



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio**

**Carrera de Gestión de la Información Gerencial**

**TRABAJO DE UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**Previo a la obtención del título de:**

**Licenciada(o) En Gestión de la Información Gerencial**

**TEMA:**

**LA TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN EN LA CALIDAD DE LA  
COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA PÚBLICA ULEAM DE LA CIUDAD DE MANTA  
AÑO 2023. (ESTUDIO DE CASO)**

**AUTORA:**


**LADY NICOLE POSLIGUA BENAVIDES**

**MANTA-ECUADOR**

**2023 - 2024**

**TEMA:**

**LA TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN EN LA CALIDAD DE LA  
COMUNICACIÓN EN LA EMPRESA PÚBLICA ULEAM DE LA CIUDAD DE  
MANTA AÑO 2023. (ESTUDIO DE CASO)**

	<b>NOMBRE DEL DOCUMENTO:</b> <b>CERTIFICADO DE TUTOR(A).</b>	<b>CÓDIGO:</b> PAT-04-F-004
	<b>PROCEDIMIENTO:</b> TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO <b>BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR</b>	<b>REVISIÓN:</b> 1 Página 1 de 1

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular y/o Examen de carácter complexivo bajo la autoría del estudiante **POSLIGUA BENAVIDES LADY NICOLE**, legalmente matriculado/a en la carrera de Gestión de la Información Gerencial, período académico 2024-2025, cumpliendo el total de 240 horas, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es "La transparencia de la información en la calidad de la comunicación en la empresa pública ULEAM de la ciudad manta 2023". (Estudio de caso)

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 26 de julio de 2024.

Lo certifico,



Ing. Isabel Barrero Cedeño. Mg GA  
**Docente Tutor(a)**  
**Ciencias Administrativas**

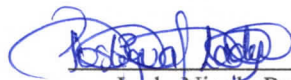
Este es el texto digitalizado de la página original. No debe ser utilizado para fines legales, académicos o administrativos.

Este es el texto digitalizado de la página original. No debe ser utilizado para fines legales, académicos o administrativos.

**AUTORÍA**

Yo, Lady Nicole Posligua Benavides, autora del trabajo de titulación “Transparencia de la información en la calidad de la comunicación” aplicado a la Empresa Pública Uleam; certifico que, todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación han sido realizados de manera original e independiente, además, las fuentes externas que se han utilizado han sido citadas de acuerdo con las normativas correspondientes y declaro absoluta responsabilidad como autora de este estudio de caso.

Manta, 16 agosto del 2024



---

Lady Nicole Posligua Benavides  
C.I.: 131187192-3

## Dedicatoria

Con cariño;

En primer lugar, a Dios por su guía y fortaleza, por iluminar mi camino, Tu presencia ha sido un faro de esperanza y determinación en cada paso de este proceso.

A mi querida mamá, Reyna Yolanda Benavides Intriago por su amor incondicional, su sabiduría infinita y su apoyo constante a lo largo de este camino que no ha sido fácil, pero tu apoyo, confianza y esfuerzo me impulsaron a seguir adelante. Gracias por confiar en mí cuando yo dudaba, por tus palabras de aliento en los momentos difíciles por ser mi inspiración en cada paso de la vida. Por eso y más este logro es tanto tuyo como mío.

A mi persona especial, mi novio, Anthony Amado Cevallos Espinoza, le quiero agradecer de todo corazón, por estar a mi lado siempre sin importar las circunstancias. Por su apoyo constante, su paciencia infinita y ser mi compañero en este largo camino, por creer en mí hasta cuando yo dudaba; por ayudarme y escucharme en los momentos más difíciles. Gracias por quererme tal y como soy, por hacerme sentir especial y por compartir conmigo tantos momentos de alegría y aprendizaje. Te quiero con todo mi ser.

### **Reconocimiento (agradecimiento)**

Mi más profundo agradecimiento;

Deseo expresar mi más sincero agradecimiento a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y a la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio por brindarme la oportunidad de realizar mis estudios en un entorno académico de excelencia y por proporcionarme los recursos necesarios para mi preparación académica.

A todo el cuerpo docente, en especial a mi tutora de tesis, Ing. Isabel Monserrate Barreiro Cedeño por guiarme con su conocimiento, paciencia y apoyo a lo largo de este proceso que han sido cruciales para el desarrollo y culminación de mi trabajo.

A mis amigos, Aldo Xavier Cárdenas Álava y Alisson Ivanova Villafuerte Bravo por los momentos compartidos en clases, por las risas y esa sinceridad que los caracteriza, gracias por hacer de este viaje algo inolvidables, por los buenos y malos momentos vividos, este logro es un reflejo de nuestra amistad.

Y, por último, me quiero dar un espacio para agradecerme a mí por mi compromiso, perseverancia y el esfuerzo dedicado en la realización de este trabajo de investigación. Por no flaquear cuando el camino se ponía difícil. Este proyecto ha sido un desafío significativo y, a través de la dedicación y la confianza en mí, he logrado superar los obstáculos y alcanzar este importante objetivo. Este logro es un reflejo del trabajo y la pasión que he invertido en él, y estoy orgullosa de lo que he conseguido.

## Índice

TEMA: .....	II
Dedicatoria .....	V
Reconocimiento (agradecimiento) .....	VI
Introducción .....	10
Antecedentes Investigativos.....	12
Definición del Problema .....	13
Justificación .....	15
Objetivos .....	17
Objetivo General .....	17
Objetivos Específicos.....	17
Marco Conceptual.....	17
Transparencia de la Información.....	17
Definición de Transparencia .....	19
Dimensiones de la Transparencia.....	20
Transparencia como Regulación.....	20
Transparencia como Democracia .....	20
Transparencia como Eficiencia y Transparencia como Epistemología .....	21
Importancia de la Transparencia .....	21
Calidad de la Comunicación .....	21
Importancia de la Calidad de la Comunicación .....	23
Modelo de Comunicación .....	23

Factores que Influyen en la Calidad de la Comunicación.....	24
Estrategias para Mejorar la Calidad de la Comunicación .....	24
Dimensiones de la Calidad de la Comunicación.....	25
Comunicación Vertical Descendente .....	25
Comunicación Vertical Ascendente .....	25
Comunicación Horizontal-Diagonal .....	26
Evaluación de la Calidad de la Comunicación.....	26
Impacto de la Calidad de la Comunicación.....	27
Intervenciones para Mejorar la Calidad de la Comunicación .....	27
Desafíos y Barreras en la Mejora de la Calidad de la Comunicación.....	28
Ética y Calidad de la Comunicación .....	28
Marco Metodológico.....	29
Resultados Obtenidos.....	31
Análisis de Encuesta a Funcionarios de la Empresa Pública Uleam.....	31
Análisis de Encuesta a Usuarios Externos de la Empresa Pública Uleam.....	40
Análisis de Resultado: Entrevista.....	49
Análisis General.....	55
Conclusiones .....	58
Recomendaciones .....	59
1. Referencias.....	62
Anexos .....	67
Anexo 1. Propuesta de Solución .....	67
Título: .....	67



Introducción:.....	67
Objetivo general: .....	68
Objetivos específicos: .....	68
Estrategias:.....	68
Programa de capacitación.....	69
Cronograma del plan de capacitación continua.....	72
Anexo 2. Encuesta a Aplicada a los Funcionarios de la Empresa Pública ULEAM	73
Anexo 3. Encuesta Aplicada a los Usuarios Externos de la Empresa Pública ULEAM.....	74
Anexo 4. Entrevista Aplicada a los Funcionarios de la Empresa Pública ULEAM	76
Anexo 5. Planteamiento de Árbol Problemático.....	79
Anexo 6. Fotografías de la realización de entrevistas y encuestas.....	80

## **Introducción**

La transparencia de la información se ha convertido en un pilar fundamental en la gestión de organizaciones contemporáneas, especialmente en el sector público, donde la veracidad y accesibilidad de la información juegan un papel crucial en la construcción de la confianza y en la toma de decisiones. En este contexto, el presente estudio se enfoca en analizar cómo la transparencia de la información influye en la calidad de la comunicación dentro de la Empresa Pública Uleam de Manta, una institución que, como muchas otras entidades públicas, enfrenta el reto de equilibrar la eficiencia operativa con la satisfacción de sus diversos grupos de interés.

La Empresa Pública Uleam de Manta, al ser un actor clave en la provisión de servicios públicos, tiene la responsabilidad de garantizar que la información que comunica a sus clientes y a la sociedad en general sea precisa, oportuna y comprensible. La transparencia en este sentido no solo se limita a la divulgación de información, sino que también implica la implementación de prácticas que aseguren que dicha información sea accesible y relevante, facilitando una comunicación clara y efectiva. La calidad de la comunicación, en consecuencia, no solo se evalúa por la cantidad de información compartida, sino por la capacidad para influir positivamente en la percepción y en la relación con los usuarios de los servicios.

Esta investigación se propone, además, delimitar el problema relacionado con la falta de un marco de transparencia que afecte la calidad de la comunicación en la empresa. Al identificar las brechas existentes, se busca ofrecer una comprensión más clara de cómo estas impactan tanto en la toma de decisiones internas como en la percepción externa de la empresa, lo cual es fundamental para proponer soluciones que fortalezcan la comunicación y, en última instancia, la efectividad organizacional.

En este marco, la investigación se propone examinar de manera exhaustiva cómo la transparencia de la información se integra en los procesos de comunicación interna y externa de la Empresa Pública Uleam. Se plantea identificar y evaluar las prácticas actuales de transparencia y su impacto en la calidad de la comunicación, tanto desde la perspectiva organizacional como desde la percepción de los usuarios. Adicionalmente, se busca determinar en qué medida estas prácticas contribuyen a la toma de decisiones informada dentro de la organización y cómo afectan la percepción pública de la misma.

Para lograr este propósito, el estudio utilizará una metodología basada en encuestas, que permitirá recoger datos cuantitativos sobre la implementación de prácticas de transparencia en la comunicación de la empresa. Se analizará cómo estas prácticas han sido integradas en la cultura organizacional de Uleam y qué efectos han tenido sobre la calidad de la comunicación, tanto en términos de claridad y precisión de la información como en la satisfacción y confianza de los clientes y socios comerciales.

La importancia de este estudio radica en la necesidad imperiosa de mejorar la eficacia comunicacional de las entidades públicas, en un entorno donde la información es un recurso estratégico para la gestión y la competitividad. La investigación se delimita a la Empresa Pública Uleam de Manta, un caso que permite ilustrar las dinámicas de la transparencia informativa en el sector público ecuatoriano y su relación directa con la calidad de la comunicación organizacional.

Este trabajo busca contribuir a la gestión de la información gerencial, sino que también pretende ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar la transparencia y la comunicación en las organizaciones públicas. La importancia de este estudio radica en su potencial para influir en políticas y estrategias que promuevan una mayor apertura y eficacia en la comunicación, elementos clave para el fortalecimiento de la confianza pública y la

mejora continua de los servicios ofrecidos por entidades como la Empresa Pública Uleam de Manta.

### **Antecedentes Investigativos**

El análisis de la transparencia de la información y su impacto en la calidad de la comunicación en las organizaciones públicas se ha convertido en un aspecto central para mejorar la confianza en las instituciones, especialmente en contextos latinoamericanos, donde la implementación de estas prácticas enfrenta desafíos particulares. Este contexto incluye factores sociales, políticos, culturales y económicos que influyen directamente en la forma en que se maneja la información dentro de las instituciones públicas.

En América Latina, la transparencia en la gestión pública ha sido impulsada en gran medida por la adopción de normativas internacionales y locales que buscan asegurar el acceso a la información como un derecho ciudadano. En Ecuador, la Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LOTAIP) ha sido un marco crucial para garantizar que las instituciones públicas provean información veraz y accesible. Jara (2019) señala que la implementación de estas políticas aún enfrenta desafíos significativos, como la inconsistencia en la calidad de la información divulgada y la falta de mecanismos eficientes para la participación ciudadana.

A nivel regional, varios estudios han explorado cómo la transparencia afecta la calidad de la comunicación en las entidades públicas. En Ecuador, Zambrano et al. (2019) mencionan sobre las prácticas de transparencia en las empresas públicas ha demostrado que, aunque hay un compromiso generalizado hacia la apertura informativa, la implementación efectiva de estas políticas varía considerablemente entre instituciones, este escenario se agrava por la falta de capacitación adecuada y la carencia de estructuras formales que promuevan una comunicación eficiente y transparente.

El caso de la Empresa Pública Uleam de Manta ofrece un contexto específico para analizar cómo la transparencia informativa se maneja a nivel organizacional. Un estudio de Palma y Romero (2023) sobre el Modelo de gestión de la empresa pública de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, indica que se ha hecho esfuerzos por mejorar la transparencia en su comunicación, persisten problemas relacionados con la claridad y la accesibilidad de la información proporcionada a los usuarios. Estos problemas afectan la percepción pública de la institución y, en consecuencia, la confianza en sus servicios. La presente investigación se enmarca en esta problemática, buscando evaluar de manera crítica las prácticas actuales y proponer mejoras concretas que contribuyan a una gestión más transparente y efectiva de la información en la Empresa.

### **Definición del Problema**

La Empresa Pública Uleam de Manta, una institución que ofrece servicios enfrenta desafíos importantes en la implementación de prácticas de transparencia en el manejo de la información y comunicación. La transparencia informativa, entendida como la capacidad de la organización para ofrecer acceso claro, oportuno y relevante a la información, es esencial para mejorar la percepción y la confianza del público en la institución. A pesar de los esfuerzos realizados, persisten problemas relacionados con la inconsistencia en la presentación de la información y la insuficiencia de mecanismos efectivos de retroalimentación y participación de los usuarios, lo que ha afectado negativamente la calidad de la comunicación interna y externa.

La Empresa Pública Uleam tiene como misión Brindar servicios de excelencia en el ámbito de consultorías, asesorías, ejecución y/o administración en proyectos de producción, capacitación, investigación, inversión y demás afines a la Uleam, con la

participación de personal altamente capacitado para contribuir al desarrollo multidisciplinario del país; todo esto, sujeto a la Ley Orgánica de Empresa Públicas.

Así mismo, la visión de la Empresa Pública Uleam es ser reconocidos como la empresa pública universitaria líder en brindar servicios de investigación, capacitación, consultoría y producción de calidad por su gestión eficaz, eficiente y proactiva en el Ecuador.

Este estudio se enfoca en evaluar cómo la Empresa Pública Uleam ha implementado políticas de transparencia en su comunicación y en qué medida estas prácticas han influido en la calidad de la comunicación y en la percepción de los usuarios. Se han identificado problemas específicos, como la falta de claridad y accesibilidad de la información, que impactan la efectividad de la comunicación organizacional y la satisfacción de los usuarios.

### **Preguntas de investigación**

¿Cómo han influido las prácticas de transparencia de la información en la percepción de los usuarios sobre la calidad de la comunicación en la Empresa Pública Uleam?

¿Cuáles son las principales barreras identificadas en la implementación de políticas de transparencia en la Empresa Pública Uleam, y cómo han afectado estas barreras la calidad de la comunicación interna y externa?

¿En qué medida la transparencia informativa podría contribuir a resolver las deficiencias identificadas en la comunicación organizacional de la Empresa Pública Uleam?

¿Qué estrategias de mejora se puede aplicar para mejorar las políticas de transparencia en la información de la Empresa Pública Uleam?

### **Justificación**

La transparencia en la gestión de la información y la calidad de la comunicación son pilares fundamentales para el buen funcionamiento de cualquier organización pública, especialmente en el contexto de las instituciones educativas. La Empresa Pública Uleam de Manta, al ser una entidad clave en la educación superior de la región, tiene la responsabilidad de garantizar que su comunicación sea clara, precisa y accesible, para fortalecer la confianza y satisfacción de sus usuarios. En este sentido, estudiar la implementación de políticas de transparencia y su impacto en la calidad de la comunicación en la Empresa Pública Uleam es no solo pertinente, sino también necesario para identificar áreas de mejora que puedan contribuir al desarrollo institucional.

Este estudio es necesario porque la transparencia informativa se ha convertido en un requisito indispensable para la legitimación de las instituciones públicas. La falta de claridad y acceso a la información puede generar desconfianza y descontento entre los usuarios, lo que impacta negativamente en la percepción pública de la institución. Dado que la organización desempeña un papel fundamental en la formación de profesionales y en la prestación de servicios educativos, asegurar la transparencia en sus procesos comunicativos es esencial para mantener su reputación y efectividad operativa. Además, en un entorno donde la rendición de cuentas y la participación ciudadana son cada vez más demandadas, este estudio permite evaluar en qué medida la institución cumple con estos estándares y cómo puede mejorar en estas áreas.

El propósito de este estudio es proporcionar un análisis detallado de las políticas de transparencia en la empresa y su relación con la calidad de la comunicación organizacional. A través de este análisis, se busca identificar las principales barreras que enfrenta la institución en la implementación de prácticas transparentes y proponer recomendaciones concretas para superarlas. Este estudio tiene el potencial de influir en la

formulación de estrategias de comunicación más efectivas, y en otras instituciones públicas que enfrentan desafíos similares. Al mejorar la transparencia y la calidad de la comunicación, se espera fortalecer la confianza y satisfacción de sus usuarios, lo que en última instancia contribuirá a su misión educativa y a su impacto social en la comunidad.

El estudio es relevante en el contexto actual de la gestión pública, donde la transparencia y la calidad de la comunicación son factores clave para la gobernanza efectiva y la participación ciudadana. Además, la investigación aborda un problema específico dentro de una institución pública de gran importancia en Ecuador, lo que le otorga un valor significativo tanto a nivel académico como práctico. Los resultados del estudio podrán ser utilizados para mejorar las políticas internas de la Empresa Pública, promoviendo un entorno de mayor apertura y comunicación efectiva.

La realización de este estudio es factible, dado que se cuenta con acceso a los datos y recursos necesarios para llevar a cabo un análisis exhaustivo de las políticas de transparencia. Además, el impacto social del estudio es considerable, al mejorar la transparencia y la comunicación, se podría influir positivamente en la experiencia educativa de miles de estudiantes y en la percepción pública de la institución. Un mayor nivel de transparencia y una comunicación más efectiva pueden fomentar la confianza en la empresa, fortaleciendo su rol como líder en la educación superior en la región.



## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Evaluar cómo las políticas de transparencia en la Empresa Pública Uleam de Manta ha influido en la calidad de la comunicación y en la percepción de los usuarios.

### **Objetivos Específicos**

- Identificar y analizar las principales barreras que enfrenta la Uleam en la implementación de políticas de transparencia en su comunicación interna y externa.
- Evaluar el impacto de las prácticas actuales de transparencia en la percepción de los diferentes grupos de interés de la Uleam, incluyendo estudiantes, empleados y la comunidad en general.
- Proponer estrategias de mejora para las políticas de transparencia en la Uleam, orientadas a optimizar la comunicación organizacional y a fortalecer la confianza de los usuarios en la institución.

## **Marco Conceptual**

### **Transparencia de la Información**

Respecto con lo mencionado por Ponce et al. (2021) la transparencia informativa y la divulgación web es fundamental para facilitar la comunicación con los grupos de interés e identificar la reputación corporativa de las empresas (Adegbite et al., 2019).

Sin duda, la transparencia de la información y la divulgación accesible mediante la web son elementos importantes para establecer y mantener una comunicación efectiva con los diversos grupos de interés y para gestionar la reputación corporativa de una empresa.

Ponce et al. (2021) indican que la transparencia en la información de los indicadores de Gobierno Corporativo es necesaria para una mejor gestión empresarial, una mejor

reputación corporativa y una mayor generación de confianza (Melé et al., 2011; González-Ramos et al., 2014).

La transparencia de la información en el manejo de las normas, prácticas y procesos en el Gobierno Corporativo es esencial para varios aspectos clave en la gestión empresarial, de igual forma, en los indicadores de, Gobierno Corporativo no solo es necesaria, sino que también es fundamental para el éxito sostenible de una empresa, contribuyendo a una gestión más eficiente; una reputación sólida y una mayor confianza de los clientes.

Según Puddephatt (2021) es considerada como una ventaja competitiva, la aplicación de los principios de transparencia por una empresa, además, provee de estándares más sólidos en el ámbito internacional.

De acuerdo con lo mencionado por Arzola (2023) la aplicación de los principios de transparencia por parte de una empresa es considerar no solo como una buena práctica, sino también como una ventaja competitiva en el entorno empresarial actual (Puddephatt, 2021).

Las buenas prácticas de transparencia de la información corporativa posibilitan que los grupos de interés tengan mayor información, además de brindar mayor sustento para un debate público más amplio acerca del impacto de las empresas en la libertad de expresión, la democracia y la privacidad; es considerada como una ventaja competitiva la aplicación de los principios de transparencia por una empresa, además, provee de estándares más sólidos en el ámbito internacional (Puddephatt, 2021).

La transparencia no solo es una práctica ética, sino que también es estratégica. Proporciona beneficios que van más allá de cumplir con regulaciones, creando una base sólida para la competitividad, la sostenibilidad y la contribución positiva a los debates y desafíos sociales a nivel nacional e internacional.

## **Definición de Transparencia**

Guerrero Gutiérrez, la palabra «transparencia» se utiliza de tres formas: «como cualidad de un objeto, como atributo de un sujeto y como atributo de un grupo o colección de sujetos (por ejemplo, un partido político, un sindicato, una agrupación gremial o un gobierno)» (shilda, 2010).

Según lo mencionado por Guerrero Gutiérrez la palabra transparencia se puede aplicar en diferentes contextos, así mismo, reflejan su capacidad para abarcar conceptos tanto tangibles como intangibles. La importancia de la transparencia en estas diversas aplicaciones destaca su papel crucial en la construcción de confianza, la toma de decisiones informadas y la promoción de prácticas éticas en una variedad de contextos.

Por consiguiente, Shilda (2010) afirma que la transparencia es un atributo o cualidad que permite tener más información clara y precisa sobre una persona o algo, lo que redundaría en el aumento de nuestras capacidades de comprensión, vigilancia y comunicación.

La transparencia es un atributo o cualidad que se refiere a la claridad y accesibilidad de la información. Cuando se aplica a personas, organizaciones o procesos, la transparencia implica que la información relevante está disponible y fácilmente comprensible para aquellos que la necesitan.

Para Aguilar Rivera, la transparencia: «[...] es una práctica o un instrumento que utilizan las organizaciones para publicar o volver público cierto tipo de información o bien para abrir al público algunos procesos de toma de decisiones» (shilda, 2010)

## **Dimensiones de la Transparencia**

### ***Transparencia como Regulación***

De acuerdo con, Schauer (2014), la divulgación obligatoria que pesa sobre sociedades respecto de numerosos reportes financieros y transacciones es una importante dimensión de regulación corporativa y de valores, dimensión esta última que se encuentra basada en la premisa de que una sociedad en la que las finanzas, la organización interna y los principales contratos son accesibles para el público y sus accionistas es una sociedad que se encuentra limitada en su habilidad para involucrarse en una serie de prácticas que dañen a los inversionistas.

Es decir, que es obligación de una empresa hacer divulgación de los reportes de índole financiero y transaccionales, debido a que esto es una pieza clave en la regulación corporativa y de valores. Esta práctica está diseñada para aumentar la transparencia y la rendición de cuentas en las empresas, es por ello por lo que, una sociedad que proporciona información de forma clara accesible y transparente sobre sus finanzas, procesos internos y contratos principales para que pueda ser fácilmente utilizada por sus acreedores es más propensa a operar de manera ética y a evitar prácticas perjudiciales para los inversionistas.

### ***Transparencia como Democracia***

Schauer (2014) indica que la transparencia como estrategia regulatoria son cada día más comunes, existe un determinado tipo de control o regulación que domina muchas de las discusiones sobre transparencia, y es la que ejerce el pueblo o sus representados elegidos (o autonometrados) sobre el gobierno.

La transparencia como estrategia regulatoria se ha vuelto cada vez más común en diversos ámbitos, y una de las áreas donde ha ganado particular relevancia es en la relación entre el gobierno y sus ciudadanos o representados. Este tipo de control o regulación que

ejerce la ciudadanía sobre el gobierno se conoce como "transparencia gubernamental" o "gobierno abierto".

### ***Transparencia como Eficiencia y Transparencia como Epistemología***

Así mismo Schauer (2014) menciona que la transparencia como eficiencia, están argumentando que la libre disponibilidad de información es lo que precisamente permite la operación eficiente de los mercados; Transparencia como epistemología; esta última comprendería la afirmación de que la abierta disponibilidad de información facilita la identificación de lo verdadero (y falso) y, consecuentemente, produce más conocimiento y mayor progreso.

Es sugestivo observar cómo la transparencia puede ser vista desde diferentes perspectivas, incluyendo su relación con la eficiencia de los mercados y su papel en la generación de conocimiento.

### **Importancia de la Transparencia**

Según lo mencionado por Juárez (2020) actualmente la transparencia juega un rol de gran importancia en las democracias por ser un factor necesario para la toma de decisiones relevantes que serán la guía de actuación de los titulares ocasionales del poder.

De acuerdo con lo antes mencionado, es esencial que los ciudadanos tomen decisiones informadas al elegir a sus representantes y al respaldar o cuestionar políticas específicas. La transparencia proporciona la información necesaria para que los ciudadanos participen de manera activa e informada en el proceso democrático.

### **Calidad de la Comunicación**

Según Flores (2022) citando a los autores Contreras y Garibay (2020) los mismos que, afirman que la comunicación es una herramienta que ayuda al cambio social en un mundo cada vez más versátil, mientras que Rodríguez y Vázquez (2019) identificaron que,

independientemente del entorno dinámico contemporáneo, la comunicación organizacional se enfrenta a retos para continuar en su mejora y su calidad, a través de un modelo longitudinal con especialización funcional y de competencia que integre el conocimiento generado en las investigaciones previas.

Es cierto que la comunicación desempeña un papel fundamental en el cambio social, especialmente en un mundo en constante evolución. La comunicación organizacional, en particular, juega un papel crucial en la mejora y calidad de las interacciones dentro de las organizaciones. Abordar los retos actuales en este campo y promover su mejora continua requiere un enfoque integral y estratégico.

Así mismo Méndez y Palacios (2020) mencionan que la comunicación es un elemento estratégico que auxilia a alcanzar los objetivos trazados en la organización como el posicionamiento, la mejora continua, la innovación y la consecución de calidad, en muchas organizaciones es necesaria la gestión de la comunicación organizacional y de sus componentes, para otorgar relevancia a los elementos comunicacionales en la calidad de las normas, planes estratégicos, estructura, políticas, relaciones externas e imagen. (p. 20)

La comunicación es un elemento estratégico clave para el éxito de cualquier organización. La gestión efectiva de la comunicación organizacional contribuye significativamente a alcanzar los objetivos trazados y a mejorar diversos aspectos fundamentales. Es un facilitador esencial para lograr los objetivos estratégicos de la organización, abarcando desde el posicionamiento en el mercado hasta la gestión interna y las relaciones externas.

### **Importancia de la Calidad de la Comunicación**

Según Fernandez et al. (2019) consideran que es fundamental plantear la importancia de los elementos que influyen en la comunicación, destacando que el mundo empresarial se ha percatado de la importancia que tiene la competencia del manejo de la comunicación para el éxito de las organizaciones.

Los autores consideran que: La importancia de la calidad de la comunicación acertada, especialmente en procesos de cambio organizacional, aumenta el flujo de información y disminuye la resistencia al cambio, porque la comunicación con argumentos de calidad cumple una función participativa y promueve un comportamiento positivo que se debe desarrollar y cultivar en todas las áreas de una organización.

La competencia en el manejo de la comunicación se ha convertido en un factor crítico para el éxito de las organizaciones en el mundo empresarial actual. Reconocer y abordar estos elementos clave garantiza una comunicación efectiva y contribuye a la competitividad y sostenibilidad a largo plazo de la organización

### **Modelo de Comunicación**

Un modelo de comunicación es la relación a su actividad productiva o sector que debe enfocarse en el mejoramiento continuo y la productividad, minimizando las pérdidas, errores, desafíos y barreras comunicativas de los empleados y directivos. (Díaz & Colmenares, 2019).

Según el autor Islas (2011) considera que un modelo de comunicación se enfoca en la interacción, analiza el significado de la comunicación, sus medios y la dinámica entre el emisor y receptor, el contexto en el que se desarrolla y las interferencias, a su vez, la importancia de las interacciones comunicativas entre personas, sociedades y organizaciones, son la razón para desarrollar modelos.

### **Factores que Influyen en la Calidad de la Comunicación**

Dado que la comunicación desempeña un rol fundamental en el fortalecimiento de la cultura organizacional, es indispensable que se promueva un desarrollo eficaz en varios aspectos: el compromiso de la alta dirección, trabajo en equipo, aprendizaje organizacional y la mejora continua, estos factores de calidad no solo actúan como herramientas, sino que constituyen cimientos fundamentales en una cultura de calidad (Parra, et al., 2019).

A su vez, considera que los factores que influyen en la calidad de la comunicación son los siguientes:

Un factor que influye es el propio mensaje, el emisor y el receptor. El emisor puede generar una conexión especial, mientras que el receptor puede verse influenciado de diversas maneras según su edad o nivel de educación, además, influye otro factor el cual es el periférico este se denomina el atractivo del emisor porque provoca cambios de actitud del receptor.

Otro factor es el grado de interés personal que el receptor tenga del mensaje, cuando el mensaje es significativo para él, es más probable que se involucre en un procesamiento profundo, así mismo, si la información no le resulta relevante, es probable que el mensaje sea por vía periférica.

Un factor que influye es la habilidad del receptor para procesar cognitivamente el mensaje, si esta habilidad es alta, la información es procesada a través de un enfoque más profundo, si la habilidad es baja debido a distracciones u otros factores periféricos, como el estrés, fatiga, es probable que el mensaje se lleve a cabo de manera superficial.

### **Estrategias para Mejorar la Calidad de la Comunicación**

Según el autor Peña et al. (2017), las estrategias de comunicación interna son consideradas como elementos indispensables y claves para construir el éxito empresarial. Además, para elaborarlas depende del contexto en el que se desenvuelve la organización para



determinar las acciones a desarrollar y posteriormente dar respuesta a las problemáticas identificadas previamente en el diagnóstico.

Las estrategias deben contribuir en el logro de los objetivos de la organización, dar sentido y orden al intercambio de mensajes y desarrollar significados que favorezcan la coordinación entre los miembros de la empresa (Ramos et al., 2017).

Las organizaciones actuales elaboran estrategias que innovan y fortalecen las interacciones internas y externas, promoviendo el crecimiento y desarrollo empresarial, así mismo el aprovechamiento de canales de comunicación, clima y cultura organizacional, entre otros (Ríos et al., 2020).

### **Dimensiones de la Calidad de la Comunicación**

De acuerdo con los autores Armas et al. (2020) las dimensiones de la calidad de la comunicación son los siguientes:

#### ***Comunicación Vertical Descendente***

La dimensión comunicación vertical descendente mide la comunicación que va de jefe a empleado, es el flujo de información dentro de una empresa, el cual es manejado por los niveles jerárquicos superiores, es la trasmisión de mensajes, instrucciones y directrices de los niveles de liderazgo hacia los empleados, esta dimensión es esencial para el desarrollo y funcionamiento de la institución.

#### ***Comunicación Vertical Ascendente***

La dimensión comunicación vertical ascendente, mide la comunicación que va del empleado hacia su jefe, es el flujo de información que se maneja por el nivel jerárquico inferior hacia niveles jerárquico-superiores, esta dimensión es fundamental para que los empleados porque pueden expresar sus ideas, sugerencias y retroalimentación a sus directivos, esto a su vez fomenta una toma de decisiones más informada.

### ***Comunicación Horizontal-Diagonal***

La dimensión Comunicación horizontal diagonal, miden el intercambio de información entre compañeros de trabajo y entre áreas, promueve una cultura organizacional colaborativa y facilita la cooperación y el intercambio de información entre individuos y departamentos, a su vez, eleva los niveles de calidad, innovación y capacidad de adaptación organizacional.

### **Evaluación de la Calidad de la Comunicación**

Evaluar la calidad de la comunicación organizacional permite tener un análisis y valorización de comportamiento e interacciones comunicativas, este proceso se lleva a cabo por medio de diversas técnicas como: encuestas, cuestionarios entre otros. El objetivo principal es analizar las áreas de mejora e identificar los factores que obstaculizan, filtran o distorsionan el proceso de comunicación (Armas et al., 2020).

Resulta razonable pensar que la evaluación se ejecuta con el propósito de facilitar y mejorar en distintos sentidos el proceso de comunicación, a su vez, se resalta en medios académicos, la importancia de la evaluación de la calidad en la comunicación como una herramienta que analiza y mide la efectividad de los diversos aspectos de esta (Ignacio, 2005).

Por consiguiente, la evaluación actúa como herramienta que la comunicación utiliza para garantizar una acción de alta calidad. Cumple una doble función: por un lado, proporciona a los responsables la información necesaria para tomar decisiones de mejora, y por otro, implica un compromiso de perfeccionamiento por parte de todos los involucrados en el proceso de comunicación

### **Impacto de la Calidad de la Comunicación**

Las organizaciones compiten por captar la atención de los usuarios, a su vez se hacen cargo de generar información de calidad que tenga impacto positivo en un sector o grupo específico al que se dirijan.

La calidad de la comunicación adquiere importancia porque generar una estructura compleja que integra diferentes elementos para obtener un valor agregado, sin embargo, no es solo obtener relevancia en el contenido, sino también que incluya diseño visual, organización de la información, facilidad de uso y navegación. Así una empresa que logre dominar este aspecto probablemente domine obtendrá éxito (Arévalo & García, 2023).

Además, el mismo autor considera que se ha comprobado que la comunicación tiene un impacto crucial en la construcción de relaciones entre los distintos involucrados de la organización, desde el punto de vista de los directivos y de los empleados. A su vez, se determina que lo primordial es la calidad de la comunicación y evaluar su efectividad, Así mismo, se observa una notable evolución en la comunicación de la organización.

### **Intervenciones para Mejorar la Calidad de la Comunicación**

El autor Castillo et al. (2015) menciona que la buena comunicación estimulará la unión de los miembros del equipo de trabajo, lo cual permitirá que la información circule de manera rápida facilitando la coordinación de las actividades entre los diferentes departamentos. Por otro lado, el autor enfatiza que para que la comunicación se genera de manera bidireccional y sea efectiva, es de suma importancia que sea participativa y coherente con la cultura empresarial.

Para llevar a cabo las mejoras o intervenciones para la calidad de la comunicación se deben realizar de manera programada y planificada, integrando los componentes y recursos que dispone la organización para lograr su implementación y comunicación con el entorno (Duque, 2023).

### **Desafíos y Barreras en la Mejora de la Calidad de la Comunicación**

Las barreras que afectan son las personales, que parten de las características propias del individuo, las barreras físicas que interfieren en la comunicación con otras personas y las barreras semánticas que tienen relación tanto a la interpretación y comprensión de las palabras (Mendoza, 2017).

Para la autora Aragadvay (2022) las barreras o desafíos de la comunicación son factores que inciden el proceso comunicativo en cualquiera de los elementos que lo componen y a su vez dificulta la claridad del mensaje, así como su entendimiento.

### **Ética y Calidad de la Comunicación**

Según Parra et al. (2019), la calidad de la comunicación tiene un afecto positivo en los individuos a la hora del proceso de cambio, destacando que, si la comunicación es de calidad, es posible convencer a los empleados a los cambios.

Por otro lado, la ética implica mantener el respeto y responsabilidad en la manera que se maneja la comunicación por lo que se considera como un elemento esencial por su contribución en el establecimiento y alcance de metas internas y externas de la organización (Vargas, 2012).

La ética juega un papel importante para el desarrollo y funcionamiento de la organización, como en las relaciones y comunicaciones internas, influyendo en la productividad, identidad y el flujo de mensajes internos (Díaz & Colmenares, 2019).

### **Marco Metodológico**

El presente estudio se enmarca en un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, utilizando la encuesta y entrevista como técnicas e instrumentos para la recolección de datos. El objetivo fue evaluar cómo la implementación de las políticas de transparencia en la Empresa Pública Uleam de Manta influye en la calidad de la comunicación y en la percepción de los usuarios.

Este estudio es de carácter descriptivo y explicativo. Se busca describir y cuantificar la percepción de los usuarios acerca de las prácticas de transparencia en la ULEAM, así como explicar las relaciones entre estas prácticas y la calidad de la comunicación organizacional. La naturaleza cualitativa del estudio permite obtener datos precisos y medibles que reflejan las opiniones y actitudes de los participantes.

El estudio se centró en una muestra representativa de la población de la Empresa Pública Uleam, que incluyó a 20 participantes: 10 funcionarios (usuarios internos) y 10 usuarios externos de la Empresa Pública Uleam en la ciudad de Manta. Estos participantes fueron seleccionados mediante un muestreo intencionado, asegurando que cada grupo tuviera representatividad suficiente para reflejar las percepciones sobre la transparencia informativa y la calidad de la comunicación dentro de la institución.

Los datos recolectados a través de las encuestas fueron analizados utilizando técnicas estadísticas descriptivas, para resumir la información obtenida. Además, se aplicaron análisis para explorar la relación entre las variables, como la percepción de la transparencia y la calidad de la comunicación. Este enfoque permitió identificar patrones y tendencias significativas dentro de la muestra.

Las encuestas fueron diseñadas con preguntas cerradas y escalares, las encuestas permitieron captar datos cuantitativos sobre la percepción de los participantes respecto a la transparencia informativa y la calidad de la comunicación en la Empresa Pública Uleam. Las

preguntas se estructuraron de manera que facilitaran la comparación y el análisis estadístico, garantizando la obtención de resultados claros y objetivos.

La entrevista esta técnica fue seleccionada debido a su eficacia para obtener información directa y contextualizada de los actores clave en la Empresa Pública Uleam. Este instrumento fue fundamental para explorar en profundidad las percepciones y experiencias con respecto a la transparencia y comunicación organizacional, aspectos centrales en este estudio. La entrevista proporcionó datos cualitativos esenciales que enriquecen el análisis y contribuyen a una comprensión más integral de la dinámica interna de la organización.

## Resultados Obtenidos

En esta etapa, se presenta el análisis de los resultados obtenidos en la recolección de datos mediante la técnica de encuesta, que fue aplicada a 10 funcionarios y 10 usuarios externos en la Empresa Pública Uleam de la Ciudad de Manta.

### Análisis de Encuesta a Funcionarios de la Empresa Pública Uleam

#### 1. ¿Cómo calificas la transparencia de la información proporcionada por la organización?

**Tabla #1**

*La transparencia de la información proporcionada por la organización*

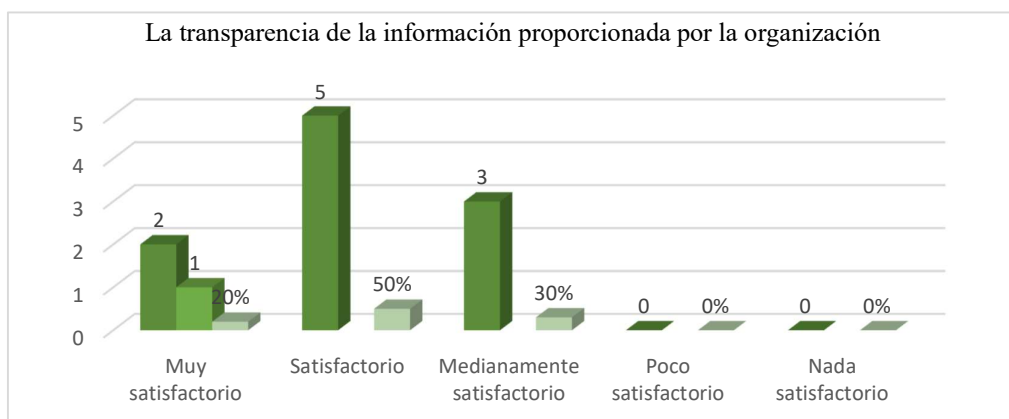
Respuestas	Frecuencia	%
<b>Muy satisfactorio</b>	2	20%
<b>Satisfactorio</b>	5	50%
<b>Medianamente satisfactorio</b>	3	30%
<b>Poco satisfactorio</b>	0	0%
<b>Nada satisfactorio</b>	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #1**

*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

Los resultados son mayoritariamente positivos, debido a que, la mayoría de los encuestados califica la transparencia de la información como satisfactorio y muy



satisfactorio. Esto indica que los encuestados tiene una respuesta positiva respecto a la transparencia de la información proporcionada por la organización.

Sin embargo, existe un grupo que percibe esta transparencia como medianamente satisfactoria, esto indica que en la organización no se proporciona la información correctamente.

## 2. ¿Cómo califica la transparencia de la comunicación en tiempos de crisis?

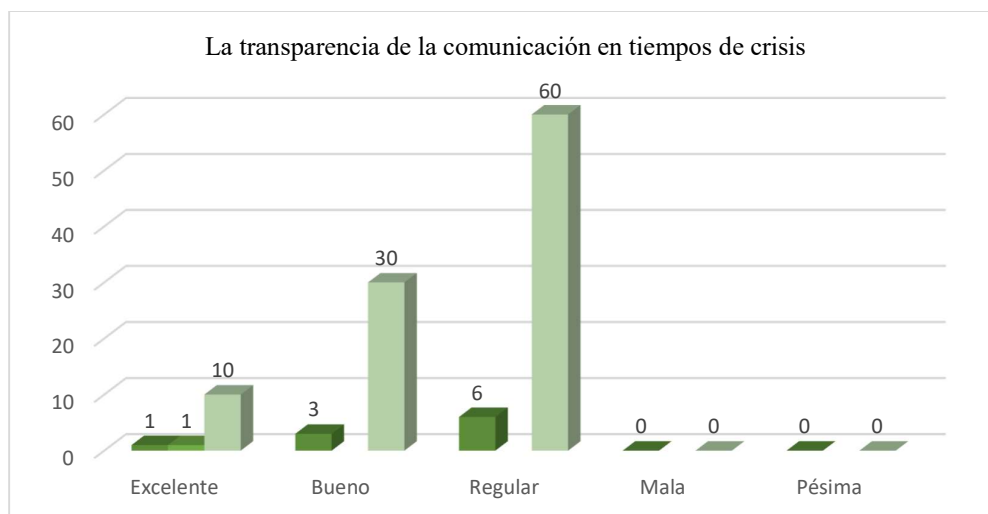
**Tabla #2**

*La transparencia de la comunicación en tiempos de crisis*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	1	10%
<b>Bueno</b>	3	30%
<b>Regular</b>	6	60%
<b>Mala</b>	0	0%
<b>Pésima</b>	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #2**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

La mayoría de los encuestados 60% califica la transparencia de la comunicación en tiempos de crisis como regular. Esto indica que los funcionarios pueden sentir que en tiempos de dificultades significativas no están recibiendo todos los detalles necesarios para entender



la situación completamente o que la misma no es adecuada, sin embargo, hay un grupo de encuestados que califican como excelente o buena debido a que la comunicación en la organización en situaciones de dificultad es precisa, clara y honesta.

### 3. ¿Qué tan clara es la comunicación sobre las políticas y procedimientos en la EP ULEAM?

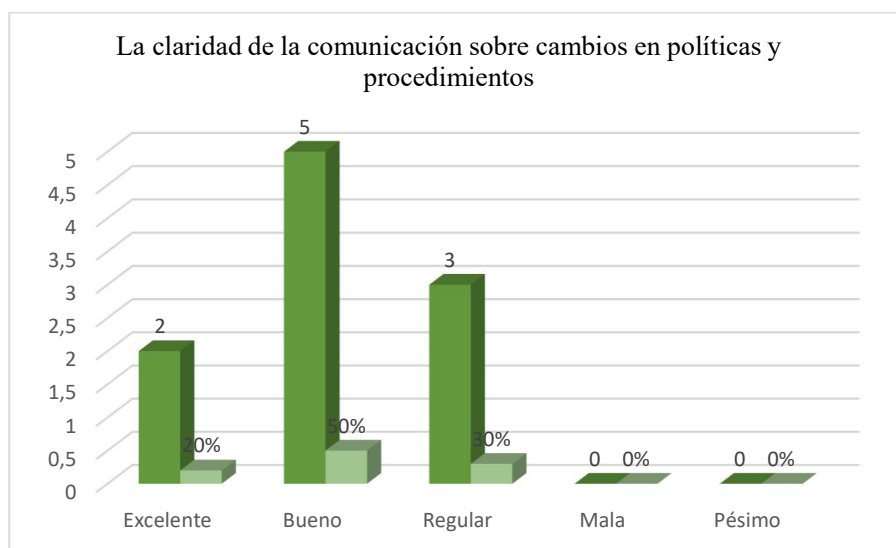
**Tabla #3**

*La claridad de la comunicación sobre cambios en políticas y procedimientos*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	2	20%
<b>Bueno</b>	5	50%
<b>Regular</b>	3	30%
<b>Mala</b>	0	0%
<b>Pésimo</b>	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #3**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

La mayoría de los encuestados considera que la comunicación sobre los cambios en políticas y procedimientos en la Empresa Pública Uleam es excelente y bueno, lo que indica que en la organización se maneja las directrices y normativas de forma eficiente, por otro

lado, el 30% de los encuestados percibe la comunicación como regular, lo que nos muestra que, hay un grupo pequeño que no está conforme en su totalidad con la forma de comunicar estos procedimientos.

#### 4. ¿Cómo califica la comunicación sobre los resultados y desempeño de la organización?

**Tabla #4**  
*La comunicación sobre los resultados y desempeño de la organización*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	2	20%
<b>Bueno</b>	3	30%
<b>Regular</b>	5	50%
<b>Mala</b>	0	0%
<b>Pésimo</b>	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #4**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

En un total de 5 encuestados califica la comunicación sobre los resultados y desempeño de la organización como regular, esto sugiere que la mitad de los encuestados tiene una percepción no muy conforme con la forma en la que se comunican los resultados de los logros que la organización obtiene en el desempeño de sus actividades, por otro lado, la

otra mitad de los encuestados califica como excelente o bueno, esto indica que los funcionarios si están completamente satisfechos con la claridad con la que se comunican los resultados y el desempeño que se maneja internamente en la organización.

**5. ¿Puedes acceder con facilidad a los informes y documentos relevantes en el departamento que te desempeñas?**

**Tabla #5**

*La facilidad con la que se puede acceder a informes y documentos relevantes en los departamentos*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	8	80%
<b>No</b>	2	20%
<b>TOTAL</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #5**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

La mayoría de los encuestados en un 80% responde que si pueden acceder con facilidad a los informes y documentos relevantes. Esto indica que en su mayoría los funcionarios tienen una experiencia muy positiva respecto al acceso a la información en su departamento porque cuentan con sistemas y procedimientos que hace que sea accesible la obtención de documentos e informes relevantes en el departamento que desempeñan sus

actividades, por otro lado, un 20% responde que no debido que, aunque hay un buen nivel de satisfacción general, existen áreas donde las personas no se encuentran muy satisfechas al momento de la obtención de documentos.

**6. ¿Sientes que las metas y objetivos de la organización se comunican de manera transparente?**

**Tabla #6**  
*Comunicación transparente  
de las metas y objetivos organizacionales*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	8	80%
<b>No</b>	2	20%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam    Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #6**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

La mayoría de los encuestados responde que, si se comunican con transparencia las metas y objetivos de la organización, esto indica que la mayoría de los empleados tiene una percepción positiva respecto a cómo se comunica el propósito de la empresa, por otro lado, Un 20% de los encuestados responde que no hay transparencia en la comunicación, lo que

sugiere que, hay encuestados que consideran que la práctica de comunicación no es muy efectiva dentro de la organización.

**7. ¿La comunicación en tu organización fomenta la confianza entre empleados y directivos?**

**Tabla #7**  
*La confianza que fomenta la organización entre empleados y directivos*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	6	60%
<b>No</b>	4	40%
<b>TOTAL</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam    Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #7**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

El total de los encuestados 60% indican que la organización si fomenta confianza con la comunicación interna que maneja, lo que quiere decir que en la empresa tienen buenas prácticas en el aspecto de fomentar una buena comunicación, sin embargo, se percibe en un 40% responde que no lo que se puede traducir que en algún momento en la organización no se fomentó la comunicación interna adecuadamente.

**8. ¿Considera que la transparencia en la comunicación ha mejorado en el último año?**

**Tabla #8**

*El mejoramiento de la transparencia en la comunicación en el último año*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	5	50%
<b>No</b>	5	50%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam    Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #8**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

La mitad de los encuestados 50% considera que la transparencia en la comunicación si ha mejorado en el último año, esto indica que se ha incrementado la transparencia y la claridad en la comunicación. Sin embargo, la otra mitad de encuestados responde que no, esto quiere decir que este grupo de encuestados no está conforme con el mejoramiento de la transparencia en la comunicación que maneja la empresa.

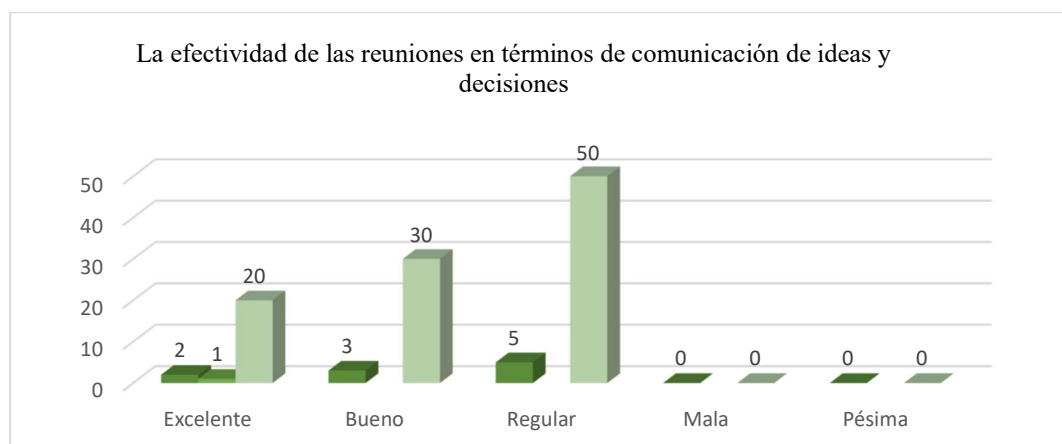
9. ¿Cómo califica la efectividad de las reuniones en términos de comunicación de ideas y decisiones?

**Tabla #9**  
*La efectividad de las reuniones en términos de comunicación de ideas y decisiones*

Respuestas	Frecuencia	%
Excelente	2	20%
Bueno	3	30%
Regular	5	50%
Mala	0	0%
Pésima	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Usuarios Internos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #9**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

La mitad de los encuestados 50% califica como regular la efectividad de las reuniones, indicando que las reuniones son moderadamente efectivas en la comunicación de ideas y decisiones, Por otro lado, la otra parte de encuestados califica la efectividad de las reuniones como excelente y buena, esto muestra que una parte significativa de los empleados encuentra que las reuniones son efectivas en comunicar ideas y decisiones.

## Análisis de Encuesta a Usuarios Externos de la Empresa Pública Uleam

### 1. ¿Cómo califica la transparencia de la información proporcionada por la organización?

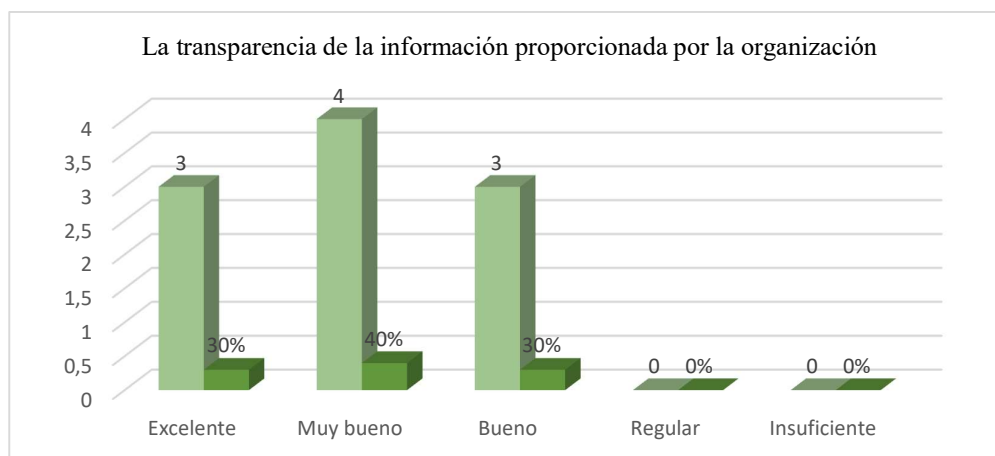
**Tabla #1**

*La transparencia de la información proporcionada por la organización*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	3	30%
<b>Bueno</b>	4	40%
<b>Regular</b>	3	30%
<b>Malo</b>	0	0%
<b>Pésima</b>	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #1**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

Del total de los usuarios externos en su gran mayoría califican la transparencia de la información proporcionada por la organización como excelente y bueno, esto indica que la mayoría de los encuestados considera positiva la transparencia de la información proporcionada por la organización, sin embargo, un 30% de los encuestados considera la transparencia de la información como regular, lo que hay usuarios externos que no están muy satisfechos con la claridad y accesibilidad de la información proporcionada.



**2. ¿Considera que las vías de comunicación externas para promover la información importante son efectivas?**

**Tabla #2**

*La efectividad de las vías de comunicación externa para promover la información importante*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	6	60%
<b>No</b>	4	40%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #2**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

Un 60% de los encuestados califica que si son efectivas las vías de comunicación externa. Esto indica que la mayoría de los usuarios encuentra que las vías de comunicación externa son efectivas en la promoción de información importante, por otro lado, Un 40% de los encuestados considera la efectividad de las vías de comunicación externa no son efectivas, esto debido que en algún momento al recibir información por medio de los medios que maneja la organización esta no fue eficiente.

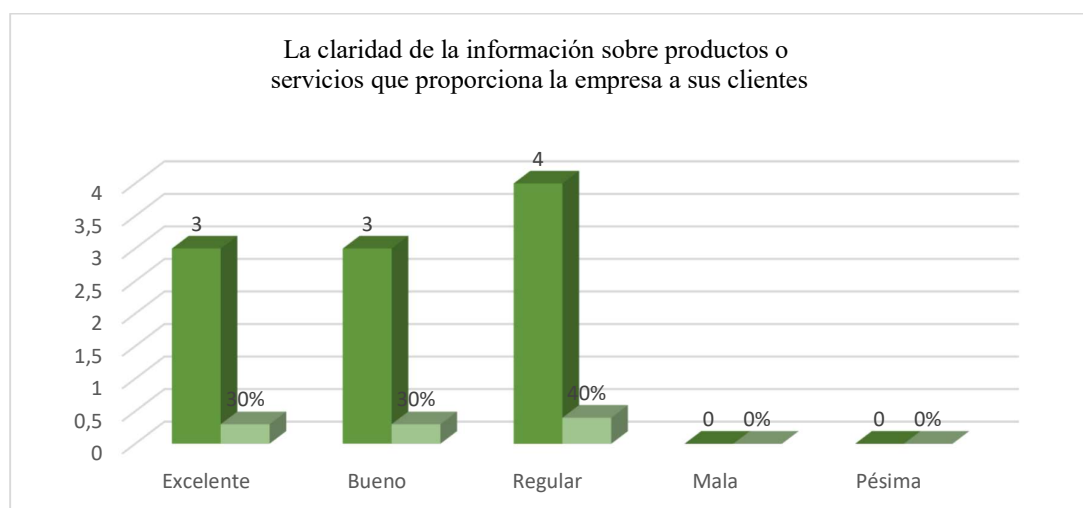
**3. ¿Cómo valoras la claridad de la información sobre los productos o servicios que proporciona la empresa a sus clientes?**

**Tabla #3**

*La claridad de la información sobre productos o servicios que proporciona la empresa a sus clientes*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	3	30%
<b>Bueno</b>	3	30%
<b>Regular</b>	4	40%
<b>Mala</b>	0	0%
<b>Pésima</b>	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #3**

*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

En el total de los encuestados valora la claridad de la información sobre los productos o servicios como regular, esto se debe a que la características o especificaciones de estos no están debidamente explicados, sin embargo, otro grupo de encuestados considera la claridad de la información como excelente o buena, esto indica que la mayoría de los usuarios encuentra la información que proporciona la empresa a sus clientes es clara y comprensible en su totalidad.

- 4. ¿Te resulta fácil obtener los informes y documentos clave de la empresa como usuario?**

**Tabla #4**

*La facilidad para obtener los informes y documentos clave de la empresa como usuarios*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	4	40%
<b>No</b>	6	60%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam    Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #4**

*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

Un 60% de los encuestados responde que no es fácil obtener los informes y documentos clave de la empresa como usuario externo. Esto sugiere que, una proporción significativa de usuarios externos encuentra el proceso no es aceptable, sin embargo, la otra parte de los encuestados responde que, si es fácil la obtención de informes y documentos clave, lo cual indica que algunos usuarios externos encuentran grandes dificultades para acceder a la información clave.

- 5. ¿Sientes que las metas y objetivos de la organización se comunican de manera transparente?**

**Tabla #5**

*La transparencia con la que comunican las metas y objetivos de la organización*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	6	40%
<b>No</b>	4	40%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam    Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #5**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

Un 60% de los encuestados responde que si se comunican con transparencia las metas y objetivos de la organización. Esto indica una percepción positiva general sobre la transparencia en la comunicación de metas y objetivos, sin embargo, otra parte de los encuestados no está de acuerdo con la transparencia en la comunicación de metas y objetivos, esto se debe a que la comunicación no es muy efectiva y las metas y objetivos de la organización no son muy comprensibles.

**6. ¿La comunicación de la EP ULEAM fomenta la confianza entre la empresa y sus clientes?**

**Tabla #6**

*La confianza que fomenta la empresa para sus clientes*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	8	80%
<b>No</b>	2	20%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #6**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

Del total de los encuestados en su mayoría responden que, si se fomenta confianza en la comunicación entre la empresa y sus clientes que está siendo percibida por los usuarios actualmente de forma positiva, así mismo, hay un 20% de encuestado considera que no. Sin embargo, esto sugiere que la comunicación actualmente no genera descontento significativo entre los usuarios.

**7. ¿La comunicación sobre los cambios en políticas y procedimientos en la organización es clara?**

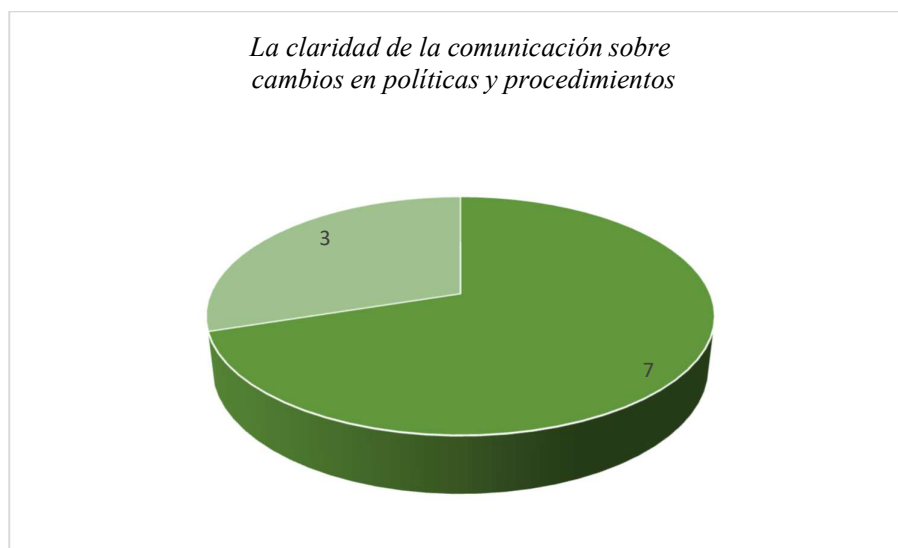
**Tabla #7**

*La claridad de la comunicación sobre cambios en políticas y procedimientos*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Si</b>	7	70%
<b>No</b>	3	30%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #7**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

La mayoría de los encuestados responde que, si la comunicación sobre cambios en políticas y procedimientos es clara, esto significa que la comunicación que maneja la organización para los usuarios externos es clara y precisa y no genera descontento significativo, por otro lado, el 30% de encuestados considera que la comunicación no es clara en la organización esto indica que aún no manejan una buena comunicación en base a estos aspectos.

**8. ¿Cómo calificas la comunicación sobre los resultados y desempeño de la organización?**

**Tabla #8**  
*La comunicación sobre los resultados y desempeño de la organización*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
-------------------	-------------------	----------

<b>Excelente</b>	1	10%
<b>Bueno</b>	3	30%
<b>Regular</b>	6	60%
<b>Malo</b>	0	0%
<b>Pésimo</b>	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #8**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

Del total de encuestado un 60% considera como regular la comunicación sobre los resultados y desempeño de la organización, esto se debe a que le falta efectividad a la organización sobre la comunicación que maneja en este aspecto, por otro lado, el restante de usuarios considera como excelente y buena lo que indica que una minoría percibe la comunicación sobre los resultados y desempeño como muy clara y efectiva.

**9. ¿Cómo calificas la efectividad de las comunicaciones en términos de transmitir ideas y decisiones?**

**Tabla #9**

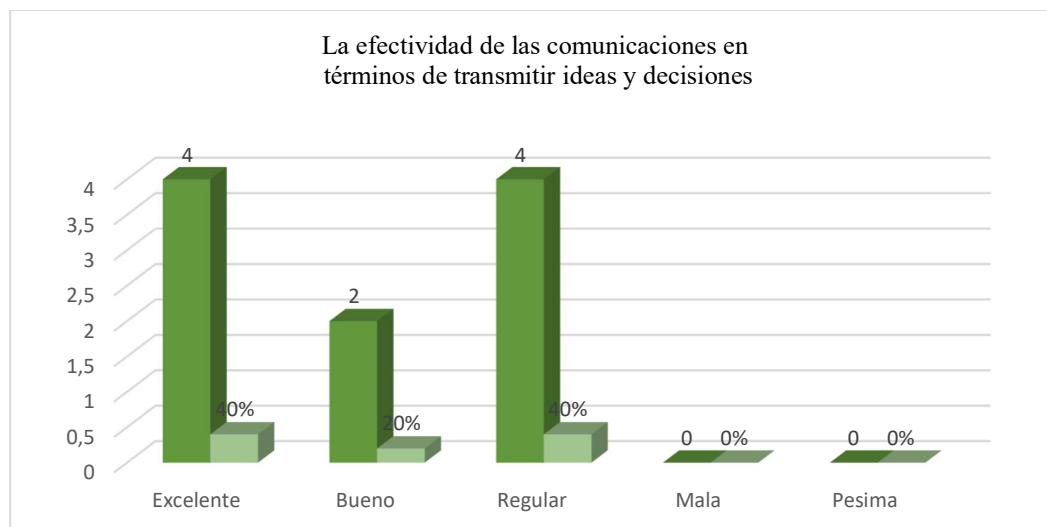
*La efectividad de las comunicaciones en términos de transmitir ideas y decisiones*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Excelente</b>	4	40%
<b>Bueno</b>	2	20%

<b>Regular</b>	4	40%
<b>Malo</b>	0	0%
<b>Pésimo</b>	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

*Fuente: Usuarios Externos EP Uleam Elaborado por: Lady Posligua*

**Gráfico #9**



*Elaborado por: Lady Nicole Posligua Benavides*

Del total de los encuestados califica como excelente y bueno, indicando que una parte significativa de los encuestados percibe que las ideas y decisiones se transmiten de manera muy efectiva. Otro 40% mostrando que una minoría la considera regular, sugiriendo que hay una percepción no muy satisfecha sobre la efectividad de la comunicación en este aspecto, mostrando que las ideas y decisiones no se transmiten excepcionalmente bien.



### **Análisis de Resultado: Entrevista**

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos en la entrevista realizada al Lic. Eduardo Caicedo y a la Lic. Alexandra Quiroz de control administrativo de la Empresa Pública Uleam.

A continuación, se presenta el análisis de los resultados obtenidos en la entrevista realizada al Lic. Eduardo Caicedo y a la Lic. Alexandra Quiroz de control administrativo de la Empresa Pública Uleam.

<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>	<b>Cita</b>	<b>Análisis</b>
<b>1. ¿Qué sugerencias tiene para mejorar la transparencia de la información en la organización?</b>	Respuesta 1: Seguir manejando con transparencia la información de la empresa	Se define la transparencia organizativa como facilidad que da la organización para acceder a la información acumulada sobre sí misma y al conocimiento construido por la	Teniendo en cuenta la respuesta de los entrevistados y de acuerdo con la cita, es notorio que la transparencia de la información es la encargada de construir la confianza y credibilidad de la empresa, porque facilita la comunicación abierta entre directivos y empleados, fomentando un ambiente de compromiso y colaboración.
	Respuesta 2: Que exista mayor comunicación entre las áreas.	misma organización. Para facilitar el acceso a la información acumulada y la construcción de un conocimiento compartido sobre la organización, será	

---

necesario recoger, codificar y almacenar la información y disponer de una plataforma digital que favorezca la comunicación directa entre los diferentes grupos de interés de la organización. (Ayestarán, 2016, p. 1)

---

**2. ¿Hay áreas**

**específicas donde**

**considere que la**

**transparencia de la**

**información es**

**especialmente**

**deficiente?**

Respuesta 1:

Actualmente considero que no hay ninguna

Respuesta 2: No

En la teoría de las organizaciones, uno de los principales factores en el desempeño de una organización radica en un adecuado flujo de la información entre los miembros, la información es necesaria para tomar decisiones adecuadas y

Según lo expresado por los

entrevistados y lo que menciona la cita, La información es una herramienta crucial en una empresa, por tanto, esta debe de ser transparente en todo el flujo de información desde su creación para que así los directivos tomen decisiones informadas.

---

---

pertinentes a las circunstancias.

(Vergara, 2020, p. 10)

---

**3. ¿Cómo describe usted la política de transparencia de información en el departamento que dirige? ¿Existe directrices claras al respecto?**

Respuesta 1:

Claro, existen directrices que permiten y garantizan que la información sea clara y transparente dentro de la empresa

Respuesta 2:

Buena y si existen directrices.

Valverde (2014), afirma que

una política pública es transparente si es comprensible, si la información está disponible, si se garantiza el derecho de acceso a la información pública y se salvaguarda la protección de datos personales de solicitantes, si la rendición de cuentas es clara y si los ciudadanos saben qué papel desempeñan en dicha política. (p. 237)

Considerando la respuesta de los entrevistados y de acuerdo con la cita, es importante que en todos los departamentos de la empresa EP Uleam utilicen política de transparencia de información, de ese modo, se mejora la rendición de cuentas y se impulsa una cultura de integridad y ética dentro de la empresa.

---

---

<p><b>4. ¿Qué medios se utilizan en la EP Uleam para asegurar la transparencia de la información, de ser así que tan efectivos consideran que son estos medios?</b></p>	<p>Respuesta 1: Plataformas digitales y redes sociales.</p>	<p>Para garantizar o asegurar la transparencia de manera efectiva, la información debe estar disponible, ser accesible y difundirse entre la población. En particular, la transparencia y el acceso a la información son cruciales para garantizar el acceso y la participación, y pueden contribuir a reducir o prevenir la corrupción, el clientelismo y la ineficiencia. (Social protection, 2015)</p>	<p>De acuerdo con lo descrito por los entrevistado y lo que indica la referencia, si existen medios para asegurar la transparencia de información y también consideran que son buenos, sin embargo, es fundamental en una empresa estar en constante cambio para salvaguardar la información. A través, de canales efectivos y accesibles que garanticen que la información sea clara y oportuna.</p>
	<p>Respuesta 2: Medios electrónicos y documental son buenos.</p>		

---

<p><b>5. ¿En qué medida siente que la dirección de la EP ULEAM comparte información relevante con los empleados?</b></p>	<p>Respuesta 1: De forma satisfactoria para poder trabajar de manera clara y constante como equipo</p> <p>Respuesta 2: Alta</p>	<p>Rodas (2017), considera que es importante porque en las empresas independientemente de los servicios que ofrezcan deben informar a los empleados de las actividades que desarrollan, es necesario tener claro que el buen uso de información dentro de la empresa y al modernizar su gestión al aplicar herramientas, ayudan al momento de intercambiar mensajes dentro de los departamentos. (p. 16)</p>	<p>Teniendo en cuenta la respuesta de los entrevistado y lo que establece la cita, la perspectiva de los empleados en la compartición de información influye significativamente que su nivel de compromiso y confianza aumenta, es decir, cuando existe comunicación se forma un ambiente laboral sano y productivo.</p>
<p><b>6. ¿Qué herramientas o métodos utilizas para garantizar</b></p>	<p>Respuesta 1: Correo electrónico y redes sociales.</p>	<p>“Las herramientas de comunicación son todos aquellos elementos que podemos utilizar para</p>	<p>Como se detalla en la respuesta brindada por los entrevistados y de acuerdo con la cita, la empresa EP Uleam si utiliza</p>

---

<b>que la comunicación sea clara y efectiva en tu equipo?</b>	Respuesta 2: Comunicación, correo electrónico, WhatsApp, comunicación verbal y documental.	comunicarnos con nuestro público, aquellas personas, grupos u otras organizaciones que están o pueden estar interesadas en sus productos, servicios e, incluso, en su gestión”  (Economistas sin Fronteras, 2017, p. 2)	herramienta y métodos que garantizan la comunicación en su equipo, sin embargo, es importante seguir innovando respecto a los medios de comunicación para que la información fluya de manera instantánea y de esa forma se tomen decisiones inteligentes.
---	---	---	---

---

**Elaborado por:** Posligua Benavides Lady Nicole

## Análisis General

El análisis de los resultados obtenidos en este estudio se realizó utilizando varios criterios claros que permitieron examinar de manera crítica y detallada cómo las políticas de transparencia implementadas en la Empresa Pública Uleam de Manta han influido en la calidad de la comunicación y en la percepción de los usuarios.

Los resultados de las encuestas aplicadas a 10 funcionarios (usuarios internos) y 10 usuarios externos revelan percepciones diversas respecto a las prácticas de transparencia en la organización. Un hallazgo clave fue que un 60% de los usuarios internos consideró que la transparencia en la información proporcionada es "suficiente", mientras que solo un 40% de los usuarios externos compartió esta percepción, con un 30% calificando la transparencia como "insuficiente". Estos datos reflejan una brecha significativa en la percepción de la transparencia entre los usuarios internos y externos, lo que sugiere que, aunque las políticas de transparencia existen, su implementación y efectividad son inconsistentes.

Asimismo, la calidad de la comunicación fue evaluada a través de varios indicadores, donde se identificó que un 70% de los usuarios internos consideró que la información proporcionada es "clara y comprensible", mientras que solo un 50% de los usuarios externos estuvo de acuerdo con esta afirmación. Estos resultados sugieren que la empresa enfrenta desafíos significativos para garantizar que su comunicación sea percibida de manera uniforme y efectiva por todos sus grupos de interés, lo cual es crucial para el éxito de cualquier política de transparencia.

Al contrastar los resultados empíricos con la información teórica revisada en los antecedentes investigativos, se observa que, a nivel macro, la teoría sostiene que una mayor transparencia debería mejorar la percepción de los usuarios y fortalecer la

comunicación organizacional. Sin embargo, los resultados obtenidos en la Empresa Pública Uleam demuestran que, a pesar de la existencia de políticas de transparencia, su aplicación no ha logrado plenamente este objetivo. Por ejemplo, a nivel meso y micro, los datos revelan que un 40% de los usuarios internos y un 50% de los externos creen que la información crítica no siempre es accesible o fácilmente comprensible. Este hallazgo confirma que, aunque la teoría apoya la transparencia como un medio para mejorar la calidad de la comunicación, su implementación requiere ajustes específicos para alcanzar este potencial.

El análisis reveló que mientras el 70% de los usuarios internos consideraba que la información proporcionada era suficiente, solo el 40% de los externos compartía esta opinión. Este contraste sugiere una discrepancia significativa en la percepción de la transparencia entre los distintos grupos de interés, lo cual debe ser abordado con urgencia para mejorar la efectividad de las políticas de transparencia.

En términos de propuestas de mejora, se recomienda la implementación de programas de capacitación específicos para el personal administrativo, centrados en la importancia de la transparencia y las mejores prácticas para su implementación. Además, se sugiere la creación de mecanismos de retroalimentación más robustos, como encuestas periódicas y foros de discusión, que permitan a los usuarios externos expresar sus preocupaciones y sugerencias de manera más efectiva. Estos mecanismos no solo mejorarían la percepción de la transparencia, sino que también contribuirían a la mejora continua de la calidad de la comunicación en la empresa.

Se identificó varias barreras significativas que limitan la efectividad de las políticas de transparencia. Entre ellas, la falta de un protocolo claro para la divulgación de información y la ausencia de un sistema eficiente para la gestión de la retroalimentación de los usuarios externos se destacaron como los obstáculos más



críticos. Aproximadamente un 50% de los usuarios externos reportó dificultades para acceder a la información que consideraban relevante, lo que subraya la necesidad de mejorar los canales de comunicación y hacer que la información sea más accesible y comprensible.

Además, el 30% de los funcionarios internos señaló que la carga de trabajo y la falta de capacitación específica sobre la transparencia afectaron su capacidad para comunicar información de manera efectiva. Este hallazgo indica que, para mejorar la transparencia y la calidad de la comunicación, no solo es necesario ajustar las políticas existentes, sino también proporcionar a los empleados las herramientas y la formación necesarias para llevar a cabo estas tareas de manera eficaz.

El análisis de los resultados de este estudio revela que, aunque la empresa ha avanzado en la implementación de políticas de transparencia, aún existen áreas críticas que requieren atención para mejorar la percepción y la calidad de la comunicación. Los hallazgos empíricos, respaldados por el marco teórico revisado, proporcionan una base sólida para las recomendaciones propuestas, que buscan fortalecer la transparencia informativa y, en última instancia, mejorar la satisfacción y confianza de los usuarios en la institución. La adopción de estas recomendaciones podría llevar a una comunicación más efectiva, transparente y confiable, lo cual es esencial para el éxito continuo de la Empresa Pública Uleam como una institución educativa de alto prestigio en la región.

## Conclusiones

Basado en el estudio realizado en la Empresa Pública Uleam, sobre el presente estudio tuvo como objetivo principal evaluar cómo la implementación de las políticas de transparencia en la organización ha influido en la calidad de la comunicación y en la percepción de los usuarios. A lo largo de la investigación, se abordaron tres objetivos específicos que guiaron el análisis y las conclusiones presentadas a continuación.

En primer lugar, respecto al objetivo de identificar y analizar las principales barreras en la implementación de políticas de transparencia en la empresa, se concluye que existen barreras significativas que han limitado la efectividad de estas políticas. Entre las más notables, se identificó la falta de capacitación específica para el personal administrativo, lo que ha generado inconsistencias en la aplicación de las políticas de transparencia. Además, se evidenció la ausencia de mecanismos eficientes para la retroalimentación de los usuarios externos, lo cual ha dificultado la obtención de una visión clara y completa sobre las necesidades y expectativas de estos grupos. Estas barreras sugieren la necesidad de implementar mejoras estructurales y formativas dentro de la organización para optimizar sus políticas de transparencia.

En relación con el segundo objetivo de evaluar el impacto de las prácticas actuales de transparencia en la percepción de los diferentes grupos de interés, los resultados del estudio muestran una percepción dispareja entre los usuarios internos y externos. Mientras que el 70% de los funcionarios internos consideran que la información proporcionada es clara y suficiente, solo el 50% de los usuarios externos comparten esta visión. Este hallazgo indica que, aunque las políticas de transparencia están en marcha, su impacto no es uniforme entre los distintos grupos de interés, lo que podría erosionar la confianza y la satisfacción de los usuarios externos. Por tanto, se

concluye que es necesario revisar y ajustar las prácticas actuales para garantizar que la transparencia informativa sea percibida de manera equitativa por todos los usuarios.

Finalmente, en cuanto al objetivo de proponer estrategias de mejora para las políticas de transparencia orientadas a optimizar la comunicación organizacional, se concluye que las recomendaciones derivadas del análisis son fundamentales para el avance de la empresa. Entre las estrategias propuestas, se destaca la importancia de desarrollar programas de capacitación continuos para el personal administrativo, enfocados en la implementación efectiva de políticas de transparencia. Asimismo, la creación de canales de comunicación más accesibles y la implementación de mecanismos de retroalimentación más robustos se consideran esenciales para mejorar la calidad de la comunicación y fortalecer la confianza de los usuarios. La adopción de estas medidas contribuirá significativamente a la mejora de la percepción pública y a la consolidación de la organización como una institución transparente y confiable.

En síntesis, las conclusiones obtenidas a través de este estudio reflejan la necesidad de un enfoque más estructurado y consistente en la aplicación de políticas de transparencia en la. El éxito en la implementación de estas políticas no solo mejorará la calidad de la comunicación organizacional, sino que también reforzará la confianza y satisfacción de todos los grupos de interés, garantizando el cumplimiento de los estándares más altos en la gestión pública.

### **Recomendaciones**

Con base en los resultados obtenidos y las conclusiones derivadas del análisis, se proponen las siguientes recomendaciones para mejorar la transparencia de la información y la calidad de la comunicación en la Empresa Pública Uleam. Estas recomendaciones están orientadas a solucionar las barreras identificadas y a fortalecer

las políticas de transparencia, asegurando una mayor satisfacción y confianza de los usuarios.

Se recomienda desarrollar e implementar programas de capacitación específicos para el personal administrativo de la empresa, enfocados en la importancia de la transparencia informativa y en las mejores prácticas para su aplicación efectiva. Estos programas deben incluir módulos sobre comunicación clara, manejo de la información y técnicas de retroalimentación con los usuarios.

Es fundamental mejorar los canales de comunicación de la Empresa Pública Uleam para garantizar que la información relevante sea accesible y comprensible para todos los usuarios, tanto internos como externos. Se recomienda la revisión y optimización del sitio web institucional, asegurando que la información esté organizada de manera lógica y sea fácilmente navegable. Además, se sugiere implementar un sistema de comunicación multicanal que incluya boletines electrónicos, plataformas de redes sociales y aplicaciones móviles, permitiendo a los usuarios acceder a la información de manera conveniente y oportuna.

La creación de mecanismos de retroalimentación robustos es fundamental para mejorar la interacción entre la empresa y sus usuarios. Se recomienda la implementación de encuestas periódicas, formularios de retroalimentación en línea y sesiones de diálogo abierto con los usuarios. Estos mecanismos permitirán a la organización recopilar información valiosa sobre las necesidades y percepciones de los usuarios, facilitando ajustes rápidos y efectivos en las políticas de transparencia y comunicación.

Se recomienda llevar a cabo una revisión exhaustiva de las políticas de transparencia actuales para identificar áreas de mejora. Esta revisión debe incluir la evaluación de los protocolos para la divulgación de información, asegurando que todos

los procesos estén alineados con los estándares de transparencia y sean aplicados de manera uniforme en toda la institución.

Finalmente, se recomienda promover una cultura organizacional que valore y practique la transparencia en todos los niveles de la Empresa Pública Uleam. Esto puede lograrse a través de la inclusión de la transparencia como un valor central en la misión y visión de la institución, así como mediante la comunicación constante de su importancia a todos los miembros de la organización.

## 1. Referencias

Álvarez, C. O. (2014). *dialnet*. Obtenido de dialnet:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7145007>

Aragadvay, M. (2022). *Influencia de la comunicación interna en el desempeño del personal en el Hospital Básico Moderno de Riobamba*. Obtenido de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/17744/1/T-UCSG-POS-MGSS-324.pdf>

Arévalo, R., & García, G. (2023). Calidad de la comunicación organizacional, capital e impacto social en los informes anuales de supermercados en México. Obtenido de <https://publicaciones.anahuac.mx/index.php/sintaxis/article/view/1593/1643>

Armas, M., Zamora, M., Castillo, L., & Arévalo, F. (2020). La comunicación organizacional: un caso de estudio en una universidad ecuatoriana. Obtenido de [https://sga.unemi.edu.ec/media/evidenciasiv/2021/02/09/articulo\\_20212995016.pdf](https://sga.unemi.edu.ec/media/evidenciasiv/2021/02/09/articulo_20212995016.pdf)

Arzola, J. L. (12 de septiembre de 2023). *revistas.ucv.edu.pe*. Obtenido de [revistas.ucv.edu.pe: https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/2653/2143](https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/ucv-hacer/article/view/2653/2143)

Barboza, R. V. (2012). La ética, en la comunicación organizacional a lo interno en el departamento de mercadeo en una empresa trasnacional. Obtenido de <https://repositorio.ulacit.ac.cr/bitstream/handle/20.500.14230/5912/044276.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Castillo, I. (2023). La encuesta. Obtenido de [http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/4061/1/T%C3%A9cnicas\\_diagn%C3%B3stico\\_Encuesta.pdf](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/4061/1/T%C3%A9cnicas_diagn%C3%B3stico_Encuesta.pdf)

- Castillo, J., Franco, B., Mora, R., Valenzuela, M., & Zambrano, C. (2015). Diseño de una propuesta de intervención, para mejorar la comunicación organizacional de la crc. Obtenido de <https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/3060/00002251.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diana, D., & Blanca, C. (2019). *Comunicación organizacional como fundamento para la productividad en empresas*. Obtenido de <https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/984/Comunicacion%20organizacion%20como%20fundamento%20para%20la%20productividad%20en%20empresas%20competitivas.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Díaz, L., García, U., Hernández, M., & Valera, M. (2013). La entrevista, recurso flexible y dinámico. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- Duque, G. (2023). *Acciones de comunicación para el fortalecimiento Institucional del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Vicente*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/21353/1/T-UCSG-POS-MPGC-37.pdf>
- Fernández, M. P., Franco, O. V., Duran, S. E., & Badde\*, G. (2019). *scielo.org*. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/interd/v36n1/v36n1a11.pdf>
- Flores, R. d. (09 de diciembre de 2022). *revistas.anahuac.mx*. Obtenido de [revistas.anahuac.mx: https://revistas.anahuac.mx/index.php/sintaxis/article/view/1593/1643](https://revistas.anahuac.mx/index.php/sintaxis/article/view/1593/1643)
- Ignacio, G. (2005). La evaluación y mejora de la calidad de los procesos de comunicación. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2089320.pdf>
- Islas, O. (2011). *MODELOS DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de <https://octavioislas.com/wp-content/uploads/2013/08/modelos-de-comunicacion3b3n.pdf>
- Juarez, a. m. (julio-diciembre de 2020). *redalyc.org*. Obtenido de [redalyc.org: https://www.redalyc.org/journal/6559/655969232015/655969232015.pdf](https://www.redalyc.org/journal/6559/655969232015/655969232015.pdf)
- Matos, A. (2015). Investigación Bibliográfica: Definición, Tipos, Técnicas,. Obtenido de <https://s9329b2fc3e54355a.jimcontent.com/download/version/1545253266/module/9548086969/name/Investigacion%20Bibliografica.pdf>

- Mendoza, E. (2017). *ANÁLISIS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA CONSULEXPRESS S.A DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL AÑO 2017*. Obtenido de <https://repositorio.ug.edu.ec/server/api/core/bitstreams/187f8448-0a3c-44e7-b425-d8aacc69306f/content>
- Nuñez, h. (8 de diciembre de 2013). *slideshare*. Obtenido de slideshare: <https://es.slideshare.net/humberjo/calidad-de-la-informacion-29017046>
- Parra Fernández, M., Visbal Franco , O., Ethen Duran , S., & Badde, G. (2019). Calidad de la comunicación y actitud de los empleados ante procesos de cambios organizacional. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/interd/v36n1/v36n1a11.pdf>
- Peña Acuña , B., Caldevilla Domínguez, D., & Batalla Navarro, P. (2016). Tres casos de empresas internacionales con éxito: estudio de estrategias de comunicación interna. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/13184/1/REXTN-Ch134-18-Pena.pdf>
- PERRAMON, J. (16 de 06 de 2013). *SCIELO.ORG*. Obtenido de SCIELO.ORG: [https://accid.org/wp-content/uploads/2018/10/La\\_transparencia.\\_Concepto\\_evolucion\\_y\\_retos\\_a.pdf](https://accid.org/wp-content/uploads/2018/10/La_transparencia._Concepto_evolucion_y_retos_a.pdf)
- Ponce, H. G., González, J. C., & Serrat, N. A. (20 de septiembre de 2021). *dialnet*. Obtenido de dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8387469>
- Ramos , W., Paredes, M., Teran, P., & Lema, L. (2017). COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. Obtenido de <http://142.93.18.15:8080/jspui/bitstream/123456789/501/3/comunicaci%C3%B3n%20organizacional.pdf>
- Ríos, E., Páez, H., & Bardos, J. (2020). ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN. Obtenido de <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Schauer, F. (julio de 2014). *scielo.org*. Obtenido de scielo.org: <https://www.scielo.cl/pdf/revider/v27n1/art04.pdf>
- shilda, n. (3 de noviembre de 2010). *Ética pública y transparencia*. Obtenido de halshs: <https://shs.hal.science/halshs-00531532/>
- Ayestarán, S. (2016). ¿CÓMO PODEMOS MEJORAR LA TRANSPARENCIA EN LAS ORGANIZACIONES? Obtenido de [https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/702334/EM\\_65\\_33.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/702334/EM_65_33.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ecuador, G. A. (2021). *Caja de herramientas para la promoción del derecho de acceso a la información pública y la transparencia en la gestión*. Obtenido de <https://www.dpe.gob.ec/wp-content/dpedocumentoslotaip/lotaip2021/caja-herramientas-acceso-informacion-publica-sept27.pdf>
- Fronteras, E. s. (2017). *MANUAL DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN PARA INICIATIVAS EMPRENDEDORAS*. Obtenido de <https://ecosfron.org/wp->



- content/uploads/2017-04-10-Manual-Herramientas-de-comunicaci%C3%B3n.pdf
- Guardiola, D. (2002). *Comunicación escrita de calidad: ortografía a la primera*.  
Obtenido de [https://www.academia.edu/787402/Comunicaci%C3%B3n\\_escrita\\_de\\_calidad\\_ortograf%C3%ADa\\_a\\_la\\_primera](https://www.academia.edu/787402/Comunicaci%C3%B3n_escrita_de_calidad_ortograf%C3%ADa_a_la_primera)
- Jara, Irma (2019). Estudio del modelo de gestión aplicado a la transparencia y control social como función de Estado: caso Ecuador 2008-2018. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2019. 67 p.  
<http://hdl.handle.net/10644/6671>
- Navarro, S. (2020). *El análisis de la problemática de la sobre carga de información en las organizaciones*. Obtenido de [http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/jspui/bitstream/DGB\\_UMICH/14771/1/FCCA-L-2010-0478.pdf](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/jspui/bitstream/DGB_UMICH/14771/1/FCCA-L-2010-0478.pdf)
- Palma Chavez, J. ., & Romero Castro, V. F. . (2023). Modelo de gestión documental para la empresa pública de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí .  
*Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 5(5), 121–130. <https://doi.org/10.59169/pentaciencias.v5i5.725>
- Protection, S. (2015). Asegurar la transparencia y el acceso a la información. Obtenido de <https://socialprotection-humanrights.org/framework-principles-ensure-transparency-and-access-to-information-es/#:~:text=Para%20garantizar%20la%20transparencia%20de,y%20difundirse%20entre%20la%20poblaci%C3%B3n>
- Rivera, B., Rojas, L., Ramírez, F., & Álvarez , T. (2005). *LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>
- Rivera, M. (2015). *Control y evaluación de la comunicación en empresas y organizaciones cubanas: Una propuesta para su abordaje*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1995/199543036016.pdf>
- RODAS, E. (2017). *COMUNICACIÓN EFECTIVA Y TRABAJO EN EQUIPO*. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2017/05/43/Rodas-Estefanny.pdf>
- Rodríguez, Y. (2014). *Modelo de uso de información para la toma de decisiones estratégicas en organizaciones de información Cubana*. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/34252/23997461.pdf;jsessionid=958A55F49C17168DA982C5104BFBC131?sequence=1>
- Valverde, M. Á. (2014). *Transparencia, acceso a la información y rendición de cuentas: elementos conceptuales y el caso de México*. Obtenido de [https://catedraunescodh.unam.mx/catedra/CONACYT/04\\_Docentes\\_UdeO\\_ubicar\\_el\\_de\\_alumnos/Contenidos/Lecturas%20obligatorias/M.5\\_cont\\_1\\_Valverde\\_Loya.pdf](https://catedraunescodh.unam.mx/catedra/CONACYT/04_Docentes_UdeO_ubicar_el_de_alumnos/Contenidos/Lecturas%20obligatorias/M.5_cont_1_Valverde_Loya.pdf)
- Vergara, R. (2020). La transparencia como problema. Obtenido de <https://itaipue.org.mx/documentos/2020/cuadernillos/Cuadernillo05.pdf>

Zambrano-Yépez, C. A., Vélez-Romero, X. A., & Vélez-Romero, Y. G. (2019). Ranking de gobierno electrónico en los GAD provinciales del Ecuador y municipales de Manabí. *Dominio De Las Ciencias*, 5(3), 355–374. <https://doi.org/10.23857/dc.v5i3.940>

## **Anexos**

### **Anexo 1. Propuesta de Solución**

#### ***Título:***

Plan de capacitación continua para el fortalecimiento de la transparencia de la información en la calidad de la comunicación en la Empresa Pública Uleam de Manta.

#### ***Introducción:***

En la era de la información, la transparencia de la información y la calidad de la comunicación son determinantes para el correcto funcionamiento de la empresa. La creciente necesidad de transparencia, honestidad y veracidad en la gestión de la información requiere un esfuerzo continuo, por esta razón, se planteó la propuesta de un plan de capacitación continua para el fortalecimiento de la transparencia de la información en la calidad de la comunicación, el cual tiene la intención de mejorar las habilidades y destrezas del personal de la Empresa Pública ULEAM.

Mediante los resultados obtenidos, se constató que el personal carece de conocimiento en la transparencia de la información y la calidad de la comunicación, lo que evidencia la necesidad de implementar un plan de capacitación continua. Este plan tiene la finalidad de fortalecer las habilidades del personal, promoviendo una cultura organizacional basada desde la ética y la exactitud en el manejo de la gestión de la información.

El plan de capacitación continua permitirá desarrollar un amplio conocimiento sobre la transparencia de la información y la comunicación proporcionando que la Empresa Pública ULEAM tenga un personal capacitado y esté preparado para cualquier situación inesperada. La estructura del plan está compuesta por tres módulos formativos con temáticas específicos, talleres didácticos y actividades prácticas entre otros,

mediante estos instrumentos se pretende impulsar una comunicación transparente y efectiva, garantizando que los empleados adhieran a los más altos estándares de ética y profesionalismo, favoreciendo a la empresa con un equipo lleno de conocimiento enriquecedor.

***Objetivo general:***

Desarrollar un plan de capacitación continua para el fortalecimiento de la transparencia de la información en la calidad de la comunicación de la Empresa Pública Uleam.

***Objetivos específicos:***

- Asegurar que el personal de la Empresa Pública Uleam adquiera conocimiento preciso y completo de la transparencia de la información en la calidad de la comunicación.
- Impartir temáticas detalladas sobre la transparencia de la información en la calidad de la comunicación para aumentar las destrezas de los empleados.
- Implementar el plan de capacitación con un enfoque especializado en la transparencia de la información en la calidad de la comunicación.

***Estrategias:***

Las estrategias por emplear son las siguientes:

- Uso de tecnología interactiva
- Debates en equipo
- Exposiciones
- Recursos didácticos
- Entre otros.

## Programa de capacitación

### Plan de capacitación continua

<b>Objetivo:</b>	Instruir temáticas sobre la transparencia de la información en la calidad de la comunicación para potenciar las habilidades y destrezas del personal de EPU
<b>Beneficiarios:</b>	Personal EPU

### Módulo I

Temas	Subtemas	Estrategias	Duración	Taller
<b>1. Transparencia de la información en la comunicación</b>	1.1 Transparencia de la información y su importancia en la comunicación	Recursos didácticos y tecnológicos	2 horas	- Trabajo en equipo
	1.2 Beneficios de la comunicación clara y precisa			- Debates
	1.3 Impacto de la transparencia en la era de la información			- Ejercicios prácticos
<b>2. Principios éticos de la comunicación en una empresa</b>	2.1 Ética en el manejo de la gestión de la información	Recursos didácticos y tecnológicos	2 horas	- Sección de preguntas
	2.1.1 Integridad, honestidad y compromiso			- Exposición
	2.2 Normativas y reglamentos			- Lluvia de ideas
	2.2.1 Cumpliendo con leyes y regulaciones que vayan de acuerdo con la transparencia.			

---

**Módulo II**

<b>3. Técnicas para manejar la información de manera eficaz</b>	3.1 Organización del manejo de la información			- Debates
	3.11 Enfoques para almacenar de manera accesible la información.	Recursos didácticos y tecnológicos	2 horas	
	3.2 Herramientas tecnológicas			- Ejercicio práctico
	3.2.1 Uso y manejo de aplicaciones y software para la gestión de la información			
<b>4. Comunicación transparente y exacta</b>	4.1 Redacción efectiva			- Lluvia de idea
	4.1.1 Estrategias para redactar mensajes precisos y sin confusiones	Recursos didácticos y tecnológicos	2 horas	
	4.2 Comunicación Verbal			- Evaluación (Quiz)
	4.2.1 Técnicas para transmitir información de manera efectiva.			

---

**Módulo III**

<b>5. Impacto de la comunicación transparente en</b>	5.1 Construir confianza en el equipo			- Exposición grupal
	5.2 Gestión de crisis	Recursos didácticos y tecnológicos	2 horas	- Sección de preguntas

---

**la cultura organizacional**

5.2.1 Comunicación asertiva en tiempos de crisis o cuando surgen inconvenientes.

<b>6. Estrategias para la implementación de transparencia segura</b>	6.1 La importancia de contar con directrices de transparencia de la información.	Recursos didácticos y tecnológicos	2 horas	- Ejercicio práctico
	6.2 Tácticas para fortalecer la transparencia			- Evaluación final

**Elaborado por:** Posligua Benavides Lady Nicole

### Cronograma del plan de capacitación continua

Cronograma 2024	Septiembre				Octubre				Noviembre			
Diseñar cronograma	■											
Aprobación del plan de capacitación		■										
Programación de fechas y horarios			■									
Notificar a los empleados sobre la capacitación				■								
Desarrollar contenidos					■							
Verificar los participantes						■						
Designar formador							■					
Creación de tríptico								■				
Adquisición de materiales									■			
Primer día de capacitación										■		
Segundo día de capacitación											■	
Último día de capacitación y entrega de certificado												■

**Elaborado por:** Posligua Benavides Lady Nicole



## Anexo 2. Encuesta a Aplicada a los Funcionarios de la Empresa Pública ULEAM

### UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO MANABÍ Facultad de Ciencias Administrativas y Comercio Gestión de la Información Gerencial

**Encuestador:**

**Ciudad:**

**Fecha:**

**N.º cuestionario:**

#### Encuesta

Estimados trabajadores el motivo de la encuesta es conocer el nivel de transparencia y calidad de la información que maneja la Empresa pública ULEAM la información obtenida será utilizada para desarrollar mi trabajo de titulación. Conteste con sinceridad.

#### Información general:

Nombre:

Edad:

Cargo:

Área en la que se desempeña:

Estado civil:

Genero:

#### Instrucciones:

**En una escala del 1 al 5 señale (x) según su preferencia**

**1: muy satisfactorio**

**2: satisfactorio**

**3: medianamente satisfactorio**

**4: poco satisfactorio**

**5: nada satisfactorio**

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	¿Cómo calificarías la transparencia de la información proporcionada por tu organización?					
2	¿Qué tan accesible es la información relevante para los empleados?					
3	¿Cuán efectivas son las vías de comunicación interna para promover la transparencia?					
4	¿Cómo calificas la transparencia de la comunicación en tiempos de crisis?					

5	¿Con qué frecuencia sientes que se te oculta información importante?					
6	¿Cómo valoras la claridad de la información financiera proporcionada?					
7	¿Qué tan fácilmente puedes acceder a los informes y documentos relevantes en el departamento que te desempeñas?					
8	¿Sientes que las metas y objetivos de la organización se comunican de manera transparente?					
9	¿La comunicación en tu organización fomenta la confianza entre empleados y directivos?					
10	¿Qué tan clara es la comunicación sobre los cambios en políticas y procedimientos en la EP ULEAM?					
11	¿Consideras que la transparencia en la comunicación ha mejorado en el último año?					
12	¿Cómo calificas la comunicación sobre los resultados y desempeño de la organización?					
13	¿Cómo calificas la efectividad de las reuniones en términos de comunicación de ideas y decisiones?					
14	¿Qué tan bien se maneja la comunicación de cambios organizacionales importantes?					

### Anexo 3. Encuesta Aplicada a los Usuarios Externos de la Empresa Pública ULEAM

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO MANABÍ**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Comercio**  
**Gestión de la Información Gerencial**

**Encuestador:**

**Ciudad:**

**Fecha:**

**N.º cuestionario:**

#### Encuesta

El motivo de la encuesta es conocer el nivel de transparencia y calidad de la información que maneja la Empresa pública ULEAM la información obtenida será utilizada para desarrollar mi trabajo de titulación. Conteste con sinceridad.

**Información general:**

Nombre:

Edad:

Estado civil:

Genero:

**Instrucciones:**

En una escala del 1 al 5 señale (x) según su preferencia

**1: muy satisfactorio****2: satisfactorio****3: medianamente satisfactorio****4: poco satisfactorio****5: nada satisfactorio**

Nº	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	¿Cómo calificaría la transparencia de la información proporcionada por la organización?					
2	¿Qué tan accesible encuentras la información relevante para ustedes los usuarios?					
3	¿Cuán efectivas son las vías de comunicación externa para promover la información importante?					
4	¿Como calificas la transparencia de la comunicación de la organización?					
5	¿Con qué frecuencia sientes que se te oculta información importante?					
6	¿Cómo valoras la claridad de la información sobre los productos o servicios que proporcionamos?					
7	¿Qué tan fácil te resulta obtener los informes y documentos clave de la empresa como usuario?					
8	¿Sientes que las metas y objetivos de la organización se comunican de manera transparente?					
9	¿La comunicación de la EP ULEAM fomenta la confianza entre la empresa y sus usuarios?					
10	¿Qué tan clara es la comunicación sobre los cambios en políticas y procedimientos en la organización?					
11	¿Consideras que la comunicación ha sido clara y transparente?					
12	¿Cómo calificas la comunicación sobre los resultados y desempeño de la organización?					

13	¿Cómo calificas la efectividad de las comunicaciones en términos de transmitir ideas y decisiones?					
14	¿Qué tan bien maneja la organización la comunicación de cambios organizacionales importantes?					

#### Anexo 4. Entrevista Aplicada a los Funcionarios de la Empresa Pública ULEAM

**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO MANABÍ**  
**Facultad de Ciencias Administrativas y Comercio**  
**Gestión de la Información Gerencial**

**Entrevistador:**

**Ciudad:**

**Fecha:**

**N.º cuestionario:**

#### Entrevista

Estimados trabajadores el motivo de la entrevista es conocer el nivel de transparencia y calidad de la información que maneja la Empresa pública ULEAM la información obtenida será utilizada para desarrollar mi trabajo de titulación. Conteste con sinceridad.

**Información general:**

Nombre:

Edad:

Cargo:

Área en la que se desempeña:

Estado civil:

Genero:

#### TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN

1. ¿Qué sugerencias tiene para mejorar la transparencia de la información en su organización?

---



---

2. **¿Hay áreas específicas donde considera que la transparencia de la información es especialmente deficiente? por favor, especifique.**

---

---

3. **¿Qué herramientas o métodos cree que podrían ayudar a su organización a mejorar la transparencia en la comunicación?**

---

---

4. **¿Cómo describe usted la política de transparencia de información en el departamento que dirige? - ¿existen directrices claras al respecto?**

---

---

5. **¿Qué medios se utilizan en la EP ULEAM para asegurar la transparencia de la información, de ser así qué tan efectivos considera que son estos medios?**

---

---

6. **¿En qué medida siente que la dirección de la EP ULEAM comparte información relevante con los empleados?**

---

---

7. **¿Cómo maneja la EP ULEAM la divulgación de errores o fracasos de los procesos informacionales?**

---

---

**CALIDAD DE LA COMUNICACIÓN**

**8. ¿Cómo evalúas la comunicación de cambios organizacionales importantes?**

---

---

**9. ¿Cómo consideras la calidad de la comunicación escrita (correos electrónicos, memos, etc.)?**

---

---

**10. ¿Qué tan satisfecho estás con la cantidad de información que recibes en relación con tu trabajo?**

---

---

**11. ¿Cómo se manejan las reuniones en términos de comunicación de ideas y toma de decisiones?**

---

---

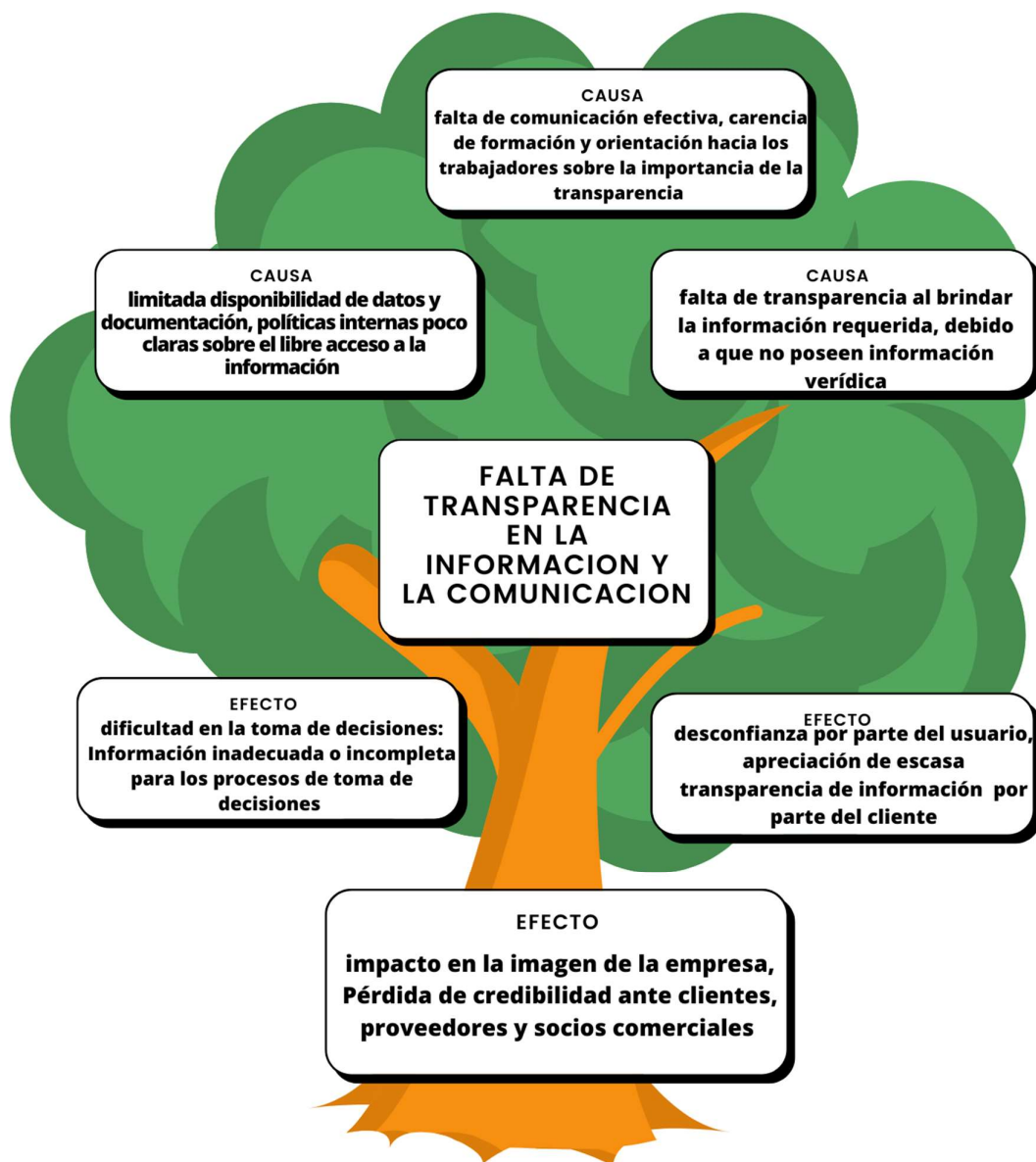
**12. ¿Qué herramientas o métodos utilizas para garantizar que la comunicación sea clara y efectiva en tu equipo?**

---

---

## Anexo 5. Planteamiento de Árbol Problemático

# ÁRBOL DE PROBLEMAS



## Anexo 6. Fotografías de la realización de entrevistas y encuestas

