad, el tipo, la población, la muestra, la operacionalización de las variables en estudio, los instrumentos y los procedimientos de la investigación, las técnicas de recolección de datos y los criterios en que se basará la propuesta.

El Capítulo IV presenta los resultados de la investigación de campo, los mismos que son analizados y contrastados con la verificación de la hipótesis.

El Capítulo V expone las conclusiones de estudio y sobre esa base, se sugieren algunas recomendaciones importantes.

El Capítulo VI presenta la propuesta como alternativa de solución a la problemática planteada e investigada.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.Tema de Investigación

La comunicación institucional, y su incidencia en el trabajo académico administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato durante el período marzo-agosto 2010.

1.2.Planteamiento del problema

1.2.1. Contextualización

Macro.

En el Ecuador las instituciones de educación superior, y su nivel de comunicación institucional, necesitan que la información llegue a tiempo para su vinculación en el trabajo, entre el personal docente y administrativo; hacia el funcionamiento de la institución que busca resultados a corto, mediano y largo plazo.

En el Ecuador la educación superior y en especial la universitaria poseen dos componentes: el político (son medios de una estrategia global en la que benefician o no, directa e indirectamente) y el sociocultural (los valores, las representaciones y fenómenos de poder que influyen en la organización positiva y negativamente; dejando de lado en la mayoría de los casos la base de la

comunicación que implica realizaciones concretas a definir en función del objetivo que se tiene

Según el libro “Estrategia de comunicación interna y externa” de la Universidad del Valle dice: El cumplimiento de la universidad mediante la revisión constante su compromisos indelegables con la construcción de una sociedad justa y democrática, a través de una efectiva comunicación institucional, traerá por lo tanto, beneficios para la Universidad y la sociedad que tanto necesita de la participación de su miembros

Meso.

En la Provincia de Tungurahua en algunas instituciones de educación superior se presentan dificultades en la comunicación institucional por cuanto en una gran parte de ellas no esta sistematizado, lo cual ocasiona ciertas dificultades en el desempeño de los docentes y empleados.

La comunicación institucional ha sido dirigida para modificar, cambiar o potencializar según sea el caso, comportamientos, actitudes o decisiones que han sido vitales para el desarrollo institucional.

Esta institución fundamentalmente busca a cada paso que exista comunicación, ya que esta ayuda a autoridades, personal administrativo, docentes y por ende a docentes, lograr el alcance de metas individuales y de organización, al permitirles interpretar el cambio constante de las universidades y finalmente coordinar el cumplimiento de sus necesidades personales con el logro de sus responsabilidades evolutivas en la institución.

Según ARANES, José Ignacio, (1966). "La comunicación institucional en la Administración pública: entre la lógica autista instrumental y la democracia", Dice: "El principio de la comunicación y del diálogo social ha de constituirse en una de las bases prácticas que guíen las actuaciones de la Administración

Pública. Esta comunicación se presenta como un paso indispensable para articular democrática pero también eficientemente políticas que respondan a las necesidades existentes. El planteamiento pasaría por grados distintos: desde la coordinación de acciones a la participación social, y resultaría aplicable al conjunto de la Administración Pública. Ahora bien, la puesta en práctica del principio de comunicación / coordinación / participación requiere la movilización de dos lógicas: la político-ideológica y la político-administrativa. A través de esta línea maestra se extenderían hábitos y sistemas de comunicación que introducirían una democracia informativa efectiva en las organizaciones institucionales”.

Micro.

En la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación el proceso comunicacional tiene limitaciones, lo cual se vuelve un tanto más compleja por ser la facultad más numerosa de toda la universidad, tanto para el personal administrativo, como para el personal docente. Por ende los docentes y personal administrativo reconocen que son escasas las herramientas que poseen para enfrentar las situaciones que se suscitan en la facultad con respecto a incomunicación; lejos de negarse o de cerrarse, solicitan recursos y formas de intervención comunicativa en todos los niveles académicos, que les sirva como herramientas en su tarea cotidiana.

Para BARTOLI, Annie., 1992, “La primera relación entre comunicación y organización se da en el momento en que resulta necesario definir circuitos comunicacionales para organizar las unidades de trabajo de una organización, y que para desarrollar esa comunicación interna es menester organizar su puesta en marcha”

Siguiendo a esta autora, la Comunicación es “*acto, objeto y medio de la puesta en común o de la transmisión*” (A. Bartoli, 1.992, Pág. 71). Y para ella la comunicación en las organizaciones no dista demasiado de esta definición, ya que “*es un conjunto de actos más o menos estructurados; también es un objeto,*

incluso un 'recurso' fundamental de la empresa si se considera la comunicación como fruto de informaciones, en especial operativas” (A. Bartoli, 1.992, Pág. 71). Al entender a la comunicación como un “recurso”, está poniendo a esta disciplina al servicio de la organización.

ARBOL DE PROBLEMAS



Gráfico No. 1: Árbol de Problemas
Elaborado por: Juan Pablo Poveda

1.3. Análisis Crítico.

A causa de los delimitados procesos comunicativos en la organización, se crea una inadecuada comunicación institucional, teniendo como resultado que la información no llegue en forma efectiva y eficiente.

En una época que quien no sabe comunicarse está “perdido”, por que quien no tiene comunicación no tiene poder.

Las limitadas relaciones interpersonales adecuadas en el desarrollo del entorno de la comunicación institucional, incide en trabajo académico administrativo, lo cual induce que no haya trabajo en equipo.

La falta de cultura organizacional, produce procesos inadecuados de comunicación, llevando a una falta de adaptación de un grupo de trabajo a nivel externo y de integración interna.

1.4. Prognosis.

De no atender el problema de la inadecuada comunicación institucional, en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, las consecuencias a futuro serán que el trabajo académico administrativo se vea limitado y que la institución disminuya su credibilidad ante la comunidad y deteriore en su formación académica.

1.5. Formulación del Problema.

¿Cómo incide la comunicación institucional, en el trabajo académico administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato durante el período marzo-agosto 2010?

Interrogantes de la Investigación.

- ¿Cuál es el nivel de comunicación institucional?
- ¿Cuál es el desempeño en el trabajo académico administrativo?
- ¿Existe una alternativa de solución al problema de la inadecuada comunicación institucional, en el trabajo académico administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato durante el período marzo-agosto 2010?

1.6. Delimitación.

- Delimitación del objeto de investigación:
Campo: Educación.
Área: Lenguaje y Comunicación.
Aspecto: Académico Administrativo.
- Delimitación Espacial.
La investigación se realizó en los predios de la Facultad de Ciencias Humanas y de Educación de la Universidad Técnica de Ambato en los campus de Huachi.
- Delimitación Temporal.
La investigación se desarrolló en el período comprendido marzo-agosto 2010.
- Unidades de Observación.
Docentes
Administrativos.

1.7. Justificación.

La presente investigación es de **interés** por cuanto el papel de la comunicación institucional en el proceso académico-administrativo, pretende generar un clima armónico en donde las agresiones y discusiones, los problemas de “malos entendidos” entre los diferentes roles, los estados de indiferencia, falta de afectividad y efectividad en la tarea académica sean sólo palabras sin importancia lejanas al desarrollo efectivo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

La comunicación institucional como un sistema (procedimiento y hábitos) de acción recíproca de todos los involucrados, cuyo contenido es el intercambio de información, ejercer influencia educativa, organizar las relaciones recíprocas con la ayuda de diversos medios de comunicación.

La investigación es **factible** de realizarse por cuanto se encuentra con bibliografía suficiente; además con el aval de las autoridades y con la colaboración del personal docente y administrativo de la Facultad. Además las autoridades intervienen como principal activador de este proceso, organizándolo y dirigiéndolo para alcanzar el perfeccionamiento del trabajo académico - administrativo. Por otra parte la investigación es viable de efectuarse ya que se cuenta con los recursos necesarios de investigación, buscando posibles soluciones para ayudar directa e indirectamente a todos los involucrados en este proceso. Además se cuenta con un grado de concientización del personal docente y administrativo en relación con la posible situación problemática detectada en la Facultad por tanto se tiene todos los elementos para iniciar este proceso solucionador de posibles resquebrajamientos comunicacionales.

Importancia de la investigación radica ante la necesidad de brindar soluciones en el caso de presentarse una debilidad comunicacional extrema o fracturas en las articulaciones comunicacionales las cuales se expresan en la dinámica de la convivencia con comportamientos que erosionan el impulso necesario para el sostenimiento armónico de éstos vínculos y el cumplimiento de la tarea

académica - administrativa.

Beneficiarios se podrían manifestar en los diferentes actores institucionales (docentes, cuerpo directivo, personal administrativo, alumnos) como sensaciones de malestar emocional, falta de contacto, tensión vincular, dificultad de hablar entre todos, de las situaciones institucionales que afectan a la institución. (evitación y /o negación del conflicto).

El análisis del estilo comunicacional de las zonas mencionadas permitirá al cuerpo directivo, docente y administrativo un diagnóstico más objetivo de la dinámica institucional; punto de partida para la transformación propuesta por la autoridad superior de la Universidad Técnica de Ambato.

Utilidad teórica de la investigación, consiste en la fundamentación que se presenta respecto a la comunicación y el desempeño Académico Administrativo.

Utilidad práctica de la investigación se manifiesta en el planteamiento de una propuesta de solución a problema planteado.

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo General

Investigar la incidencia de la comunicación institucional en el trabajo académico administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato durante el período marzo/agosto 2010.

1.8.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar el nivel de comunicación institucional de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.
- Determinar el desempeño en el trabajo académico - administrativo en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

- Diseñar una propuesta de solución ante la incomunicación institucional y los posibles efectos en el trabajo académico - administrativo en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Revisados los trabajos de grado en la biblioteca de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, se han encontrado los siguientes trabajos de investigación:

* En la Tesis con el tema: “La comunicación interpersonal y su incidencia en la gestión administrativa de los docentes de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato. Año 2.008-2.009”, de la autora Lic. Rosa Guadalupe Campaña Coba, previo la obtención del título de Magister en Docencia y Currículo para la Educación Superior, concluye que la comunicación Interpersonal de los docentes de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación no es la adecuada y eficiente dentro de las actividades que cada uno desempeña, el ego profesional incide en la personalidad, pues de la información recopilada mediante la aplicación de las encuestas existe una falta de Comunicación y Relaciones Interpersonales, se tiene conocimiento que cada docente cumple su labor individualmente, y cuando existe reuniones de trabajo es poca o nada la intervención en grupo, hay un quemimportismo por relacionarse personal y profesionalmente, sobre todo realizar acciones conjuntas y en equipo, tomando en cuenta que ser catedrático universitario conlleva aplicar todos los principios de la Administración Educativa para lograr sacar adelante la Facultad y la Universidad en general formando profesionales competentes, dotándoles de valores, criticidad, propositividad y emprendimiento.

* En la Tesis con el tema: “El Liderazgo Transformacional como modelo de Gestión Institucional en el Instituto Tecnológico Superior Consejo Provincial de Pichincha: Estrategias y Técnicas de desarrollo de Liderazgo Transformacional”, de la autora Mery Marlene Tapia Tapia, previo la obtención del título de Magister en Ciencias de la Educación mención Gestión Educativa y Desarrollo Social, concluye que los problemas que el Instituto Tecnológico Superior Consejo Provincial de Pichincha, sin duda alguna son debidos a que no existe un verdadero liderazgo transformacional de parte de autoridades y maestros que permitan que los objetivos y metas que se trazan puedan ser cumplidos, pues en el transcurso de esta investigación se puede ver claramente que si quienes conforman el cuerpo directriz y docente no cambian sus actitudes indiferentes y poco participativas en las actividades del Instituto, que sus conflictos pasen a un segundo plano y más bien predomine la ejecución de los diferentes planes; los mismos que hablen de la existencia de una planificación y un liderazgo que afiance la calidad de servicio que presta la Institución.

Para el presente trabajo de investigación se ha tomado como referencia investigativa un sistema de comunicación institucional implementado en la Universidad del Valle ubicada en Cali – Colombia, que existe en la página de internet [http:// univalle.edu.co](http://univalle.edu.co).

La Universidad del Valle maneja su sistema de comunicación descentralizadamente, es decir, cada una de los actores establece los planes, diseños, formas y medios para la relación con el medio interno y externo.

Los medios o frentes de acción utilizados para difundir la comunicación con la comunidad universitaria difieren de acuerdo con el criterio de cada dependencia y de su intencionalidad al comunicar, es decir se deja a libre criterio de cada coordinador, el manejo de la dependencia, siempre y cuando estas decisiones sean comunicadas al personal docente – administrativo antes de ser ejecutadas.

La Universidad cuenta con mecanismos propios por cada dependencia para la divulgación de sus comunicados internos o externos los cuáles mantienen un formato en común en toda la Universidad, permitiendo a propios y extraños la fácil comprensión favoreciendo el adecuado trabajo académico – administrativo, el cuál debe llegar al estudiante como un producto académico final, ya que muchas de las veces los estudiantes llegan a estar al tanto de situaciones problemáticas que conlleva el llegar a una idea homogénea entre los involucrados en el proceso organizativo.

Todo este mecanismo permite que la comunicación interna maneje controles claros que hacen que el mensaje que se quiere transmitir sea confiable y oportuno fácil de establecer una continua retroalimentación.

La proyección del quehacer académico es presentada al público como ente independiente sin necesidad de dar a conocer las posibles discusiones que se generaron para alcanzar objetivos en común.

Las comunicaciones internas (comunicación formal) esta manejada a través de las carteleras de cada dependencia y los informativos generales de la Universidad al mismo tiempo las autoridades por intermedio de la parte administrativa se encarga de dar a conocer a sus docentes por medio de Actas, resoluciones, normas, comunicados, etc.; las decisiones tomadas durante el transcurso de la semana académica.

La Universidad del Valle estructuró algunas premisas de concreción comunicativa que permitan el crecimiento continuo de las actividades académicas que a la postre posicionan a la facultad y a la Universidad en sí. Dichas premisas son presentadas a continuación:

- Definir la imagen institucional para la Universidad que permita proyectar el quehacer académico a través del uso racional y creativo de los medios.
- Establecer políticas, normas, procedimientos que definan el sistema de comunicaciones para la Universidad tanto interno como externo.

- Crear los estamentos, roles y funciones que dirigirán y orientarán el sistema de comunicaciones de la Universidad. Establecimiento del Comité General de Comunicaciones de la Universidad y la forma de interacción con las diversas dependencias académicas.
- Creación de una Oficina de Comunicaciones como el ente que dirige, orienta e implanta las políticas, normas, procedimientos y mecanismos de comunicación institucional a través de diversos frentes de acción.
- Fomentar una cultura de comunicación institucional como actividad articuladora del quehacer académico - administrativo universitario, y que promueva la implementación coherente, racional y articulada de los procesos y sus respectivos medios.
- Establecer las condiciones que posibiliten que los medios de comunicación registren de manera integral y profunda el quehacer académico y su impacto en el desarrollo institucional y universitario.
- Establecer un espacio abierto que posibilite que los diferentes estamentos universitarios y actores externos, interesados en desarrollar competencias o habilidades comunicativas, puedan colocarlas en práctica, participando en la creación de propuestas innovadoras para el adecuado desempeño académico
- Establecer planes, programas, proyectos, eventos y actividades de reconocimiento mutuo de las diferentes dependencias de las Facultades.

2.2. Fundamentación Filosófica

La investigación se enmarca en el paradigma **Crítico-Propositivo** ya que analiza una realidad universitaria que es la incomunicación institucional que a la postre generaría efectos negativos en el trabajo académico - administrativo; y para esto propone una alternativa de atenuación a los posibles problemas a suscitarse mediante posiciones investigativas.

2.3. Fundamentación Metodológica

Por el hecho de que se utilizan métodos y técnicas, que permitirán alcanzar una efectiva comunicación institucional.

2.4. Fundamentación Epistemológica

Porque se tomará referencias científicas de la condición natural humana que es la comunicación y la ocurrencia directa que tiene en el nivel académico universitario.

2.5. Fundamentación Ontológica

Esta investigación se basa en concepciones filosóficas que afirman que la realidad no es estática, sino que está en continuo cambio, y por lo tanto la ciencia no puede ser el reflejo de la realidad, sino que sus verdades la interpretan y son perfectibles dentro de un relativismo continuo. Por lo tanto la investigación llega a conclusiones que nunca pueden ser definitivas, sino que hacen una lectura de contexto actual.

2.6. Fundamentación Axiológica

Este trabajo pretende superar la neutralidad positivista que no se compromete en aplicar valores, en cambio, esta investigación tiene una responsabilidad en conservación de los valores más importantes del ser humano como son la responsabilidad, solidaridad.

2.7. Fundamentación Sociológica

Esta investigación se ubica en el paradigma crítico-propositivo que está comprometido con el desarrollo del ser humano, como persona en la sociedad. Por lo que pretende alcanzar una sociedad democrática, solidaria y equitativa.

2.8. Fundamentación Legal

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Sección primera- Educación-2.008

Sección primera Educación

Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo.

Art. 351.- El sistema de educación superior estará articulado al sistema nacional de educación y al Plan Nacional de Desarrollo; la ley establecerá los mecanismos de coordinación del sistema de educación superior con la Función Ejecutiva. Este sistema se regirá por los principios de autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad, autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento, en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global.

2.9. Red de Inclusiones

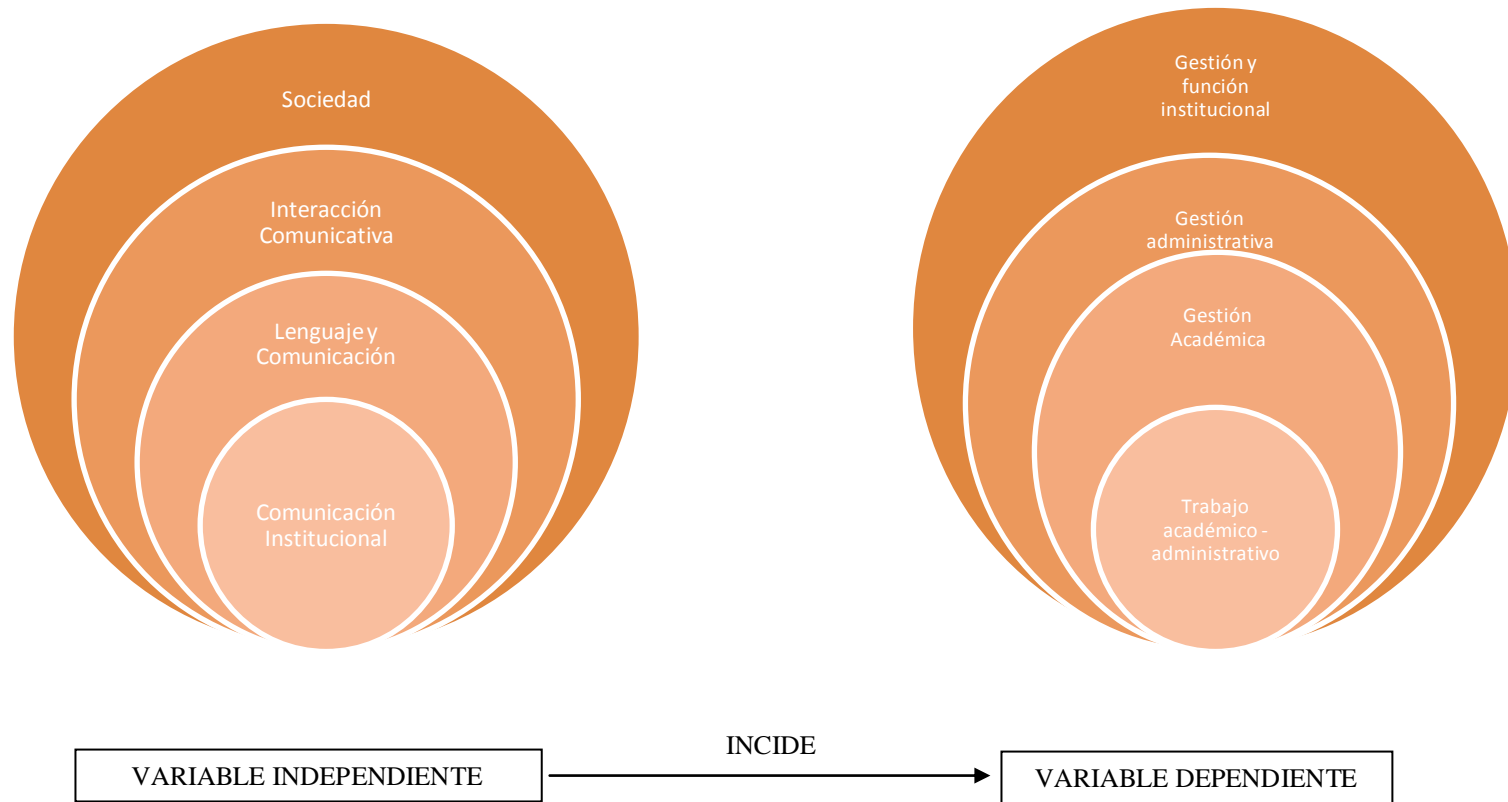


Gráfico No. 2: Red de Inclusiones-Variable Dependiente e Independiente.
Elaborado por: Juan Pablo Poveda

2.10. Constelación de Ideas

VARIABLE INDEPENDIENTE

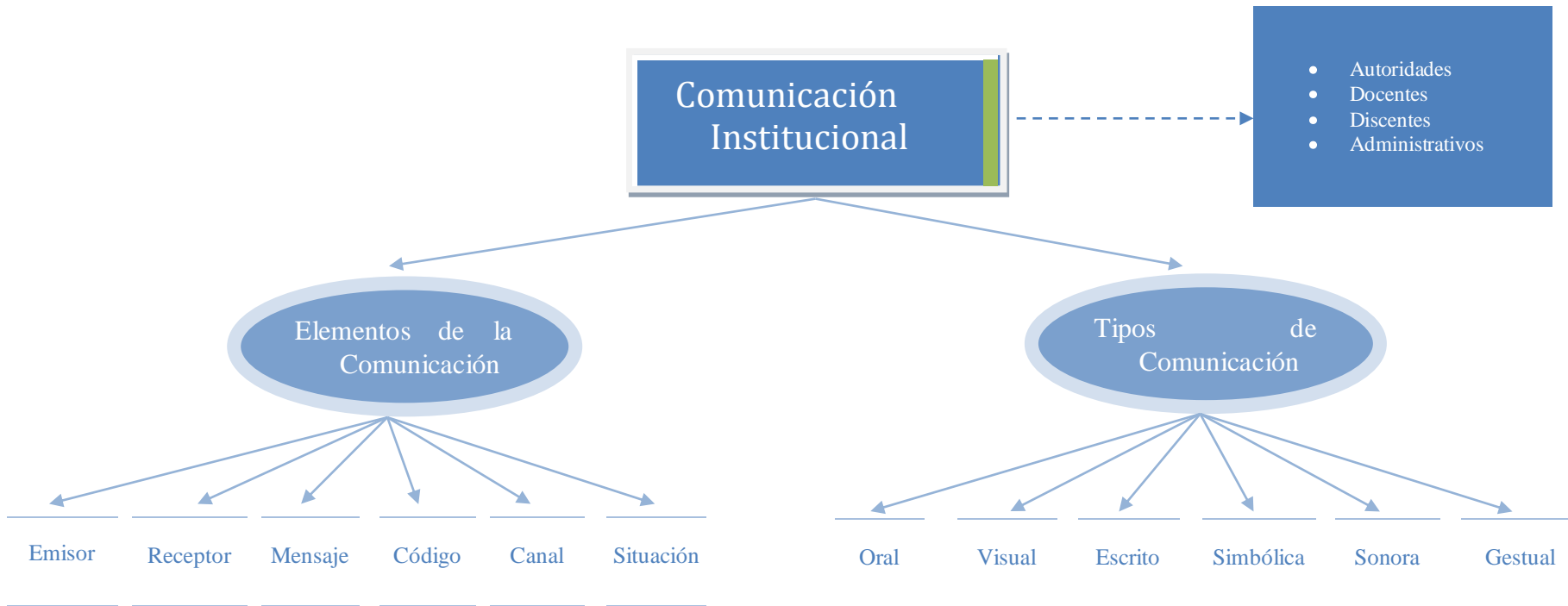


Gráfico No. 3: Constelación de Ideas-Variable Independiente
Elaborado por: Juan Pablo Poveda

2.11. Constelación de Ideas

VARIABLE DEPENDIENTE

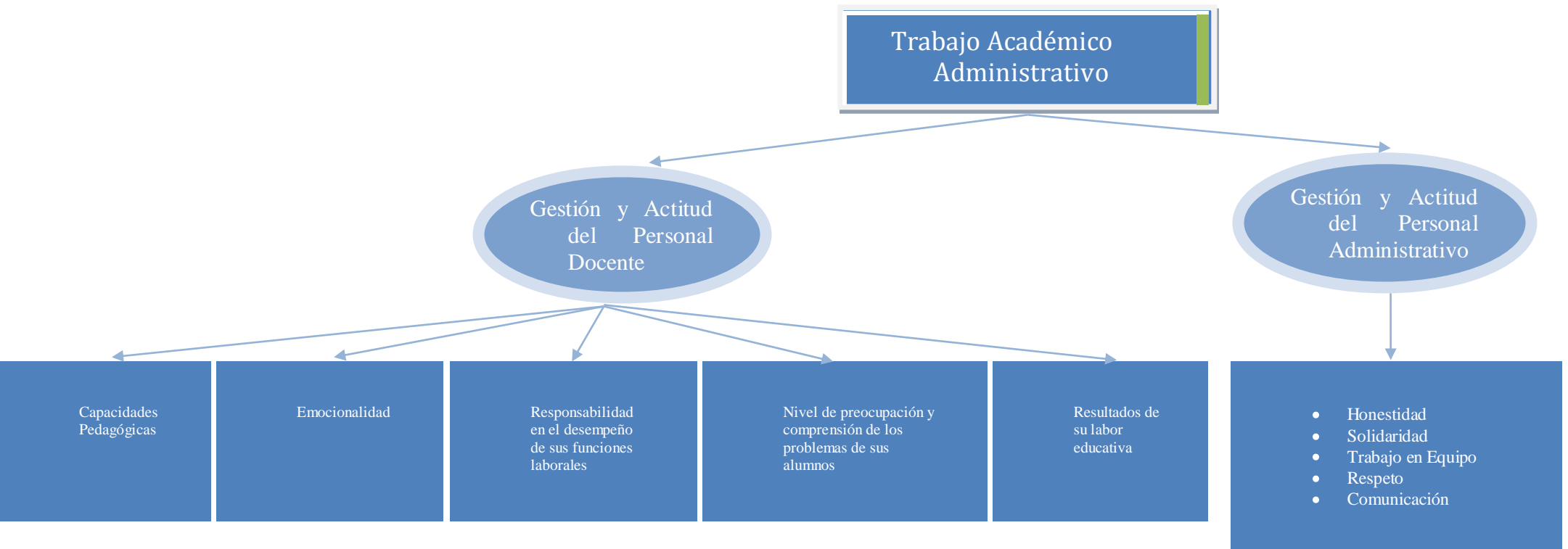


Gráfico No. 4:Constelación de Ideas-Variable Dependiente
Elaborado por: Juan Pablo Poveda

2.12. Rueda de Atributos-Variable Independiente.

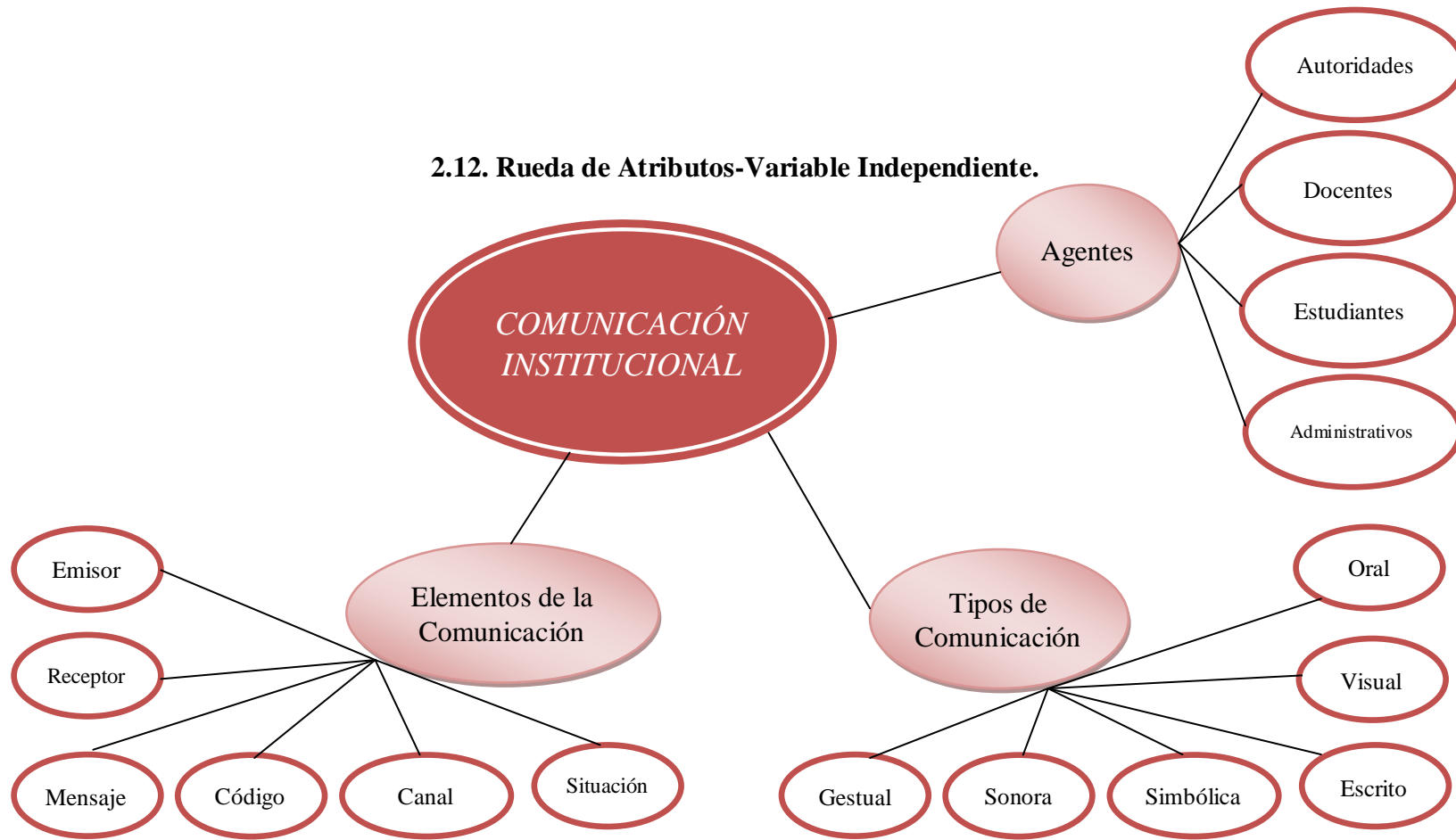


Gráfico No. 5:Rueda de Atributos-Variable Independiente.
Elaborado por: Juan Pablo Poveda

2.13. Rueda de Atributos-Variable Dependiente.

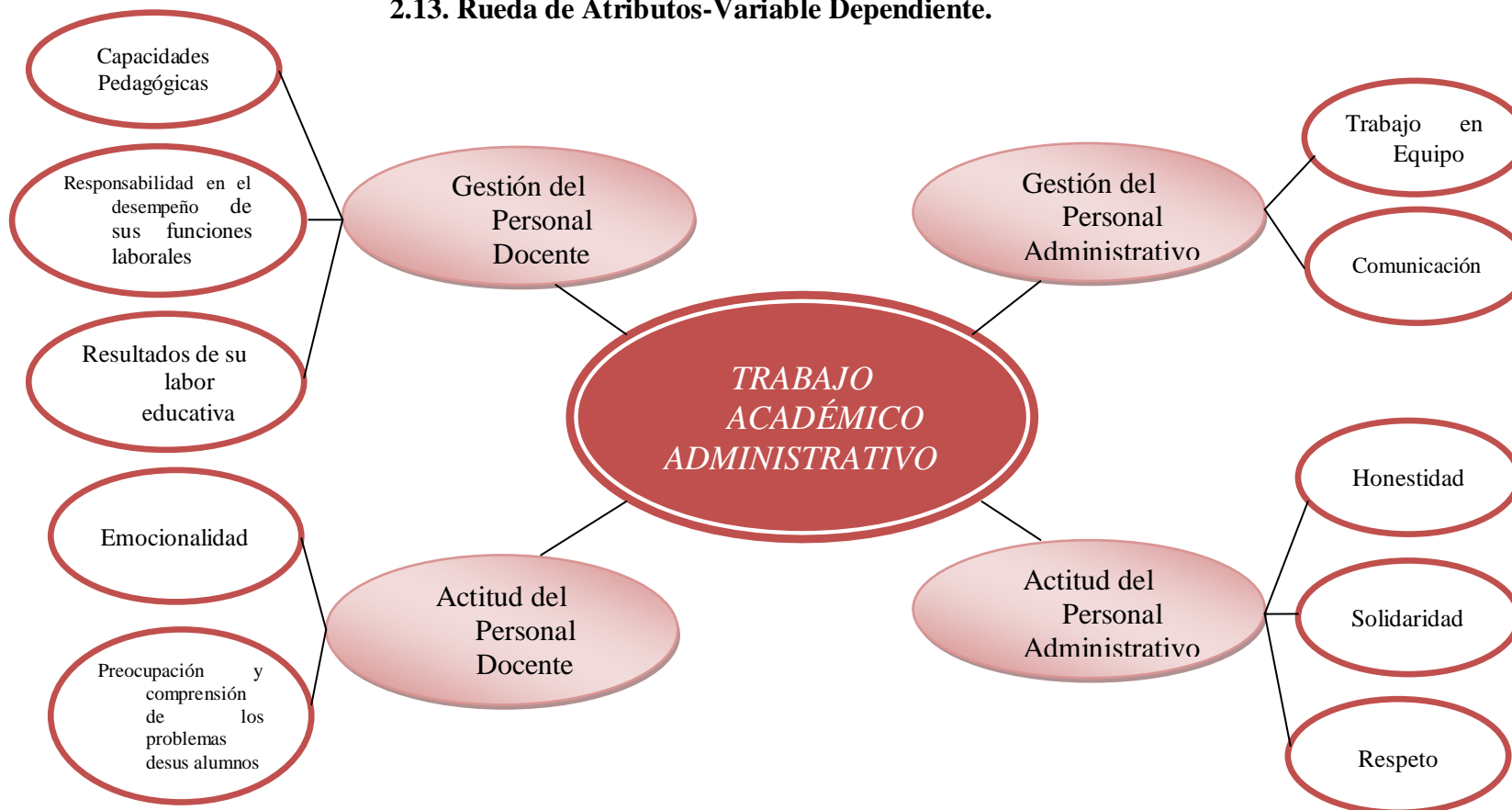


Gráfico No. 6:Rueda de Atributos-Variable Dependiente.
Elaborado por: Juan Pablo Poveda

2.14. Categorías Fundamentales:

Categoría de la Variable Independiente.

Sociedad. Que sociedad: "Es un gran número de seres humanos que obran conjuntamente para satisfacer sus necesidades sociales y que comparten una cultura común".

Que sus principales características son las siguientes: constituyen una unidad demográfica, existe dentro de una zona geográfica común, está constituida por grandes grupos que se diferencian entre sí por su función social, se compone de grupos de personas que tienen una cultura semejante, debe poderse reconocer como una unidad que funciona en todas partes, debe poderse reconocer como unidad social separada.

Que por estructura social entendemos: el orden u organización por la cual los miembros de una sociedad ocupan en ella un lugar especial y propio en el que actúan con vistas a un fin común.

Que por función entendemos: lo que la sociedad está llamada a realizar para el bien de las personas, y que algunas funciones son genéricas y otras específicas.

Que las sociedades se pueden clasificar, pues: Las sociedades se distinguen entre sí más por sus diferentes culturas que por sus diferentes estructuras o funciones.

Que se pueden clasificar según los grupos predominantes en: económica, familiar, religiosa y política.

Que también se puede clasificar la sociedad en: comunitarias y asociativas.

Según el Sociólogo Joseph H. Fichter Décimo• cuarta edición (1993)

Interacción Comunicativa. Puede entenderse como la interacción mediante la que gran parte de los seres vivos acoplan sus conductas frente al entorno. También se ha concebido a la comunicación como el propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria. Y más aún, el concepto de comunicación también comprende al sector económico que aglutina las industrias de la información, de la publicidad, y de servicios de comunicación no publicitaria para empresas e instituciones.

Lenguaje y Comunicación. Se entiende por lenguaje, la capacidad humana de comunicarse por medio de un código, es decir, la facultad de asociar un contenido a una expresión. Con carácter lingüístico, es decir que el lenguaje humano se manifiesta por medio de las lenguas.

Las lenguas son los códigos que cada comunidad desarrolla con la finalidad de comunicarse. Las lenguas también son instrumentos transmisores de cultura y son fenómenos sociales. Esto se debe a la necesidad del ser humano de comunicarse.

La comunicación entendida como un intercambio de información es la función primordial del lenguaje.

En el proceso comunicativo por excelencia, el diálogo, tenemos que tener por lo menos dos individuos que intervengan, éstos son el *emisor*, que sería el que emite la señal, y el *receptor*, que es el que la percibe.

Por lo tanto otro elemento importante en la comunicación es el *mensaje*, que será la asociación de un contenido y una expresión. El mensaje lo puede entender el receptor siempre que el emisor y el receptor compartan el mismo *código* y así asocian las mismas expresiones a los mismos contenidos.

Comunicación Institucional.

El siglo XX, podemos decir que es el siglo de la comunicación ya que a medida que avanzan los años la tecnología se va desarrollando, cada vez más y más, y se manifiesta de muchas maneras asociadas a la vida. Nunca hasta ahora los hombres y las mujeres habían estado sometidos a tanta cantidad de información. Las personas para vivir en sociedad la necesitamos ya que esta se nos presenta cada día de muchas maneras. Desde que nos despertamos con el despertador que nos dice de cierta manera que ya es la hora de levantarse, hasta la hora en que comenzamos a cerrar los ojos, expresando claramente que nos estamos durmiendo. Estamos en una época que quien no sabe comunicarse está “perdido”, porque, quien tiene la comunicación tiene el poder.

Definición:

La comunicación se presenta, como ya he dicho antes, de infinitas maneras a lo largo de toda nuestra vida. La comunicación es la forma de entendernos, tanto emitiendo como de recibiendo mensajes ya sean orales, visuales, escritos, a través de símbolos, sonidos, gestos... etc.

Agentes.

Un agente es una persona física o jurídica a la que se le han dado poderes para actuar en nombre de su cliente en determinadas funciones.

Autoridades. El concepto de autoridad apareció en Roma como opuesto al de poder. El poder es un hecho real. Una voluntad se impone a otra por el ejercicio de la fuerza. En cambio, la autoridad está unida a la legitimidad, dignidad, calidad, excelencia de una institución o de una persona. Es lo que desde el punto de vista del Estado, puede ser considerado como el poder ejercido por una persona legitimada por una institución o razón conforme a unas funciones que le son generalmente reconocidas. En este sentido cuando una persona tiene autoridad se deduce que tiene actitud para mandar (o imponer su punto de vista o hacerse respetar). Así, cuando el individuo tiene «la» autoridad o si se quiere ésta, se está autorizada a actuar, a ejercer un determinado poder. En este ámbito, autoridad está ligada a potestad.

Fuera del ámbito institucional del Estado, autoridad puede suponer en ocasiones algo distinto a la posibilidad de ejercer la fuerza para imponer las cosas o potestad. La autoridad también la tiene alguien que, debido a su capacidad en un ámbito, por sus conocimientos o dignidad, puede ejercer sobre otros una influencia a la hora de que tomen ciertas decisiones. En este sentido, muchos órganos consultivos tienen mucha autoridad sobre la materia objeto de las consultas.

La autoridad como es interpretada por Max Weber, quien la entiende: “como dominación, es la probabilidad de encontrar obediencia dentro del grupo determinado para mandatos específicos. Afirma que en el caso concreto esta dominación ("autoridad"), en el sentido indicado, puede descansar en los más diversos motivos de sumisión, que se dan por habituación o por arreglos afines. La obediencia es esencial para que se ejerza la autoridad”. Habla de tres tipos de autoridad la carismática, legal y tradicional.

Docentes. Hoy en día el papel de los formadores no es tanto "enseñar" (explicar-examinar) unos conocimientos que tendrán una vigencia limitada y estarán siempre accesibles, como ayudar a los estudiantes a "aprender a aprender" de manera autónoma en esta cultura del cambio y promover su desarrollo cognitivo y personal mediante actividades críticas y aplicativas que, aprovechando la inmensa información disponible y las potentes herramientas TIC, tengan en cuenta sus características (formación centrada en el alumno) y les exijan un procesamiento activo e interdisciplinario de la información para que construyan su propio

conocimiento y no se limiten a realizar una simple recepción pasiva-memorización de la información

Según la página de internet <http://www.peremarques.net/actodid.htm>.

Estudiantes. El uso actual de la palabra estudiante proviene de la edad media. Es resultado de una deformación del significado de la palabra latina "studere" y su sustantivo "studium". "studere" se podría traducir como esforzarse, o más correctamente "poner celo en", pues este verbo latino siempre se usaba con un complemento. Luego un estudiante en la época romana era alguien que se esforzaba, no alguien que aprendía, estos últimos eran llamados "discípuli" lo cual se traduce como "aprendedores". Aún más, La matriz de este verbo la encontramos en el griego "spudatzó", el cual tiene el mismo significado que en el latín, pero con un énfasis mucho mayor.

Curiosamente los griegos nunca usaron este verbo para designar a quienes cuyo oficio era aprender pues nunca lo consideraron un oficio especialmente esforzado. El uso actual de la palabra estudiante para aquel que aprende la podemos encontrar en los monasterios medievales y particularmente en Santo Tomás de Aquino, quien reflexionó sobre la etimología de la palabra estudio y dijo que quienes abandonaban la búsqueda de la verdad eran quienes no estaban dispuestos a esforzarse en encontrarla, al hacer el sacrificio de la vida ascética para llegar a ella, por tanto quien quiere llegar a la verdad, o quien finalmente llega a ella es el estudiante, el esforzado, y de allí que se empezó a denominar estudiantes a los monjes, que se dedicaban a buscar a Dios y la verdad. Luego el término se extendió a todo aquel que buscaba la verdad en un área del conocimiento determinada, y en una última deformación se comenzó a denominar estudiante a todo aquel que se dedicaba a aprender.

Según la página de internet <http://definicion.de/estudiante/>

Administrativos. El Personal Administrativo es aquel que cumple diversas labores generales de administración que requiere el establecimiento en su organización interna y sus relaciones externas y que pueden determinarse, en términos generales, como de oficina y además asuntos administrativos relacionados con todo el personal.

Tipos de Comunicación:

La comunicación se puede clasificar de diversas maneras, siendo las siguientes las más representativas:

Oral: Se da cuando dos seres vivos se intentan comunicar mediante un código verbal que ambos deben conocer.

Ej: Una conversación entre el Personal Docente y Administrativo.

Una conferencia entre las Autoridades y el Personal Docente y Administrativo.

Una clase entre el Docente y sus alumnos.

Visual: La que recibimos con la vista a través de imágenes.

Ej: Una foto.

Una muñeca.

Un color.

Escrito: Se da a través de un código llamado alfabeto con el que se forman palabras con un significado para ambos. Tanto el emisor como el receptor deben estar comunicándose en un mismo idioma, ya que el lenguaje de unas regiones o países a otros son diferentes.

Ej: Una convocatoria.

Los Oficios.

Indicaciones en carteles.

Simbólica: Se expresa mediante unos símbolos que pueden expresar desde letras, palabras, grupos de música hasta religiones, ideologías... etcétera.

Ej: Símbolo de solidaridad por los afectados del sida

Símbolo de la religión católica

Símbolo que indica que una marca está registrada ®

Sonora: Es la producida por sonidos que pueden proceder de seres vivos, aparatos o máquinas.

Ej: La sirena de una ambulancia.

El estornudo de una persona.

La radio.

Gestual: La que expresamos mediante gestos físicos. Esta adquiere un grado mayor de importancia porque para muchas personas es su manera principal de comunicarse.

Ej: El alfabeto para sordomudos.

Cuando alguien en una conferencia se lleva el dedo índice hacia sus labios nos indica que debemos hacer silencio.

Citado por: “Enciclopedia Microsoft Encarta 99”, “Diccionario enciclopédico abreviado”, “Eapasa-Calpe, S.A.”, “Libro de Lengua y Literatura de 3º de ESO”.

Elementos de la Comunicación:

Para que haya una comunicación, es imprescindible que se respeten los elementos de la comunicación.

-El **emisor** (o emisores) es la persona (o ser vivo) que transmite el mensaje.

-El **receptor** (o receptores) es la persona (o ser vivo) que recibe e interpreta el mensaje.

-El **mensaje** es el contenido de la información que el emisor transmite al receptor.

-El **código** es el conjunto de signos que se combinan entre sí mediante ciertas reglas para formar el mensaje. Tanto el emisor como el receptor deben conocer el código.

-El **canal** es el medio físico a través del cual se emite el mensaje.

-La **situación** es el lugar y conjunto de circunstancias que rodean el acto de la comunicación y que ayudan a comprender mejor el mensaje.

Categoría de la Variable Dependiente.

Gestión y Función Institucional. La gestión institucional, en particular, implica impulsar la conducción de la institución, hacia determinadas metas a partir de una planificación educativa, para lo que resultan necesarios saberes, habilidades y experiencias respecto del medio sobre el que se pretende operar, así como sobre las prácticas y mecanismos utilizados por las personas implicadas en las tareas educativas. En este punto, en estrecha relación con la actividad de conducción, el concepto de planificación cobra importancia debido a que permite el desarrollo de las acciones de conducción-administración y gestión, ya sea educativa.

En la gestión educativa, la planificación hace posible la dirección de todo el proceso institucional, y resulta muy necesaria cuando se intenta producir cambios en el quehacer cotidiano.

Según el texto: Guillermo Ruiz ilustraciones: Andrés Venturino edición: Claudia Hartfiel.

Gestión Administrativa. El Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua explica que administración es la acción de administrar (del latín Administratio – ONIS).

Esta es una definición genérica que no dice mucho, un poco restringida, de carácter idiomático, realizada atendiendo a su significado etimológico, por lo que para tener una concepción más amplia del término debemos buscarla en la diversidad de definiciones hechas por un considerable número de tratadistas, por ejemplo Henry Fayol un autor muy trascendente, definió operativamente la administración diciendo que la misma consiste en "proveer, organizar, mandar, coordinar y controlar , además consideró que era el arte de manejar a los hombres.

George Terry explica que la administración es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos.

Partiendo de los conceptos antes señalados podemos decir que gestión administrativa es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que trabajando en grupos los individuos cumplen eficientemente objetivos específicos.

Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control desempeñados para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos.

Existen cuatro elementos importantes que están relacionados con la gestión administrativa, sin ellos es imposible hablar de gestión administrativa, estos son:

- Planeación
- Organización
- Ejecución
- Control

Gestión Académica. La Gestión Académica, al igual que el laboral o el deportivo, es una de las dimensiones en las que el ser humano puede desempeñarse y obtener un nivel de desempeño. El Rendimiento Académico es el nivel de logro, desempeño o dominio que una persona puede alcanzar en el entorno educativo. Está sustentado en la capacidad intelectual del estudiante.

Está sustentado también en la motivación y la personalidad del estudiante. Puede medirse pedagógicamente como el logro de un determinado nivel de aprendizaje.

La gestión se define aquí como el nivel de logro que puede alcanzar un estudiante en el ambiente educativo en general o en una asignatura en particular. El mismo puede medirse con evaluaciones pedagógicas, entendidas éstas como “el conjunto de procedimientos que se planean y aplican dentro del proceso educativo, con el fin de obtener la información necesaria para valorar el logro, por parte de los alumnos, de los propósitos establecidos para dicho proceso” (Vega García, 1998).

La gestión académica pretende impulsar las capacidades del estudiante hacia la búsqueda de la excelencia académica, dinamizando una red de apoyo que involucra a estudiantes y docentes en actividades de seguimiento y soporte al proceso formativo.

Trabajo Académico Administrativo. El trabajo académico se debe realizar acciones encaminadas al perfeccionamiento de las competencias del estudiante. Ha de crear oportunidades para el desarrollo y fortalecimiento de sus destrezas cognitivas y mentales que le permiten cimentar y profundizar los conocimientos adquiridos en el ámbito académico.

El área de desempeño académico debe constituirse como un eje integrador del papel de docentes, estudiantes, decanos y personal administrativo con una misión: maximizar la competencia del estudiante en el ámbito académico. El área genera acciones en común y promueve la concepción de la excelencia como una construcción interpersonal y no como el logro de metas individuales.

El trabajo académico fomenta la cultura de la autoevaluación en el ámbito institucional. Esto es, facilita una constante retroalimentación a partir de una mirada autocrítica en la pertinencia de los programas académicos, el papel de los decanos y docentes y el esfuerzo y compromiso del estudiante frente a su proceso de formación.

El trabajo administrativo se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades. Se ha comprobado que la eficiencia de la empresa es mucho mayor que la suma de las eficiencias de los trabajadores, y que ella debe alcanzarse mediante la racionalidad, es decir la adecuación de los medios (órganos y cargos) a los fines que se desean alcanzar, muchos autores consideran que el administrador debe tener una función individual de coordinar, sin embargo parece más exacto concebirla como la esencia de la habilidad general para armonizar los esfuerzos individuales que se encaminan al cumplimiento de las metas del grupo

Gestión del Personal Docente.

La gestión del personal docente es un proceso orientado al fortalecimiento de los proyectos educativos, que ayuda a mantener la autonomía institucional, en el marco de las políticas públicas, y que enriquece los procesos pedagógicos con el fin de responder a las necesidades educativas locales, regionales.

Capacidades pedagógicas: Grado de dominio de los contenidos que imparte, de la Teoría de la Educación, de la Didáctica General y de la Didáctica de la especialidad, capacidad para hacer su materia entretenida e interesante, calidad de su comunicación verbal y no verbal, capacidad para planificar adecuadamente el proceso docente – educativo, alcance de su contribución a un adecuado clima de trabajo en el aula, capacidad para identificar y comprender las situaciones áulicas y ajustar su intervención pedagógica, utilización de variedad de prácticas educativas, grado de conocimiento y tratamiento de las características psicológicas individuales de los alumnos, grado de información sobre la marcha del aprendizaje de sus alumnos, calidad de su representación sobre el encargo social de la escuela, contribución a la formación de valores

nacionales y universales y al desarrollo de capacidades valorativas, efectividad de su capacitación y auto preparación, capacidad para crear un ambiente favorable para que el alumno conozca sus derechos y responsabilidades, y aprenda a ejercerlos, capacidad para desarrollar un proceso de reflexión autocrítica permanente sobre su práctica educativa.

Responsabilidad en el desempeño de sus funciones laborales: Asistencia y puntualidad a la universidad y a sus clases, grado de participación en las sesiones metodológicas o en jornadas de reflexión entre los docentes, cumplimiento de la normativa, nivel profesional alcanzado, implicación personal en la toma de decisiones de la institución, grado de autonomía profesional relativa alcanzada para desarrollar su tarea en la institución, nivel profesional alcanzado, relaciones interpersonales con sus alumnos, padres, directivos, docentes y comunidad en general.

Resultados de su labor educativa: Rendimiento académico alcanzado por sus alumnos en la o las asignaturas que imparte, grado de orientación valorativa positiva alcanzado hacia las cualidades de la personalidad deseables de acuerdo al modelo de hombre que se pretende formar, grado en que sus alumnos poseen sentimientos de amor a la Patria, a la naturaleza, al estudio y al género humano.

Actitud del Personal Docente.

Se relaciona la actitud a estar predispuesto organizadamente a sentir, percibir, pensar y así llegar a comportarse ante un objeto (ELEJABARRIETA. 2001). Queda en evidencia que acá se relacionan fenómenos de diferente naturaleza. Es muy diferente comportarse, de sentir o pensar. Así por ejemplo un docente puede ocupar las Tecnologías, y, sin embargo, pensar que éstas no son un aporte a la educación, e igualmente, sentir fatiga al ocuparlas en clases. Por tanto, se toma la actitud como una organización psicológica particular, o sea, con una entidad propia.

Emocionalidad: Vocación pedagógica, autoestima, capacidad para actuar con justicia, y realismo, nivel de satisfacción con la labor que realiza.

Nivel de preocupación y comprensión de los problemas de sus alumnos: Nivel de expectativas respecto al desarrollo de sus alumnos, flexibilidad para aceptar la diversidad de opinión y sentimientos de los alumnos y respeto real por sus diferencias de género, raza y situación socioeconómica.

Gestión del Personal Administrativo:

Para el diseño de los planes de acción y de mejoramiento educativo, en la Gestión Institucional que deben abordar las autoridades universitarias, se sugiere una estrategia gerencial que es la Reingeniería Educativa, entendida como el rediseño de los procesos directivos y académicos, en una palabra institucionales, y la implementación de los mismos, cuya meta es aumentar la calidad del egresado y hacerlo competitivo a nivel regional, nacional e internacional. Se requiere un cambio de paradigmas, pues el problema no es cambiar, sino cómo vamos a cambiar.

Partimos de la premisa de que todo lo que sabemos que funciona se puede cambiar (mejorar) y lo que se sabe que no funciona se puede evitar y aplicar. Es un empezar de nuevo, es ver las situaciones con los ojos del cliente. La reingeniería se hace con un equipo multidisciplinario. No es necesario saber mucho, ni ser un experto, necesitamos saber mucho sobre las cosas que vamos a cambiar, no es difícil concebir buenas ideas... basta pensar y sobre todo tener voluntad.

Las cosas nuevas, las ideas, los proyectos que tenemos en mente lo podemos aplicar... ventaja de los docentes, se trabaja en equipos auto dirigidos y se llevan las propuestas a la comunidad educativa como el gran grupo de implicados.

Trabajo en Equipo.-Básicamente, toda empresa está compuesto por un grupo de personas, las cuales, deben trabajar en pro de un objetivo final previamente planificado. Por tanto, surge aquí la clave para que esto se logre con éxito y ello es sin duda, el trabajo en equipo.

Existen diversas definiciones respecto al significado del mencionado "trabajo en equipo". Incluiremos algunas:

- "Número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planeamiento comunes y con responsabilidad mutua compartida", según Katzenbach y K. Smith.
- "El trabajo en equipo es un conjunto de personas que cooperan para lograr un solo resultado general", según Luis Riquelme Fritz
- "Toda organización es un sólo equipo, donde no existen barreras, divisionismos u objetivos divergentes entre las diferentes áreas, departamentos, secciones o turnos. Por el contrario, la visión de la empresa, su misión y objetivos es el norte de todas las personas, es el elemento aglutinador de esfuerzos para el logro de resultados comunes", según Alfonso Cruz Novoa (Universidad Católica de Chile). .

- "Trabajo en Equipo no significa solamente "trabajar juntos". Trabajo en equipo es toda una filosofía organizacional, es una forma de pensar diferente, es un camino ganador que las empresas han descubierto en los últimos años para hacer realmente que el trabajador SE COMPROMETA de veras con los objetivos de la empresa", según Olman Martínez, Presidente, Universidad de las Ventas.

Ahora bien, cabe señalar que independiente de cuál sea la definición correcta, hay claras diferencias entre lo que es el trabajo en equipo y el equipo de trabajo.

Por su parte, el trabajo en equipo está más relacionado con los procedimientos, técnicas y estrategias que utiliza un grupo determinado de personas para conseguir sus objetivos propuestos.

Mientras el equipo de trabajo, involucra a un grupo humano con habilidades y funciones a desarrollar para el cumplimiento de metas finales.

Cuando hablamos de trabajo en equipo, nos referimos a un grupo de gente bien organizado, cada uno con sus correspondientes responsabilidades y tareas perfectamente definidas, teniendo a la cabeza un líder, idealmente aceptado por todos y quien será el guía para que el equipo a través de ciertas reglas, oriente sus esfuerzos en forma comprometida en un mismo sentido.

Un equipo de trabajo, por su parte, puede centrar su atención exclusivamente en:

- Las personas, lo que resulta una desventaja al momento de requerir una mayor productividad mejora en los resultados.
- Las tareas, olvidando los resultados y sólo centrándose en los procesos.
- Los resultados, privilegiando una mayor rentabilidad y productividad, que dejaría de lado la calidad por cantidad.

Según la página de internet <http://www.liderazgo.com>

Comunicación.-La palabra comunicación proviene del latín "comunis" que significa "común". De allí que comunicar, signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos "en común" con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido.

Un código es un conjunto de símbolos y signos los cuales deben ser compartidos por los protagonistas del proceso. ¿Puede acaso alguien que no sabe hablar tibetano entender lo que un tibetano expresa en su lengua materna? Naturalmente que no habrá habido comunicación en un

caso semejante. Gracias a que se comparte un código es que los mensajes se transmiten de persona a persona.

Generalmente tendemos a pensar en el lenguaje cuando hablamos de códigos, pero un éste, supone un concepto bastante más amplio. Además de los códigos verbales (orales y escritos), existen otros como los gestos, los movimientos de la cara y el cuerpo, los dados por la forma y el color (por ejemplo las señales de tránsito) o la música (en donde hay reglas que marcan una estructura). Naturalmente, los códigos no verbales, al igual que el lenguaje, varían de acuerdo a las diferentes culturas.

Es así que podemos afirmar que el lenguaje es sólo un medio más. La tendencia a identificarlo con la comunicación en su totalidad es consecuencia de que éste sea, el medio más apto para la transmisión de ideas.

Si consideramos el concepto de comunicación desde un sentido amplio, nos referiremos a seres vivientes que se relacionan con su entorno, pero desde el lenguaje científico nos referiremos a seres relacionados entre sí y capaces de expresar procesos y situaciones interiores, de dar a conocer circunstancias u animar a otras criaturas a un comportamiento específico.

Según la página de internet <http://www.fao.org/docrep/t1815s/t1815s03.htm>

Actitud del personal Administrativo.

Un factor del sistema es, pues, el administrativo mismo, del que podemos identificar varias actitudes diferentes. No porque exista (y si existe, no la conocemos) una clasificación de actitudes aceptada, sino porque la vida profesional nos permite recordar casos nominales al menos.

Honestidad.-Es aquella cualidad humana por la que la persona se determina a elegir actuar siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia (dando a cada quien lo que le corresponde, incluida ella misma).

Ser honesto es ser real, acorde con la evidencia que presenta el mundo y sus diversos fenómenos y elementos; es ser genuino, auténtico, objetivo. La honestidad expresa respeto por uno mismo y por los demás, que, como nosotros, "son como son" y no existe razón alguna para esconderlo.

Esta actitud siembra confianza en uno mismo y en aquellos quienes están en contacto con la persona honesta.

La honestidad no consiste sólo en franqueza (capacidad de decir la verdad) sino en asumir que la verdad es sólo una y que no depende de personas o consensos sino de lo que el mundo real nos presenta como innegable e imprescindible de reconocer.

Según la página de internet<http://www.monografias.com/trabajos13/valores/valores.shtml>

La Solidaridad.-Es uno de los principios básicos de la concepción cristiana de la organización y política; y constituye el fin y el motivo primario del valor de la organización social. Su importancia es radical para el buen desarrollo de una doctrina social sana, y es de singular interés para el estudio del hombre en sociedad y de la sociedad misma.

Junto con los de autoridad, personalidad, subsidiaridad y bien común, la solidaridad es uno de los principios de la filosofía social.

Según la página de internet<http://www.monografias.com/trabajos11/solidd/solidd.shtml>

Respeto.-Es el reconocimiento de que algo o alguien tienen valor. Se lo puede definir como la base del sustento de la moral y la ética.

El respeto en las relaciones interpersonales comienza en el individuo, en el reconocimiento del mismo como entidad única, que necesita que se comprenda al otro. Consiste en saber valorar los intereses y necesidades de otro individuo en una reunión.

Según la página de internet<http://www.ideasrapidas.org/respeto.htm>

2.15. Hipótesis

La comunicación institucional incide en el trabajo académico - administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato durante el período marzo-agosto 2010.

2.16. Señalamiento de variables de la hipótesis

Variable Independiente:

Comunicación Institucional

Variable Dependiente:

Trabajo Académico Administrativo

CAPITULO III

3. Metodología

3.1 Enfoque:

La investigación se enmarca en el paradigma crítico-propositivo, con un enfoque cuali-cuantitativo. Cuantitativo porque se obtiene datos numéricos que fueron procesados estadísticamente y Cualitativo ya que la información obtenida en la investigación fue sometida a un análisis crítico.

3.2 Modalidad básica de la investigación

La investigación tiene las siguientes modalidades:

- **Documentación Bibliográfica**

Porque se acudieron a fuentes secundarias de investigación como son: libros, revistas técnicas, constitución de la república, internet, etc.

- **De campo**

Por cuanto se desarrolla la investigación en el lugar de los hechos, esto es en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato ubicada en la ciudad de Ambato.

- **De intervención social**

Por cuanto se busca el planteamiento de una alternativa de solución a la problemática que es el motivo de la presente investigación.

3.3 Nivel o tipo de investigación:

- **Exploratoria**

Ya que la investigación busca descubrir la principales características de la problemática tratada

- **Descriptiva**

Por cuanto la investigación detalla las causas y consecuencias de la problemática en mención.

- **De asociación de variables**

Porque se establece la relación de la variable independiente con respecto a la variable dependiente.

3.4 Población y muestra

Población	f	%
Docentes a Nombramiento	52	29.72 %
Docentes a Contrato	78	44.57 %
Personal Administrativo a Nombramiento	23	13.14 %
Personal Administrativo a Contrato	22	12.57 %
TOTAL	175	100%

Cuadro No 1. Población

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

3.5 Operacionalización de variables

Variable Independiente: Comunicación Institucional

Cuadro No 2. Comunicación Institucional

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS INSTRUMENTOS
<p><i>La comunicación Institucional es aquella actividad que se realiza de modo organizado por una institución y cumple actividades que creen o fomenten la vitalidad y eficiencia, de los flujos internos y externos, adecuando el contenido y la forma y cuyo fin último es crear, reforzar, modificar, entre todo el personal de la organización, una actitud positiva en la institución</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad organizada • Vitalidad comunicacional • Eficiencia comunicativa • Actitud positiva de las personas 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación de recursos y actividades • Fortaleza, energía e impulso comunicacional • Comunicación oportuna • Disciplina, entusiasmo, alegría 	<p>¿La coordinación de recursos y materiales utilizados en forma organizada hace que se obtenga una correcta comunicación institucional?</p> <p>Frecuentemente () Ocasionalmente () Nunca ()</p> <p>¿La comunicación institucional se logra obteniendo una comunicación oportuna?</p> <p>Frecuentemente () Ocasionalmente () Nunca ()</p> <p>¿La transmisión de disciplina, entusiasmo y alegría, fomenta al personal de la organización, tener una adecuada comunicación institucional?</p> <p>Frecuentemente () Ocasionalmente () Nunca ()</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta • Cuestionario Estructurado

3.5 Operacionalización de Variables

Variable Dependiente: Trabajo Académico - Administrativo

Cuadro No 3. Trabajo Académico -Administrativo

CONCEPTUALIZACION	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TECNICAS INSTRUMENTOS
<p><i>El trabajo académico-administrativo es el nivel de logro, rendimiento o dominio que una institución puede alcanzar en el entorno educativo</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de logro Nivel de rendimiento 	<ul style="list-style-type: none"> Obtención de calidad educativa Alcance de conocimiento significativo 	<p>¿Cree usted que se puede potencializar el trabajo académico administrativo con una mejor comunicación institucional? Siempre () A veces () Nunca ()</p> <p>¿Cree usted que se puede alcanzar mejores resultados académicos mediante la comunicación interaccionista entre docentes, autoridades y personal administrativo? Siempre () A veces () Nunca ()</p>	<p>Encuesta Cuestionario Estructurado</p>

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

3.6 Plan de recolección de información

3.6.1 Recolección de información

Cuadro No 4: Recolección de información

PREGUNTAS BASICAS		EXPLICACION
1.	¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la misma investigación
2.	¿Dé que personas u objetos?	Docentes, autoridades y personal administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
3.	¿Sobre qué aspectos?	Comunicación institucional y trabajo académico – administrativo
4.	¿Quién?	Investigador
5.	¿Cuándo?	Período marzo/agosto 2010
6.	¿Dónde?	En la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
7.	¿Cuántas veces?	Una vez
8.	¿Qué técnica de recolección?	Encuesta
9.	¿Con qué?	Cuestionario Estructurado
10.	¿En qué situación?	En los sitios de trabajo de cada involucrado

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

3.6.2 Técnicas e instrumentos

Se utilizó la Encuesta y el Cuestionario.

Validez y confiabilidad de los instrumentos:

- **Validez.-** Este instrumento de recolección es válido, en cuanto mide de alguna manera demostrando aquello que trata de medir, sin distorsiones sistemáticas.
- **Confiabilidad.-** Es confiable por cuanto fue aplicada repetidamente a un mismo individuo o grupo, y proporciona resultados iguales o parecidos.

3.7 Plan de procesamiento y análisis

Los datos recogidos (datos en bruto) se transforman siguiendo ciertos procedimientos:

- Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de la información recogida contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- Repetición de recolección en ciertos casos individuales para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: cuadros de una sola variable, cuadro con cruce de variables.

Análisis e interpretación de resultados

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de los resultados con el apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.
- Comprobación de la hipótesis o pregunta directriz.
- Establecimiento de las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada al Personal Administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Pregunta No. 1

1.- ¿En la Facultad se utilizan de manera apropiada los recursos materiales para una comunicación institucional ágil?

Cuadro No.5 Utilización de los recursos materiales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	22	48,89
NO	23	51,11
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

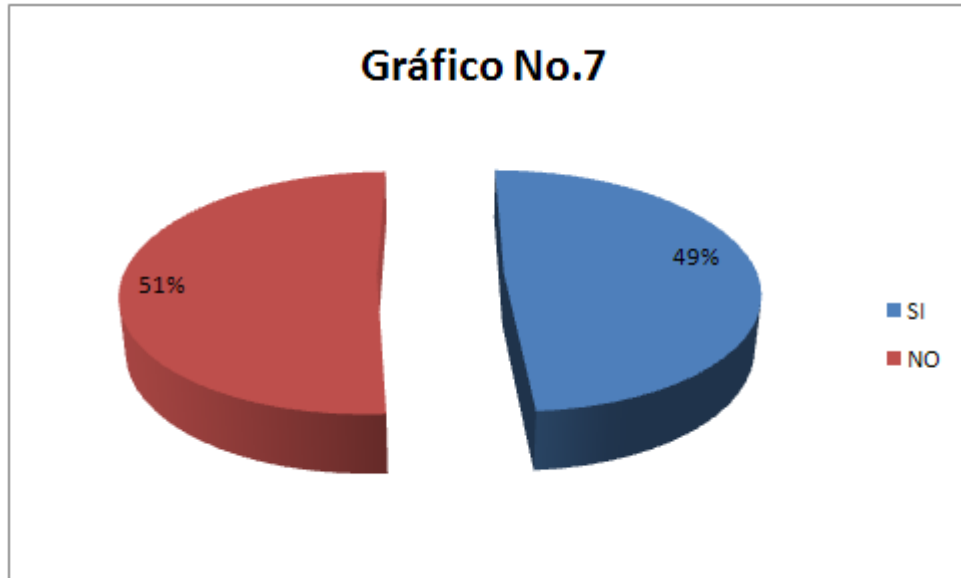


Gráfico No.7: Utilización de los recursos materiales

Análisis.- El 51,11 % del Personal Administrativo, contestan que no utilizan los recursos materiales adecuados. El 48,89% contestan que si utilizan los recursos materiales.

Interpretación.- La mayoría del Personal Administrativo confirma que no son utilizados adecuadamente los recursos materiales lo que se deduce que existe un déficit en la utilización de recursos materiales.

Pregunta No. 2

2.- ¿En la Facultad existe una comunicación interna oportuna?

Cuadro No.6 Comunicación interna oportuna

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	77,78
NO	10	22,22
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

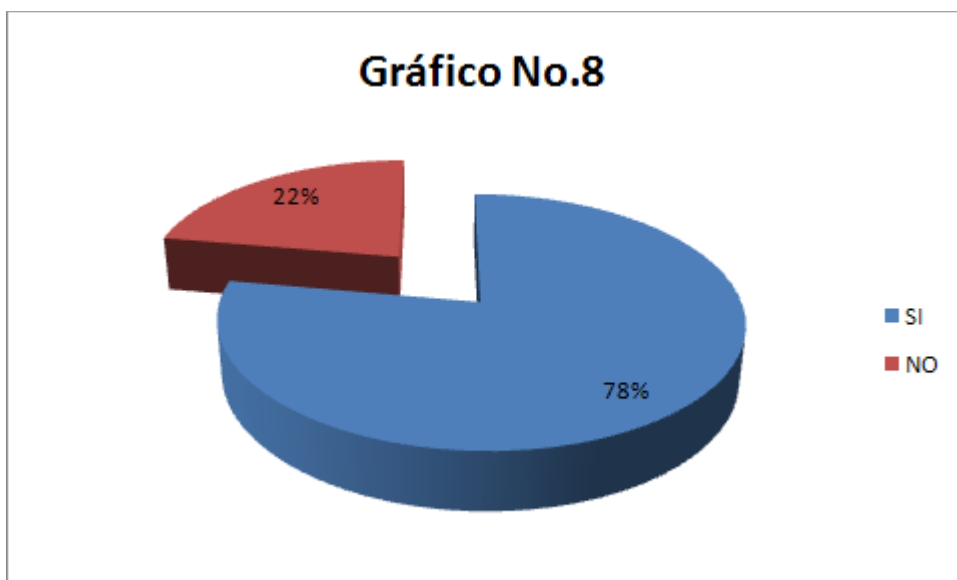


Gráfico No.8: Comunicación interna oportuna

Análisis.- El 77,78 % afirman que la comunicación interna es oportuna, el 22,22% contestan que no es oportuna.

Interpretación.- La mayoría del Personal Administrativo expresan que en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación existe una comunicación interna oportuna.

Pregunta No. 3

3.- ¿Existe una normativa clara para los procesos de comunicación en la Facultad?

Cuadro No.7 Normativa para los procesos de comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0
NO	45	100
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda



Gráfico No.9: Normativa para los procesos de comunicación

Análisis.- Para el 100 % del Personal Administrativo encuestado manifiesta que la Facultad no cuenta con un normativo para los procesos de comunicación.

Interpretación.- Se evidencia que no existe un normativo para los procesos de comunicación, no permite que el administrativo posibilite actuar en forma coordinada y mejore el desempeño y calidad en el trabajo.

Pregunta No. 4

4.- ¿Existe en la Facultad una comunicación institucional que permita tratar con confianza y libertad para discutir problemas del trabajo?

Cuadro No.8 Comunicación institucional para tratar con confianza y libertad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	22,22
NO	35	77.78
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

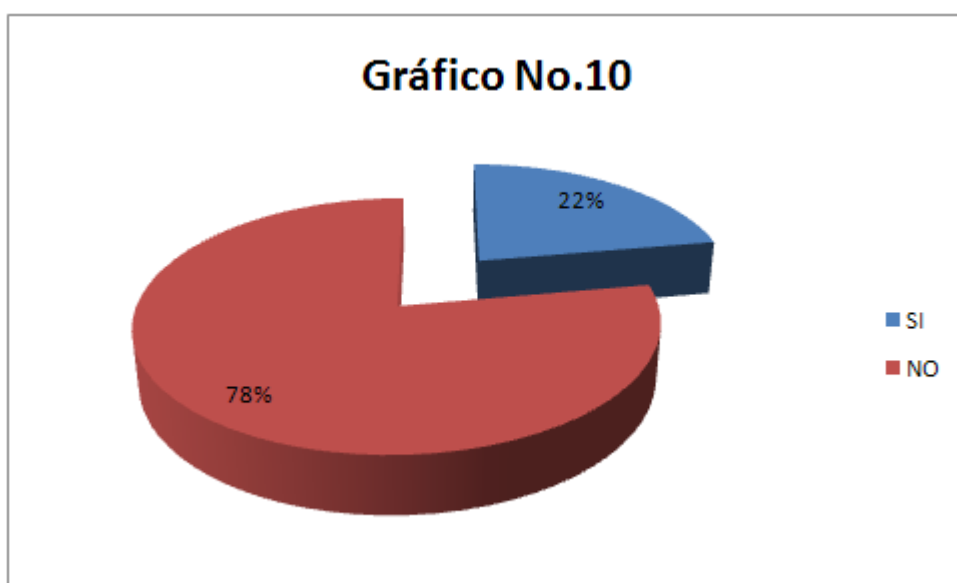


Gráfico No.10: Comunicación institucional para tratar con confianza y libertad

Análisis.- El 77,78 % del Personal Administrativo encuestado indica que no existe una comunicación institucional que permita tratar con confianza y libertad problemas del trabajo. El 22,22% manifiestan si existe.

Interpretación.- Esto permite obtener un criterio preocupante por la falta de confianza y libertad para tratar los problemas, necesitando un mecanismo para dar solución a los mismos.

Pregunta No.5

5.- ¿La comunicación institucional de la Facultad está debidamente planificada?

Cuadro No.9 Comunicación institucional planificada

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	26.67
NO	33	73.33
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

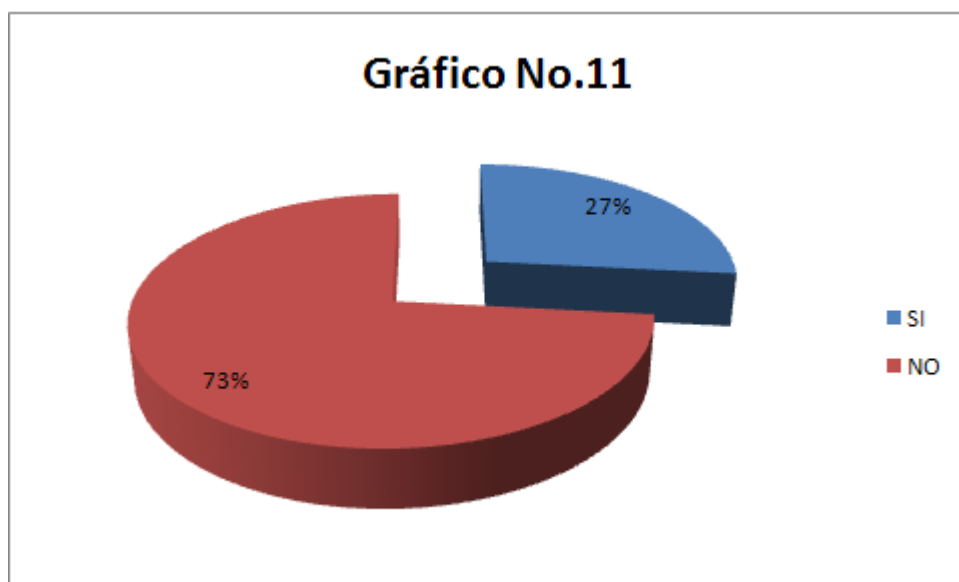


Gráfico No.11: Comunicación institucional planificada

Análisis.- El 73,33 % del Personal Administrativo, contesta que no existe una comunicación institucional debidamente planificada. El 26,67% contesta que si planifica.

Interpretación.- La mayoría del Personal Administrativo coincide en que la comunicación institucional de la Facultad, no está debidamente planificada lo que hace necesario la implantación de una comunicación institucional que esté debidamente planificada de acuerdo a las necesidades existentes.

Pregunta No.6

6.- ¿Existe en la Facultad un departamento o área especializada en comunicación institucional?

Cuadro No.10 Departamento de comunicación institucional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0
NO	45	100
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda



Gráfico No.12: Departamento de comunicación institucional

Análisis.- El 100% del Personal Administrativo encuestado, contestan que no existe un departamento o área especializada en comunicación institucional.

Interpretación.- La información proporcionada nos indica que se debe crear un departamento especializado en esta área, para conseguir cambios esenciales en la comunicación de la Facultad

Pregunta No.7

7.- ¿La comunicación institucional de la Facultad cuenta con el presupuesto suficiente?

Cuadro No.11 Presupuesto para la comunicación institucional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0
NO	45	100
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

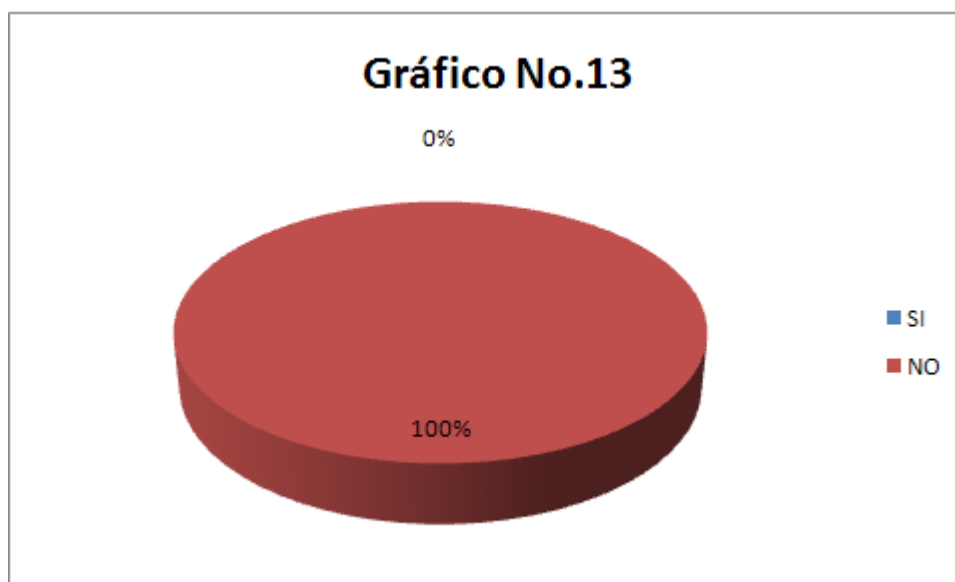


Gráfico No.13: Presupuesto para la comunicación institucional

Análisis.- El 100% del Personal Administrativo encuestado, manifiesta que la comunicación institucional de la Facultad no cuenta con el presupuesto suficiente.

Interpretación.- Se evidencia que no se cuenta con el presupuesto suficiente, lo que no permite lograr que no se desarrolle de manera adecuada y oportuna las actividades diarias en forma efectiva.

Pregunta No.8

8.- ¿La comunicación institucional de la Facultad cuenta con el número de personal suficiente para el traslado de la correspondencia de forma oportuna?

Cuadro No.12 Personal suficiente para la comunicación institucional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	26.67
NO	33	73.33
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

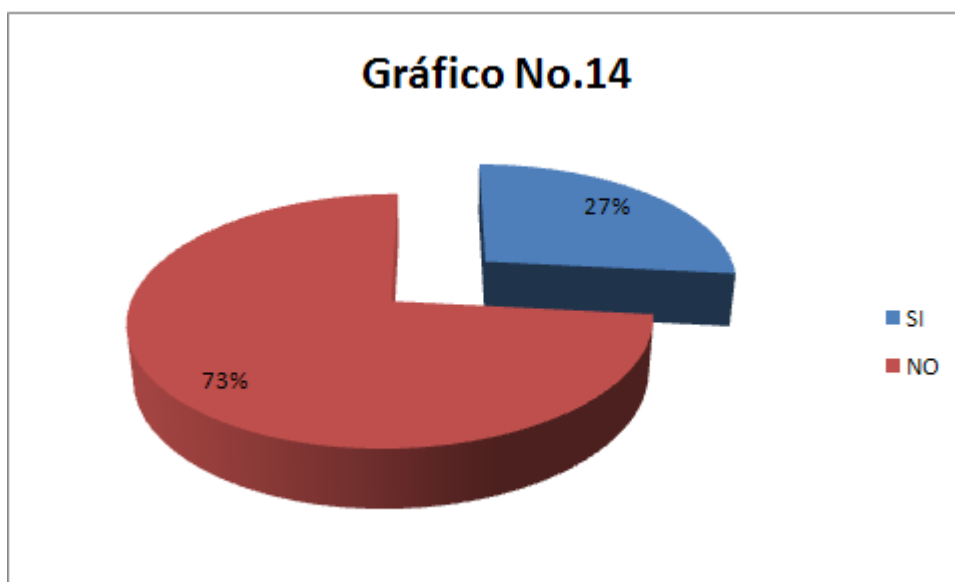


Gráfico No.14: Personal suficiente para la comunicación institucional

Análisis.-El 73,33% del Personal Administrativo encuestado, señala que la comunicación institucional de la Facultad no cuenta con el número de personal suficiente. El 26,67% señala que si cuenta con el número de personal suficiente.

Interpretación.-La encuesta revela que un porcentaje significativo de los administrativos considera que no existe el número suficiente de personal para trasladar oportunamente las comunicaciones.

Pregunta No.9

9.- ¿En la Facultad existe un proceso de evaluación que permita verificar el cumplimiento adecuado de la comunicación institucional?

Cuadro No.13Proceso de evaluación para la comunicación institucional

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0
NO	45	100
TOTAL	45	100

Fuente:Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

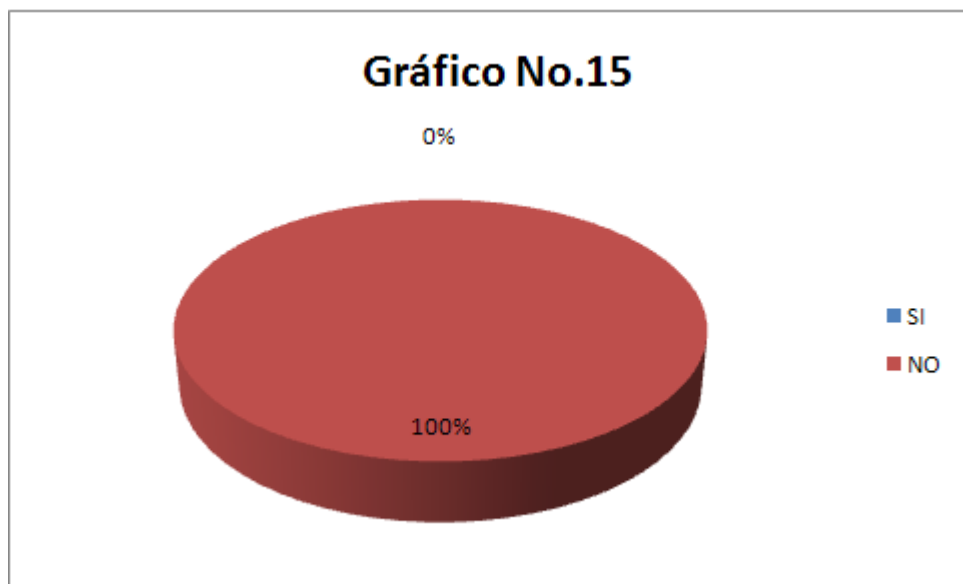


Gráfico No.15: Proceso de evaluación para la comunicación institucional

Análisis.- El 100% del Personal Administrativo encuestado contesta que no existe un proceso de evaluación que permita verificar el cumplimiento adecuado de la comunicación institucional.

Interpretación.- El total del Personal Administrativo afirma que no existe un proceso de evaluación, lo que demuestra que es primordial implementar un proceso de seguimiento al cumplimiento de la comunicación institucional.

Pregunta No.10

10.- ¿En la Facultad se utilizan eficazmente los recursos tecnológicos para la comunicación institucional?

Cuadro No.14 Recursos Tecnológicos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	26.67
NO	33	73.33
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

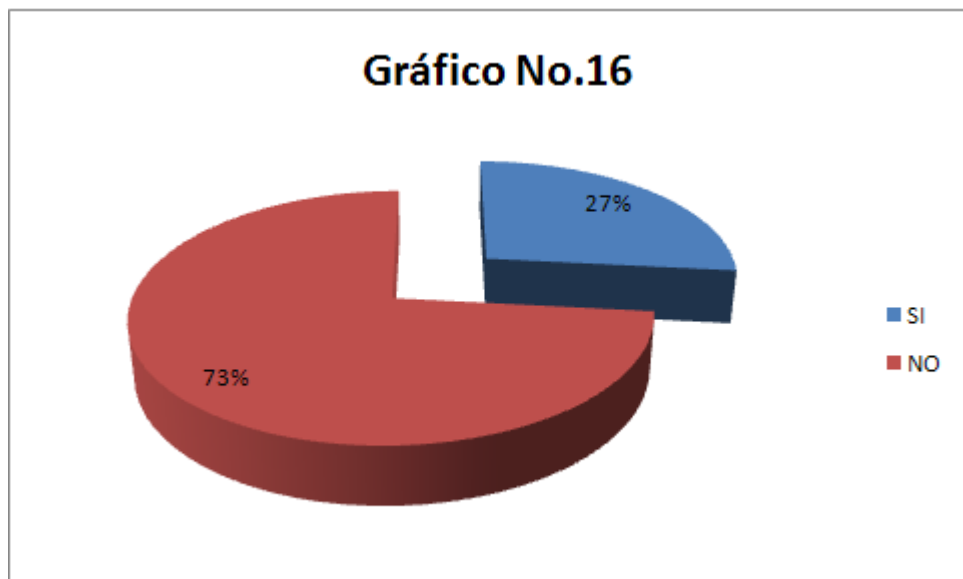


Gráfico No.16: Recursos Tecnológicos

Análisis.- El 73,33% del Personal Administrativo encuestado, contesta que no se utiliza los recursos tecnológicos eficazmente. El 26,67% contesta que si utilizan.

Interpretación.- La mayoría del Personal Administrativo no utilizan en forma eficaz los recursos tecnológicos para la comunicación institucional, lo que evidencia que se requiere un aprendizaje activo que facilite el manejo de los mismos.

4.2. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta aplicada al Personal Docente y Personal Administrativo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

Pregunta No.1

1.- ¿Usted recibe directrices oportunas para la realización de su trabajo académico?

Cuadro No.15 Directrices para el Trabajo Académico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	88.89
NO	5	11.11
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Docente de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

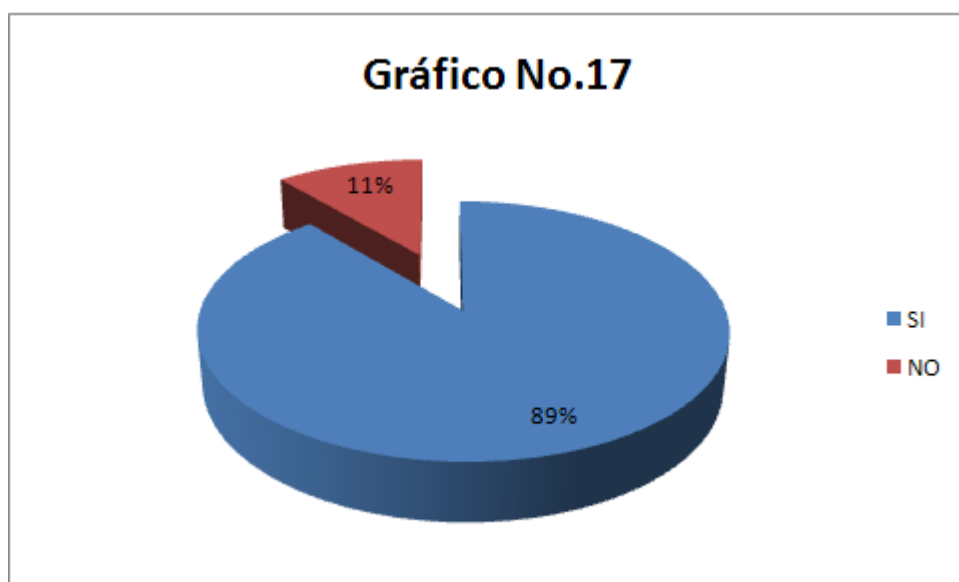


Gráfico No.17: Directrices para el trabajo académico

Análisis.- El 88,89% del Personal Docente encuestado contesta que si reciben directrices oportunas para la realización de su trabajo académico, el 11,11% contesta que no.

Interpretación.- Sepuede concluir que el Personal Docente recibe sus directrices oportunamente cumpliendo su trabajo académico en forma profesional.

Pregunta No.2

2.- ¿Existe una integración adecuada entre las autoridades y personal docente para alcanzar mejores resultados en el desempeño académico?

Cuadro No.16 Integración entre Autoridades y Personal Docente

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	10	22.22
NO	35	77.78
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Docente de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

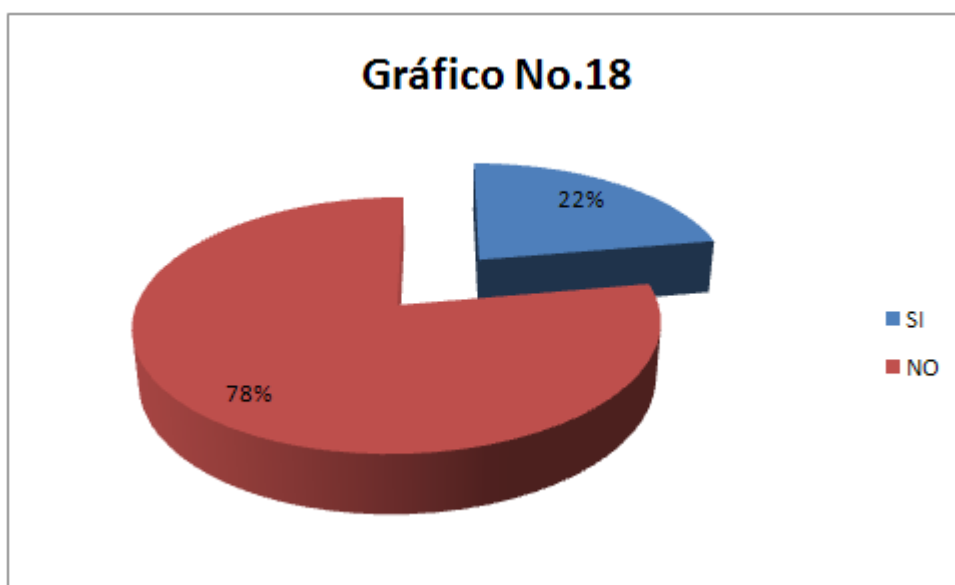


Gráfico No.18: Integración entre Autoridades y Personal Docente

Análisis.- El 77,78% del Personal Docente encuestado, señala que no existe una integración adecuada entre las Autoridades y Personal Docente, el 22,22% señala que si.

Interpretación.- Podemos deducir que las Autoridades y el Personal Docente no mantienen una comunicación institucional adecuada, lo que conlleva que no se concluya las metas planteadas en la Facultad.

Pregunta No.3

3.- ¿Usted desarrolla en forma oportuna la planificación de los módulos?

Cuadro No.17Planificación de módulos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	100
NO	0	0
TOTAL	45	100

Fuente:Personal Docente de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

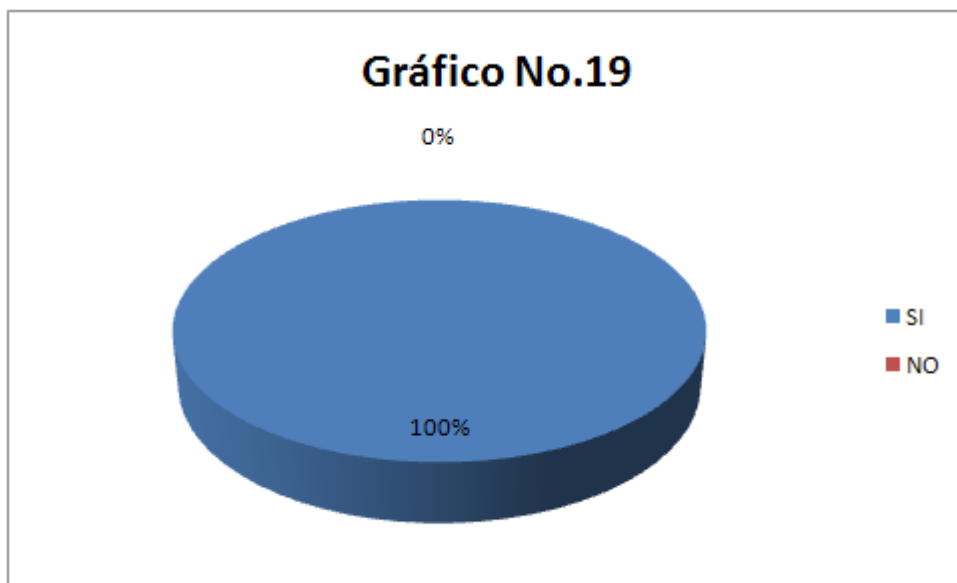


Gráfico No.19: Planificación de módulos

Análisis.-El 100% del Personal docente contesta positivamente.

Interpretación.-Existe un desarrollo oportuno en la planificación de los módulos, lo que responde que el nivel académico sea satisfactorio.

Pregunta No.4

4.- ¿Usted asiste puntualmente a las reuniones convocadas?

Cuadro No.18 Reuniones convocadas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	100
NO	0	0
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Docente de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda



Gráfico No.20: Reuniones convocadas

Análisis.- El 100% del Personal Docente está de acuerdo que asisten puntualmente a las reuniones convocadas.

Interpretación.- Con los datos obtenidos permite afirmar que existe la predisposición de los docentes para asistir puntualmente a las reuniones convocadas por la Facultad.

Pregunta No.5

5.- ¿Usted cumple con las tareas asignadas en las horas complementarias?

Cuadro No.19 Horas Complementarias

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	30	66.67
NO	15	33.33
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Docente de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

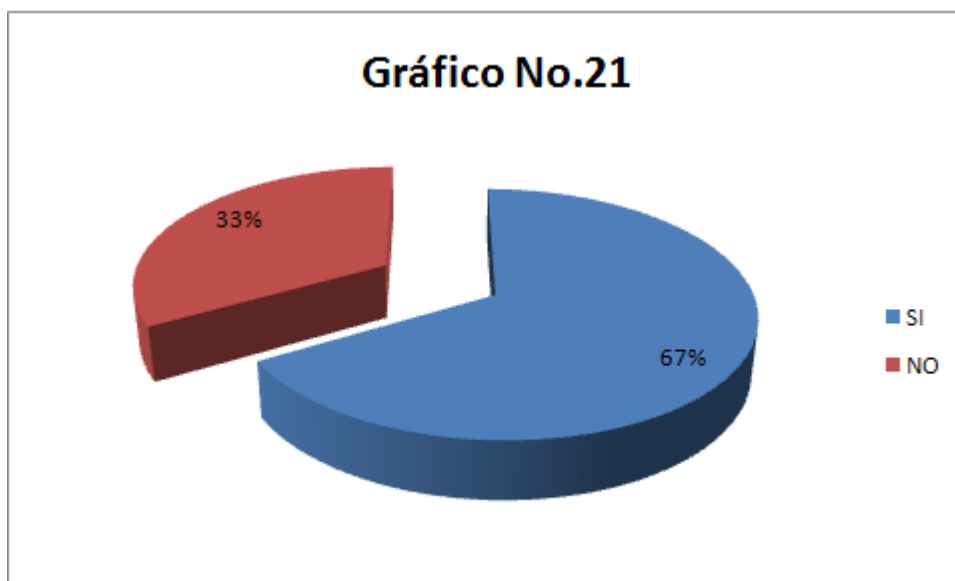


Gráfico No.21: Horas complementarias

Análisis.-El 66,67% del Personal Docente encuestado, contesta que si cumplen con las horas complementarias asignadas, el 33,33% contesta que no.

Interpretación.-Nos permite deducir que el Personal Docente cumple con las tareas asignadas en las horas complementarias, consolidando de esta manera el proceso de enseñanza aprendizaje.

Pregunta No.6

6.- ¿Existe una integración adecuada entre las autoridades y personal administrativo para alcanzar mejores resultados en el desempeño administrativo?

Cuadro No.20 Integración entre Autoridades y Personal Administrativo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	23	51.11
NO	22	48.89
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

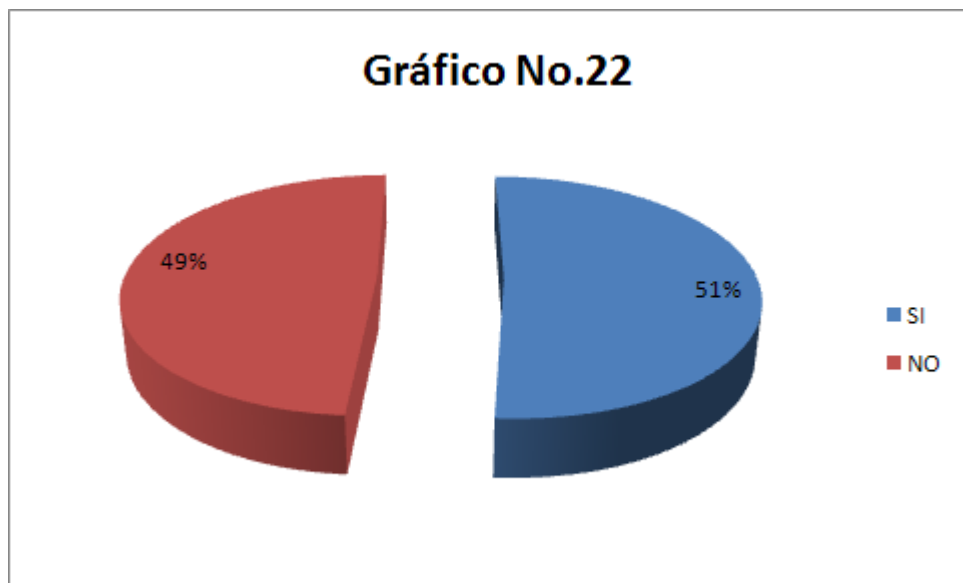


Gráfico No.22: Integración entre Autoridades y Personal Administrativo

Análisis.- El 51,11% del Personal Administrativo encuestado, considera que existe una integración entre Autoridades y Personal Administrativo. El 48,89% dice que no.

Interpretación.- Se puede deducir que las Autoridades y el Personal Administrativo mantienen una limitada integración, lo que no favorece al desarrollo como Facultad.

Pregunta No.7

7.- ¿Existe un clima de respeto entre el personal administrativo?

Cuadro No.21 Clima de respeto entre el Personal Administrativo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	45	100
NO	0	0
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda



Gráfico No.23: Clima de respeto entre el Personal Administrativo

Análisis.-El 100% del Personal Administrativo encuestado afirma que si existe un clima de respeto.

Interpretación.-Podemos deducir que el Personal Administrativo mantiene un clima de respeto, lo que beneficia a la Facultad para el desarrollo mancomunado.

Pregunta No.8

8.- ¿Se fomenta espacios para escuchar las inquietudes y sugerencias del personal administrativo de la Facultad?

Cuadro No.22 Escuchar las inquietudes y sugerencias del personal administrativo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	12	26.67
NO	33	73.33
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

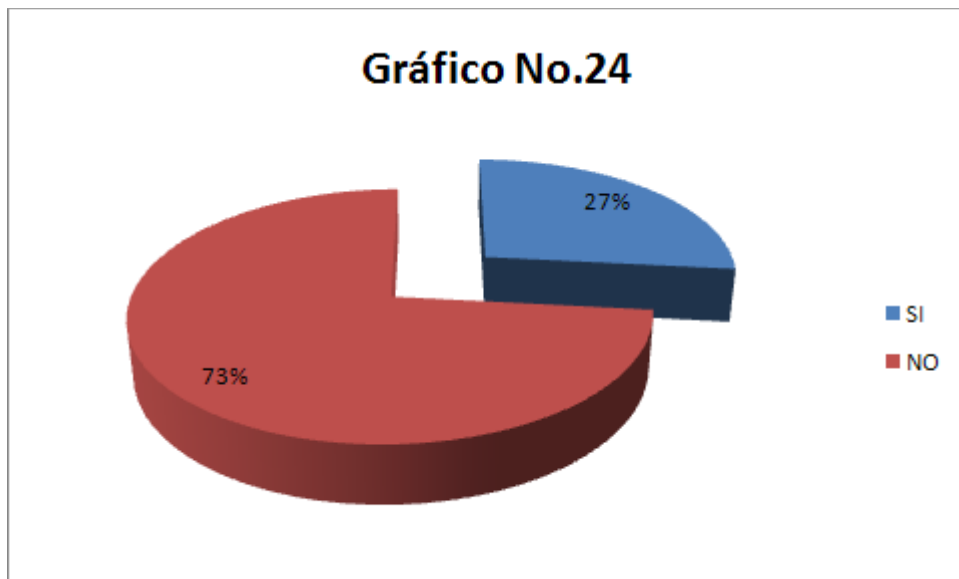


Gráfico No.24: Escuchar las inquietudes y sugerencias del personal administrativo

Análisis.- El 73,33% del Personal Administrativo encuestado, considera que no existen espacios para escuchar las inquietudes y sugerencias. El 26,67% dice que si.

Interpretación.- La mayoría del Personal Administrativo manifiesta que no existen espacios para escuchar las inquietudes y sugerencias, lo que perjudica el entorno del trabajo.

Pregunta No.9

9.- ¿Se muestra actitudes constructivas y asertivas en las relaciones con el personal administrativo de la Facultad?

Cuadro No.23 Actitudes Constructivas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	22	48.89
NO	23	51.11
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

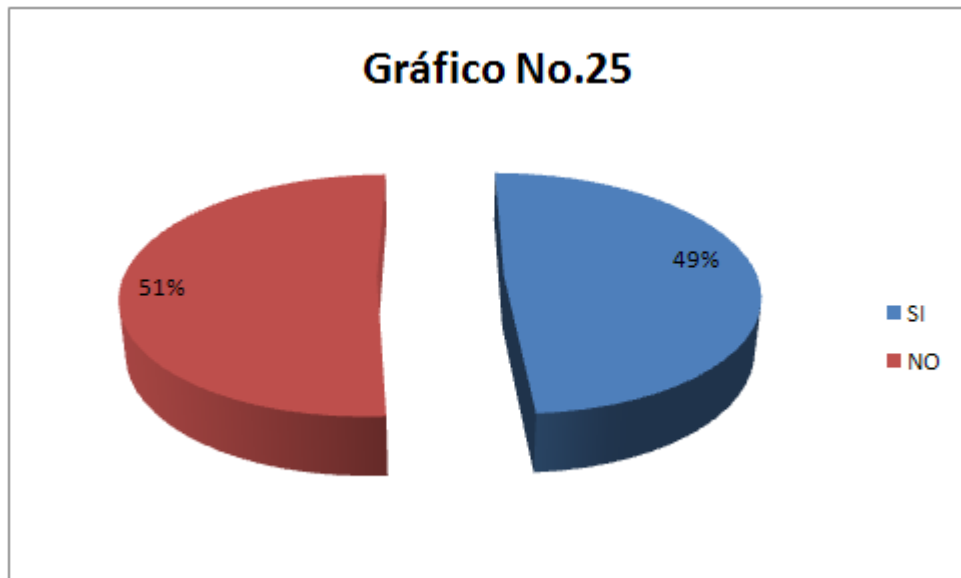


Gráfico No.25: Actitudes Constructivas

Análisis.- El 51,11% del Personal Administrativo encuestado contesta que no se muestran actitudes constructivas y asertivas, el 48,89% contestan que si.

Interpretación.- La mitad del Personal Administrativo encuestado considera que no se evidencian actitudes constructivas y asertivas, lo que impide se de un cambio actitudinal positivo.

Pregunta No.10

10.- ¿Se demuestra comprensión hacia los problemas que afectan al personal administrativo de la Facultad?

Cuadro No.24Comprensión a los problemas del personal administrativo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	28.89
NO	32	71.11
TOTAL	45	100

Fuente:Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

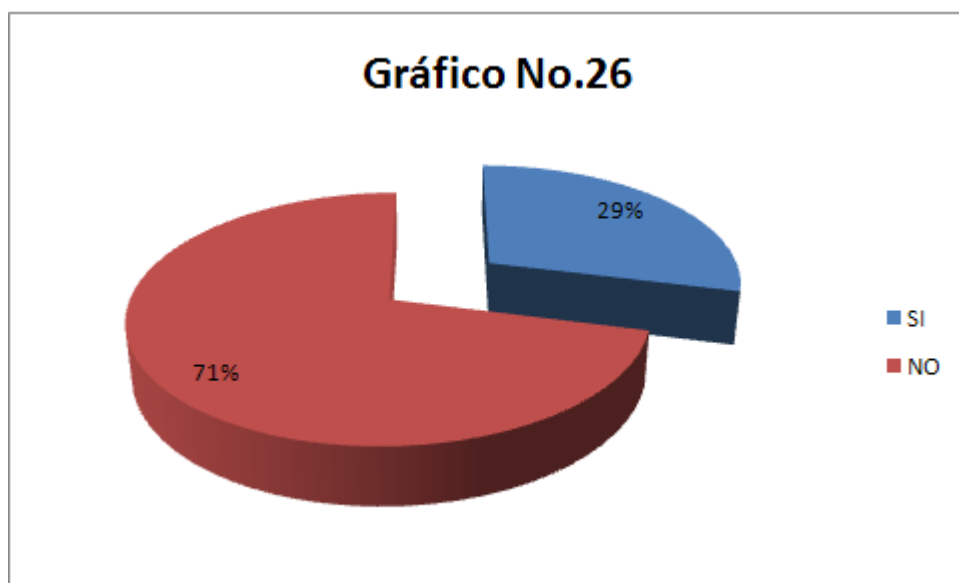


Gráfico No.26: Comprensión a los problemas del personal administrativo

Análisis.-El 71,11% del Personal Administrativo encuestado señala que no se demuestra comprensión hacia los problemas que afectan, el 28,89% señala que si se demuestra comprensión a los problemas.

Interpretación.- Un porcentaje representativo del Personal Administrativo está de acuerdo en que no existe una actitud adecuada respecto de sus problemas, lo que puede perjudicar el desempeño laboral y por ello es importante proponer y solucionar dicha situación para promover la productividad administrativa.

Pregunta No.11

11.- ¿Existe en la Facultad una Comunicación Institucional que incide en el trabajo Académico-Administrativo?

Cuadro No.25 Comunicación Institucional-Trabajo Académico Administrativo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	35	77.78
NO	10	22.22
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Docente de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

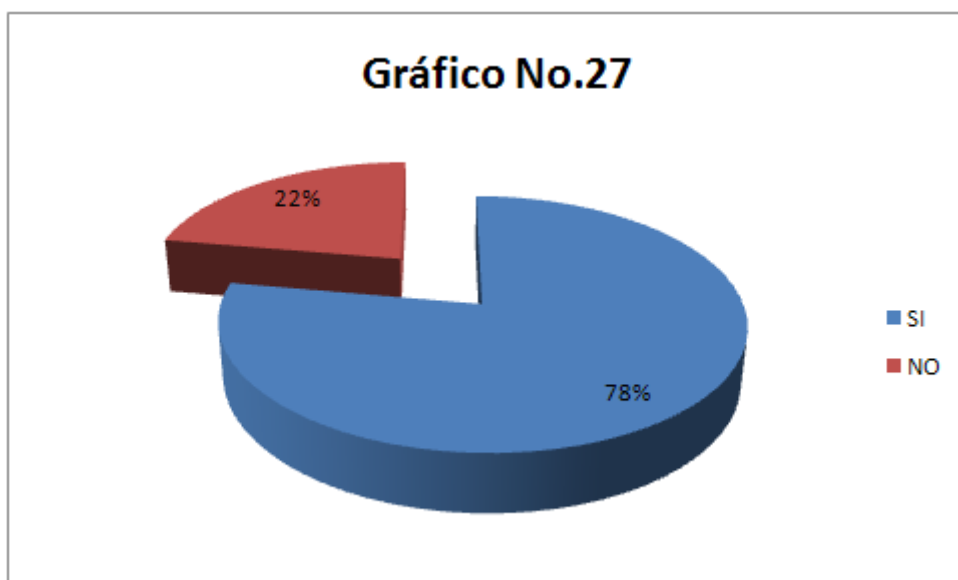


Gráfico No.27: Comunicación Institucional-Trabajo Académico Administrativo

Análisis.- El 77,78 %del Personal Docente afirma que la comunicación institucional incide en el Trabajo Académico Administrativo, el 22,22% contesta que no incide.

Interpretación.- La mayoría delPersonal Docenteexpresa que en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación existe una comunicación institucionalque incide en el trabajo académico administrativo.

Pregunta No.12

12.- ¿Existe en la Facultad una Comunicación Institucional que incide en el trabajo Académico-Administrativo?

Cuadro No.26 Comunicación Institucional-Trabajo Académico Administrativo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	40	88.89
NO	5	11.11
TOTAL	45	100

Fuente: Personal Administrativo de la F.C.H.E.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda

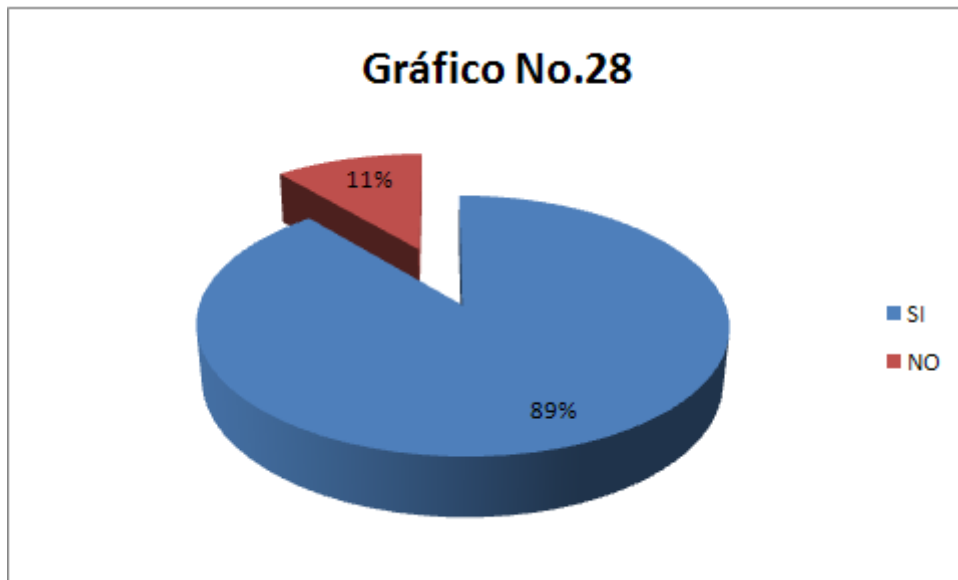


Gráfico No.28: Comunicación Institucional-Trabajo Académico Administrativo

Análisis.- El 88,89 %del Personal Administrativo afirma que la comunicación institucionalincide en el Trabajo Académico Administrativo, el 11,11% contesta que no incide.

Interpretación.- La mayoría delPersonal Administrativo expresa que en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación existe una comunicación institucional que incide en el trabajo académico administrativo.

4.3. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

Planteamiento de Hipótesis:

H₀ = La comunicación institucional incidirá en forma positiva en el trabajo académico administrativo.

H₁= La comunicación institucional incidirá en forma negativa en el trabajo académico administrativo.

	Pregunta 11
SI	35
NO	10
Total	45

Nivel de Significación.

$\alpha=0.05$

gl: $(c-1)(h-1) \longrightarrow (2-1)(4-1) = 3$

Al nivel de significación de 0.05 y a tres (3) grados de libertad (gl) el valor de Chi-cuadrado a tabular es de 3.84

Encuestados	Si incide	No incide	TOTAL
Docentes	35	10	45
Empleados	40	5	45
TOTAL	75	15	90

Regla de decisión.

Se acepta la hipótesis nula si el valor de Chi-cuadrado a calcularse es igual o menor a 3.84, caso contrario se rechaza y se acepta la hipótesis alterna.

Estimador Estadístico.

$$X^2 = \sum \left[\frac{O^2}{E} \right]$$

En donde:

X^2 = Chi-cuadrado

Σ = Sumatoria

O = Frecuencia observada

E = Frecuencia esperada o teórica

$$E = 75 \cdot 45 / 90 = 37,5$$

$$E = 75 \cdot 45 / 90 = 37,5$$

$$E = 15 \cdot 45 / 90 = 7,5$$

$$E = 15 \cdot 45 / 90 = 7,5$$

O	E	(O-E)²/E
35	37,5	0,17
40	37,5	0,17
10	7,5	0,83
5	7,5	0,83
TOTAL		2,00

El análisis e interpretación de resultados obtenidos a través de las diferentes encuestas realizadas a docentes y empleados, permitió comprobar que la idea a defender planteada para el desarrollo de la investigación es verídica. Pues los resultados que se obtuvieron ofrecen un marco teórico de coherencia de la realidad institucional en cuanto a la utilización de la comunicación institucional que es muy limitado, y la urgencia de implementar un departamento o área especializada en comunicación institucional.

De acuerdo al estimador estadístico Chi cuadrado de la encuesta aplicada el valor de X^2 es de 2 y de acuerdo a lo establecido se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula, es decir la comunicación institucional incidirá en forma positiva de acuerdo al nivel de significación y regla de decisión.

Por la tanto la comunicación institucional ayudaría a tener un mejor proceso comunicacional en la Facultad, lo que significa satisfacer las necesidades académicas y administrativas y fortalecer en la construcción de una Facultad de excelencia.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El nivel de comunicación institucional de la Facultad de Ciencias Humanas y de a Educación es bajo, porque los procesos de comunicación no se utilizan de manera apropiada, por lo que es necesario señalar que la comunicación institucional pretende vincular su entorno institucional junto con el contexto y significado de los mensajes, y se debe aceptar su importancia y trascendencia, además de la relación directa que tiene con los docentes, empleados y en sí, con la comunicación de la Facultad. Ahora se busca el desplazamiento de los contenidos del mensaje desde el objeto hacia el sujeto de la comunicación, sino que es esencial que se detecten como tales por parte del emisor, y que de manera rápida, eficaz y certera se transmitan y sean visibles ante sus consumidores y el público en general.
- El desempeño en el trabajo académico es medio, porque la comunicación institucional, conjuntamente como la comunicación social y sus medios, pasan de ser una simple táctica complementaria de la producción para ser

ahora parte estratégica del desarrollo; difundir el conocimiento a la esferas externas a la comunidad académica es actividad cada vez más presente en las instituciones de enseñanza- aprendizaje, investigación y extensión, y el texto correspondiente a esa práctica tiene característica propia sin abandonar la mayor parte de los criterios de científicidad. La recuperación del conocimiento es otra finalidad del texto académico, con bastante frecuencia, parcelas significativas del conocimiento caen en el olvido de las comunidades y de las personas; la recuperación y mantenimiento activo de la mayor diversidad de saberes es finalidad importante de actividades científicas objeto de la transformación.

- El desempeño en el trabajo administrativo es medio, porque la comunicación institucional no es una parte simple dentro del proceso administrativo, por el contrario, es un aspecto complejo que a su vez está compuesto por diversos elementos que conjuntamente forman una imagen de la institución que le ayuda a proyectarse tanto dentro como fuera de la Universidad.
- En la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, la inexistencia de un departamento de comunicación institucional; incide en tener barreras comunicacionales, impidiendo que la información llegue a cuantos deberían recibirla y produce una reacción indebida en las relaciones de trabajo. Ahora se busca el involucramiento directo del docente y de los empleados, en donde haya participación constante de los consumidores y que así, la imagen de nuestra Facultad crezca, sea favorable y demuestre exactamente todo lo que la institución es.

5.2. Recomendaciones

- Se debe promover un adecuado nivel de comunicación en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación a través de un adecuado proceso comunicacional a fin de fomentar nuestra comunicación institucional, teniendo en cuenta que cada vez somos más y que los canales proliferan a una velocidad vertiginosa. El trato directo, el correo tradicional, Internet, los medios de comunicación... Haberme puesto en el lugar de mi interlocutor y hablar su misma lengua me dará la pista para hacerle llegar mi mensaje. Cada minuto se incrementa el bombardeo de información al que se encuentra sometida la sociedad. Sólo nos queda confiar en que transmitimos una información interesante para quien le puede resultar de utilidad y por el canal que considera más fiable y atractivo.
- Fortalecer la comunicación institucional de la Facultad para mantener y mejorar el desempeño en el trabajo académico de los docentes e implementar una sola estrategia, concebida desde la alta gerencia, integrando las dos dimensiones, parece ser el primer paso hacia una comunicación interna efectiva. Y la vanguardia de la institución lo empieza a demostrar: ya hay directivos que implementan estrategias de comunicación en varias dimensiones, con modelos de gestión que aseguran un impacto muy favorable en el mismo.

- Incentivar el desempeño en el trabajo administrativo de la Facultad y las Autoridades deben comprometerse en la filosofía y el comportamiento, con la noción de que comunicarse con los empleados es esencial para lograr las metas de la institución. Las Autoridades son los responsables de mantener unas redes de comunicación efectiva por lo que debe tener en mente ciertos aspectos:
 - Utilizar canales adecuados para transmitir mensajes.
 - Comprender que con buena comunicación cada empleado/a logrará entender su papel dentro de la unidad de trabajo y se motivará para realizar mejor su trabajo.
 - Escuchar los intereses de todos.
 - Aprender y aceptar nuevas ideas de todos.
 - La eficiencia de un grupo depende de cuán satisfactoria sea la comunicación.
 - La existencia de un buen flujo de información e ideas disminuyen el surgimiento de los problemas.
 - Mantener a los empleados informados acerca de decisiones y acciones que toma la administración, esto crea en los individuos un sentido de pertenencia y mucha motivación.
 - Dar confianza y valor a los empleados para comunicar malas noticias.

- En la Facultad se debe implementar un departamento o área especializada en comunicación institucional, teniendo como principales funciones el asesoramiento, comunicación interna, comunicación externa y gestión de crisis. Y como objetivo brindar herramientas comunicativas al personal docente y administrativo; llevando mensajes estratégicos de la organización hacia todos los rincones de la misma, los medios escritos son su fuerte que le permitirán emitir estos mensajes de manera unívoca, masiva, simultánea y rápida.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA

TEMA

“Creación de un Departamento de Comunicación Institucional en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato”

6.1. DATOS INFORMATIVOS

Nombre de la Institución:	Universidad Técnica de Ambato
Facultad:	Ciencias Humanas y de la Educación
Provincia:	Tungurahua
Cantón:	Ambato
Parroquia:	Huachi Chico
Zona:	Urbana
Dirección:	Avenida Los Chasquis y Rio Guayllabamba
Responsables de la Ejecución:	Autoridades de la Facultad
Beneficiarios:	Docentes y Empleados de la Facultad
Financiamiento:	Presupuesto Institucional

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

El caso de la Facultad es especial, ya que gran parte de sus comunicaciones internas deben también ser externas, a los efectos de construir su imagen, desde este trabajo se promueve la apertura de sus contenidos a la sociedad, en forma proactiva y eficiente, gestionando el conocimiento que genera a diario desde su misión educativa e integrando sus acciones al circuito social del que forma parte la organización.

La Comunicación Institucional constituye la función en el trabajo administrativo, ya que permite evaluar las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización, y ejecuta programas de acción y comunicación para ganar la comprensión y aceptación del público. Con el fin de que se de una buena imagen a la Facultad e interfiera a través de los sentidos en sus respectivos públicos para lograr la obtención de mejores posibilidades para competir y obtener mejores resultados.

A la falta de comunicación se propone la construcción de un departamento que funcione como punto de partida para el desarrollo comunicacional institucional universitario. El departamento no diferencia entre la gestión de las comunicaciones internas y externas, porque entiende que, desde su misión institucional, es obligación de la Facultad compartir el conocimiento que genera con toda la sociedad, en una dinámica de retroalimentación constante; además de su concepto de rentabilidad social y de prestigio obliga a la Facultad a compartir su información.

6.3. JUSTIFICACIÓN

En la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación el nivel de comunicación tiene que articular las diferentes acciones de comunicación en el ámbito interno y externo. En lo interno debe darse una articulación de la comunicación de los diferentes actores (docentes y no docentes, empleados y estudiantes), en lo externo la organización comunica las acciones que se realizan en función de cumplir los objetivos para lo que fue creada.

El desempeño en el trabajo académico permite actividades en el desarrollo de la ciencia, la tecnología y el arte de la Facultad, hacen urgente su promoción y divulgación, apoyadas en unas Políticas de Comunicación que planifiquen los mensajes, diseñen estrategias de divulgación, seleccionen los medios apropiados, con la habilidad de buscar y procesar la información, para que la gestión comunicacional tenga éxito. Todo ello canalizado a través del Departamento de Comunicación Institucional, y coordinado por el Decanato de la Facultad.

La comunicación institucional constituye por tanto un pilar que permite al trabajo administrativo el logro de todos los objetivos de la Facultad. Constituye herramienta fundamental de la planeación, ejecución y posterior control de las estrategias administrativas, de la retroalimentación de las fallas y de la prevención de las mismas.

La implementación del Departamento de Comunicación Institucional tiene como misión generar información y difundir las actividades que suceden en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, así también establecer vínculos inter-institucionales entre los diversos organismos, empresas e instituciones de nuestro medio, a fin de brindar el potencial científico y técnico que posee nuestra casa de altos estudios.

6.4. OBJETIVOS

Objetivo General

- Creación del departamento de Comunicación Institucional en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato”

Objetivos Específicos

- Propiciar canales de comunicación interna idóneos para facilitar el trabajo en equipo.
- Fortalecer las buenas relaciones de la institución con otras entidades y personas a fin de conseguir apoyo, alianzas y otros beneficios que abonen a la buena imagen y desempeño Académico Administrativo.
- Mantener adecuados canales de comunicación externa.

6.5. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Política.

La propuesta se puede aplicar porque se cuenta con la aceptación de las autoridades de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, su colaboración para ejecutarla, la participación operativa y la disposición de los docentes y empleados de la Facultad.

Se ha puesto de manifiesto el interés de las autoridades en las instancias indicadas para conocer la propuesta y aceptarla, como es evidente a través de las encuestas realizadas la disposición de docentes y empleados para involucrarse en la importancia de la cultura y la comunicación institucional.

Económica.

De lo expuesto se desprende que la propuesta es factible de realizar dado lo siguiente:

- Amplia fundamentación teórica.
- Disponibilidad de tiempo.
- Disponibilidad de recursos.
- Disponibilidad de espacio físico.

Equidad de Género.

La comunicación institucional aporta para mejorar la situación y posición de los hombres y mujeres en nuestra comunidad universitaria, a través de visibilizar su aporte en todos los ámbitos de la vida, como sujetos de ciudadanía, difundiendo mensajes que favorezcan la construcción de una sociedad con equidad de género, justicia y paz para todas las personas. La comunicación institucional con equidad de género promueve iniciativas lideradas por hombres y mujeres para enfrentar su situación, marginación socio-económica. La comunicación con enfoque cultural y de equidad de género, recupera y visibiliza historias, trabajos, sueños, miedos y deseos de los hombres y mujeres siempre anónimos para devolverles la posibilidad de una utopía que permita su empoderamiento en todas las dimensiones de la vida.

Social.

La comunicación no está en los medios sino en las personas. Propiamente hablando, nadie se comunica con un televisor o con un ordenador. Este es una máquina que memoriza y controla informaciones, pero no siente ni padece. Es sólo un instrumento que se interpole entre una persona o grupo que está delante y otra persona o grupo está detrás. La comunicación institucional sólo es posible entre personas. Los medios son sólo medios.

Organizacional.

El papel de la comunicación institucional en las organizaciones de la sociedad civil es muy complejo, requiere de una visión estratégica y un manejo profesional, para lo cual la institución tiene la capacidad para determinar las políticas de comunicación que le permitan coordinar la diversidad de acciones y estrategias, de manera intencionada con la finalidad de que esta coadyuve al logro de sus objetivos institucionales.

6.6. FUNDAMENTACIÓN

La Comunicación

Concepto de Comunicación

La palabra Comunicación proviene del latín communis que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego (el de Koinoonia) que significa a la vez comunicación y comunidad. También en castellano el radical común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre "comunicarse" y "estar en comunidad". En pocas palabras, se "está en comunidad" porque "se pone algo en común" a través de la "comunicación".

John Fiske (1982) define a la comunicación como una "interacción social por medio de mensajes". Por su parte, Antonio Pasquali (1978) afirma que "la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social". Para Pasquali el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia. Luego de un gran esfuerzo de

abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación como:

"La relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la responsabilidad social del hombre".

Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo.

Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos Fernández (1.999).

En cuanto a su propósito, Aristóteles en sus tiempos deja muy claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista. Berlo (1979), afirma que nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente a otras personas. De igual modo afirma que " nuestro fin básico (al comunicarnos) es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea".

Proceso de comunicación y sus elementos o componentes básicos.

La comunicación se manifiesta por etapas sucesivas y no simultáneas o sincrónicas, motivo por el cual, una vez definida, resulta procedente describirla en sus fases o elementos constitutivos como un proceso, esto es, como fenómeno que se descompone en etapas más o menos regulares y secuenciales, teniendo en cuenta la dinámica de movimiento que relaciona los elementos entre sí en todo proceso comunicacional.

En la antigüedad personalidades como Aristóteles afirmaban la presencia de tres elementos fundamentales en la comunicación, como lo son: orador, discurso y auditorio. Hoy día se habla de: emisor, mensaje y receptor (Berlo, 1979).

A continuación se analizarán los elementos del proceso de comunicación a través de un modelo general usualmente utilizado en la última década y que se deriva de los primeros trabajos de Shannon y Weaver, así como los de Schramm.

Los elementos básicos de este modelo son:

Comunicador: La persona con ideas, intenciones, información y que tiene por objetivo el comunicarse.

Codificación: Es un proceso que convierte las ideas del comunicador en un conjunto sistemático de símbolos, en un idioma que exprese el objetivo que este persigue.

Mensaje: Es el resultado del proceso de codificación. Aquí se expresa el objetivo que persigue el comunicador y lo que espera comunicar a su destinatario.

Medio de comunicación: El medio envía el mensaje del comunicador al receptor. En una organización los medios de comunicación pudieran ser: por medio de entrevistas personales, por teléfono, por medio de reuniones de grupo, por fax, memos, carteleros, tele-conferencias, entre otros. Vale destacar que los mensajes pueden representarse también de forma no oral, por medio de posturas corporales, expresiones del rostro y movimientos de manos y ojos. Cuando la comunicación de un emisor es contradictoria (el mensaje no oral contradice al oral), el receptor suele dar más importancia al contenido no oral de la

comunicación que recibe. Este tipo de comportamiento no oral guarda relación con la capacidad de persuasión del emisor hacia su receptor.

Decodificación: Es necesario para que se complete el proceso de comunicación y para que el receptor interprete el mensaje. Los receptores interpretan (decodifican) el mensaje sobre la base de sus anteriores experiencias y marcos de referencia.

Receptor: Es la persona que recibe y decodifica el mensaje.

Retroinformación: Es la respuesta del mensaje por parte del receptor y que le permite al comunicador establecer si se ha recibido su mensaje y si ha dado lugar a la respuesta buscada. La retroinformación puede indicar la existencia de fallos en la comunicación.

Ruido: Se puede definir como cualquier factor que distorsiona la intención que perseguía el mensaje y puede producirse en todos los elementos de la comunicación.

Vale destacar que todos estos elementos son fundamentales para que se produzca la comunicación y no deben ser considerados como independientes.

Modelos de Comunicación.

La comunicación como proceso:

El interés por la comunicación ha dado como consecuencia diversidades de modelos del proceso con diferencias en cuanto a descripciones y elementos. Ninguno de ellos puede calificarse de exacto; sino que algunos serán de mayor utilidad o corresponderán más que otros en determinado momento.

Existen dos vertientes o tendencias en cuanto a modelos de comunicación, por un lado los que se centran en el proceso propiamente dicho y en la semiótica por el otro (Fiske, 1.982)

La primera vertiente es la comunicación como proceso y se centra en el proceso comunicacional desde un ángulo bastante científico y exacto; aquí el concepto central es la "transmisión de mensajes a través de un proceso eficiente" (Berlo, 1979), donde tiene gran relevancia el rol de codificadores y decodificadores que cumplen los emisores y receptores respectivamente.

La segunda vertiente parte del punto de vista semiótico, contribuye a la creación y estabilidad de valores sociales, por el mismo hecho de que se preocupa por el contenido del mensaje y sus implicaciones socioculturales en las conductas generadas en el receptor del mensaje. Dicha vertiente es de gran relevancia en esta investigación que tiene por objeto el estudio de la comunicación como medio para afrontar el cambio organizacional.

Esta tendencia que parte de la ciencia de los signos y los significados; la Semiótica, asume que la comunicación es la "...producción e intercambio de mensajes que interactúan con las personas para producir sentido" (Fiske, 1982). Desde esta óptica se toma en cuenta el impacto cultural que puede tener un texto en el individuo que actúa como receptor, puesto que se hace énfasis no en las etapas del proceso sino en conceptos como signo y/o significación.

a-Lasswell:

Lasswell en el año de 1948 toma en cuenta las implicaciones de la comunicación masiva, diferenciándola de la interpersonal. La comunicación de masas siempre responde a una estrategia y en todo momento busca lograr un efecto con alto nivel de intencionalidad. No propone un esquema gráfico; más bien señala una serie de variables que deben considerarse al momento de planificar una comunicación dirigida a una gran cantidad de personas.

QUIÉN? ¿QUÉ DICE? ¿PORQUÉ CANAL? ¿A QUIÉN? ¿CON QUÉ EFECTO?

Variables de análisis del proceso de comunicación según Lasswel.

b- Shannon y Weaver:

En 1949 Shannon y Weaver introducen el concepto de interferencia y la definen como cualquier cosa añadida a la señal entre su transmisión y su recepción. Dicha interferencia la hacen constar en el Modelo de Proceso Comunicacional de Shannon y Weaver:

Entre los problemas que puedan generarse en el proceso mismo dado por la interferencia, Shannon y Weaver delimitan tres niveles de problemas:

NIVEL A.

Problemas Técnicos: Se refieren a la exactitud con que pueden ser transmitidos los símbolos de la comunicación a través de los canales adecuados y bajo el sistema de signos apropiados.

NIVEL B.

Problemas Semánticos: Se refieren a la coherencia existente entre lo que se transmite y lo que se desea transmitir.

NIVEL C.

Problemas de Efectividad: Se refieren a la coherencia entre las intenciones del emisor y la conducta del receptor.

Estos tres niveles precisan los mecanismos mediante los cuales se alcanza la eficiencia en el proceso comunicativo.

c- Norbert Wiener:

En ese mismo año de 1949, las investigaciones de Norbert Wiener marcan una evolución con la incorporación del fenómeno de la Retroalimentación, que había quedado desapercibido en los estudios de comunicación realizados hasta la época y siendo hoy día una variable fundamental dentro del proceso de comunicación.

Wiener en su investigación hace especial énfasis en la influencia de la comunicación en el receptor y en su influencia en la acción posterior.

d-Newcomb:

Newcomb representa un modelo no lineal y refleja una preocupación por el entorno social en el que está inmerso toda comunicación y el papel que esta desempeña en pro del equilibrio en el sistema de relaciones sociales.

Modelo del proceso comunicacional de Newcomb. Fuente: Newcomb/ Fiske J.

Introducción al estudio de la comunicación, 1982 p.25.

e- George Gerbner:

En 1956 Gerbner en su modelo introduce un nuevo elemento innovador con respecto al modelo de Shannon y Weaver, al tomar en cuenta la realidad de un hecho como factor activo en el proceso de comunicación. En su estudio, visualiza el proceso en dos dimensiones: la perceptual (horizontal) y la comunicativa (vertical)

Comunicación a través de la Semiótica.

a.-Schramm:

En esta vertiente nos encontramos con el modelo comunicacional de Schramm.

Fuente: Schramm/Fernández. La Comunicación Humana, 1995. p. 35.

Schramm ofrece una visión más dinámica del proceso al considerar que el emisor y receptor alternan sus roles una y otra vez en el flujo comunicacional. Toma en cuenta el comunicar, cifrar, interpretar, descifrar y el percibir en cuanto al mensaje se refiere.

Las Organizaciones como Sistemas.

Concepto de Sistema y Organización:

El profesor José I. Urquijo en su obra "Teoría de las Relaciones Industriales" (1996) hace mención a diversas definiciones de sistema, entre las que podemos mencionar:

" Un conjunto de elementos relacionados entre si y armónicamente conjugados".
(FerraterMora, José).

"Un sistema es un todo coherente de partes". (Herbert G. Heneman)

" Un conjunto complejo de elementos o componentes directa o indirectamente relacionados en una red causal". (Walter Buckley)

Finalmente, según C. West Churchman todos los que definen el término "sistema", están de acuerdo en que se trata de un conjunto de partes coordinadas para lograr un conjunto de metas.

Una vez conocido el concepto de sistema, podemos remitirnos a definir a la organización como tal, la cual se puede conceptualizar como " un sistema diseñado para lograr metas y objetivos predeterminados por medio de la gente y otros recursos que emplean" (Kendall & Kendall).

Las Organizaciones son sistemas grandes compuestos de subsistemas interrelacionados, en donde las culturas y subculturas organizacionales influyen la manera en que se interrelaciona la gente en los diferentes subsistemas. El significado de la conceptualización de organizaciones como sistemas complejos estriba en que los principios de sistemas permiten adentrarse en la manera en la que trabajan las organizaciones. Es por tanto, de primordial importancia considerar a la organización como un todo para definir de manera adecuada los requerimientos de información para su correcto funcionamiento.

Para Fernández (1999) la Organización está compuesta de dos o más personas que: saben que ciertos objetivos sólo se alcanzan mediante actividades de cooperación obtienen materiales, energía e información del ambiente se integran, coordinan y transforman sus actividades para transformar los recursos reintegran al ambiente los insumos procesados, como resultado de las actividades de la organización.

Comunicación Organizacional.

Concepto e Importancia.

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es

posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio, (Fernández, 1.999).

Según Gary Kreps (1995), la comunicación organizacional "es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella". Para autores como Carlos Ramón Padilla la comunicación organizacional es " la esencia, el corazón mismo, el alma y la fuerza dominante dentro de una organización".

La comunicación organizacional se entiende también como un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, o entre la organización y su medio; o bien, a influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que esta última cumpla mejor y más rápidamente con sus objetivos. Estas técnicas y actividades deben partir idealmente de la investigación, ya que a través de ella se conocerán los problemas, necesidades y áreas de oportunidad en materia de comunicación, (Fernández, 1.999).

La importancia de la comunicación organizacional radica en que ésta se encuentra presente en toda actividad empresarial y por ser además el proceso que involucra permanentemente a todos los empleados. Para los dirigentes es fundamental una comunicación eficaz porque las funciones de planificación, organización y control sólo cobran cuerpo mediante la comunicación organizacional.

La comunicación organizacional es esencial para la integración de las funciones administrativas. Por ejemplo, los objetivos establecidos en la planeación se comunican para que se pueda desarrollar la estructura organizacional apropiada. La comunicación organizacional es también esencial en la selección, evaluación

y capacitación de los gerentes para que desempeñen sus funciones en esta estructura. De igual modo, el liderazgo eficaz y la creación de un ambiente conducente a la motivación dependen de esta comunicación. Más aún, mediante la comunicación organizacional se puede determinar si los acontecimientos y el desempeño se ajustan a los planes.

La comunicación organizacional según Fernández (1999) puede dividirse en:

Comunicación Interna: Cuando los programas están dirigidos al personal de la organización (directivos, gerencia media, empleados y obreros). Se define como el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados e integrados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.

Comunicación Externa: Cuando se dirigen a los diferentes públicos externos de la organización (accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, etc.). Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

Flujo de comunicación en las organizaciones.

Es importante conocer el marco en el que se produce la comunicación en una organización. El diseño de toda organización debe permitir la comunicación en las siguientes direcciones (Katz y Kahn, 1.990).

Comunicación Descendente.

Es la comunicación que fluye desde los niveles más altos de una organización hasta los más bajos. Estas comunicaciones que van del superior al subordinado son básicamente de cinco tipos: instrucciones de trabajo, explicación razonada del trabajo, información sobre procedimientos y prácticas organizacionales, retroalimentación al subordinado respecto a la ejecución, información de carácter ideológico para iniciar la noción de una misión por cumplir

Comunicación Ascendente.

Fluye desde los niveles más bajos de la organización hasta los más altos. Incluye buzones de sugerencias, reuniones de grupo y procedimientos de presentación de quejas.

Comunicación Horizontal.

Es la comunicación que fluye entre funciones, necesaria para coordinar e integrar los distintos trabajos en una organización.

Comunicación Diagonal.

Es la que cruza distintas funciones y niveles de una organización y es importante cuando los miembros de la misma no pueden comunicarse por medio de los demás canales de comunicación.

El rumor como canal informal de comunicación.

El rumor es una idea no comprobada que circula en una organización o en el entorno de la misma. Es un poderoso medio de comunicación que utiliza todos los canales establecidos y lo podemos clasificar en cuatro.

1.-Ilusiones o deseos: Son los más positivos y sirven para estimular la creatividad de otras personas. Aunque su tono es positivo, expresan lo que preocupa a los empleados.

2.-El rumor "metemiedos": Obedece a los temores y ansiedades de los empleados, provocando una incomodidad general entre los trabajadores. En este caso los empleados expresan oralmente sus temores a otros empleados, siendo a veces perjudiciales (como cuando anuncian posibles despidos).

3.-Rumor cicatero: Es el más agresivo y perjudicial, ya que divide a los grupos y acaban con cualquier sentimiento de lealtad. Suelen obedecer al odio o a la intención de atacar a otra persona, creando enfrentamientos. Tienden también a desprestigiar a una institución o a una persona afectando negativamente su reputación.

4.-Rumor estimulante: Son los que tratan adelantarse a los hechos y suelen darse cuando los empleados llevan mucho tiempo esperando alguna noticia.

Es recomendable que la directiva de toda institución le otorgue la importancia que se merece a los chismes y rumores que circulan dentro de la misma; ya que estos están firmemente arraigados en la vida de toda organización social. Así mismo, el hecho de que la directiva de una organización esté al tanto de lo que se dice resulta de gran beneficio y aún más en aquellos entes que atraviesan períodos de cambio en donde las expectativas son mayores. Para muchos dirigentes, los rumores suponen la oportunidad de lanzar una serie de globos sonda (p. ej., con

respecto a una plan o ciertas políticas que piensan llevar a la práctica) y recibir información inmediata sobre las reacciones de sus subordinados. En resumen, los rumores y el chismorreos no sólo son dañinos, también pueden cumplir una función útil, incluso saludable, en una organización.

La sociedad tiene a las universidades como una de las instituciones más valoradas para obtener información objetiva y de calidad, con una visión humanística y que contribuye al progreso general. Siempre se citan estudios universitarios para reforzar y potenciar ideas o validar informaciones, y esto prestigia el tipo de noticia que se está comunicando. Pocos cuestionan el conocimiento surgido en la investigación universitaria y la opinión pública les otorga las cualidades de fiabilidad y seriedad.

La comunicación institucional más valor agregado en servicios.

Cuando se piensa en servicios suele asociarse a tareas administrativas, siendo también servicios los contenidos académicos que se puedan brindar en el sitio institucional a efectos pedagógicos o de distribución del conocimiento. Para los servicios propiamente dichos existen generalmente la Intranet o el *campus* virtual, aunque éste siempre se concentra en tareas de carácter administrativo o docente. Sin embargo, lo relevante es que los servicios de valor agregado existan en el web, al margen de su ubicación original, más no sea como enlaces a contenidos cerrados.

Pero volviendo al rol administrativo, valor agregado en servicios es una oficina abierta las 24 horas. Con contenidos administrativos que vayan de menor a mayor en un lento proceso de identificación de los públicos con el web como espacio de gestión de la institución. En esta construcción modular se piensa en un sitio que lentamente comience a funcionar como espacio administrativo relevante, propiciando mejores servicios y, como ya se dijo, ahorro futuro en las tareas

administrativas. En la administración pública existe una política creciente de incorporación a la red con sitios web de calidad y con valor agregado en servicios.

Las universidades producen un gran volumen de información administrativa y de contenidos académicos que deben circular en forma rápida y económica hacia sus públicos. Para ese fin, se producen materiales impresos, comunicados de prensa, carteleros y otras producciones gráficas que distribuyen dicha información. Se le ha dado al soporte papel el rol principal en esa tarea. A pesar de esto, existen enormes diferencias entre los documentos digitales y analógicos, que demuestran la eficiencia de gestionar esta información de forma electrónica.

Pero la eficacia de un sitio web universitario reside también en la distribución, actualización y consumo de ese gran volumen de información que circula. Además permite hacerla circular a mayor cantidad de público, en forma más rápida y económica.

Desde que la información se produce hasta que se sube al web pueden pasar minutos, en cambio el proceso de producción, diseño gráfico e impresión de un material en papel demora mínimo dos o tres días. Por otra parte, permite interactuar al usuario con la organización en forma sencilla.

Existen enormes posibilidades de soporte a la gestión administrativa y académica. Estos servicios están comenzando a desarrollarse de forma más acelerada, en forma independiente a las webs de las facultades y organizada desde el sitio de la propia universidad. La interactividad permite al público solicitar información, expresar su opinión y pedir una respuesta personalizada a las autoridades o al personal administrativo. La institución obtiene una base de datos muy activa sobre lo que piensa el público de la eficacia de su gestión. Un espacio doble, virtual y social. Apoyarse en herramientas existentes para aumentar la conexión entre la institución, docentes y empleados.

La universidad debe propiciar un contrato social de expectativas a los innovadores, estando en primer lugar abierto a pequeñas mejoras, y luego

mejorando todos los procesos con las tecnologías de la información. Esta mejora no significa la solución a todos los problemas de la institución y seguramente, atraerá nuevas dificultades. Pero así se suceden las transformaciones, implicándose en la nueva realidad. Claro que no se puede olvidar un detalle; el control del perfil académico de la institución y de sus miembros se ejerce en parte también desde los canales de publicación. Quién tiene la llave a la posibilidad de publicar tiene parte de su prestigio garantizado y de su poder dentro de la comunidad científica. Nuevos espacios de publicación como Internet están comenzando a modificar esos clásicos mecanismos de poder que poseen las comunidades científicas académicas. Cuando se trata de gestionar el conocimiento de la institución, se habla de crear un nuevo espacio de inteligencia de la organización que abra el juego de posibilidades de publicación de ideas, en beneficio de los públicos objetivos -básicamente de los alumnos- y de los propios productores. Las estrategias de uso de las tecnologías son un buen indicador de la modernización y la adaptación de la institución a las transformaciones educativas.

Según Poole (1999) existen siete ejes centrales de una integración tecnológica satisfactoria en las instituciones educativas: es necesario que haya un apoyo activo desde la dirección y gestión de los centros, un enfoque autoritario, cada carrera debe tener su colectivo de profesores informatizados, los profesores deben ser los primeros en el compromiso del proceso, los alumnos deben participar, es necesario desarrollar un programa permanente en capacitación tecnológica y, por último, el docente deben tener tiempo y libertad para reestructurar su currícula en torno a la tecnología.

Pero nos enfrentamos con limitaciones cotidianas; la estructura burocrática que frena la innovación, y el personal docente y de dirección que no está lo suficientemente capacitado sobre nuevas tecnologías para abordar el reto en su gestión. Especialmente de las propias autoridades institucionales en su política de gestión. Por otra parte es notoria la falta de adaptación de los docentes al uso académico del web institucional. Esto dificulta y ralentiza la apropiación de esta herramienta en el conjunto universitario.

En una universidad, la información viaja por los pasillos y, en encuentros informales o establecidos, interactúa entre sus públicos, docentes, alumnos y personal administrativo.

Es vital gestionar y conservar la memoria de la institución, más allá de los profesionales que trabajan en ella y poder aprovechar a futuro los contenidos en los que queda plasmado dicho conocimiento, evitando empezar de cero sobre cuestiones en las que ya existe documentación.

Esa debería ser una tarea docente; comunicar y gestionar el conocimiento generado bajo su supervisión, para que sea conocido por otros alumnos o miembros de la organización. Pero antes de impulsar o exigir esa obligación, deberían estar dados los mecanismos para que el profesorado pueda fácilmente introducir esa información en una estructura preparada y organizada que permita acceder a ella con eficacia. Esto es ya una obligación de las autoridades de la gestión académica, que deberían promover los canales pertinentes para que esa información se reúna.

Departamento de Comunicación Institucional

El Departamento de Comunicación Institucional es la imagen institucional desde donde se promociona los eventos, actores culturales y fechas importantes que conmemora.

Desde este lugar se manejan las Relaciones Públicas, Comunicaciones a los Medios, tanto en digital como en físico. Además se provee de boletines personalizados a la ciudadanía por medio de correos electrónicos que se envían a la comunidad universitaria.

La Interrelación con los actores culturales, el levantamiento fotográfico de los eventos, las campañas de promoción de los mismos se hacen desde este departamento, dando así la consistencia necesaria y la promoción a actores y eventos para su correcta difusión

El departamento de Comunicación Institucional es el encargado de velar por la imagen pública e interna de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, salvaguardando la identidad y la filosofía que respalda y caracteriza a la institución.

- Imagen e impresos
- Órgano de Difusión Interna
- Prensa y Atención a medios

Área de relaciones con los medios de comunicación

La finalidad de las relaciones de la Oficina de Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación con los medios informativos es lograr la máxima difusión, a través de ellos, de las actividades que realiza la comunidad universitaria y que contribuyan a proyectar una imagen positiva de ella en el conjunto de la sociedad.

La Oficina no actúa como portavoz de la institución, sino que emite mensajes emanados por las distintas instancias y miembros universitarios tratados periodísticamente, de una manera profesional y técnica, para que el mensaje sea recibido por los medios de comunicación con la necesaria eficiencia a efectos de lograr su máxima y mejor difusión tanto en radio, como prensa o televisión y en los medios digitales. Asimismo elabora productos periodísticos específicos para diversos temas y diversos medios.

La Oficina de Comunicación actúa como vehículo de expresión de la comunidad universitaria hacia los medios informativos. Para desarrollar este cometido, se basa en unadirecta relación, por un lado, con los órganos de gobierno e instituciones de la Universidad, los distintos centros y departamentos, su administración y sus servicios, los órganos de representación y el conjunto de miembros de la comunidad universitaria, y por otro lado, los medios informativos,

especialmente locales y provinciales, pero también regionales, nacionales e internacionales.

La Oficina de Comunicación debe mantener en perfecta vigencia su propio e-mail de los principales medios de comunicación del país y de los principales países extranjeros, así como un mapa de medios por temas.

Mantener relación diaria con medios (prensa, radio, televisión, medios digitales y agencias).

Asimismo, se debe mantener colaboración con numerosos gabinetes de prensa de otras Facultades, como del resto de la Universidad.

El Departamento de Comunicación y Promoción Institucional tiene como principal misión el fortalecimiento y desarrollo de la imagen de marca, potenciar la comunicación externa, y desarrollar diversas iniciativas para la promoción y la mejora del posicionamiento de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, y de sus programas y servicios, en el entorno nacional e internacional. De manera complementaria el departamento apoya al resto de la institución en las actividades externas así como en las relaciones institucionales de la Universidad en su conjunto.

Entre otras actividades el Departamento de Comunicación y Promoción Institucional desarrolla las siguientes iniciativas:

- Gestiona la participación de la Facultad en diversos encuentros, foros, ferias educativas nacionales e internacionales.
- Es el departamento encargado de las relaciones con los medios de comunicación: notas de prensa, gestión de entrevistas de profesores o directivos de la Facultad.
- Desarrolla las campañas de marketing institucional.

- Coordina la página web institucional de la Facultad así como los medios de comunicación con diversos colectivos.
- Realiza labores de orientación y presentación de la oferta académica de la Facultad en centros de enseñanza secundaria nacionales e internacionales.
- Organiza diversas actividades de presentación institucional de los programas de grado y/o postgrado de la Facultad a diversos colectivos.
- Colabora activamente en la publicidad del proceso de admisión de nuevos estudiantes de grado y postgrado.
- Coordina y desarrolla las publicaciones científicas de docentes y colaboradores académicos de la Facultad.
- Promover, impulsar y ejecutar políticas, lineamientos, e instrumentos destinados a la implantación de mecanismos de comunicación.
- Promover y posicionar la imagen de la Facultad.
- Llevar a cabo el proceso de difusión estratégica y focalizada de la información que genera la Facultad.
- Coordinar la difusión de información institucional en medios de prensa y atender los requerimientos periodísticos.
- Monitorear y procesar la información difundida por los medios de comunicación sobre la Facultad y otras áreas de su interés.
- Elaborar diariamente resúmenes de noticias impreso y digitales para difusión interna de la Facultad.
- Diseñar y ejecutar campañas de información institucionales, supervisando el proceso de producción, difusión y evaluación de impacto de mensajes.
- Diseñar trípticos de las diferentes carreras de la Facultad, y la producción de materiales impresos y audiovisuales.
- Coordinar y apoyar la participación de la Facultad en eventos culturales, académicos y otros de interés institucional.
- Medir periódicamente la percepción de público externo sobre la Facultad, sus políticas y acciones.
- Definir lineamientos de la página Web de la Facultad.

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

PRESENTACIÓN

El Departamento de Comunicación Institucional, obedece fundamentalmente a la obligatoriedad para cumplir los ordenamientos de las Autoridades de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, a fin de que esta Facultad simplifique los métodos y procedimientos administrativos y de cooperación que le permitan cumplir sus objetivos institucionales.

El Departamento contiene las bases de organización y funcionamiento del Departamento de Comunicación Institucional dependiente del Decanato, las cuales se determinaron mediante el estudio y análisis de sus actividades; y su desarrollo es con la finalidad de que sirva de apoyo, orientación y consulta permanente al personal que lo integra, respecto al cumplimiento de sus funciones, metas y objetivos que tienen asignados.

Se enumera las distintas actividades en forma secuencial para facilitar su comprensión e identificación, tanto en la descripción de los procedimientos como en los diagramas de flujo, con lo que se coordinará, regulará y en su caso, facilitará la integración de los elementos que se asignen a esta área.

Su Objetivo General se refiere al propósito que se pretende lograr con la realización de las operaciones, especificando el qué y para qué de su desarrollo.

Sus Políticas contienen los lineamientos generales que orientan las actividades que deberán realizar los servidores públicos involucrados en las áreas de trabajo.

Sus Procedimientos contienen la descripción de las actividades que comprende cada procedimiento, precisando en qué consiste cada actividad, quién ordena ejecutarla, cómo, cuándo, dónde y para qué debe ejecutarse.

OBJETIVO GENERAL

Programar e instrumentar en coordinación con las distintas áreas o carreras de la Facultad, campañas de promoción y difusión, a fin de promover la Imagen Institucional, así como coordinar la divulgación de información, de las actividades relacionadas con la institución, ante los medios de comunicación, previo enlace con el Decanato, para lo cual elabora boletines de prensa, organiza conferencias y concreta entrevistas con los funcionarios del organismo.

MISIÓN

El departamento de Comunicación Institucional de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, logra una adecuada interrelación entre los actores de la universidad y su entorno, promoviendo una imagen institucional acorde a las necesidades de desarrollo de la región y el país mediante una adecuada comunicación interactiva, sustentada en la identidad organizacional. Misión esencial que permite el cumplimiento cabal del lema CIENCIA Y HUMANAS AL SERVICIO DE LA SOCIEDAD.

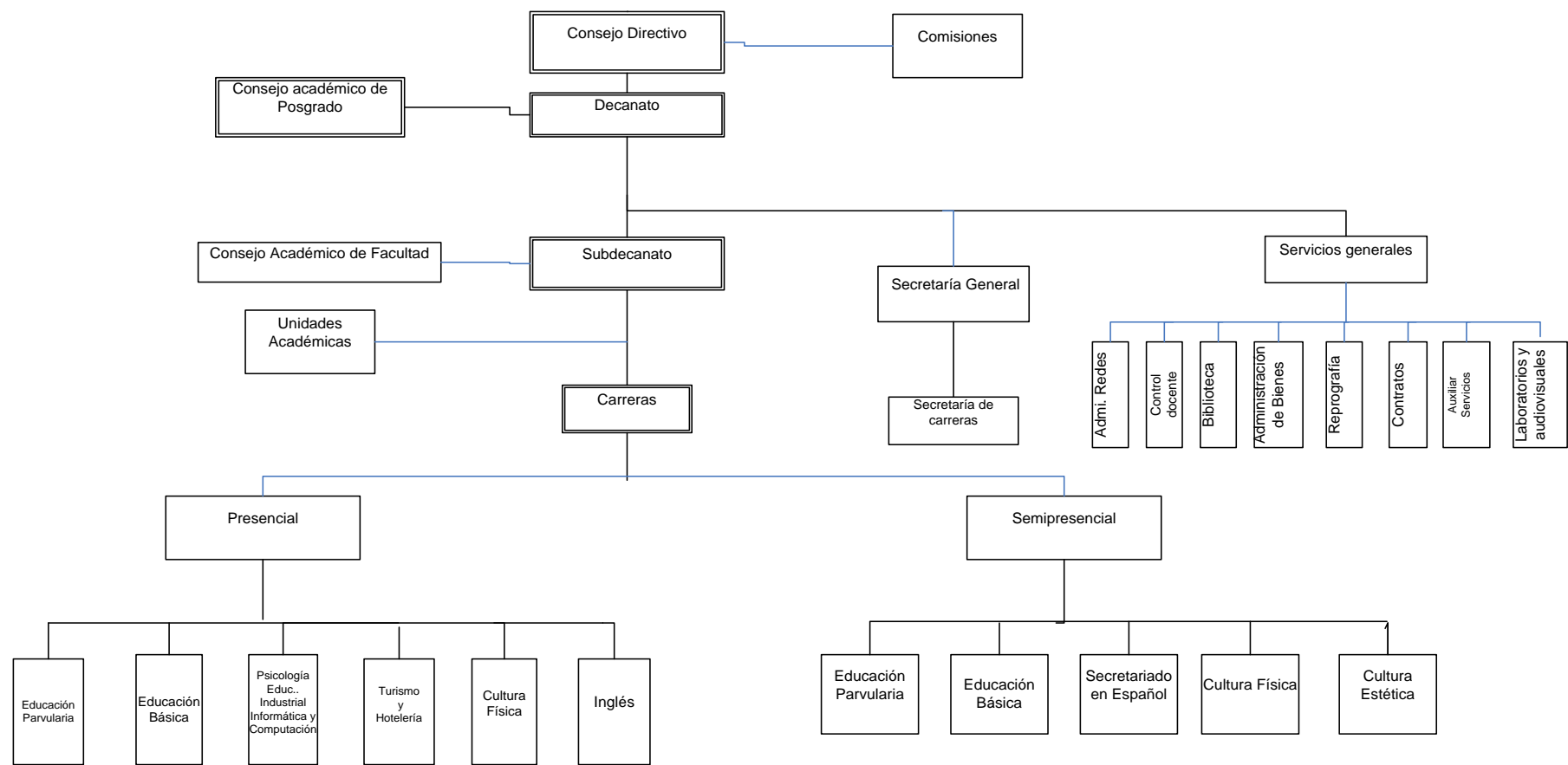
VISIÓN

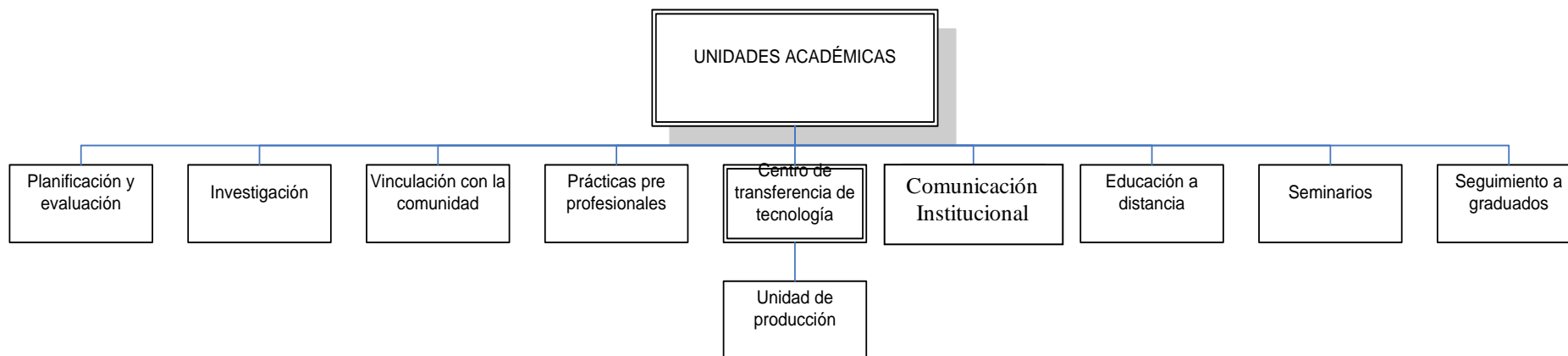
El departamento de Comunicación Institucional de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, promueve el fortalecimiento de la imagen de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, mediante el cumplimiento de las estrategias corporativas de comunicación y la socializando de la investigación científica, el desarrollo académico y la vinculación con la sociedad.

POLÍTICAS

- Es deber del Departamento de Comunicación Institucional coordinar la difusión de información interna y externa ante los medios de comunicación mediante la promoción de conferencias, concertar citas y elaboración de boletines de prensa previa coordinación con el Decanato y Subdecanato.
- Es responsabilidad del Departamento de Comunicación Institucional coordinar la información que se proporciona a diversos medios de comunicación, relacionada con la Facultad.
- El Departamento de Comunicación Institucional evaluará la imagen de la Facultad ante la comunidad educativa universitaria, a fin de mantener informado a las Autoridades para brindar servicios de calidad.
- Es obligación del Departamento de Comunicación Institucional brindar apoyo fotográfico, fílmico y cobertura informativa en los eventos que se llevan a cabo en la Facultad y la Universidad, así como en áreas externas donde ésta participe.
- Es obligación del Departamento de Comunicación Institucional promover y participar en los programas de difusión de actividades culturales, recreativas y deportivas que permitan la integración de los miembros de la Facultad.

ORGANIGRAMA





Cuadro No. 27: Organigrama de la F.C.H.E.

PROCEDIMIENTOS y FUNCIONES

Coordinador del Departamento de Comunicación Institucional

Campañas de difusión a los alumnos

- Recibe memorando de la Oficina de Registro y Admisión de la U.T.A., para solicitarle la realización de campañas de publicidad de aspirantes al primer semestre de las carreras que oferta la Facultad en los diferentes medios de comunicación.
- Establece un seguimiento de la publicación y conforma un expediente para evaluar el impacto de la campaña a través de la prensa.

Cobertura de eventos y difusión ante los medios de comunicación

- Mantiene contacto diario con el Decano para conocer la “Bitácora de Actividades Semanal” del titular de la misma.
- Acude a los lugares donde se lleva a cabo los eventos y brinda cobertura informativa de los mismos donde participa el Decano, así como en aquellos ordenados por las Autoridades.
- Realiza el levantamiento de la información, lleva a cabo la toma de fotografías, filmación y grabación de los mensajes o discursos ofrecidos por las diferentes carreras de la Facultad en los diversos eventos.
- Elabora el “Desarrollo de Hechos” de las actividades realizadas únicamente en los casos en que sea requerido por el Decano.
- Presenta al Decano el “Desarrollo de hechos”, para revisión y firma de éste.
- Analiza las actividades de la Facultad y elige aquellas que por su importancia deberán ser difundidas ante los medios de comunicación.

- Elabora la nota de prensa, anexa el levantamiento fotográfico y coordina la difusión de este material con el Decano.
- Lleva a cabo el seguimiento de la publicación de la nota de prensa, recaba la información publicada y la archiva para consultas posteriores.
- Realiza una impresión correspondiente a la página web de la Facultad con la información existente en ese momento.
- Elabora oficio para el Decano, a fin de que le proporcione los datos actualizados de la información que se reporta en la citada página.
- Recibe la información actualizada de la Administradora de Redes a través de medio electrónico.
- Actualiza la información y la canaliza al Decano para su revisión y firma, de autorización.
- Recibe la información ya autorizada por parte del Decano, realiza la actualización de la Página, y la remite a la Dirección de Sistemas Informáticos de la U.T.A.
- Verifica en el sitio de Internet en la Página de la Universidad que se haya accedido la información de la Facultad.
- Recibe notificación por parte del D.I.S.I.R., que ya se hicieron los cambios o modificaciones hechas a la página.

Apoyo para la planeación, diseño, desarrollo y elaboración de material de difusión.

- Recibe solicitud escrita por parte de las distintas áreas o carreras de la Facultad para la elaboración de material para difusión de información.
- Revisa que la información contenga la extensión suficiente que sea clara y concisa, observando en la redacción las reglas gramaticales que debe tener todo escrito.

- Canaliza la información al área o carrera de la Facultad solicitante para su corrección y ampliación en caso necesario.
- Coordina con la Administradora de Redes el diseño gráfico de la información correspondiente (carteles, reconocimientos, diplomas, convocatorias, etc.).
- Recibe la información, la revisa y turna al Decano para su autorización y Visto Bueno.
- Solicita una vez aprobada la información la reproducción del material a la Imprenta conforme a las necesidades del área involucrada.
- Recibe de la Administradora de Bienes el material solicitado conforme a las especificaciones de diseño y cantidad.

Integración del Personal Docente-Administrativo a través de actividades culturales, recreativas y deportivas

- Recibe la información de actividades culturales, recreativas y deportivas del Decano, para que se haga extensivo al personal Docente y Administrativo de la Facultad.
- Elabora material para difundir dichos eventos, coordina con la Administradora de Redes (área de diseño gráfico) el diseño de la información correspondiente (carteles, convocatorias, etc.).
- Recibe la información concluida, la revisa y turna al Decano de la Facultad para su autorización y Visto Bueno, una vez aprobado.
- Solicita la reproducción del material a la Imprenta, según las necesidades del mismo para su difusión.
- Realiza la colocación del material en sitios estratégicos de las instalaciones de las áreas Docentes y Administrativas de la Facultad, así como en la Cartelera Interna “Comunicándonos” ¡Siempre Alerta! si se trata de algún evento programado con tiempo para conocimiento del personal y en su caso participación de los mismos.

Cobertura de eventos para la elaboración e impresión de la Revista de la Facultad.

- Realiza la cobertura informativa de los eventos realizados en la Facultad, y de aquellos que son agendados en la “Bitácora de Actividades” del Decano.
- Realiza entrevistas y reportajes especiales de los diversos aspectos Docentes y Administrativos relacionados con el ámbito de la Facultad.
- Selecciona información de interés general o acorde a las fechas en que saldrá la publicación, así como artículos de reflexión o superación personal entre otros.
- Recibe vía correo electrónico sugerencias del personal Docente y Administrativo que desea participar en la Revista de la Facultad.
- Realiza una selección de la información más destacada, (Carpeta de recortes periodísticos, notas, cintas de audio y video, así como correo electrónico) relacionada con actividades de la Facultad y de la Universidad, así como de otros que se consideren relevantes.
- Selecciona material fotográfico, coordina con el Decano para la propuesta de diseño.
- Recibe del Decano el diseño de la revista de la Facultad para su revisión y aprobación.
- Presenta propuesta al Decano para su visto bueno y autorización.
- Recibe del Rectorado la autorización correspondiente y envía el original a la empresa de Impresión seleccionada para la elaboración del original mecánico correspondiente.
- Recibe comunicado vía telefónica por parte de la empresa de impresión seleccionada que ya está listo el original mecánico, acude a la misma para realizar la última revisión y autorizar la impresión.
- Recibe el tiraje de ejemplares de la Revista de la Facultad. por parte de la empresa, los cuales son distribuidos equitativamente entre las distintas áreas Docentes y Administrativas que conforman la estructura de la Institución.

Secretaria(o) del Departamento de Comunicación Institucional.

Funciones:

La secretaria(o) del Departamento de Comunicación Institucional, tienen por funciones ejecutar los procedimientos y las actividades que se asignen en los procesos de investigación, de gestión académica de los estudios de pregrado y postgrado. También coordinan el apoyo administrativo y logístico a la realización de actividades académicas e institucionales, tanto de la Universidad como del departamento, y garantizan el apoyo a los equipos de dirección de los departamentos. Dependen orgánicamente del Decano o Coordinador del departamento, y funcionalmente, de los Coordinadores de carrera. También dependen funcionalmente de las áreas y de los servicios responsables de los procesos de gestión en los que intervienen.

Además que la Secretaria (o) del Departamento de Comunicación Institucional, tiene por objetivo, brindar apoyo a los componentes del departamento, a través de la revisión y certificación de la documentación a ser remitidas para su proceso a las diferentes dependencias de la Facultad. Al mismo tiempo es el/la encargado(a) de la organización de las reuniones y conferencias que se convoque, de manera que llegue a tiempo y a los diferentes medios de comunicación para que en caso de ser requerida, pueda facilitar las informaciones tanto a nivel nacional e internacional.

Son Funciones principales de la Secretaria(o) del Departamento de Comunicación Institucional:

- Preparar, procesar y darle seguimiento a la correspondencia y documentación relacionada con asuntos internos y administrativos del Departamento de Comunicación Institucional.
- Brindar apoyo y asesoría financiera a los componentes del Departamento de Comunicación, revisar y certificar que toda la documentación esté respaldada debidamente.

- Organizar y preparar reuniones y conferencias de prensa que convoque el Decano, que incluye contactar y confirmar la participación de periodistas, remitir materiales informativos y documentar las reuniones.
- Brindar apoyo logístico en la coordinación de las solicitudes de transporte del personal del Departamento de Comunicación, apoyo a las solicitudes de compra y control de inventarios.
- Preparar con debido tiempo de anticipación las solicitudes de viaje, adelantos, reembolso de pasajes y viáticos, reservas del hotel del personal del departamento en caso de viajes.
- Mantener un sistema de archivo de documentos recibidos y emitidos.
- Preparar un archivo, en fotocopias, de las importantes informaciones difundidas en los tres principales diarios de la ciudad. También archivo digital.
- Realizar un resumen diario de las principales informaciones nacionales e internacionales, en especial, las que guarde relación con el Departamento de Comunicación Institucional.
- Facilitar información y el flujo de la documentación relacionada con el departamento de Comunicación Institucional y los distintos proyectos y programas de la Facultad.
- Asegurar con claridad el flujo de información, telefónica y correspondencia entre el personal de la Facultad.
- Mantener un listado de contactos, propuestas y otras documentaciones.
- Toma de fotografías si la actividad amerita.
- Otras funciones que sean asignadas.

**Personal de Apoyo o de Servicios del Departamento de Comunicación
Institucional.**

Funciones:

- Distribuir la correspondencia enviada por el Departamento de Comunicación Institucional de manera adecuada y adoptando las medidas de seguridad que se requiera.
- Realizar el envío y recojo de la documentación del Departamento de Comunicación Institucional al área de fotocopiado para reproducción.
- Armar las carpetas de trabajo y anillados para las reuniones que se le encomiende.
- Realizar otras funciones afines a la misión de la unidad orgánica a la que pertenece y las que por norma sean de su competencia.

Línea de Autoridad y Responsabilidad:

- Depende directamente del: Decano y de la Coordinación del Departamento de Comunicación Institucional.

DECÁLOGO DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

- Llamamos comunicación institucional a las relaciones, los mensajes y la información que las organizaciones del más diverso género establecen y dirigen hacia sus diversos públicos, en forma integrada, coordinada y alineada en función de su visión y objetivos.
- De tal modo entendemos la comunicación institucional como una herramienta fundamental del planeamiento estratégico de aquellas organizaciones que comprenden que su éxito depende de una gestión profesional en todas sus áreas.
- Tanto conceptualmente como en la práctica la gestión de la comunicación institucional se basa en el conocimiento y la utilización de instrumentos estratégicos tales como el diseño de la imagen institucional, la cultura organizacional y la política de comunicación, y de todas las técnicas, herramientas y medios de comunicación disponibles para su eficaz desempeño, como el diseño gráfico, la publicidad, las comunicaciones de marketing, las relaciones públicas, las relaciones con la prensa y los medios tecnológicos, razón por la cual su dirección requiere una formación profesional especializada.
- Es responsabilidad del director de comunicación: la salvaguardia de la reputación de la propia de la Facultad; la vigilancia de su imagen a fin de detectar cualquier situación o síntoma que signifique una amenaza para su integridad; el diseño de las estrategias para la construcción, consolidación o modificación de aquéllas en función del posicionamiento estratégico deseado, con la participación de todas las áreas de la organización , así como la coordinación y supervisión de su ejecución a través de los planes de acción respectivos.

- Por tal razón, para su éxito, el Departamento de Comunicación Institucional requiere contar con el compromiso y el impulso del más alto nivel de decisión de la organización debiendo, para ello, depender directamente de esa área.
- Asimismo, el Coordinador de Comunicación Institucional debe actuar de con los responsables de las restantes áreas o carreras de la Facultad, comprometidos todos con el objetivo común, manteniendo una relación fluida de colaboración y mutua asistencia basada en el trabajo en equipo y asistirlos en todo lo relacionado con sus necesidades de comunicación.
- La acreditación es uno de los principales activos de la Facultad, en algunos casos el principal, respaldado por su reputación e imagen construidas a partir de la visión que guía sus objetivos, la ética y los valores que rigen su conducta y el cumplimiento de su responsabilidad social en su sentido más amplio. Ellos son el patrón y los parámetros de la comunicación institucional y la garantía de su credibilidad y efectividad.
- Por ello, la comunicación institucional es la herramienta más idónea e insustituible para enfrentar y resolver las presiones del contexto socioeconómico de las organizaciones, integrado por los distintos grupos de interés que influyen en su gestión, dentro o fuera de ellas y lograr su apoyo, comenzando por los propios colaboradores.
- El éxito del plan de comunicación institucional depende de su aporte a la construcción y consolidación de la imagen de la Facultad y de sus carreras, así como su contribución a su valor agregado. Por ello es preciso que el aporte sea mensurable, debiendo para tal fin consignar objetivos precisos y establecer los indicadores que permitan tanto el seguimiento de las acciones como la medición de los resultados y del desempeño de los responsables de su ejecución.

6.7. PLAN OPERATIVO DE LA PROPUESTA

Cuadro No. 28: Plan Operativo de la Propuesta

OBJETIVOS	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLES	TIEMPO	EVALUACIÓN
<p>-Creación e implementación de un Departamento de Comunicación Institucional en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la U.T.A.</p> <p>-Capacitación al personal docente y administrativo de la importancia de la Comunicación Institucional en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la U.T.A.</p>	<p>-Presentación.</p> <p>-Objetivo General.</p> <p>-Misión.</p> <p>-Visión.</p> <p>-Políticas.</p> <p>-Organigrama.</p>	<p>-Sociabilización de la importancia de la comunicación institucional entre las Autoridades, Personal Docente, Personal Administrativo, Coordinadores de Carrera, Coordinadores de las diferentes unidades y Estudiantes de la Facultad.</p>	<p>-Suministros de oficina.</p> <p>-Textos.</p> <p>-Computador.</p>	<p>-Dr. Juan Pablo Poveda V.</p>	<p>-Cuarta semana de enero del año 2011.</p>	<p>-Se evaluará el proceso comunicativo por medio de una encuesta, implementado en el Departamento de Comunicación Institucional de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la U.T.A.</p>

<p>-Ejecución del Departamento de Comunicación Institucional en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la U.T.A.</p> <p>-Evaluación y retroalimentación del proceso de comunicación en el Departamento de Comunicación Institucional en la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación en la U.T.A.</p>	<p>-Procedimientos y Funciones.</p> <p>-Decálogo de la Comunicación Institucional.</p>	<p>-Transmisión de actividades de comunicación a público interno y externo de la Facultad.</p> <p>-Diálogo permanente con toda la comunidad universitaria.</p>	<p>-Proyector de datos.</p> <p>-Cuestionarios.</p> <p>-Pizarra.</p> <p>-Internet.</p>			
--	--	--	---	--	--	--

Elaborado por: Juan Pablo Poveda V.

6.8. ADMINISTRACIÓN

Cuadro No. 29: Administración

INSTITUCIÓN	RESPONSABLES	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO	FINANCIAMIENTO
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.	-Autoridades	-Detallar el plan de Comunicación Institucional de la Facultad.	-\$ 200,00	Presupuesto de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.
	-Personal Docente	-Promover mecanismos de retroalimentación ascendentes y horizontales de la comunicación institucional a través de foros.	-\$ 400,00	

	-Personal Administrativo	-Implementar mecanismos destinados a mejorar la prestación de servicio y su comunicación, como así también su cultura competitiva.	-\$ 800,00	
	-Expertos	-Configurar, desarrollar, controlar y difundir las estrategias de comunicación que respalden a la Facultad en el	-\$ 1.200,00	

	-Dr. Juan Pablo Poveda.	<p>cumplimiento de sus objetivos.</p> <p>-Preparar, apoyar, reforzar y supervisar la labor de las acciones puntuales del departamento de Comunicación Institucional de la Facultad.</p>	<p>-\$ 300,00</p> <hr/> <p>TOTAL \$ 2.900,00</p>	
--	-------------------------	---	--	--

Elaborado por: Juan Pablo Poveda V.

6.9. PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Cuadro No. 30: Previsión de la evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Quiénes solicitan evaluar?	1.-Personal Docente y Administrativo de la Facultad.
2.- ¿Por qué evaluar?	2.-Para alcanzar los objetivos planteados.
3.- ¿Para qué evaluar?	3.-Para verificar la aplicación de la propuesta.
4.- ¿Qué evaluar?	4.-Proceso comunicativo.
5.- ¿Quién evalúa?	5.-Investigador
6.- ¿Cuándo evaluar?	6.-Cuarta semana de enero del 2011.
7.- ¿Cómo evaluar?	7.-Con la aplicación de una encuesta.
8.- ¿Con qué evaluar?	8.-Cuestionarios.

Elaborado por: Juan Pablo Poveda V.

BIBLIOGRAFÍA

ALBA, Luis; Gazitúa, José Miguel; Cubillos, Julio. (1997). Tres enfoques sobre el nuevo gestor de la información, Editorial CEPAL, Edición CLADES, Santiago de Chile,

ARANES, José Ignacio. "La comunicación institucional en la Administración pública: entre la lógica autista instrumental y la democracia",(diciembre de 1966).Edición: Revista de Estudios de Comunicación, Universidad del país vasco, pp. 201 a 213.España.

ARREGUIN, J. L. M. (1986). "Sistemas de comunicación y enseñanza". Trillas. México D.F.

AVEJERA, Pedro. (1988). "Políticas de comunicación institucional".Mimeo. Editorial.C.I. U.N.C.Córdoba

BARTOLI, Annie. (1991). "Comunicación y organización: La organización comunicante y la comunicación organizada". Editorial Paidós. México D.F.

BORDEN, G. Y Stone, J. (1982). "La comunicación humana en el proceso de interrelación". Editorial Paidós.Buenos Aires: Ateneo.

CINDA. (1995). "Administración universitaria en América Latina". Ed. CINDA, Santiago de Chile.

KAPLÚM, Mario. (2003). "Procesos educativos y canales de comunicación". Edit. UNESCO. Santiago de Chile.

MATA,AngelaCasaña. (1998). "Colectivo Laboral y Comunicación". Editorial de Ciencias sociales.La Habana

MURIEL, María Luisa y Rotta, Gilda. (1980). "Comunicación institucional: enfoque social de las relaciones públicas". Editorial CIESPAL – Colección Intillán. Quito.

OJALVO V. y otros (1999).“Comunicación educativa”. Editorial CEPES - Universidad de la Habana. La Habana.

SARRAMONA, J. (1988): “Comunicación y Educación”, Eds. CEAC, S.A., Barcelona.

WEIL, Pascale. (1992). "La comunicación global: comunicación institucional y de gestión".Edit. Paidós. Barcelona.

Direcciones Electrónicas:

<http://www.rrppnet.com.ar/comunicacioninstitucional.htm>

<http://www.ubp.edu.ar/pagina231.html>

<http://www.cemla.org/comunicacionbc/papers/com12-sergiohernandez-doc.pdf>

<http://www.calledeagua.com/data/uploads/File/Principios%20b%20El%20sico%20de%20la%20comunicaci%20n%20institucional-resumen.pdf>

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/299/5/Capitulo3.pdf>

<http://www.ehu.es/zer/zer1/12notinvaran.htm>

ANEXOS

ANEXOS

Anexo No.1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
MAESTRIA EN DOCENCIA Y CURRÍCULO PARA LA EDUCACIÓN
SUPERIOR



Encuesta dirigida a los empleados de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Objetivo:

Encuesta para recopilar información acerca de la Comunicación Institucional

Instrucciones:

- Seleccione una respuesta que a continuación se presenta y marque con una **X** de acuerdo a la alternativa que usted decida.

Contenido:

1.- ¿En la Facultad se utilizan de manera apropiada los recursos materiales para una comunicación institucional ágil?

Si () No ()

2.- ¿En la Facultad existe una comunicación interna oportuna?

Si () No ()

3.- ¿Existe una normativa clara para los procesos de comunicación en la Facultad?

Si () No ()

4.- ¿Existe en la Facultad una comunicación institucional que permita tratar con confianza y libertad para discutir problemas del trabajo?

Si () No ()

5.- ¿La comunicación institucional de la Facultad está debidamente planificada?

Si () No ()

6.- ¿Existe en la Facultad un departamento o área especializada en comunicación institucional?

Si () No ()

7.- ¿La comunicación institucional de la Facultad cuenta con el presupuesto suficiente?

Si () No ()

8.- ¿La comunicación institucional de la Facultad cuenta con el número de personal suficiente?

Si () No ()

9.- ¿En la Facultad existe un proceso de evaluación que permita verificar el cumplimiento adecuado de la comunicación institucional?

Si () No ()

10.- ¿En la Facultad se utilizan recursos tecnológicos eficazmente para la comunicación institucional?

Si () No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Anexo No.2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

MAESTRIA EN DOCENCIA Y CURRÍCULO PARA LA EDUCACIÓN

SUPERIOR



Encuesta dirigida a los docentes y empleados de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Objetivo:

Encuesta para recopilar información acerca del Trabajo Académico Administrativo

Instrucciones:

- Seleccione una respuesta que a continuación se presenta y marque con una **X** de acuerdo a la alternativa que usted decida.

Contenido:

1.- ¿Usted recibe directrices oportunas para la realización de su trabajo académico?

Si () No ()

2.- ¿Existe una integración adecuada entre las autoridades y personal docente para alcanzar mejores resultados en el desempeño académico?

Si () No ()

3.-¿Usted desarrolla en forma oportuna la planificación de los módulos?

Si () No ()

4.- ¿Usted asiste puntualmente a las reuniones convocadas?

Si () No ()

5.- ¿Usted cumple con las tareas asignadas en las horas complementarias?

Si () No ()

6.-¿Existe una integración adecuada entre las autoridades y personal administrativo para alcanzar mejores resultados en el desempeño administrativo?

Si () No ()

7.- ¿Existe un clima de respeto entre el personal administrativo?

Si () No ()

8.- ¿Se fomenta espacios para escuchar las inquietudes y sugerencias del personal administrativo de la Facultad?

Si () No ()

9.- ¿Se muestra actitudes constructivas y asertivas en las relaciones con el personal administrativo de la Facultad?

Si () No ()

10.- ¿Se demuestra comprensión hacia los problemas que afectan al personal administrativo de la Facultad?

Si () No ()

11.- ¿Existe en la Facultad una Comunicación Institucional que incide en el Trabajo Académico Administrativo?

Si () No ()

12.- ¿Existe en la Facultad una Comunicación Institucional que incide en el Trabajo Académico Administrativo?

Si () No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.