



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

**FACULTAD DE GESTIÓN DESARROLLO Y
SECRETARIADO EJECUTIVO**

CARRERA SERVICIOS GERENCIALES

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA OBTENCIÓN AL
TÍTULO:
LICENCIATURA EN SERVICIOS GERENCIALES**

TEMA

La comunicación interna como medio para la difusión de información en la Facultad de Gestión, de Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, período lectivo 2014 – 2015.

AUTORA:

María José Palma Arizala

Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo

Carrera de Servicios Gerenciales

Manta, agosto del 2015

EL JURADO EXAMINADOR OTORGA A ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN LA CALIFICACIÓN

DE: _____ **EQUIVALENTE A:** _____

TEMA DE INVESTIGACIÓN “LA COMUNICACIÓN INTERNA COMO MEDIO PARA LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN EN LA FACULTAD DE GESTIÓN, DE DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO DE LA UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ, PERÍODO LECTIVO 2014 – 2015”. Sometido a consideración de los señores Miembros del Tribunal de Sustentación como requisito previo a la obtención del Título,

JURADO

CALIFICACIÓN

Lo certifica, la Secretaria de Facultad:

Lic. Noemí Macías Yépez
SECRETARIA DE FACULTAD

CERTIFICACIÓN

Certifico que: la señora María José Palma Arizala, egresada de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la carrera de Servicios Gerenciales, ha desarrollado su trabajo de investigación de Grado con el tema **“La comunicación interna como medio para la difusión de información en la Facultad de Gestión, de Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, período lectivo 2014 – 2015”**, en base a una planificación de asesoría como director de tesis.

Por tanto, la presente tesis reúne los requisitos instituciones educativas que ella demanda para proceder al trámite que corresponda.

Lic. Joe González Mg. G.E.
DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El presente trabajo de investigación **“La comunicación interna como medio para la difusión de información en la Facultad de Gestión, de Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, período lectivo 2014 – 2015**, se ha realizado basado en información real, que testifica su integridad. En virtud a lo ya antes expuesto, declaro que para el desarrollo de este documento se han utilizado como sustento teórico, varias citas bibliográficas que constan en la bibliografía de mencionado documento.

María José Palma Arizala

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada a Dios y a las personas más importantes en mi vida:

A ti, Carlos Alfredo Zambrano Avellán por ser mi mayor impulso para culminar esta etapa de estudios, llenándome de esperanza, paciencia y sobre todo brindándome el apoyo de manera incondicional, a mí, tu amada esposa.

A mí madre por enseñarme que todo en la vida tiene una solución, a mi padre por ilustrarme a ser fuerte y mantenerme en las decisiones que tome, a mis hermanos, por los manifiestos en que los sueños se hacen realidad y que siempre hay una razón para continuar adelante aunque se presenten obstáculos.

María José Palma Arizala

AGRADECIMIENTO

A mi tutor de tesis el **Lic. Joe González**, por haberse tomado el tiempo para compartir conmigo sus días de trabajo, lo que sin dudar me permitió realizar esta tesis, sobre todo, gracias por la paciencia y compromiso con el arduo trabajo de ser mi director de tesis.

Así mismo, a cada uno de mis docentes, por haber compartido en estos años de estudios universitarios su conocimiento y enseñarme el maravilloso mundo del Servicio Gerencial.

María José Palma Arizala

INDICE GENERAL

Contenido

PORTADA.....	I
JURADO	II
CERTIFICACIÓN.....	III
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
INDICE GENERAL	VII
INTRODUCCIÓN.....	- 1 -
CAPÍTULO I	- 9 -
MARCO TEÓRICO.....	- 9 -
LA COMUNICACIÓN.....	- 9 -
1.1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?	- 9 -
1.2. TIPOS DE COMUNICACIÓN.....	- 10 -
1.3. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN	- 13 -
1.4. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	- 17 -
1.5. SECTORES DE LA COMUNICACIÓN	- 19 -
1.6. DIFUSION DE LA INFORMACION	- 27 -
1.7. DIFUSION DE INNOVACION	- 28 -
1.8. OFICINA DE JUSTIFICACION DE INNOVACION	- 29 -
1.9. FORMAS DE DIFUSION DE INFORMACION	- 30 -
CAPITULO II	- 35 -
DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO	- 35 -
2. METODOLOGÍA	- 35 -
2.1. DISEÑOS METODOLÓGICOS:.....	- 35 -
2.2. TÉCNICAS DE RECOPIRAR DE LA INFORMACIÓN	- 36 -
ENCUESTA REALIZADA A LOS MAESTROS	- 47 -

CAPITULO III	- 54 -
3. PROPUESTA	- 54 -
3.1. MANUAL DE PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO ...	- 54 -
RESEÑA HISTÓRICA LA FACULTAD DE GESTIÓN DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO.....	- 62 -
1. MISIÓN.-.....	- 63 -
2. VISIÓN.-.....	- 63 -
3. POLÍTICA DE CALIDAD.	- 64 -
POLÍTICA DE CALIDAD DE LAS AUTORIDADES:	- 64 -
ESTRATÉGIAS DE CALIDAD DE LAS AUTORIDADES:	- 64 -
POLÍTICA DE CALIDAD DE PROFESORES (AS):.....	- 65 -
ESTRATEGIA DE CALIDAD DE PROFESORES (AS):	- 65 -
POLÍTICA DE CALIDAD DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SERVICIO	- 65 -
ESTRATEGIAS DE CALIDAD DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIO	- 66 -
POLÍTICA DE CALIDAD DE ESTUDIANTES	- 66 -
ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE ESTUDIANTES:	- 66 -
1. OBJETIVO.-.....	- 68 -
2. LÍMITES DEL PROCESO.-.....	- 68 -
3. RESPONSABLES.-	- 69 -
4. ENTRADA DEL PROCESO.-.....	- 70 -
5. SALIDA DEL PROCESO.-	- 71 -
6. NORMATIVA DEL PROCESO.....	- 72 -
7. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES Y TAREAS.-.....	- 73 -
8. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE MATRICULACIÓN	- 75 -
1. OBJETIVO.....	- 77 -
2. LÍMITES DEL PROCESO	- 77 -
3. RESPONSABILIDADES.	- 77 -
4. CLIENTES DEL PROCESO.-.....	- 77 -
5. ENTRADA DEL PROCESO.....	- 78 -
6. SALIDA DEL PROCESO.	- 78 -

7. PROVEEDORES DEL PROCESO.....	- 78 -
8. NORMATIVA.....	- 78 -
9. DIAGRAMA DE FLUJO	- 84 -
CAPITULO VI.....	- 85 -
3.1. CONCLUSIONES.....	- 85 -
3.2. RECOMENDACIONES.....	- 86 -
BIBLIOGRAFIA.....	- 87 -
ANEXOS	- 89 -

INTRODUCCIÓN

En el Ecuador la comunicación es en esencia una herramienta estratégica para los procesos de evolución de las relaciones de la organización en el ambiente en que este se desarrolla, la interacción con sus públicos tanto internos como externos, y el uso apropiado de los medios con tecnologías modernas; por tanto, para que la comunicación de las organizaciones sea efectiva se deben enviar mensajes comunicacionales idóneos a través de los canales indicados, ya que los mensajes espontáneos o la comunicación sin una preparación correspondiente no son seguros.

El manejo de las comunicaciones es cada vez más importante, pero la mayoría de las empresas lo han hecho solo con la comunicación interna; y, de esta manera la comunicación externa queda en un segundo lugar. Por otro lado, el poder brindar la comunicación necesaria y a la vez recibir la retroalimentación ayuda a que una organización vea que su mensaje fue recibido y comprendido, logrando establecer parámetros estables que incitan a tener un mismo sentir en todo el personal de la organización.

En la ciudad de Manta en la mayoría de instituciones educativas aún no le otorgan la importancia que merece a la comunicación interna como instrumento de planificación estratégica destinado a la implementación de políticas comunicacionales de mediano y largo plazo tendientes a trabajar con los empleados y los públicos externos; mucho menos recurren a los

profesionales para planificar y atenuar los efectos derivados de situaciones imprevistas y etapas de cambio.

De esta manera, esta investigación está basado su estudio en la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, debido a que no existe una comunicación interna debidamente aplicada en el desarrollo de sus actividades, es entonces, que se ha expuesto la evolución en la estrategia comunicativa en el sentido de que la tendencia en estos últimos años, está confirmando la importancia que se preveía que iba a tener una comunicación interna que del modo favorable ayude a la difusión correcta de información.

De esta manera se ha determinado que la FAGEDESE requiere un estilo comunicativo diferente, ya que en esta unidad académica se ha aplicado una comunicación horizontal que ha hecho que la información que en ella se desarrolla solo quede en los mandos medios y no ha permitido que tenga una difusión informativa que se extienda a todos los departamentos que en ella se encuentra.

Es por esta razón, que esta problemática requiere de una serie de modificaciones en las estructuras organizativas como: las nuevas funciones a desarrollar por las unidades de comunicación, como la implantación de diferentes formas de aplicación de las TIC'S de

información de una forma correcta; para que, tanto el personal administrativo como los maestros se sientan verdaderamente involucrados en el trabajo que tienen que desarrollar en la FAGEDESE

En esta perspectiva, se plantea la siguiente formulación del problema:

¿De qué manera la comunicación interna, permite la difusión de información a la Facultad de Gestión, de Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí?

Para poder responder a ésta interrogante a través de la presente investigación, fue necesario enunciar las siguientes tareas científicas, que permitieron orientar el presente trabajo investigativo:

1. ¿Qué conocimientos tiene el personal que labora en la FAGEDESE sobre la comunicación interna?
2. ¿Qué tipos de comunicación interna que maneja la FAGEDESE?
3. ¿Cuáles son los medios de difusión de información que utiliza la FAGEDESE?
4. ¿Qué estrategias utiliza la FAGEDESE para desarrollar una buena difusión de información?

La presente investigación establece como objeto de estudio a la comunicación interna y como campo de investigación la difusión de información en la Facultad de Gestión, de Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí. Por otro lado, se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la comunicación interna como medio para la difusión de información en la Facultad de Gestión, de Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

Así mismo para poder cumplir el objetivo general se formularon los objetivos específicos de la manera siguiente:

- ✓ Diagnosticar los conocimientos que tiene el personal que labora en la FAGEDESE sobre la comunicación interna
- ✓ Identificar los tipos de comunicación interna que maneja la FAGEDESE
- ✓ Establecer los medios de difusión de información que utiliza la FAGEDESE
- ✓ Implementar una estrategia de comunicación interna para desarrollar una buena difusión de información

La Comunicación Interna se han vuelto muy necesarias para el hombre y mucho más para las organizaciones ya que sus objetivos principales son ir creciendo de modo eficiente, pero, esta no se podría implementar en una empresa si la misma carece del conocimiento necesario acerca de la comunicación interna como ventaja para obtener una excelente difusión de la información, que le permita continuar en un proceso de innovación y competitividad en el mundo actual.

Por tanto, esta investigación se justifica debido a que se crea una estrategia de comunicación interna con el objetivo de plantear soluciones que permitan a la FAGEDESE convertirse en una unidad académica con alta competitiva logrando así un ambiente agradable para el recurso humano que en ella se desenvuelve, a saber, docentes, alumnos, personal administrativo entre otros, a su vez, esta investigación, ayudará a la difusión correcta de información de las actividades de la Institución.

Es así que a través de esta investigación se demuestra la necesidad de que en la FAGEDESE se planteen estrategias que generen nuevas formas de comunicación interna ayudando a que el personal este informado de la agenda de las actividades diarias que presente la facultad ya que por medio de una excelente comunicación interna se facilita la adecuada difusión de información.

Debido a los beneficios del tema anteriormente citado, resultado viable y favorable a la institución, la elaboración de esta tesis, además de que se obtuvo los recursos necesarios para el desarrollo de éste trabajo de titulación y con la bibliografía requerida para el desarrollo adecuado de la investigación de campo, a fin de obtener resultados viables en referencia a la comunicación interna como difusión de información en la FAGEDESE.

En el proceso de la investigación se planteó siguiente hipótesis con la que se trabajó en la presente investigación: la implementación de una estrategia de comunicación interna, mejorará la difusión de información en la Facultad de Gestión, de Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí. Por tanto, su variable dependiente se determina a la comunicación interna; y su variable independiente se la establece como la difusión de información.

La metodología que se hace presente en el desarrollo de la tesis se llevó a cabo a través del diseño de investigación documental-bibliográfica, en fin de conceptualizar de manera verídica varios temas de la investigación que se hicieron presentes en esta investigación, con el fin de dar inicio al desarrollo de la tesis de grado; también, fue necesario aplicar investigación de campo, ya que se tuvo conexión directa con el objeto de

estudio donde se aplicó las técnicas de las encuestas y entrevistas con el fin de reunir la información requerida para la resolución del problema.

Además, esta investigación es de tipo descriptiva porque ayudó analizar cada una de las partes de la investigación; así mismo, es propositivo, en virtud que se desarrolló la propuesta de una estrategia de plan de capacitación comunicación interna como medio para la difusión de información favorecerá a la Facultad de Gestión, de Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

Los métodos utilizados en el desarrollo de esta investigación fueron: el método **cualitativo**, porque el criterio de varios actores involucrados en esta temática, se hacen presentes en varios espacios del proceso investigativo, fundamentándose, mediante la utilización de comentarios de profesionales considerados peritos en el tema. **Método cuantitativo** porque se utilizó cuadros estadísticos para la debida comprensión de la información obtenida mediante las encuestas ya aplicadas.

Se aplicó la técnica de la entrevista que fue aplicada a la decana de la Institución Educativa con la finalidad de conocer su opinión acerca de la problemática que esta tesis; así mismo, se empleó la técnica de las encuestas dirigidas a los docentes, personal administrativo y de servicios; y, estudiantes de la FAGEDESE para adquirir información específicos que

contribuyeron en la ejecución de la hipótesis y el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones

Para el desarrollo de la investigación se tomó como universo a la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, en virtud de ser el lugar de estudio. Además, se determinó como población a la autoridad, los docentes, personal administrativo y de servicios; y, estudiantes de la FAGEDESE.; y, a su vez la muestra se la tomará fraccionariamente de un 25%, misma que está compuesta por la población existente en la FAGEDESE, determinada de la siguiente forma:

UNIVERSO	POBLACIÓN	MUESTRA (25%)
DOCENTES CON NOMRAMIENTO	44	44
PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIOS	5	5
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE SECRETARIO EJECUTIVO	237	59
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE SECRETARIADO BILINGÜE	137	34
ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE SERVICIOS GERENCIALES	49	12
TOTAL:	472	154

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

LA COMUNICACIÓN

1.1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

“La comunicación es una actividad muy antigua: la aptitud para servirse de la información en la interacción la poseen especies animales que han antecedido al hombre en millones de años”. (López. M, 2011, pág. 18) es decir que, la comunicación parte desde el inicio del todo, como medio importante para la relación de los seres humanos, volviéndose un medio de mayor relevancia para lograr fines en comunidad, todo por la necesidad de difusión de información adecuada entre un sector y otro.

La comunicación es parte de un proceso idóneo, que permite movilizar la información de grupos de personas con ideas y pensamientos en común la cual permite que tengan una relación y a su vez interés en conocer lo que se vaya a comunicar. Por otro lado, debemos conocer, que para logra comunicar, se necesitan de medios adecuados que ayuden al intercambio de pensamientos, a fin de lograr una comunicación eficaz, los medios que

utilicemos para este fin al ser utilizados de forma correcta nos ayudará agilizar nuestro trabajo, obteniéndose un mayor control de la información.

1.2. TIPOS DE COMUNICACIÓN

Daniel Prieto (1988. pág.4) en las Teorías de comunicación y problemas de comunicación y desarrollo nos dice que “existen tres tipos de comunicación”:

- Interpersonal
- Intermedia
- Colectiva

1.2.1. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

Se puede entender como comunicación interpersonal a la que se da, en la presentación de dos personajes los cuales se los caracterizaría como emisor y receptor, de esta manera la comunicación interpersonal se desarrolla en un intercambio de conocimientos, permitiendo que el receptor en cualquier momento se vuelva el emisor o viceversa. Por tanto, este tipo de comunicación es de mayor entendimiento constituyéndose en parte fundamental el tono de voz, los silencios, la mirada y aún los gestos. Lara & Ortiz, (1994) menciona qué:

La habilidad de hablar (uso de código) nos hizo capaces, desde que aprendimos a hacerlo, de comunicarnos y, gracias a ello, cada día obtenemos información con la cual aprendemos y comprendemos algo más acerca de lo que nos rodea. Gran parte de esa información la hemos obtenido al estar entre personas, al relacionarnos y comunicarnos con ellas. (López. M, 2011, pág. 25)

Esta es la causa primordial, por la que la comunicación interpersonal se la reconoce como el medio más antiguo a la hora de su práctica, ya que la comunicación interpersonal la aplicamos en el momento que aprendemos hablar y a comunicar nuestras ideas y esta se realiza dentro de una conversación familiar, de amigos, en el trabajo entre otras actividades del ser humano.

1.2.2. COMUNICACIÓN INTERMEDIA

Lara & Ortiz, (1994) al respecto de la comunicación intermedia manifiestan que "(...) la forma pública o a la forma privada, dependiendo de las interrelaciones que existan entre los participantes de acuerdo con las condiciones en las cuales se realiza el acto comunicativo". (p.28), en consecuencia, la comunicación intermedia se da entre los miembros que conforman un grupo, los cuales manejan la misma información que solo a ellos les es de importancia.

Por otra parte, en este tipo de comunicación es necesario contar con ciertos elementos tales como: Internet, auto visuales, boletines, revistas, circulares, entre otros. Cada uno de estos elementos permite ampliar sus conocimientos en determinado tema y como grupo, discutan las ideas que para ellos les son de mayor relevancia.

1.2.3. COMUNICACIÓN COLECTIVA

La comunicación colectiva se trata, de comunicar a un grupo de personas un tema en general el cual es de interés común de todos y a su vez, interactúan tanto el emisor como los receptores. Este proceso de comunicación en ciertos casos unidireccional se puede ejemplarizar en los periódicos, radiodifusoras o televisoras que presenta una información a cierto grupo de personas a las que desean dirigirse. Lopez & d'Entremont (s.f) indican que:

La amplitud se advierte inmediatamente si se considera que toda la vida social está entretejida por un conjunto de nexos comunicacionales, y que los grupos sociales - independientemente de su magnitud - se constituyen y mantienen por la persistencia de tales nexos (...)" (López. M, 2011, pág. 362)

La comunicación colectiva se plantea a profundidad, cuando se establece como aquella que en su mayoría se presenta en un público variado que se

reune para conocer alguna información, esta se puede ver en: TV (noticias, información publicitaria entre otras), en un auditorio, la radio e internet, cada uno de estos medios, pertenecen a la comunicación colectiva, pues esos medios tienen un alcance de difusión masiva.

1.3. ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN

Se puede entender como elementos de la comunicación, a aquellos que son partes de un proceso, que se desarrollan en un mismo sistema, para lograr un objetivo propuesto el cual es comunicar, mismo que nos ayudará a que se mantengan conectados en un mismo proceso, por esta razón presentamos como elementos de la comunicación a los siguientes:

1.3.1. EMISOR

Ongallo, (2007, p.16) “El quién, que no es más que el sujeto emisor, el que transmite la información, consciente o inconscientemente”, es así que, se tiene completamente claro que el emisor es aquel que se encarga de transmitir la información a una o varias personas, comprendemos al emisor como el responsable de la difusión correcta de alguna información que él desea que otros conozcan.

1.3.2. RECEPTOR

El receptor es aquel que capta la información que el emisor le transmite, por otro lado, el receptor podría ser, una persona o un auditorio al que el emisor desea informar, Berlo (s.f.) afirma que:

Decodificador-receptor al hablar de la fuente-encodificador. La persona que se halla en un extremo del proceso de comunicación y la que se encuentra en el otro extremo son bastante similares. (Berlo D. , 2009, pág. 29)

Este comentario nos permite, entender que, el receptor, no permanece solo como ayente, lector o observador, sino, que llega el momento donde este, se transforma en un emisor después, de haber obtenido la información correcta y adecuada para informar, y es allí donde radica la importancia de la comunicación, en que todos nos volvemos emisores o receptores (comunicación bidireccional) de acuerdo a las circunstancias en que nos encontremos.

1.3.3. MENSAJE

Es la información que el emisor tiene que transmitir a un público, individuo o incluso a una máquina. Berlo, (s.f) refiriéndose al mensaje manifiesta que “Hemos definido el mensaje como el producto físico verdadero del

emisor-encodificador. Cuando hablamos, nuestro discurso es el mensaje; cuando escribimos, (...); cuando pintamos; finalmente, si gesticulamos, los movimientos de nuestros brazos, la expresión de nuestro rostro” (p.31).

Se puede reconocer al mensaje como lo que decidimos, dar a conocer a otros, y esto se puede hacer con varias actividades, como son: los escritos, las visualizaciones, lo que hablamos y aún los gestos, que nos permiten lograr una excelente transmisión del mensaje a difundir. Se comprende que el mensaje es el complemento para que exista una comunicación, es por esto, que las personas necesitan comunicar y emplean para ello el mensaje.

1.3.4. CANAL

Ongallo (2007) “Desde el punto de vista organizativo, el canal que se utilice en cada momento por los individuos, va a ser determinante en las relaciones comunicativas que se establezcan” (p.17), en consecuencia, se puede definir al canal, como los medios físicos los cuales el emisor necesita para difundir la información que permitirá al receptor entender con facilidad lo que se desea transmitir, hoy estos medios físicos, podemos identificarlos como una imprenta, internet, radio, teléfono, televisión, ordenador, etc.

1.3.5. CÓDIGO

Berlo (s.f, p.33) “Este puede definirse como todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien” por esta razón, se puede reconocer al código como la agrupación de signos u modalidades que el emisor necesitara para codificar el mensaje y esto se puede dar mediante: idiomas, sonidos letras palabras, etc.

Es por medio del código que se puede elegir un medio el cual facilite transmitir una información, que a su vez sea comprendida, por un individuo o un auditorio.

1.3.6. CONTEXTO

“El contexto o campo no es estático, fijo, se modifica y fluctúa de un plano a otro, adquiere múltiples configuraciones, bien por la acción de agentes externos o por la percepción de los sujetos que en él se encuentran”. (Santorio, 2006, pág. 293), por lo antes expresado, se refiere al lugar donde se desarrolla la información, lo social, lo cultural, aun lo económico, lo educativo, entre otros parámetros que influyen para que una información sea transmitida para un determinado sector.

1.4. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Se puede entender que la comunicación organizacional como la relación entre el emisor y el receptor en una reciprocidad de ideas y pensamientos o información como lo es, el mensaje.

1.4.1. CLASIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Es de nuestro conocimiento, la existencia de tres tipos de comunicación organizacional, los cuales son:

1.4.1.1. COMUNICACIÓN VERTICAL

Se conoce como Comunicación Vertical a la que se maneja un mensaje de forma ascendente o descendentemente entre subordinados y directores.

La misma que permite manejar y controlar el accionar diario de los subordinados en factores como: Políticas, Instrucciones y delegación de las tareas, información específica para el desarrollo de sus actividades, prácticas, evaluación del rendimiento de los subordinados, etcétera.

1.4.1.2. COMUNICACIÓN HORIZONTAL

La comunicación horizontal es la que se establece entre un grupo de un mismo nivel jerárquico. Estos pueden ser departamentos, grupos formales o informales, en esta no existe autoridad alguna y sirven para darle en poco tiempo una estructura organizativa. La misma se dan a cabo en: juntas, informes, asambleas, etcétera. Ongallo, (2007) menciona que:

Los instrumentos de comunicación horizontal pueden ser: reuniones, sobre todo interdepartamentales, grupos de estudio o comisiones que trabajan sobre temas específicos, reuniones de intercambio, comunicaciones telefónicas, seminarios de formación. (Ongallo. C, 2007, pág. 35) (p.35)

Este concepto ratifica mi comentario haciendo realce, en las formas que se manifiesta la comunicación horizontal y podemos citar a la comunicación colectiva como a la que se aplicaría la comunicación horizontal por su alcance.

1.4.1.3. COMUNICACIÓN OBLICUA

Este tipo de comunicación se desarrolla entre el gerente de departamento de comercialización y un empleado de finanzas y que tienen su función dentro de un Institución.

1.4.1.4. COMUNICACIÓN FORMAL

Por otro lado, esta comunicación formal se realiza para transmitir por canales que permitan que la información sea recibida por los receptores y que a su vez se pueda obtener la debida respuesta, las ideas, peticiones u objetivos que se manifestaron en la comunicación. Esta comunicación tiene su relevancia ya que permite que la organización sea eficaz.

1.4.1.5. COMUNICACIÓN INFORMAL

La comunicación informal se presenta en las organizaciones por canales no predeterminados y surge con naturaleza de los empleados. Con normalidad su credibilidad es alta y es muy común que se encuentre entrelazadas en asuntos personales de un personaje o grupos de la organización. Por lo cual, a este tipo de comunicación se lo conoce como "rumor" este es de ayuda a los directivos de una organización, ya que les permite conocer en que condición se encuentran sus empleados desarrollando sus actividades laborales en la institución.

1.5. SECTORES DE LA COMUNICACIÓN

Como sectores de la comunicación tenemos a dos de ellas que son conocidas por su gran relevancia en el mundo actual y competitivo:

1.5.1. COMUNICACIÓN EXTERNA:

Comprendemos a la comunicación externa como aquella que difunde una información fuera de la empresa, con el fin de informar al público externo de una institución y estos pueden ser: prensa, grupos de interés, consumidores, entre otros.

1.5.2. COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna se posesiona en un sector y este puede ser una organización pública o privada, ya que esta se manifiesta a diario por medio de intercambio de ideas y este a su vez permite que alguna información sea difundida en el sector que se desarrolla y así todos conozcan las ideas o información que se desea transmitir, de forma que se transforma en una mecanismo adecuado, para que todo aquellos que son parte de la organización conozcan cada detalle de la misma y su desenvolvimiento diario.

En el libro “Gestión de la comunicación en las organizaciones” explica que: “la comunicación interna en la empresa no termina cuando un directivo transmite un mensaje al resto de los trabajadores sino cuando recibe, para ponderarla, la respuesta que el mensaje ha provocado en los receptores. (Mariza del Pozo. Lite, 2004, pág. 259)

De acuerdo a lo que indica la autora, se puede observar la gran relevancia que tiene la comunicación interna en los emisores al transmitir cierta información y que la misma sea debidamente aceptada por sus receptores en mayor proporción, no sin antes tener como resultado final la decodificación del mensaje cuanto los receptores hayan emitido su respuesta.

1.5.2.1. DEFINICIÓN

La comunicación interna es uno de los sectores de la comunicación, y, su relevancia es notable ya que su función es lograr una mayor difusión de información dentro de una institución, es muy importante que dentro de ella exista una relación muy estable y cordial ese es el éxito de una buena organización. en el libro Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad] Citan a Antonio Torvá, mismo que dice:

La comunicación interna es aquella que se desarrolla en el interior de una determinada organización. Pero, en sí misma, la comunicación no es nada si no persigue, como cualquier otra actividad de la empresa, complementar la obtención del objetivo social de la misma. En este sentido, la comunicación interna sería el mecanismo que permite que en una empresa o institución todo el mundo sepa por qué hace su trabajo, y como consecuencia de ello, por qué lo hace de esa manera y no de otra” (José Daniel Barquero. y Mario Barquero, 2003, pág. 237).

Por esta razón decimos que la comunicación interna, es proceso el cual permite obtener un grupo de significados, que toman figura de mensaje, el cual se transmite a una persona o un grupo el cual debe estar usando diferentes parámetros para llevar con efectividad el mensaje que se desea difundir.

1.5.2.2. TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna muchas veces se realiza de altos mandos a los subordinados y otras veces es todo lo contrario. Por esa razón podemos dividirla en:

1.5.2.2.1. COMUNICACIÓN ASCENDENTE

Es aquella que se realiza desde abajo hacia arriba en la jerarquía es decir se da de los miembros de una institución a los directivos, Ongallo (2007) nos menciona que:

La comunicación ascendente supone establecer cierto clima de confianza que garantice su sinceridad. Como se considera menos necesaria, es preciso salir en su busca y exigirla en todo momento, para que también sea permanente y continua, al igual que la comunicación descendente. (Ongallo. C, 2007, pág. 35)

1.5.2.2. COMUNICACIÓN DESCENDENTE:

Por otro lado, tenemos a la descendente que su mayor función es desarrollar una información que sea manifestada, de arriba hacia abajo en la jerarquía.

Es la más inmediata y la que todos, en principio, desean recibir. Quizá sea también la prioritaria, ya que permite que cada uno se sienta partícipe de los problemas que conciernen a la empresa, la oficina o el departamento, y porque condiciona a las demás formas de información con su acción” (Ongallo. C, 2007, pág. 33)

Para la comunicación descendente es primordial transmitir la información de acuerdo a la gerarquía que hay dentro de la organización, para mantener una adecuada difusión de información, para la comprensión debida de un mensaje, con el objetivo que todo en la empresa a nivel general marche con efectividad en su desempeño.

1.5.2.3. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA:

La comunicación interna, tiene varios canales, mismos que permiten a la institución que los miembros los desarrolle para su debida transmisión de la información que es necesario que ellos obtengan, para la realización de

sus tareas laborales, podemos presentar varios canales de comunicación interna estos son:

1.5.2.3.1. COMUNICACIÓN DIRECTA Y PERSONAL

Es realmente importante ya que se presenta a diario en las personas, y es un canal efectivo para el intercambio de ideas y pensamientos.

1.5.2.3.2. BOLETINES.

Arizcuren, Cañeque, Casado, & Fernández, (2008, p.28) dice que: “Con los boletines informados a todo nuestro público sobre el día a día de nuestra organizaciones e impulsarles a que nos remitan sus noticias, opciones, etc.”, es decir que este canal es muy primordial que se aplique en las organizaciones, para que el grupo de personas que pertenecen a ella, conozca claramente las acciones que en ella realizan; con el fin que cada uno que en ella están se sienta involucrado en y con la libertad de aportar con una trabajo eficiente en el lugar en el que se desenvuelve.

1.5.2.3.3. REVISTAS

Arizcuren, Cañeque, Casado, & Fernández (2008) indica que: “A traves de las revistas, de menor periodicidad que los boletines (mensuales,

bimestrales, semestrales), se difunde información que puede permanecer en el tiempo por su interés y no tiene fecha de caducidad inmediata”(p.28), por lo tanto este medio es tanto selectivo como masivo, porque tiene como receptor un público entendido en base a sus temas de exposición y este es con frecuencia un público extenso. Y esto garantiza que pueda acercarse a los clientes de forma innovadora.

1.5.2.3.4. CORREO ELECTRÓNICO

El correo electrónico es un canal frecuentemente utilizado en las organizaciones, pues con este canal se transmite noticias a su vez también se envían boletines, oficios, entre otras comunicaciones en las que el receptor tiene cierta importancia. Arizcuren, Cañeque, Casado, & Fernández (2008) menciona que, “el correo electrónico permite a nuestras organizaciones el envío inmediato de noticias urgentes y por supuesto el envío de esos boletines y revistas” (p.28).

1.5.2.3.5. TELÉFONO

Este es un medio que tiene una relevancia a nivel mundial, pues este canal tiene la capacidad de lograr una conexión inmediata, que a su vez facilita la transferencia de un mensaje que se da de un emisor que se encuentra en un lugar a lo lejos, con alguien al que desea informar.

- Mensajes de textos
- Multiconferencia

1.5.2.3.6. CARTELERA

Arizcuren, Cañeque, Casado, & Fernández (2008) “ este canal permite difundir noticias puntuales e interesantes de nuestras organizaciones. Es muy util para los públicos que no disponen de ordenador y que transitan por nuestra entidad” podemos tener claramente un concepto especifico de lo que es la cartelera como tal, ya que permite publicar noticias precisas a su vez estas son interesantes.

En varias algunas instituciones, esta tiene una relevancia para el grupo de personas que acuden a ella, mucho más cuando esta requiere de ver esta información que tiene la cartelera, para mantenerse al día con las actividades que realiza la organización ya que este es el único medio que los puede mantener al tanto.

1.5.2.3.7. REUNIONES

Las reuniones es un canal que en las organizaciones recurren, para tomar decisiones que ayuden al crecimiento organizacional que ellas mantienen y para transferir ideas y pensamientos de un grupo de personas. Estas

reuniones con frecuencia tienen su planificación respectiva en ocasiones surgen de un momento a otro dependiendo de algún tema urgente que deseen tratar.

1.5.2.3.8. INTERNET

Esta es la web y realmente se ha convertido en el canal que facilita con frecuencia la comunicación, allí la comunicación funciona de manera inmediata. En la web tenemos distintos medios de comunicación como son:

MEDIOS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN EN LA WEB		
Hotmail.com	Intranet	WhatsApp
Gmail.com	Blog.com	Skype
Yahoo.com	Yotube.com	Video llamada
Facebook.com	Twiter.com	Google noticias

1.6. DIFUSION DE LA INFORMACION

Lopez & Presta, (2011) definen que: “Difusión es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). El término, que procede del latín “*diffusio*”, hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje”.

(p.7)

Las transferencias de información han mejorado, gracias a las técnicas o métodos que con el paso de los años se han ido desarrollando para lograr que una información sea transmitida a tiempo. Para la difusión de información debe existir un mensaje que se desee comunicar; por lo tanto, esto nos obliga a dedicarnos a la búsqueda de los medios adecuados que nos permitan transmitir el mensaje que deseamos comunicar en el tiempo y la forma correcta.

1.6.1. IMPORTANCIA

Es importante la difusión de la información, pues de ella depende que grandes grupos de personas, puedan comunicarse a tiempo de todo lo que transcurre a su alrededor, ya que en ella se engloban formas y medios que van a intervenir con el proceso de comunicación.

1.7. DIFUSION DE INNOVACION

Fernández Collado (2001, p.298) dice que: “la relativa novedad de la idea que se comunica es lo que distigue a la difusión de otros tipos de comunicación humana. (...) significa que siempre existe determinado grado de incertidumbre para los individuos debido a la difusión de una innovación”.

De acuerdo a lo expuesto, se conoce a la difusión de innovación, tiene siempre a la humanidad atenta a los cambios que realiza para obtener diferentes informaciones, ya que es común que los hombres y mujeres tengan cierta incertidumbre, de lo que vendrá para facilitar el trabajo informativo, con ello hace un enfoque en las diferentes alternativas para conocer informaciones de y mantener al ser humano actualizado con las nuevas innovaciones, y esas innovaciones van de la mano con la difusión, una difusión que a diario se renueva, tiene siempre a la humanidad con la expectativa de más.

1.8. OFICINA DE JUSTIFICACION DE INNOVACION

En la oficina de justificación de innovación, permite que la información de la difusión sea controlada y de forma eficaz se pueda dividir las informaciones que se deben dar a conocer a otros, dentro de ellas existen mayormente los editores y cada una de las personas que estén interesados en transmitir alguna información, su trabajo se define en: recolectar información nueva, seleccionar cual es la más apropiada y difundida por el medio que tengan a su alcance, y que su función sea de forma rápida, eficiente y veraz.

Con respecto la Oficina de justificación de innovación nos indica que: “La OJD realiza sus controles a través de unos procedimientos de verificación

que parten de la declaración, por parte del editor de la publicación que se audita, de las cifras de difusión obtenidas en un período de tiempo”. (Castillo. L, 2005, pág. 87).

Con esta declaración se puede reconocer a la OJD, como una fusión necesaria, para la transmisión correcta de información a través, considerándose también como el eje primario para el análisis correcto de la información que llega a ella en el tiempo correcto.

1.9. FORMAS DE DIFUSION DE INFORMACION

Podemos decir, que sería errado, pensar que solo hay una forma de difusión, cuando en realidad tenemos varias formas de difusión que hoy permiten que a nosotros lleguen una información a tiempo por lo cual deseo citar, las formas básicas de difundir básicas de difusión, la difusión documental y difusión de recursos web.

1.9.1. DIFUSION DOCUMENTAL

Castillo (2005) **indica que:** “(...) engloba todas las modalidades de transmisión de documentos o referencias informativas: desde la comunicación verbal de una referencia concreta hasta la edición de boletines bibliográficos periódicos o el libro (...)”. (Castillo. L, 2005, pág. 3).

Según lo mencionado, se entiende que difusión documental, es aquella que se divulga, por medio de escritos, que le permite obtener al usuario información por medios de documentos, este tipo de difusión, vuelve veraz a la información que en ella se difunde, por lo cual cada una de las personas que digitan, este documento tiene la obligación de dar a conocer su nombre como autor del mismo, aunque existen acepciones.

1.9.2. DIFUSION DE RECURSOS WED

Castillo (2005) indica que: “Difusión de recursos en internet. Consiste en seleccionar, ordenar y describir las webs de interés para los usuarios del centro. Se distribuye mediante las redes internas del centro o intranet”. (Castillo , 2005, pág. 7).

De acuerdo con el comentario de este autor, la difusión de recursos web, procede de diversas formas, ya que podemos ser específicos con respecto a lo que son las redes sociales como medio de difusión, por lo tanto son ellas que permiten transmitir una información en minutos a todo el mundo, convirtiéndose hoy en día como el medio de difusión más ágil, moderno y eficaz para utilizar dentro del proceso de la comunicación, ya que por este medio se difundir: noticias, informes, artículos, correo y aún conversaciones que mantienen los usuarios mediante este recurso web.

1.9.2.1. TIPOS DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN

Ya que nuestro objetivo es entender y analizar todo lo referente a la difusión de información, será necesario que nos estudiemos las diversas formas de difundir información, las cuales son:

1.9.2.1.1. MEDIOS MASIVOS

La característica de este medio es que incluye a una gran cantidad de personas en un tiempo específico, por este motivo se lo conoce también como medios medidos.

1.9.2.1.2. MEDIOS AUXILIARES O COMPLEMENTARIOS

Por lo contrario de los medios masivos, los medios auxiliares o complementarios, se centran en difundir la información a un grupo de personas mínimo, en el momento indicado. Esta característica permite también que se lo conozca como medios no medidos.

1.9.2.1.3. MEDIOS ALTERNATIVOS

Tenemos también los medios alternativos. La particularidad de este medio, es que permite tener información acerca de nuevos productos y sus debidas promociones, unas comunes y otras muy innovadoras.

1.9.2.1.4. COMO LA DIFUSION SE TRANSFORMA EN COMUNICACIÓN

(Figueroa. Bermúdez, 2013, pág. 13) p.9): “Esta fisonomía de redes y difusión tardó casi cuatro siglos en conformarse, hasta que se convirtió en lo que hoy conocemos con el nombre de comunicación.” conociendo este concepto, podemos explicar que antes solo teníamos la información pero, la difusión era un problema por la falta de desarrollo, del mundo, y es entonces cuando poco a poco, con el desarrollo de diferentes medios para difundir cierta información, se transformó en comunicación para todo aquel que necesitaba una información y que la obtenía por medios de difusión que se transformaba entonces en comunicación para todos.

1.9.2.1.4.1. COMUNICACIÓN INTERNA Y DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN

En el libro “Gestión de las comunicaciones en las organizaciones” (citado por José Carlos Losada Díaz), define a la comunicación interna como:

“conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”. (Rodríguez de San. Miguel, 2004, pág. 270)

Este concepto es muy valioso para entender que de estas dos variables depende el crecimiento de buenas formas de trabajo en una organización, porque estas de estas dependen que todos en la organización manejen un mismo conocimiento, porque se transmitiría a tiempo y por un medio adecuado para que todos estén informados a tiempo de cualquier resolución.

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO O ESTUDIO DE CAMPO

2. METODOLOGÍA

La metodología que se hace presente en el desarrollo de la tesis, se llevó a cabo a través de los siguientes:

2.1. DISEÑOS METODOLÓGICOS:

Se ha utilizado en este trabajo de tesis desarrollado en la Facultad de Gestión, Desarrollado los siguientes diseños metodológicos:

2.1.1. DOCUMENTAL-BIBLIOGRÁFICO

Este documento investigativo es documental-bibliográfico ya que se accedió a documentos, libros y a bibliografía pertinente a las temáticas tratadas, con el fin de construir un documento, esencial que llene las expectativas de quienes accedan a la información contenida en esta tesis.

2.1.2. DESCRIPTIVA-CORRELACIONAL

Además, será de tipo descriptiva y correlacional puesto a que ha sido oportuno, el describir y caracterizar a cada una de las variables que se

estudiaron dimensionando su importancia en la comunicación interna de la FAGEDESE y los miembros que la conforman.

2.2. TÉCNICAS DE RECOPIAR DE LA INFORMACIÓN

Para la consecución de la información fue necesario conocer las necesidades que existentes en la de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí se hizo uso de los siguientes métodos de investigación:

2.2.1. ENTREVISTA:

La entrevista se le realizó a la Decana de la Institución Licda. Magdalena Bermúdez con el fin de obtener respuestas de forma directa a las interrogantes presentadas sobre el problema ya expuesto.

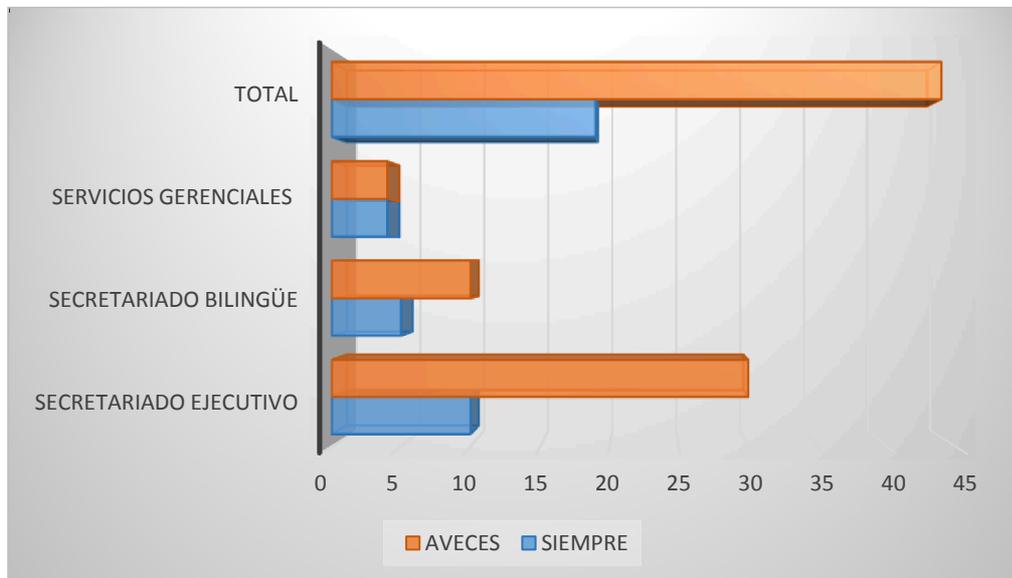
2.2.2. ENCUESTA:

También fue necesario la aplicación encuestas a los públicos que conforman la Unidad Académica, como son: Personal Administrativo, Docentes y Alumnado. La utilización de estas técnicas, permiten acceder a información que a simple vista nuestros sentidos no lo perciben, su gran valor radica en la objetividad que se alcanza al aplicarlas en contextos investigativos.

2.2.2.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Después de tabular las encuestas dirigidas a los estudiantes de la carrera de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado ejecutivo, se obtuvo los siguientes resultados:

1. ¿Considera usted que la FAGEDESE posee un adecuado sistema de comunicación interna?

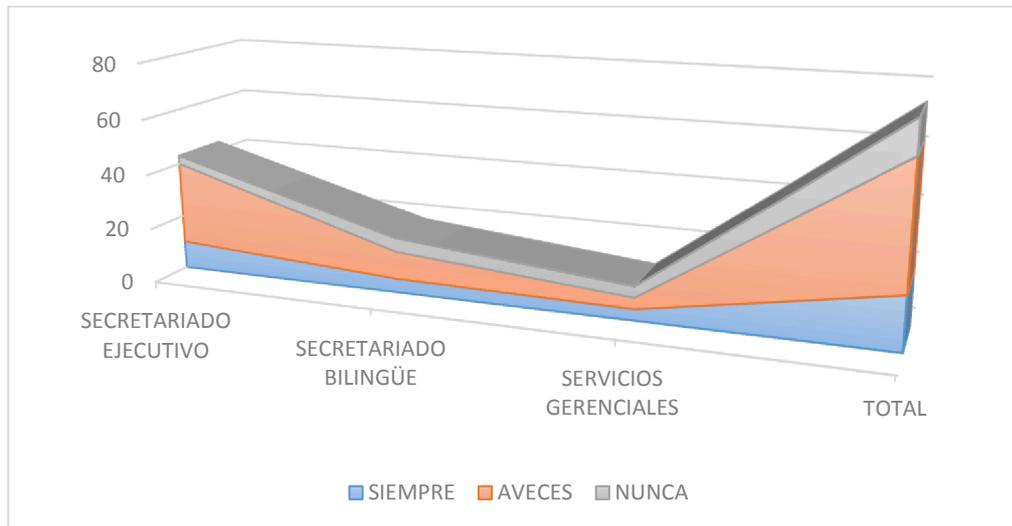


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la encuesta dirigida a los estudiantes de la FAGEDESE, en la pregunta ¿Considera usted que la FAGEDESE posee un adecuado sistema de comunicación interna?, el 38% de los alumnos encuestados respondieron con un “no”, y el 62% respondió “si”. Estas respuestas nos ayudan a considerar que aproximadamente un tercio de la población de estudiantes, desconocen el proceso que actualmente se maneja en la Institución.

2. ¿Cree tener acceso a las autoridades o altos funcionarios de la institución, cuando desea que ellos le faciliten alguna información?



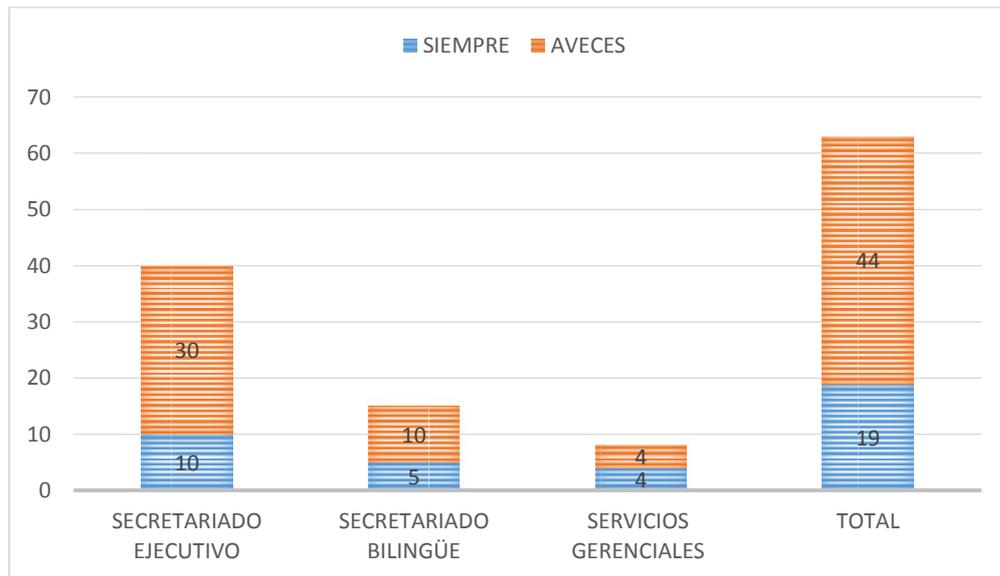
Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la pregunta ¿Cree tener acceso a las autoridades o altos funcionarios de la institución, cuando desea que ellos le faciliten alguna información?, durante la encuesta realizada en la facultad, se pudo conocer mediante las respuestas de los estudiantes de los primeros semestres un resultado de 20% de encuestados respondieron con un “nunca”; mientras que de los semestres superiores el 50% respondió “a veces” y por otro lado un 30% respondieron “siempre”.

Estas respuestas nos llevan a considerar que los estudiantes necesitan conocer de los horarios de atención de sus autoridades de la FAGEDESE para que puedan acudir a ellos y se les pueda dar, la debida atención.

3. ¿Considera que existe una adecuada comunicación entre los departamentos de la institución?

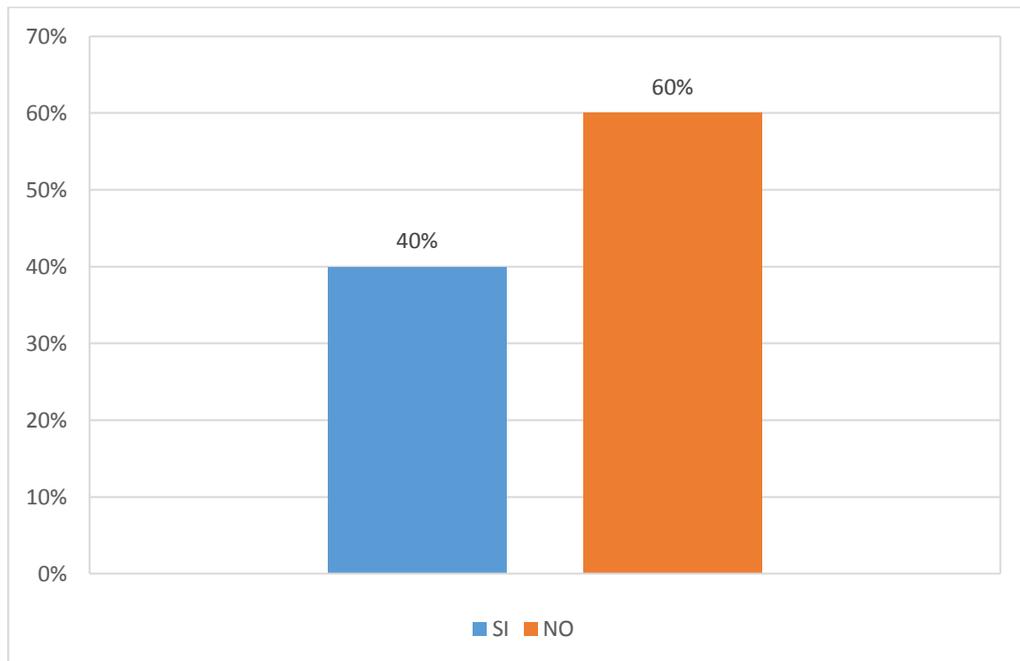


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En lo que corresponde a la pregunta ¿Considera que existe una adecuada comunicación entre los departamentos de la institución?, el 67% de los alumnos encuestados respondieron con un “no”, y el 33% respondió “sí”. En esta pregunta se evidencia que aproximadamente dos tercios de la población estudiantil percibe que las comunicaciones internas no se ajustan a sus expectativas, no obstante, es necesario al relacionarlo con respuestas anteriores en las cuales los estudiantes declaran un desconocimiento de los procesos internos comunicacionales.

4. ¿Cree que existe un ambiente de confianza entre los maestros y estudiantes?

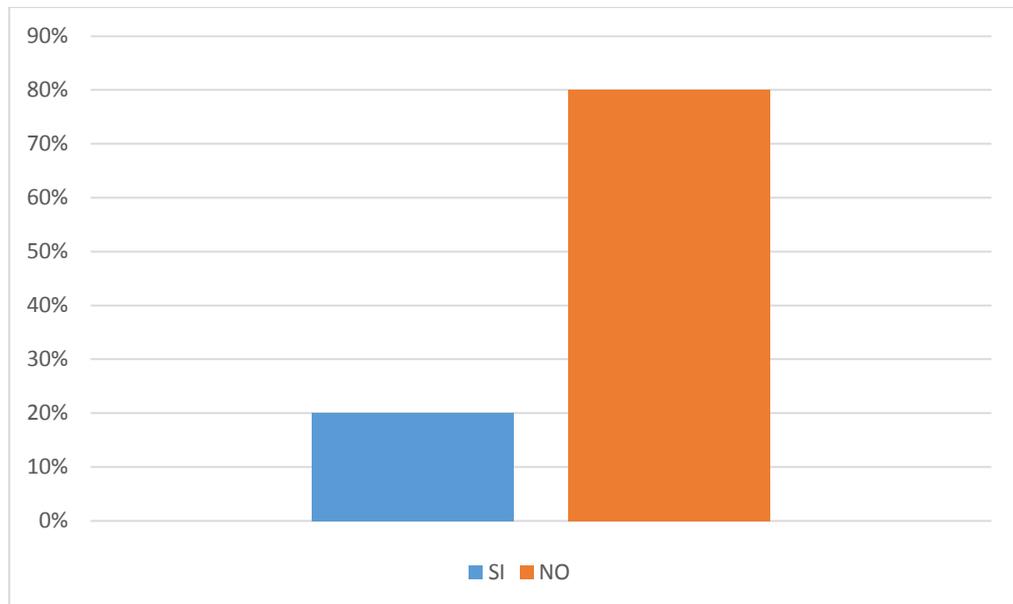


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la encuesta dirigida a los estudiantes de la FAGEDESE, en la pregunta ¿Cree que existe un ambiente de confianza?, el 60% de los alumnos encuestados respondieron con un “no”, y el 40% respondió “sí”, pero, estos resultados ayudan evidentemente a considerar, el plantear propuestas que ayuden, a los estudiantes a generar ambientes de confianza óptimos.

5. ¿Conoce usted el tipo de comunicación interna que tiene la FAGEDESE?

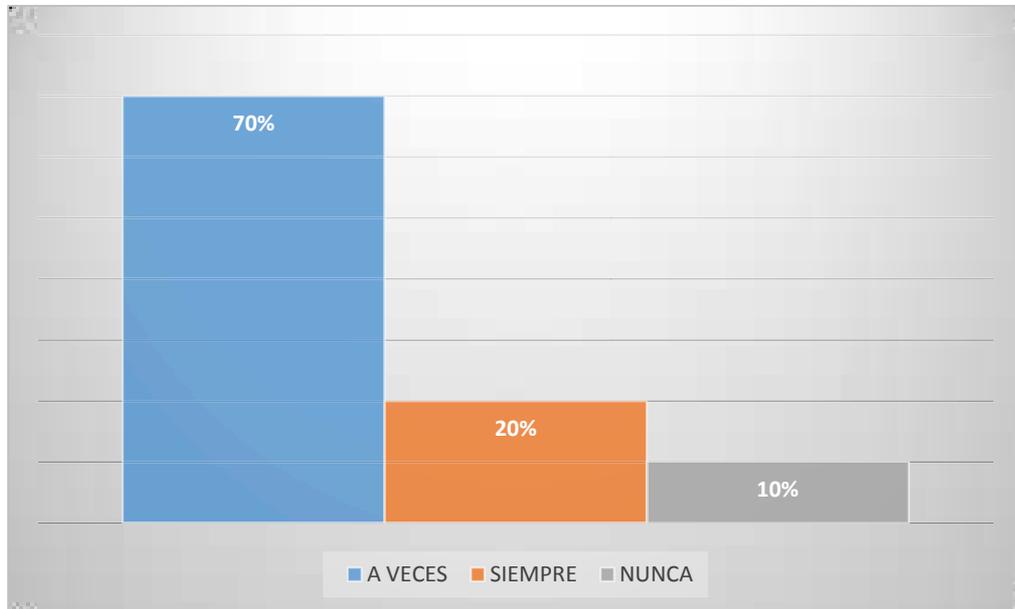


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Por otro lado, se planteó la siguiente pregunta a los estudiantes ¿Conoce usted el tipo de comunicación interna que tiene la FAGEDESE?, misma que evidenció que actualmente los alumnos presentan una falta de conocimiento de los procesos comunicacionales que maneja la Facultad de Gestión Desarrollo y Secretariado Ejecutivo, ya que solo el 20% de los estudiantes conocen el tipo de comunicación que la Institución maneja, mientras que el 80% de los alumnos lo ignoran. Es necesario relacionar estas respuestas con la primera pregunta de la encuesta, ya que un porcentaje considerable, desconoce que la facultad tiene un adecuado proceso de comunicación interna.

6. ¿Considera estar informado de lo que acontece en la Institución?

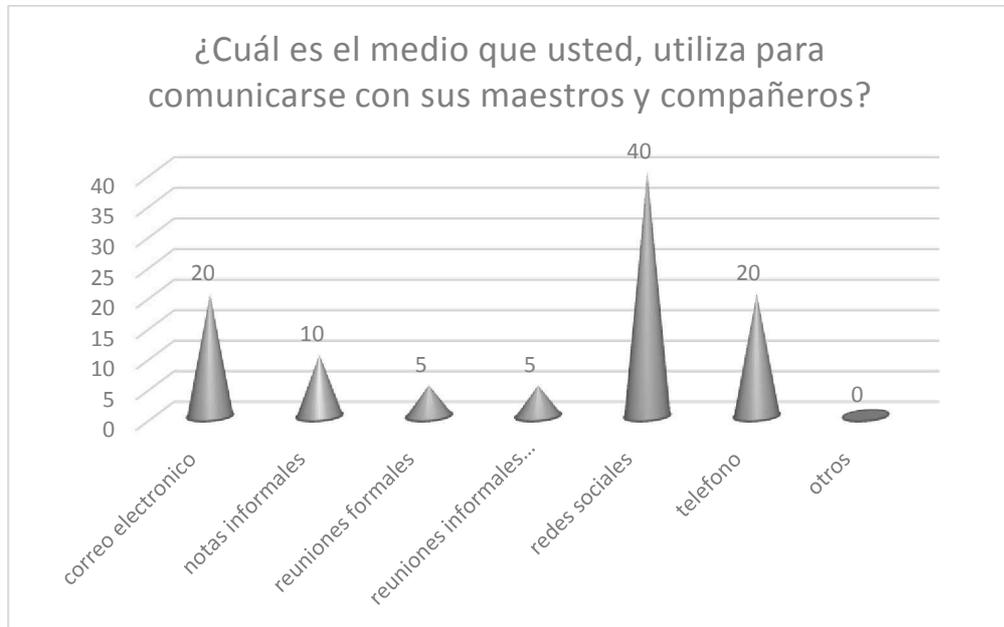


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

A continuación, se consideró la siguiente pregunta ¿Considera estar informado de lo que acontece en la Institución? A esta pregunta los estudiantes manifestaron que no es constante la información que ellos reciben sobre la facultad y esto se vio reflejado en los resultados: 10% respondió negativamente a esta pregunta, un 20% siempre y un 50% a veces. Quizás es necesario para mantener a los estudiantes más comunicados, emplear más estrategias de comunicación que alcancen al alumnado, puesto que, uno de cada diez estudiantes no recibe ninguna información y tan solo dos de cada diez estudiantes, reciben toda la información sobre lo que acontece en la institución.

7. ¿Cuál es el medio que usted, utiliza para comunicarse con sus maestros y compañeros?

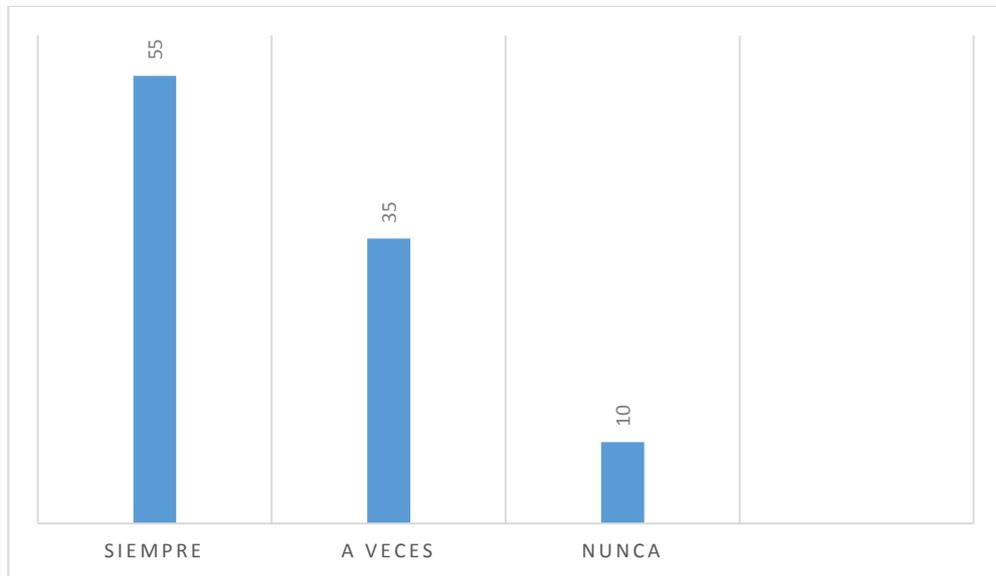


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

¿Cuál es el medio que usted, utiliza para comunicarse con sus maestros y compañeros? Fue en esta pregunta que los estudiantes hicieron mayor énfasis en el medio de comunicación comúnmente empleado, para ello se consideran aquellos con porcentajes mayormente elevados; “correo electrónico” con un 20%, “redes sociales” con el 40% y “teléfono” con un 20%, estos son los medios más comunes en el estudiantado de la Unidad Educativa para difundir información.

8. ¿Quién les informa de la planificación que lleva la FAGEDESE?

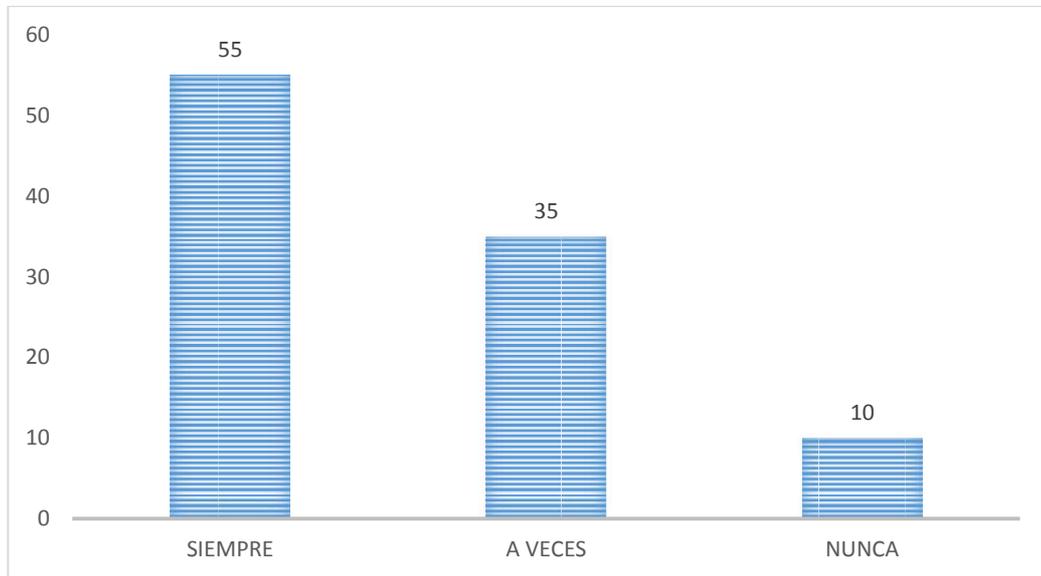


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En la presente pregunta ¿Quién les informa de la planificación que lleva la FAGEDESE? Se obtuvo los siguientes porcentajes: “decana” 25%, “secretaria” 20%, “docentes” 40% y “oficios” 15% que resultó ser muy similar con la entrevista realizada a la decana de la Institución, ya que ella manifestó, que mayormente los maestros informan a los estudiantes de las actividades de la facultad, de la misma manera, ella también comunica personalmente cuando lo considera conveniente.

9. ¿Tienen reuniones periódicas con las autoridades de la FAGEDESE?



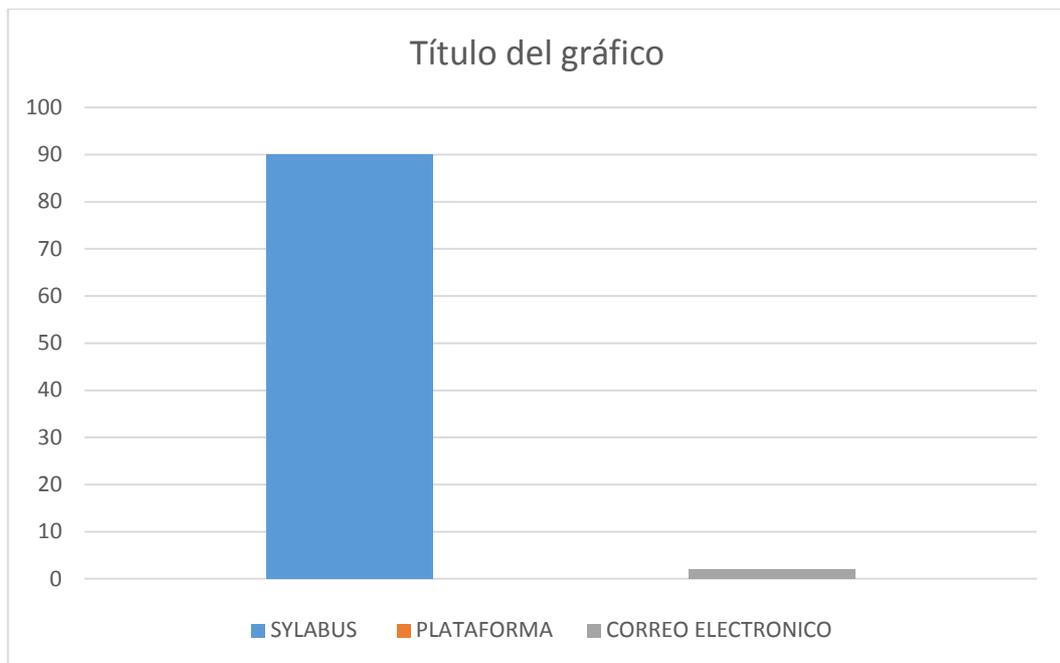
Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Por otro lado, en la encuesta también se realizó la siguiente pregunta ¿Tienen reuniones periódicas con las autoridades de la FAGEDESE? misma que tuvo como resultados: “siempre” 25%, “a veces” 30% y “nunca” 45%. Este tipo de reuniones periódicas, no se las mantiene con el alumnado en total, más bien se llevan a cabo con los representantes de cada curso, mismos que ayudan a la difusión de información.

ENCUESTA REALIZADA A LOS MAESTROS

1. ¿Cuál es el medio para comunicar a los estudiantes su forma de trabajar en el aula de clases durante cada semestre?

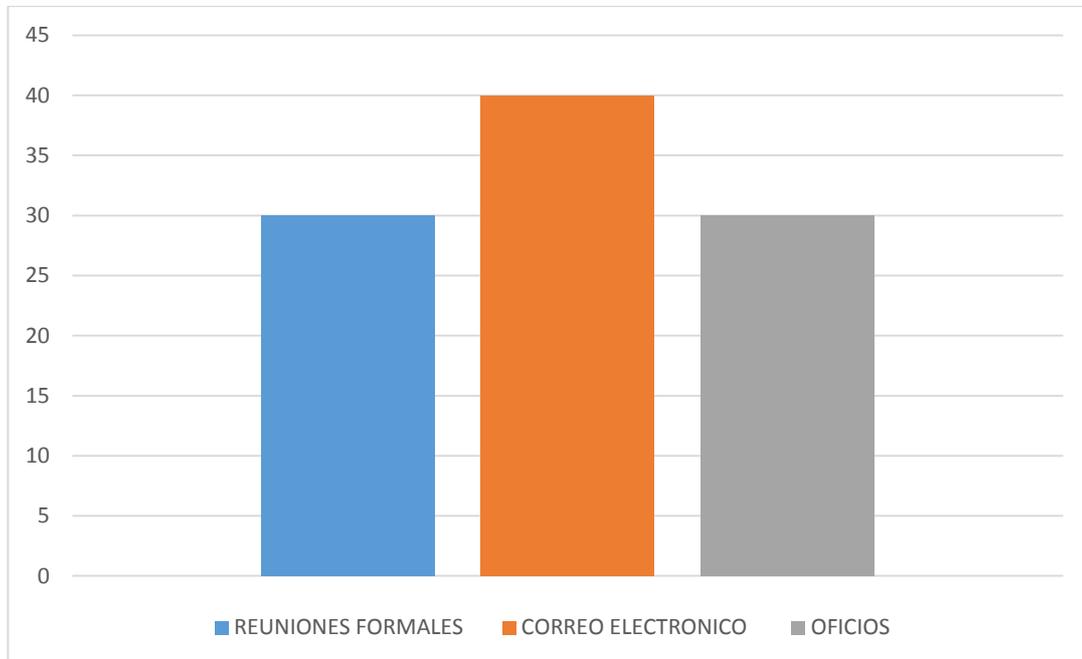


Fuente: Docentes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

¿Cuál es el medio para comunicar a los estudiantes su forma de trabajar en el aula de clases durante cada semestre? En esta encuesta realizada a los maestros, se pudo obtener un elevado porcentaje, con respecto a la utilización de una herramienta recomendable y exigida por la institución el Syllabus es un medio de trasmisión de información entre Maestros y estudiantes y es el más común en la FAGEDESE.

2. ¿Cuáles son las herramientas para comunicar a los docentes de las decisiones de que se crean la FAGEDESE?

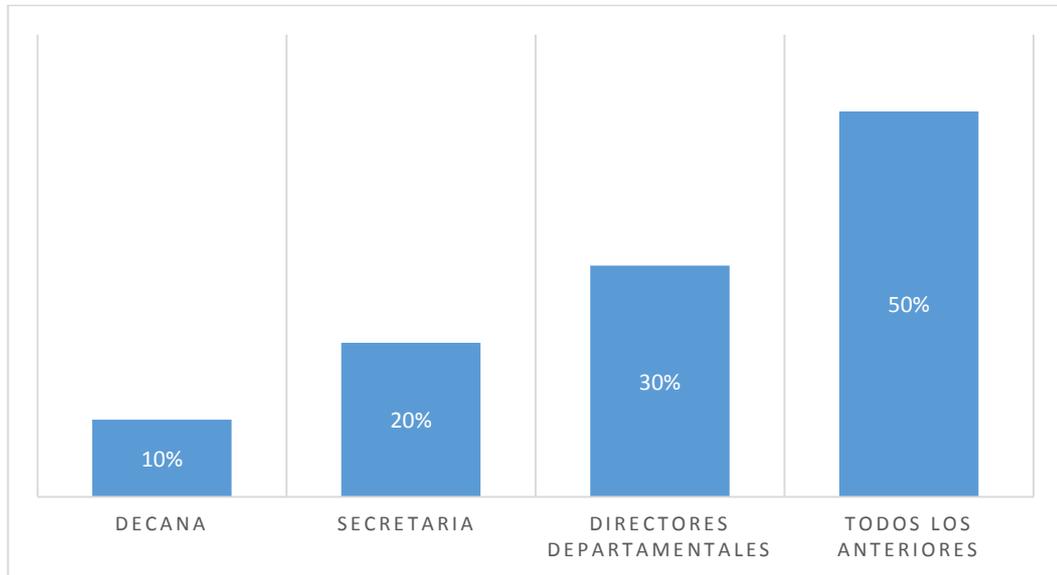


Fuente: Docentes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En esta pregunta, ¿Cuáles son las herramientas para comunicar a los docentes de las decisiones de que se crean la FAGEDESE? se obtuvo como respuesta, 30% “reuniones formales, 40% “correo electrónico y en “oficios” un resultado de 30% al igual que la reuniones formales y es que estos son los medios más comunes que en la facultad utilizan para mantener informados al cuerpo docente.

3. ¿Quiénes llevan la responsabilidad del proceso de comunicación a los docentes?

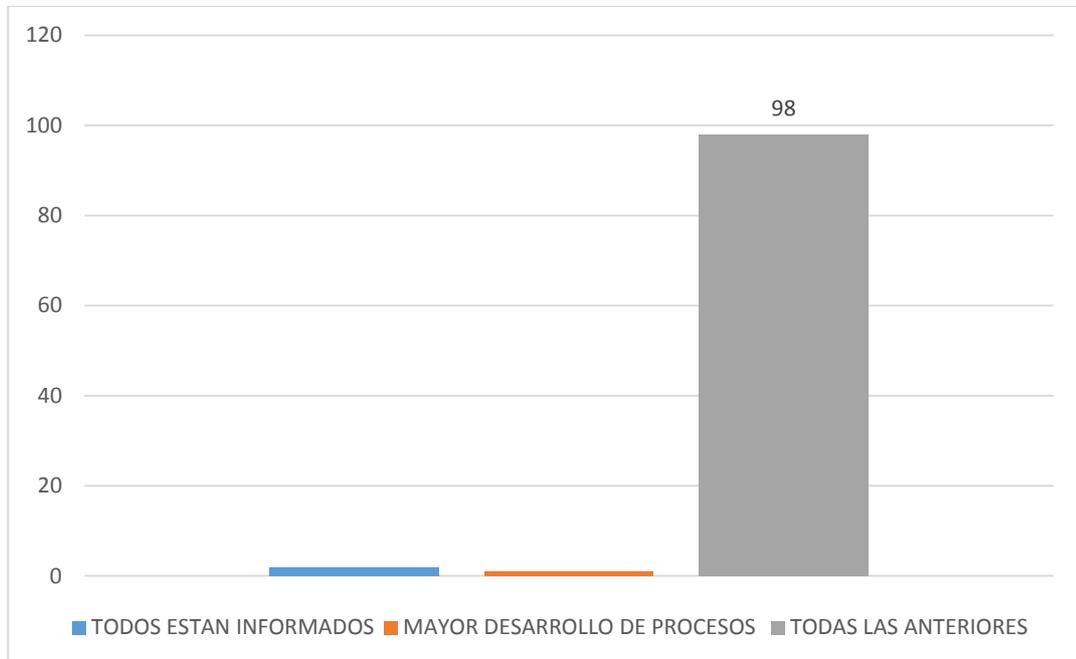


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Por consiguiente la pregunta 3 ¿Quiénes llevan la responsabilidad del proceso de comunicación a los docentes? los altos medios de la FAGEDESE, siempre están debidamente comunicados de lo que ella realiza y es por ello que los maestros tienen la información debida de cada uno de ellos.

4. ¿Qué resultados se han obtenido con el nuevo método en la comunicación interna que se aplica en los últimos meses en la FAGEDESE?

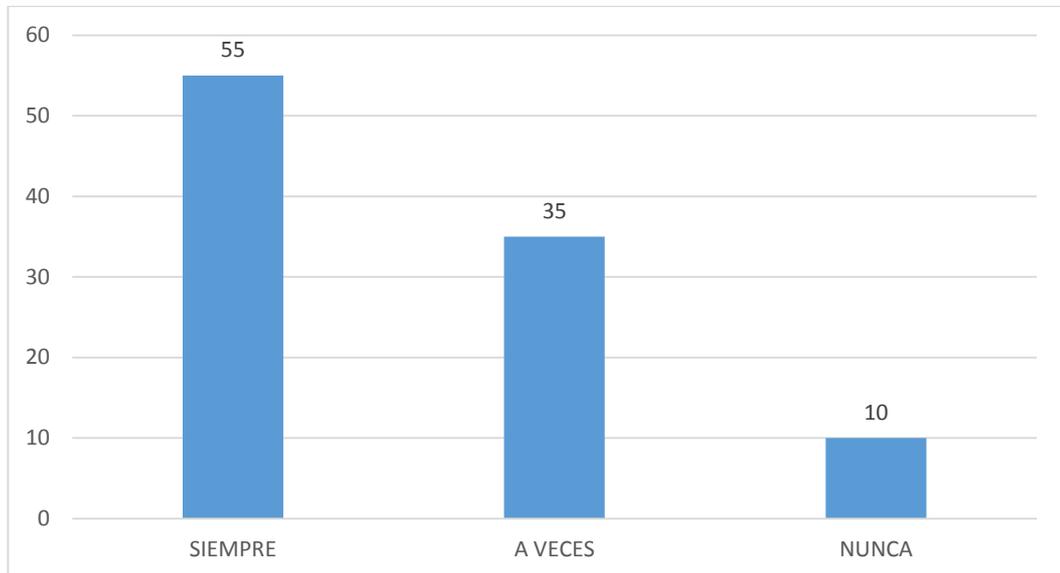


Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

¿Qué resultados se han obtenido con el nuevo método en la comunicación interna que se aplica en los últimos meses en la FAGEDESE? Es evidente que la institución presentó mejoras en todo su proceso de comunicación dentro de la Facultad, no solo ha permitido que todos estén informados, sino que también ha permitido el desarrollo de los procesos de la Facultad y ese se obtuvo en 98% es decir que de cada 10 maestros 9 opinan que la FAGEDESE ha mejorado en sus procesos comunicacionales.

5. ¿Se han llegado a cumplir los objetivos en cuanto a comunicación y participación del cuerpo docente?



Fuente: Estudiantes de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo
Elaborado por: María José Palma Arizala

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se sigue sosteniendo que es de manera constante, la participación del grupo docente en el desarrollo de la comunicación de la FAGEDESE ya que en la siguiente pregunta, ¿Se han llegado a cumplir los objetivos en cuanto a comunicación y participación del cuerpo docente? “siempre” 55%, “a veces” 35 y “nunca” 10, eso ha permitido que el ambiente de trabajo de la Facultad sea más armonioso y se trabaje con más responsabilidad.

Entrevista a la Decana de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo Licenciada Magdalena Bermúdez

1. ¿Qué tipo de Comunicación Interna realiza la Facultad?

Actualmente nuestro enfoque como Facultad, ha sido mejorar la comunicación tanto con los maestros como con los estudiantes, pues ya hace seis meses que estoy como decana de la FAGEDESE, tiempo en que ha sido necesario de mucho esfuerzo y dedicación para resolver problemas que aún se siguen solucionando, por esa razón la manera actual como nos dirigimos entre maestros y estudiante ha sido, por correo electrónico y por oficios cuando se ha considerado conveniente.

2. ¿En la FAGEDESE se realizan reuniones, para informar a los estudiantes? y ¿Quiénes son los llamados a predecirlas?

Por ahora son mayormente los maestros quienes realmente se comunican en aula con los estudiantes, aun así, cuando he creído conveniente bajo, a cada aula a informar personalmente a los estudiantes de alguna resolución que nos envían de Secretaria General.

3. ¿Cómo ha mejorado el nuevo proceso que la facultad que está teniendo para presentar mejoras en sus actividades?

Pues, se ha podido trabajar positivamente, y en equipo. Ya que es de esa forma como la facultad está tratando de mejorar las cosas en las que anteriormente presentó fallas y que aún estamos mejorando.

CAPITULO III

3. PROPUESTA

3.1. MANUAL DE PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA FACULTAD DE GESTIÓN, DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO

El manual de Comunicación para la FAGEDESE debe inscribirse dentro de un programa de comunicación interna.

La comunicación se contempla a todos los interesados que concurren a la FAGEDESE como son:

- Decana
- Maestros
- Alumnos
- Personal administrativo

3.1.2. LA COMUNICACIÓN INTERNA

Con el desarrollo de una excelente comunicación interna de una institución educativa, se presenta como base elemental en el incremento de las relaciones diarias en la en las actividades diarias que se realizan, de tal forma que favorece el perfeccionamiento de los procesos y con ello se logrará la motivación de las personas que la componen, por este motivo, es necesario que exista un buen proceso de reciprocidad

constante y dinámico entre los miembros de la institución. Esto consiste en involucrar en lugar de convencer o imponer, ya que esto provoca división en los grupos de la institución, y es eso, o que se quiere evitar, de forma que se pueda inducir a tomar de decisiones de acuerdo al a los cargos y las actividades que cada uno realiza, ya que todos son importantes en sus actividades para lograr difundir una información cuando sea necesario.

3.1.3. PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA FAGEDESE

3.1.3.1. OBJETIVOS

- a) Difundir la información necesaria para fortalecer su estructura organizativa y de esta manera, cada uno de los que hacen parte de la institución tendrá conocimiento de las actividades de la institución logrando un mejor servicio, en su trabajo.

- b) Fortalecer entre todos los integrantes el desarrollo de una visión común con respecto a la política, organización y objetivos de la FAGEDESE.

- c) Permanecer de forma constante, oportuna y adecuada informado al personal, acerca de cada una de las actividades que transcurren en la FAGEDESE.

d) Implementar canales de comunicación bidireccionales que ayuden afianzar los principios para el mantenimiento de un entorno de actividades cómodo y adecuado, de forma que sean indicador para el logro de los objetivos y la participación y compromiso de los que integran la FAGEDESE.

3.1.3.2. INTERESADOS DE LA INFORMACIÓN

Todos los que integran la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo

3.1.3.3. INTERMEDIARIOS DELEGADOS DE DIFUNDIR LA INFORMACIÓN

Actualmente la información es expandida por los siguientes agentes:

- Decanato
- El Servicio de Documentación
- El Servicio de Automatización

3.1.3.4. CANALES DE LA DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN

- Correo electrónico: es medio de comunicación más desarrollado para difundir todo tipo de información. Por otro lado, para que este tipo de canal sea verdaderamente eficiente y participativo se necesita que,

además de que todo el personal tenga una cuenta propia de correo electrónico, existan listas de distribución adecuadas a los tipos de cada uno de los integrantes (Maestros, alumnos y personal administrativo) para que puedan obtener de la información difundida.

- Comunicaciones en papel y circulares: para convocatorias a reuniones, Comisiones, cursos, avisos, etc.

- Entrevistas personales

- Teléfono

- Reuniones de Trabajo: que además de informar permiten la discusión y la participación de los maestros, en las decisiones que toma la FAGEDESE.

. Tipos de reuniones:

- Comisión de las actividades de la FAGEDESE y de los Centros.

- Comisión Académica (planificación de objetivos y seguimiento de las acciones definidas para la FAGEDESE)

- Reuniones de Secretaria General de la facultad, para actualizar el conocimiento de la FAGEDESE con el de la ULEAM ya que es ese el centro o de servicios (seguimiento de los objetivos del servicio o acciones definidas en los mismos)

- Reuniones de grupos de trabajo con los líderes de cada cursos para dar a conocer las actividades a ellos y que ellos a su vez difundan la información a sus representados

- Tablón de anuncios

- Página Web: Documentos internos de trabajo y actas de Junta Técnica y Comisiones, con posibilidad de acceso a través de Intranet.

3.1.3.5. PROCEDIMIENTO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1. por medio de oficios que se procesan de en la Secretaria General de la ULEAM con resoluciones

2. Reuniones con las diferentes autoridades de Facultades

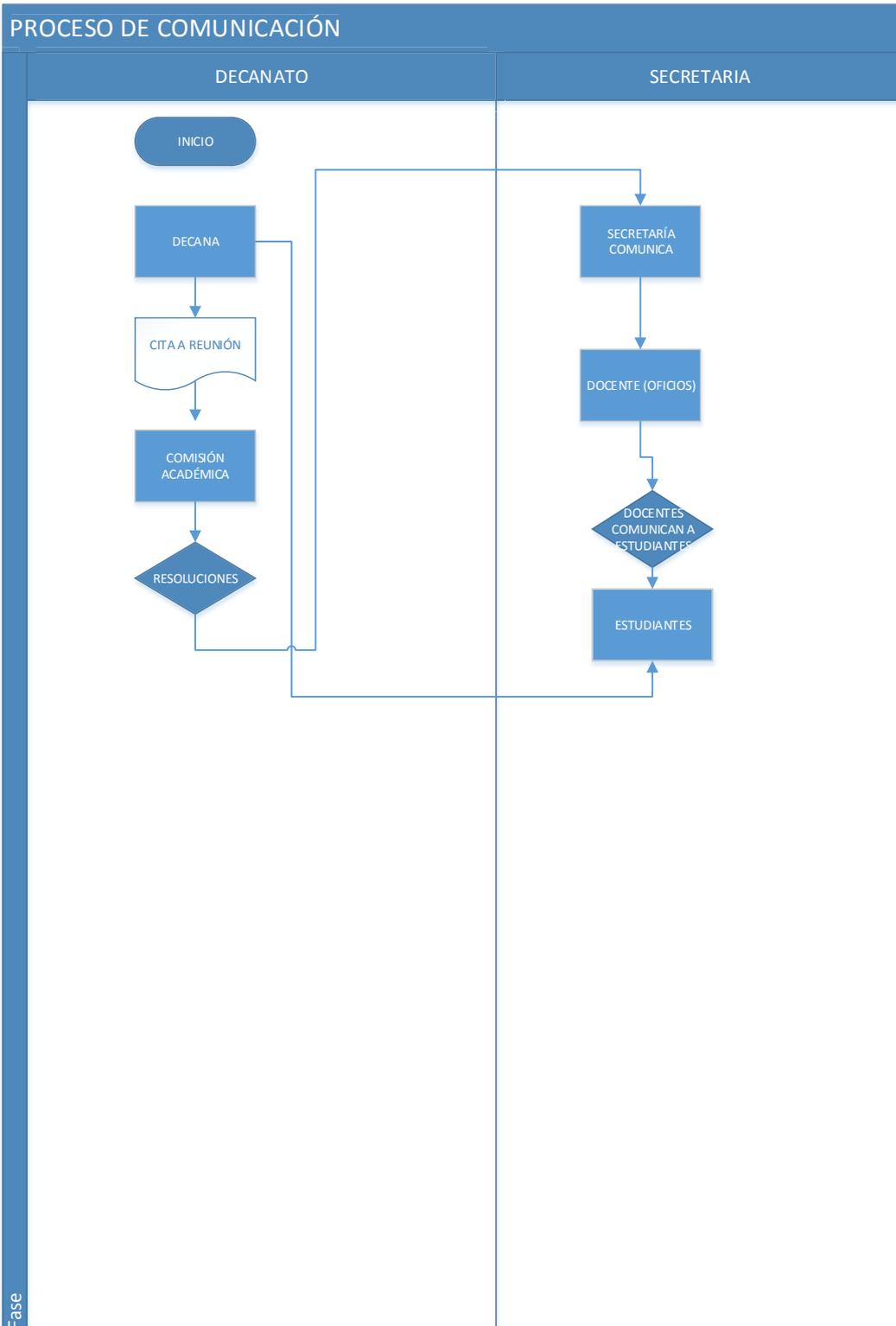
3.1.3.6. ACTUACIONES DE MEJORA

Considerar la creación de un único Servicio de Información, que centralizaría y difundiría la información generada por los diferentes delegados.

Puesta en actividad la Listas de Circulación y Normalización del proceso técnico.

Reforzar la difusión de los objetivos anuales de la FAGEDESE para conocimiento de todos los miembros interesados, y que esta información sea elaborada y dada a informar por la Comisión académica de la FAGEDESE.

- Planificación de reuniones periódicas de las distintas comisiones (maestros y estudiantes) de la FAGEDESE con la Decana, para el seguimiento de las acciones definidas por la misma y el grupo de comisión académica.
- Considerar la creación de una Intranet para el personal administrativo y maestros de la FAGEDESE. Ya que eso les ayudaría a tener una comunicación más fluida entre todos los miembros de la unidad académica, que prestan sus servicios en ella, dotando a la FAGEDESE de una buena herramienta para la comunicación del trabajo colectivo y la normalización de los procesos.



Fase



MANUAL DE PROCESOS DE LA FACULTAD DE GESTIÓN DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO “MANTA”

RESEÑA HISTÓRICA LA FACULTAD DE GESTIÓN DESARROLLO Y SECRETARIADO EJECUTIVO

La Escuela de Secretariado Ejecutivo se crea en el año de 1975 y nace como respuesta a las necesidades del medio. En el año 1980 pasa a formar parte de la Escuela de Ciencias de la Educación con la especialidad de Administración Secretarial. Para el periodo lectivo 1986 – 1987 forma parte de la Facultad de Ciencias Administrativas hasta el 28 de Noviembre del 2007 en que la Escuela de Secretariado Ejecutivo, es elevada a la categoría de Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo.

La FAGEDESE posee infraestructura física, cuenta actualmente con un laboratorio para el idioma Inglés y dos laboratorios para Informática, de la misma manera cuenta con x número de aulas

La FAGEDESE cuenta en la actualidad con treinta y dos Profesores entre los cuales son de tiempo completo con nombramiento, bajo relación de dependencia y bajo la modalidad de contrato. La FAGEDESE en su tiempo de existencia se ha constituido en una alternativa de educación cuya labor fecunda y tesonera de autoridades, docentes, personal administrativo y de servicio coadyuvan de forma directa e indirecta en la formación de profesionales de calidad.

La Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo procura en constituirse en ejemplo de disciplina, mística de trabajo, para las otras unidades académicas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

1. MISIÓN.-

Formar profesionales en el área de Secretariado, de manera integral en lo científico –tecnológico y humanístico, para que den respuesta a las diferentes necesidades de la sociedad, por medio de metodologías activas y participativas, reflexivas y críticas, con capacidades y habilidades en su esfera de actuación, para contribuir al desarrollo socioeconómico, cultural y político de Manabí y el país.

2. VISIÓN.-

En el año 2012, esta carrera se distingue por su sólido prestigio y su elevado protagonismo en la vida económica, social y cultural de Manabí y el país, por la calidad de sus profesionales, por el claustro de profesores/as, altamente capacitados/as en lo académico, mejoramiento continuo de los procesos de formación de los y las profesionales, y el desarrollo de posgrado en la especialidad.

3. POLÍTICA DE CALIDAD.

POLÍTICA DE CALIDAD DE LAS AUTORIDADES:

La calidad de la dirección de las Autoridades Competentes depende de una serie de factores entre los cuales figuran principios fundamentales de carácter ético, organizativo y técnico. Las Autoridades Competentes se constituyen en celosos observadores de esos principios con la finalidad de asegurar el cumplimiento de los objetivos propuestos por la FAGEDESE.

ESTRATÉGIAS DE CALIDAD DE LAS AUTORIDADES:

- Participación activa de cada uno de los miembros del Consejo de Facultad.
- Establecer sistemas de evaluación para el cumplimiento de funciones técnicas y administrativas de los diferentes organismos de la institución.
- Proponer el Reglamento Interno y su revisión periódica.
- Realizar gestiones para adecuar aulas virtuales, equipamiento e implementación de multimedia.
- Establecer convenios de cooperación académica con instituciones nacionales y extranjeras.

POLÍTICA DE CALIDAD DE PROFESORES (AS):

- Propiciar el desarrollo académico de los profesores.
- Aplicación del Plan de Estudios de acuerdo a la realidad.
- Incrementar las oportunidades de ingreso a las universidades.
- Mantener el prestigio institucional.
- Motivar a profesores al trabajo.

ESTRATEGIA DE CALIDAD DE PROFESORES (AS):

Establecer los lineamientos en la ejecución del Plan de Estudios así como del proceso metodológico, la aplicación del material y ayudas didácticas, y del proceso de la evaluación del aprendizaje, mediante seminarios, charlas, conferencias; pasantías de los integrantes de las diferentes áreas de estudio.

POLÍTICA DE CALIDAD DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SERVICIO

- Propiciar el desarrollo del Recurso humano.
- Motivar al recurso humano hacia el trabajo.
- Motivar al recurso humano hacia el cambio.

ESTRATEGIAS DE CALIDAD DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIO

- El Consejo Directivo debe aprobar planes y programas de bienestar, de evaluación del desempeño, para el personal administrativo y de servicio.
- Realizar convenios de cooperación con universidades para la capacitación de su personal.

POLÍTICA DE CALIDAD DE ESTUDIANTES.

- Adecuado conocimiento del perfil de las alumnas.
- Vinculación de la institución con la colectividad.
- Normatividad de acciones positivas.

ESTRATEGIAS DE CALIDAD DE ESTUDIANTES:

- Establecer lineamientos para el conocimiento del perfil de las estudiantes que ingresen y egresen al plantel.
- Crear alternativas de nivelación de conocimientos a las estudiantes que ingresan.



PROCESO DE MATRICULACIÓN

1. OBJETIVO.-

Determinar el procedimiento de adjudicación de matrícula para jóvenes que cumplen con los requisitos estipulados por la institución, sus Normas y Reglamentos.

2. LÍMITES DEL PROCESO.-

Las matriculas ordinarias del periodo 2016 serán desde lunes 28 de marzo al lunes 11 de abril y las extraordinarias se darán desde el martes 12 de abril al martes 26 de abril del presente año.

Art. 28.- Tipos de matrícula.- Dentro del Sistema de Educación Superior, se establecen los siguientes tipos de matrícula:

- a. Matrículas ordinarias.-** Se realizan en el plazo de 15 días anteriores al inicio de cada semestre
- b. Matrículas extraordinarias.-** Se realizan en el plazo máximo de 15 días posteriores a la culminación del período de matrículas ordinarias.
- c. Matrícula especial.-** Es aquella que, en casos individuales excepcionales, otorga el Consejo Universitario de la ULEAM, para quienes, por circunstancias de caso fortuito o fuerza mayor debidamente documentadas, no se hayan matriculado de manera

ordinaria o extraordinaria. Esta matrícula se podrá realizar hasta dentro de los 15 días posteriores a la culminación del período de matrícula extraordinaria.

3. RESPONSABLES.-

De acuerdo al Reglamento de Régimen Académico (Proceso de Admisión de Matricula-Evaluación)

Los responsables de la matriculación de los estudiantes es de:

- Vice Rectoría Académica
- Secretaría General
- Secretaría de la FAGEDESE

LOS INTERESADOS EN EL PROCESO.-

Los llamados interesados en el proceso de matrícula son todos los postulantes que desean ingresar a estudiar en la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo.

4. ENTRADA DEL PROCESO.-

Se determina como la entrada del proceso a la necesidad de matrícula, proceso que comienza cuando Vice Rectorado Académico establece mediante Secretaria General una circular, establece la fecha de iniciación de las mismas. Para acceder la matricula los estudiantes deberán cumplir con una serie de documentos, como son:

a) EN ORDINARIAS PARA ESTUDIANTES DE PRIMER NIVEL:

- Mecanizado
- Certificado de Graduación del Colegio
- Copia de cedula y de la papeleta de votación
- 2 fotos tamaño carnet
- Copia y original de la partida de nacimiento

b) EN ORDINARIAS PARA ESTUDIANTES DE LA FAGEDESE:

- Mecanizado
- 2 fotos tamaño carnet
- Copia original de la cedula y de la papeleta de votación a color

c) MATRICULAS EXTRAORDINARIAS

En caso de matricularse atrasados deberán pagar \$8.00 al Banco del Pacifico a la ULEAM, por lo tanto los documentos que deberán llevar presentar, para la debida matriculación son:

- Mecanizado
- Papeleta de deposito
- 2 fotos tamaño carnet
- Copia de la cedula y de la papeleta de votación

5. SALIDA DEL PROCESO.-

La salida del proceso estará instituida por los documentos que deberán ser entregados por parte la Vice Rectorado Académico y Secretaria general que certifican la matriculación de los estudiantes mismos que serán entregados por la secretaria de su Facultad.

- Certificado de Matrícula,
- Carné estudiantil

6. NORMATIVA DEL PROCESO

Para este proceso de matrículas hemos utilizados reglamento de régimen interno de la ULEAM:

REGLAMENTO DEL REGIMEN INTERNO DE LA ULEAM

Art. 30.- PROCESO DE MATRICULACIÓN: Para las carreras de grado de la ULEAM se observarán las siguientes normas generales:

1. Los estudiantes se matricularán por asignaturas, respetando las secuencias establecidas en las correspondientes mallas curriculares.
2. La matriculación se realizará en línea (“on line”), utilizando la plataforma informática de la ULEAM; para lo cual, todas las asignaturas aprobadas por cada Página 24 de 51 estudiante deberán estar debidamente registradas en la base de datos académica, y el estudiante solo podrá tomar las asignaturas que la malla lo permita, de acuerdo a sus secuencias, incluso en diferentes niveles de la carrera y en diferentes horarios cuando existan, siempre que los horarios de las asignaturas que tome, no se superpongan.
3. Todos los documentos exigidos en el proceso de matriculación, deberán ser escaneados y subidos a la misma plataforma

informática de la ULEAM; incluidos los procedimientos legales de firma electrónica, cuando sea necesario. Sin perjuicio de que, posteriormente, estos documentos deben ser entregados impresos en las Secretarías de las Unidades Académicas para su verificación. En determinadas circunstancias se podrá exigir que esta documentación se presente notariada.

4. Los procedimientos de admisión en el primer semestre de cualquier carrera, son los determinados en el Sistema Nacional de Admisión y Nivelación, y en las correspondientes disposiciones del Estatuto en vigencia de la ULEAM. En cualquier caso, el Departamento de Admisión y Nivelación de la ULEAM, remitirá de manera electrónica la lista de estudiantes que pueden matricularse directamente en el primer nivel de las diferentes carreras y de aquellos que deben realizar previamente el curso de nivelación.

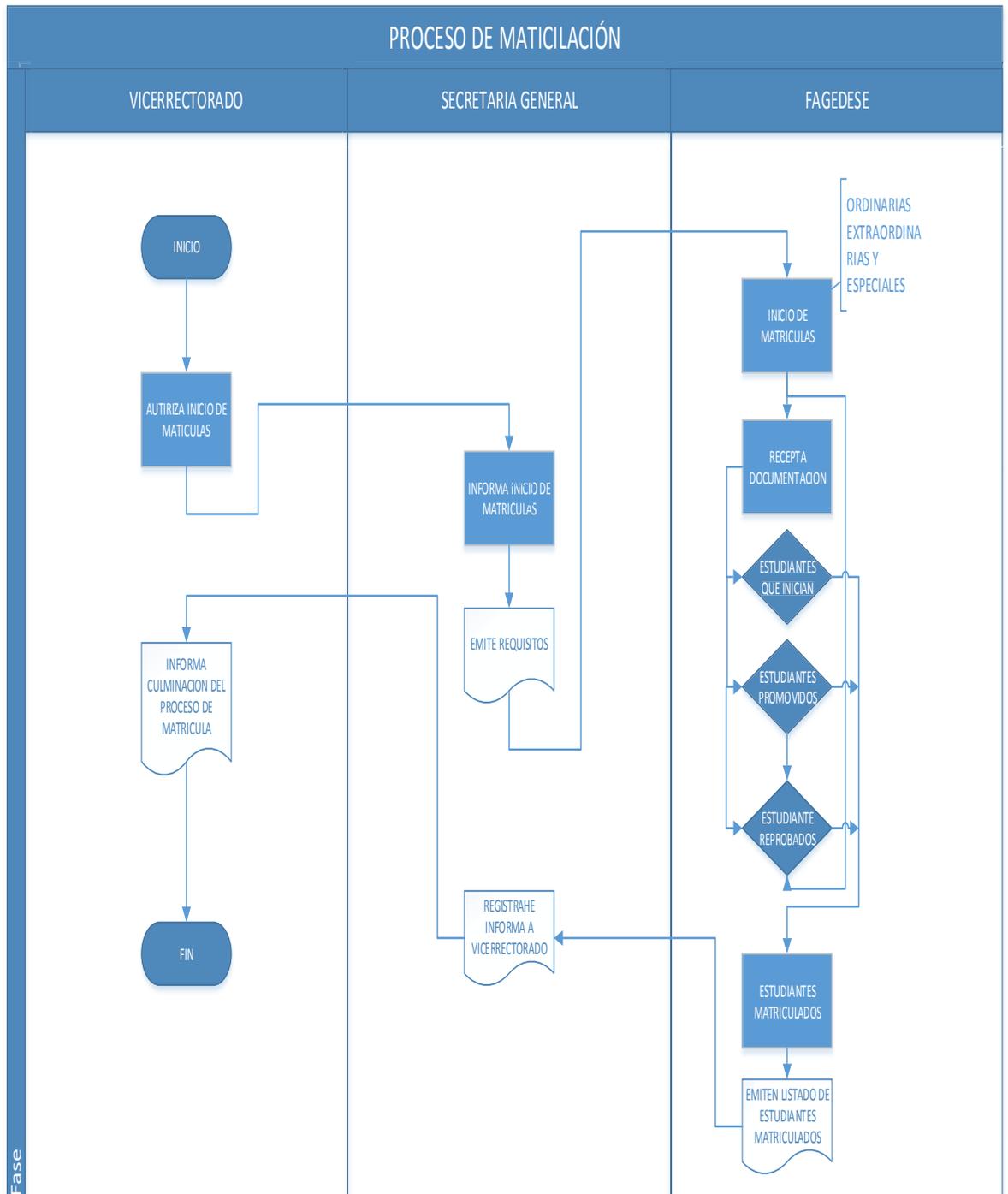
7. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES Y TAREAS.-

Según el Reglamento de Régimen Académico Interno ULEAM Para que las estudiantes, sean matriculadas adecuadamente se realiza el siguiente proceso:

1. 5. Los requisitos generales para obtener matrícula en la ULEAM, son los siguientes:

- a) Fotocopia a colores de cédula de ciudadanía, o pasaporte para los extranjeros.
- b) Fotocopia del Certificado de haber sufragado en el último proceso electoral convocado por el CNE.
- c) Foto digital tamaño carnet a colores.
- d) Certificado de haber votado en las elecciones de Representantes Estudiantiles a los organismos de cogobierno realizadas en el último período académico, para los estudiantes del segundo nivel en adelante.
- d) Comprobante de depósito bancario de pago de los aranceles legalmente establecidos para los estudiantes que hayan reprobado una o más asignaturas, de conformidad con lo dispuesto en el Art. 84 de la
- e) LOES, estudiantes que no hayan aprobado el examen de grado o de fin de carrera, o no hayan concluido su trabajo de titulación dentro del tiempo de prórroga determinado y, en general, lo establecido en el Reglamento para garantizar el cumplimiento de la gratuidad de la Educación Superior Pública, expedido por el CES, con fecha 2 de julio de 2014.

8. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE MATRICULACIÓN





PROCESO DE DISCIPLINA

1. OBJETIVO.

Determinar el procedimiento para la aplicación de sanciones a los estudiantes por el cometimiento de faltas disciplinarias, las mismas que se encuentran estipuladas dentro de El Órgano Colegiado Académico Superior de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, rigen la disciplina de las alumnas de la institución.

2. LÍMITES DEL PROCESO.

La ley lo establece durante el transcurso del año lectivo

3. RESPONSABILIDADES.

- Decana
- Consejo de Facultad

4. CLIENTES DEL PROCESO.-

Llamamos clientes del proceso a todos aquellos quienes son beneficiarios en el proceso de planificación de la Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo en la cual constan 472 estudiantes.

5. ENTRADA DEL PROCESO.

El cometimiento de una falta disciplinaria se considera como el inicio del proceso disciplinario, y que siguiendo el orden establecido permitirá la aplicación de la sanción correspondiente.

6. SALIDA DEL PROCESO.

Una vez cumplido con todos los pasos determinados en este proceso, finalmente se emitirá la sanción disciplinaria correspondiente, la misma que se sujetará de acuerdo al Órgano Colegiado Académico Superior de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.

7. PROVEEDORES DEL PROCESO.

- El Órgano Colegiado Académico Superior de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

8. NORMATIVA.

DECANO/A. *(El Órgano Colegiado Académico Superior de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí)*

Art. 56 Atribuciones del/la Decano/a.- Las atribuciones y deberes son: *(Deberes y atribuciones del decano/a)*

12. Sancionar a profesores/as, estudiantes, personal administrativo y de servicio de la Facultad, cuyas atribuciones no correspondan al Consejo Universitario, de acuerdo a lo establecido en el Art. 207 de la Ley Orgánica de Educación Superior. Se garantiza el debido proceso y el derecho a la defensa consagrada en la Constitución;

13. Imponer sanciones de suspensión hasta por 30 días a profesores(as), según la falta cometida, por violación al Estatuto y Reglamentos Internos; por no entregar calificaciones en el plazo establecido en el Reglamento respectivo y por faltar al dictado de clases injustificada y reiteradamente por más de tres días. Las sanciones a servidores(as) y trabajadores(as) de la Facultad se la impondrá tomando en consideración lo dispuesto en la Ley de Servicio Público y el Código de Trabajo;

CONSEJO DE FACULTAD. *(El Órgano Colegiado Académico Superior de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí)*

ART. 48 ATRIBUCIONES DE LA JUNTA *(Deberes y atribuciones)*

12. .Adoptar las medidas disciplinarias generales e imponer sanciones en faltas leves en segunda instancia a los/las docentes y estudiantes de conformidad con este Estatuto y los Reglamentos e informar de las

mismas a la Comisión de Disciplina de la institución, la que decidirá si procede ponerla en conocimiento de Consejo Universitario;

Las sanciones se aplicarán con sujeción a lo previsto en la Ley Orgánica de Educación Superior, este Estatuto y Reglamentos de la Universidad. Para el caso del personal administrativo y de servicio se considerará lo dispuesto en el artículo 43 de la LOSEP y para los trabajadores lo estipulado en el Código de Trabajo.

Se garantiza el derecho al debido proceso y a la defensa, consagrado en la Constitución y cuidará que la sanción sea aplicada de conformidad con la LOES, este Estatuto y Reglamentos de la Universidad.

DE LA DISCIPLINA (Reglamento general a la Ley Orgánica de Educación)

ART. 141 DE LAS SANCIONES A LOS/LAS PROFESORES/AS.- Las sanciones a los/las profesores/as son:

1. Las que impongan el/la Decano/a y el Consejo de Facultad, Extensión, dentro del ámbito de su competencia. Cuando se tratare de un/a profesor/a integrante del Consejo Universitario, esta

sanción corresponderá a esta instancia y se requerirá para su aplicación de mayoría absoluta de votos;

2. El/la Profesor/a que no cumpliera con la entrega oportuna de calificaciones, será suspendido/a en el ejercicio de la cátedra por un mes sin remuneración. Si es reincidente, se abrirá un sumario administrativo para establecer la sanción que corresponda.
3. Expulsión de la Universidad, de uno a diez años, y;
4. Separación definitiva de la institución.

ART. 142 DE LAS SANCIONES A LOS/LAS ESTUDIANTES.- Las sanciones a los/las estudiantes serán:

1. Las que impongan el/la Decano/a o Director/a y el Consejo de Facultad y Extensión, dentro del ámbito de su competencia
2. Aplazamiento de exámenes en un periodo académico, hasta en dos asignaturas;
3. Pérdida de hasta dos asignaturas;
4. Suspensión de actividades universitarias, hasta por el plazo de 30 días. Esta suspensión, no se tomará en cuenta como inasistencia a clases del estudiante sancionado;

5. Pérdida del periodo académico correspondiente; y,
6. Separación definitiva de la Universidad.

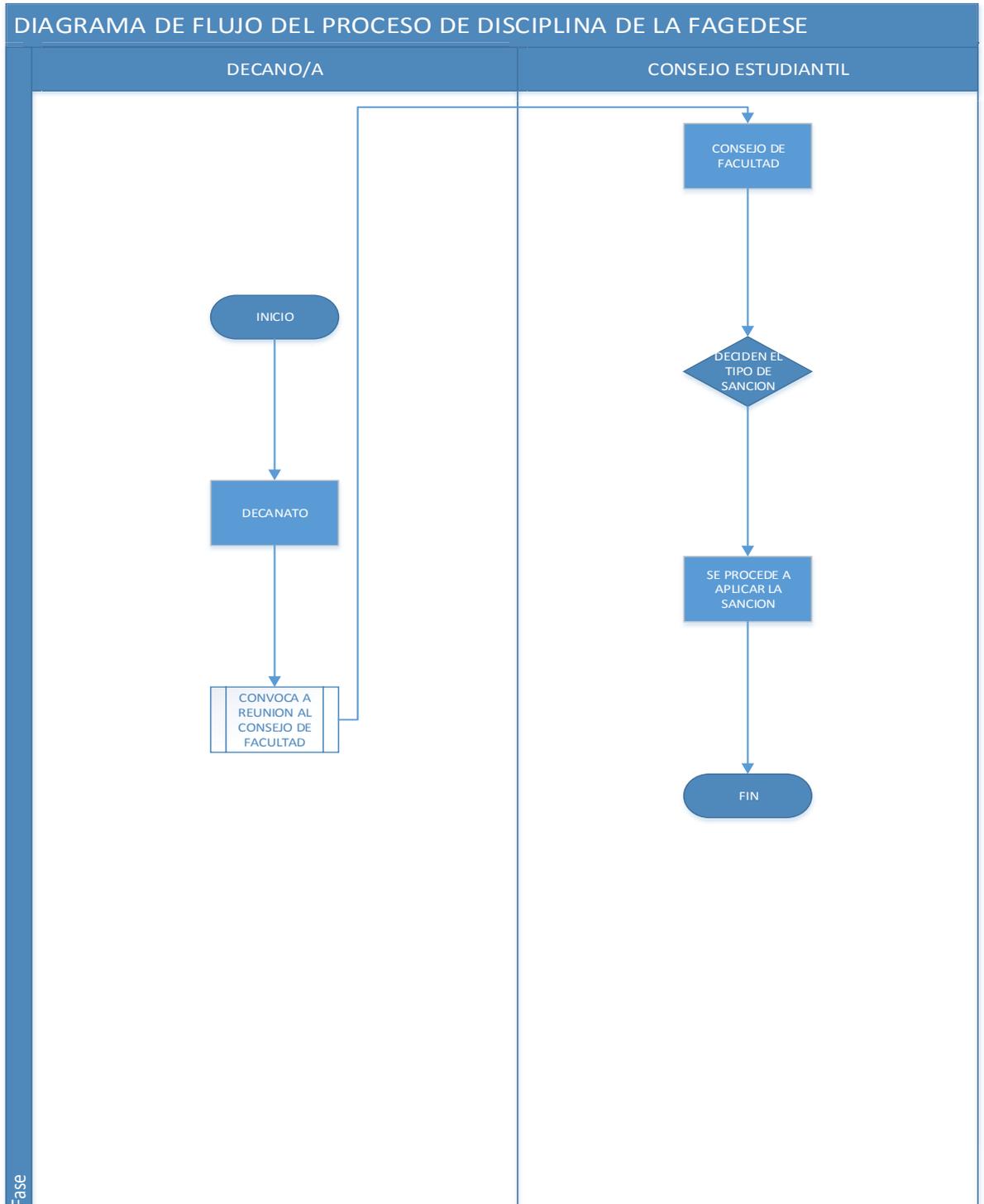
ART. 143 DE LAS SANCIONES A LOS/LAS SERVIDORES/AS Y TRABAJADORES/AS.- Las sanciones a los/as servidores/as y trabajadores/as son:

1. Las que establece la Ley Orgánica de Servicio Público, su Reglamento, el Código del Trabajo y regulaciones que expida el Ministerio de Relaciones Laborales.
2. La que le imponga el Departamento de Administración del Talento Humano a petición de un Director Departamental o de un Decano/a 89 de Facultad o Extensión, el Consejo de Facultad o Extensión y la Dirección de Administración del Talento Humano, por comisión de una falta que amerite una sanción que sea leve.
3. Sanción de hasta el 10% de una remuneración mensual;
4. Suspensión en sus funciones hasta por tres meses sin remuneración; y,

5. Destitución o separación del cargo o pérdida de la representación, si el servidor o trabajador la ejerciere en uno de los organismos de cogobierno universitario.

Art. 144 Toda sanción por el cometimiento de una falta grave o muy grave deberá ser impuesta por el Consejo Universitario y serán susceptibles del recurso de reconsideración y apelación ante el Consejo de Educación Superior. Las faltas leves serán sancionadas por los Consejos de Facultad o Extensión y revisadas por el Consejo Universitario en última instancia, si se tratare de estudiantes o profesores/as. En el caso de los/las servidores/as o trabajadores/as lo establecerá el/la Directora/a del Departamento de Administración del Talento Humano.

9. DIAGRAMA DE FLUJO



CAPITULO VI

3.1. CONCLUSIONES

Cada uno de los estudiantes conoce que la Facultad está mejorando continuamente; y de que todo tiene un proceso, pero falta que muchos de ellos conozcan como realmente funciona la facultad.

Por otro lado alumnos o alumnas necesitan tener varios medios que puedan facilitar la comunicación con la Facultad, para que ellos puedan sentirse totalmente comprometido con la Institución

La Facultad de Gestión, Desarrollo y Secretariado Ejecutivo es una institución que pertenece a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí misma que pertenece al Estado del Ecuador, por ello, esta cuenta con diferentes medios de comunicación organizacional tanto tradicionales como tecnológico, por otro lado en esta Unidad Académica tiene un inconveniente radica en que el estudiantado no se sabe cómo es el proceso de comunicación que maneja la Institución por lo cual permite eso impide que fluya la comunicación entre los estudiantado y maestros de la facultad.

3.2. RECOMENDACIONES

Tomar en cuenta las actualizaciones comunicacionales, para que siempre estén actualizados, como facultad.

Generar documentos que explique el proceso, de comunicación interna de la Facultas, y en casos especiales presentar a en la plataforma de la FAGEDESE horario de atención del decanato.

Realizar un organigrama, donde este planteado, el cargo de los maestros como directores de áreas, de modo que docentes y alumnos, conozcan quienes lideran cada área y en qué le pueden ayudar como autoridades

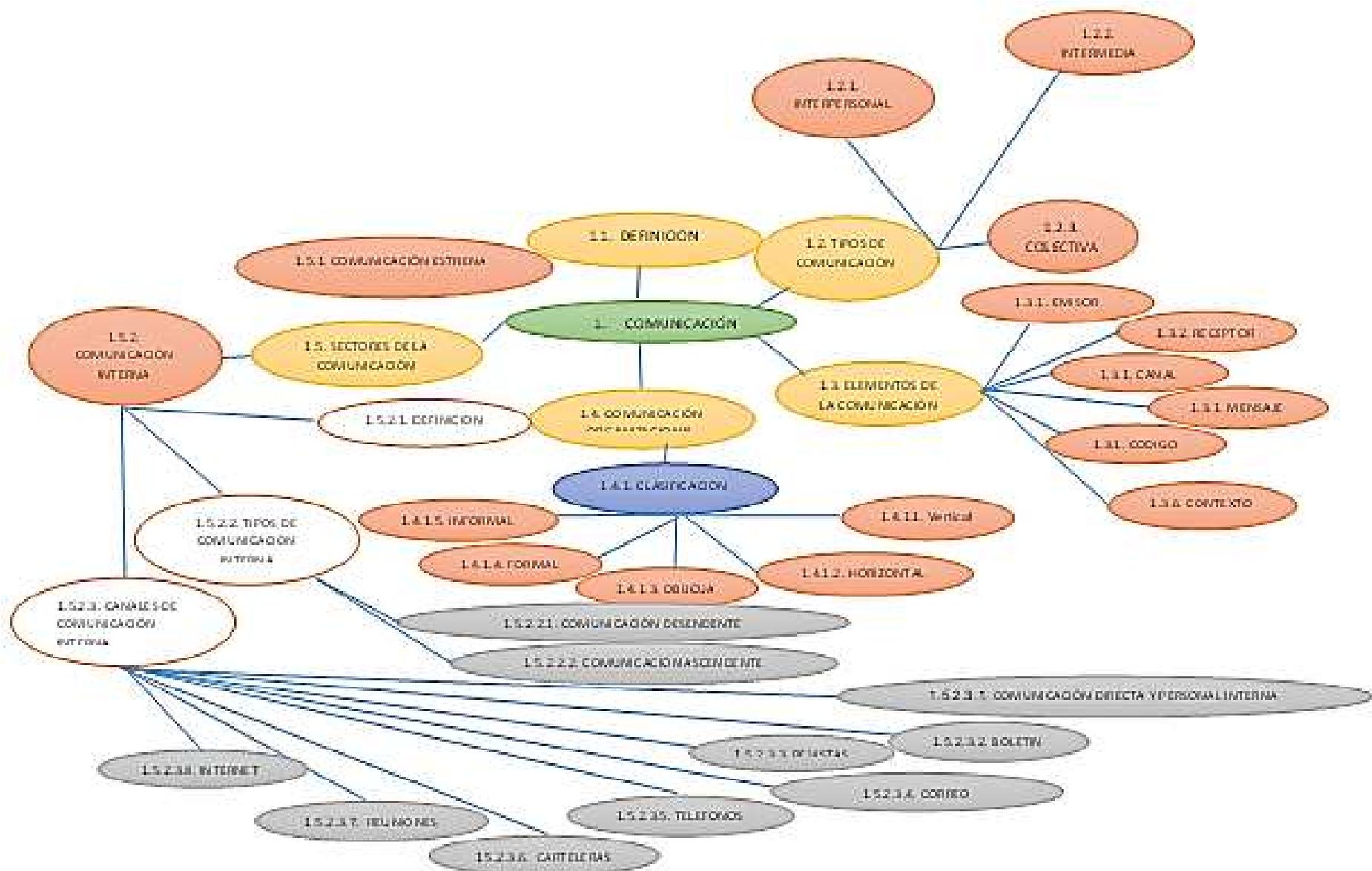
Es necesario que el proceso actual que se desarrolla en la comunicación de la FAGEDESE se pueda mostrar, con un manual que facilite conocer el proceso que mantiene la institución.

BIBLIOGRAFIA

1. Arizcuren, A., Cañeque, N., Casado, M., & Fernández, P. (2008). Guía de buenas prácticas de comunicación interna. Madrid: FEAPS.
2. Berganza Conde, M., San Román, J., García Galera, C., del Río, O., Velázquez, T., Humanes, M., . . . Sánchez, J. (2005). INVESTIGAR EN LA COMUNICACIÓN. España.
3. Barquero José Daniel y Barquero Mario, 2003, Gestión de la Comunicación.
4. Berlo, D. (s.f). El proceso de la comunicación. Buenos Aires: El Ateneo.
5. Castillo, L. (2005). Biblioteconomía. Segundo cuatrimestre. Curso 2004-2005. Obtenido de Biblioteconomía. Segundo cuatrimestre. Curso 2004-2005: <http://www.uv.es/macass/T6.pdf>
6. Fernández Collado, C. (2001). LA COMUNICACIÓN HUMANA en el mundo contemporáneo. México: Mexicana, Reg. Núm. 736.
7. Figueroa Bermúdez, R. (2013). Introducción a las teorías de la comunicación. México: Mexicana. Reg. Núm.1031.
8. Mariza del Pozo Lite (2004) Madrid – España, Universal, Pág. 259, Gestión de la Comunicación.
9. Lara, ó., & Ortiz, F. (Octubre de 1994). Taller de Análisis de Comunicación. Obtenido de Taller de Análisis de Comunicación: http://www.conevyt.org.mx/bachillerato/material_bachilleres/cb6/5sempdf/tac1pdf/tac1_fasc02.pdf

10. Lopez, E., & d'Entremont, A. (s.f). Comunicación colectiva y desarrollo socioeconómico; cambio social económico y libertad. Obtenido de Comunicación colectiva y desarrollo socioeconómico; cambio social económico y libertad: file:///C:/Users/Carlos/Downloads/PD_V_07.pdf
11. Lopez, M., & Presta, F. (2011). GUIA DE DIFUSION PARA EL PROCESO PARTICIPATIVO DEL ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LOS BOSQUES NATIVOS. La Plata: Subsecretaria de ambiente y desarrollo Sustentable de la Nación.
12. Ongallo, C. (2007). Manual de comunicación. Obtenido de Manual de comunicación: <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>
13. Santoro, E. (1986). Efectos de la Comunicación. 293.
14. Serrano, M., Piñuel, J., Garcia, J., & Arias, M. (1982). Teoria de la Comunicación. Cuaderno de la Comunicación . Madrid , Madrid, España.

ANEXOS



3.6. ANEXO #3

ENTREVISTA A LA DECANA

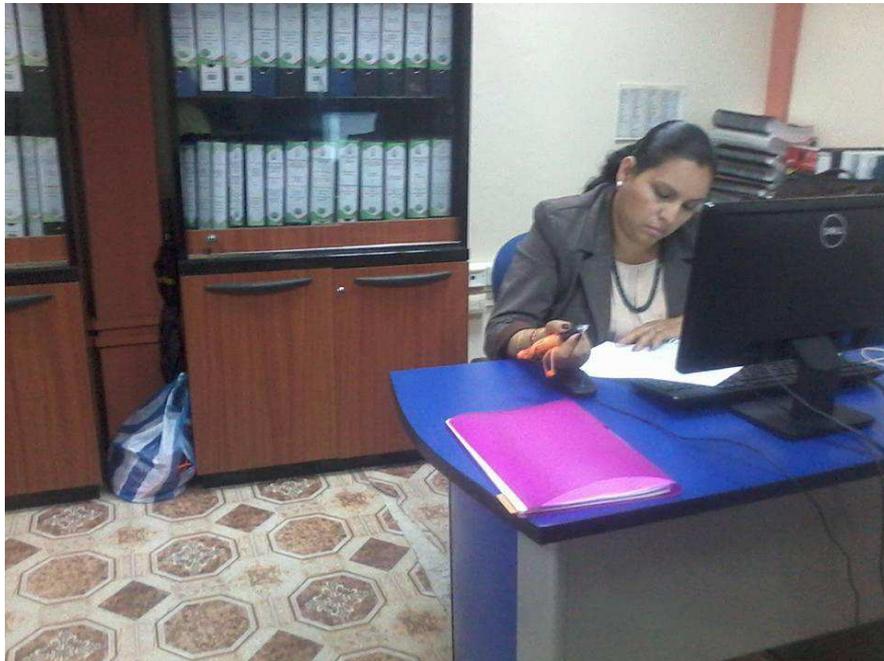


**ENCUESTA A ESTUDIANTES
DE LA FAGEDESE**





3.6. ANEXO #4



ENCUESTA A DOCENTES DE LA FAGEDESE



