



Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la “Universidad Popular del Cesar, Seccional – Aguachica”.

Maestría en Gerencia del Talento Humano (Investigación)

Wilton Albeiro Quiñones Bermúdez
Autor

Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano
Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad
Escuela de Estudios en Psicología, Talento Humano y Sociedad
Programa Maestría en Gerencia del Talento Humano
Bogotá – 2024



Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la “Universidad Popular del Cesar, Seccional – Aguachica”.

Maestría en Gerencia del Talento Humano (Investigación)

Wilton Albeiro Quiñones Bermúdez
Autor

Director del Proyecto
DBA. Carlos Julio Castañeda Blanco
Doctor en Ciencias Económicas y Administrativas

Codirector del Proyecto
MSC. PSI. Luis Alberto Arias Cohecha

Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano
Facultad Sociedad, Cultura y Creatividad
Escuela de Estudios en Psicología, Talento Humano y Sociedad
Programa Maestría en Gerencia del Talento Humano
Bogotá – 2024

CONTENIDO

1.	Descipción del problema. -----	2
1.1.	Título y Estado de la cuestión. -----	2
1.2.	Planteamiento del problema. -----	2
1.3.	Pregunta de investigación. -----	5
1.4.	Alcances del estudio organizacional. -----	5
1.5.	Justificación-----	6
1.6.	Objetivos -----	8
1.6.1.	General -----	8
1.6.2.	Específicos-----	8
2.	Marco de Referencia -----	9
2.1.	Marco Teórico-----	9
2.1.1.	Evolución del Concepto de Comunicación y sus Teorías -----	9
2.1.2.	Teorías sobre cómo comunicarse en la empresa.-----	11
2.1.3.	Teoría Humanista de la Comunicación.-----	11
2.1.4.	La Teoría de los sistemas. -----	13
2.1.5.	El modelo de la Acción Comunicativa-----	14
2.2.	Marco Conceptual. -----	15
2.2.1.	Comunicación empresarial. -----	15
2.2.2.	Posibles barreras en la comunicación institucional. -----	16
2.2.3.	Comunicación interna, una estrategia que impulsa los procesos institucionales. ---	16
2.2.4.	Modelos de la Comunicación -----	17
2.2.5.	La comunicación estratégica-----	23
2.3.	Marco Referencial -----	23
2.3.1.	Antecedentes internacionales.-----	24
2.3.2.	Antecedentes en Colombia.-----	25
2.4.	Marco Normativo -----	25
3.	Diseño Metodológico. -----	27
3.1.	Tipo y enfoque en la Investigación.-----	27
3.2.	Diseño de la investigación -----	28
3.3.	Participantes (Población y Muestra) -----	29
3.4.	Muestra de origen y sus características-----	29
3.5.	Variables o categorías de análisis-----	30
3.6.	Hipótesis de investigación -----	31
3.7.	Métodos y técnicas de recolección de la información. -----	42
3.7.1.	Instrumentos para la recolectar información. -----	42
3.7.2.	Análisis de Datos. -----	43
3.7.3.	Descripción de las fases de investigación -----	44
3.8.	Procesamiento de la Investigación -----	44
3.8.1.	Confiabilidad-----	44
3.8.2.	Consideraciones Éticas. -----	45
4.	Resultados-----	47
4.1.	Análisis de resultados del diagnóstico de la comunicación interna. -----	47
4.2.	Resultados de la encuesta -----	48
4.3.	Resultados e interpretación de la encuesta. -----	48
4.4.	Conclusiones de la encuesta -----	64
4.5.	Análisis de la entrevista a directivos y líderes de área-----	65
5.	Discusión y Conclusiones-----	42
	Referencias-----	43
	Anexos -----	54

Listado De Tablas

Tabla 1. Matriz de relaciones teóricas de la Comunicación y su evolución	10
Tabla 2. Análisis legal de la Comunicación en Colombia	26
Tabla 3. Muestra de origen	30
Tabla 4. Operacionalización de Variables – V. dependiente “Comunicación institucional interna”.....	42
Tabla 5. Métodos para la recolección de la información primaria.....	43
Tabla 6. Diagnostico FODA	47
Tabla 7. Dependencia a la que pertenece el trabajador en la UPC Seccional Aguachica.	48
Tabla 8. Rol de los trabajador en la Seccional Aguachica.	49
Tabla 9. Tipo de contrato de los encuestados en la Seccional Aguachica.	50
Tabla 10. Genero de los/las trabajadores/ras de la Seccional Aguachica.	50
Tabla 11. Canales o medios se transmiten los mensajes en la Seccional Aguachica.....	51
Tabla 12. Preferencia de uso de canales o medios en la Seccional Aguachica.....	52
Tabla 13. Utilidad de los canales de comunicación utilizado por la Seccional Aguachica.	53
Tabla 14. Grado de satisfacción sobre la calidad de la comunicación recibida en cada dependencia	53
Tabla 15. Evaluación de la participación.	54
Tabla 16. Evaluación de la eficacia de las TIC utilizadas en la comunicación interna.....	55
Tabla 17. Relevancia y claridad de la información recibida de la Seccional Aguachica.....	56
Tabla 18. Dificultades, ruidos o barreras en la comunicación interna de la Seccional Aguachica.	57
Tabla 19. Las barreras que tanto afectan la comunicación.	58
Tabla 20. Frecuencia de la retroalimentación en los procesos de comunicación de la Seccional Aguachica.....	59
Tabla 21. Calificación de la información recibida de la UPC Seccional Aguachica.	60
Tabla 22. Utilidad o importancia que tiene la comunicación interna en la Seccional Aguachica.	60
Tabla 23. Grado de satisfacción.....	61
Tabla 24. Nivel de pertinencia de los planes o estrategias de comunicación interna.	62
Tabla 25. Recomendaciones para mejorar la comunicación interna y externa	63
Tabla 26. Análisis de los resultados de la entrevista.....	42

Listado de Anexos

Anexo A. Solicitud de permiso para realizar trabajo de investigación	54
Anexo B. Respuesta a la Solicitud de permiso para realizar trabajo de investigación.....	55
Anexo C. consentimiento informado	56
Anexo D. Formato de encuesta	57
Anexo G. Evidencias del trabajo de campo	60

Listado de Figuras

Figura 1. Los principios de la comunicación institucional.	12
Figura 2. ciclo básico de la comunicación organizacional.....	12
Figura 3. Diagrama de un Sistema General de Comunicación.	13
Figura 4. Relaciones entre los Actos Comunicativos (AC) con el Mundo de la Vida.....	14
Figura 5. Elementos y ciclo de la comunicación.....	15
Figura 6. Modelos del proceso básico de comunicación.....	18
Figura 7. Modelo de Aristóteles.....	18
Figura 8. Modelo de Shannon & Weaver.	19
Figura 9. Modelo de la Comunicación de Tuba de Schramm.....	20
Figura 10. Modelo de la Comunicación de Berlo.	21
Figura 11. Modelo de la Comunicación de Lasswel.	22
Figura 12. Ciclo de la comunicación estratégica.	23
Figura 13. Diseño de la investigación con enfoque cuantitativo.	28
Figura 14. Generación de hipótesis.....	29
Figura 15. Métodos e instrumentos de recolección y validación.	42
Figura 16. Dependencia a la que pertenece en la UPC Seccional Aguachica.....	48
Figura 17. Rol del trabajador en la Seccional Aguachica.	49
Figura 18. Tipo de contrato de los trabajadores de la UPC Seccional Aguachica.	50
Figura 19. Genero de los/las trabajadores/ras de la Seccional Aguachica.	50
Figura 20. Canales o medios se transmiten los mensajes en la Seccional Aguachica.	51
Figura 21. Preferencia de uso de canales o medios de comunicación en la Seccional Aguachica.	52
Figura 22. Utilidad de los canales de comunicación utilizado en la Seccional Aguachica.....	53
Figura 23. Grado de satisfacción sobre la calidad de la comunicación utilizado en la Seccional Aguachica.	54
Figura 24. Evaluación de la participación en los procesos de comunicación interna.	55
Figura 25. Evaluación de la eficacia de las TIC utilizadas.	56
Figura 26. Relevancia y claridad de la información recibida de la Seccional Aguachica.	56
Figura 27. Dificultades, ruidos o barreras en la comunicación interna.....	57
Figura 28. Las barreras encontradas, que tanto afectan los procesos de comunicación.....	58
Figura 29. Frecuencia de la retroalimentación en los procesos de comunicación.	59
Figura 30. Calificación de la información recibida de la UPC Seccional Aguachica.....	60
Figura 31. Utilidad o importancia de la comunicación.	61
Figura 32. Grado de satisfacción.....	61
Figura 33. Nivel de pertinencia de los planes o estrategias de comunicación interna.	62
Figura 34. Recomendaciones para optimizar la comunicación.....	63
Figura 35. Socialización con el vicerrector de la seccional Aguachica.	60
Figura 36. Aplicación de la encuesta y entrevista a trabajadores y docentes de la seccional Aguachica ..	60

Introducción

La Universidad Popular del Cesar (UPC), Seccional Aguachica esta constituida como una universidad pública, que ofrece formar y dignificar al ser humano, se encuentra ubicada en Aguachica, Cesar; Esta entidad Se pretende que sus directivos, profesores, estudiantes y todos los empleados de la institución, en igualdad de oportunidades, acrediten la capacidad académica y humanística necesaria para ser comprometidos durante el desarrollo de las ocupaciones en educación, investigaciones, influencia social y bienestar institucional en lo social y ambiental. En tal sentido, una eficiente comunicación organizacional entre las dependencias de la Universidad, permite mejorar la interrelación y la confianza entre las diferentes personas que laboran actualmente, sin importar el tipo de vinculación o rol que desempeñen; facilitando una excelente planeación en todas las áreas de gestión. Para lo cual, la investigación inicia con un diagnóstico de las técnicas comunicacionales internas, en todos sus procesos internos. con miras a fortalecer el Plan de Mejoramiento Institucional (PMI).

El estudio utiliza enfoques cuantitativos de forma descriptiva, mediante un diseño de tipo no experimental, a partir del diagnóstico del contexto, mediante la aplicación de encuestas y entrevistas estructurada. Cuya intención es describir dinámicas comunicacionales y formas de distribución de información organizacional que ocurren en el caso de la Universidad. La indagación inicia con estudio bibliográfico de las diferentes teoría o postulados de la comunicación organización, seguido de un análisis del contexto de situación de la información institucional, los resultados se sintetizaron en una matriz DOFA, analizando la relación entre los métodos de comunicación organizacional, con el objetivo de analizar las tendencias e implicaciones posibles en los procesos de gestión académica; se aplicaron (47) encuestas a funcionarios de la UPC; con el propósito de analizar dinámicas de comunicación y las formas de distribución de información organizacional que se encuentran en la Universidad.

En consecuencia, se analizan las situaciones, barreras o ruidos dentro de la comunicación organizacional; los supuestos obtenidos evidenciaron poca retroalimentación en las técnicas de comunicación, y ruidos generados por el deterioro o ambigüedad en el mensaje, además de algunas deficiencias en la planeación de la comunicación universitaria. Finalmente, los resultados revelaron la falta de feedback en la comunicación, además de algunos ruidos generados por la ambigüedad en la información, así como deficiencias en la planificación de los procesos..

Resumen

Esta investigación describe las dinámicas de comunicación interna en la “Universidad Popular del Cesar (UPC), Seccional - Aguachica”, analizando los procesos más relevantes de Comunicación Organizacional y sus características, a través de un diagnóstico de los procesos de comunicación, convirtiéndose en un elemento fundamental y necesario en el análisis del Plan de Mejoramiento Institucional. Se utilizó enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, a partir del diagnóstico del contexto de la situación institucional, con un diseño no experimental, en el cual se analizaron los métodos de gestión de la información institucional, teniendo en cuenta los patrones (frecuencia, utilidad, calidad y nivel de satisfacción). Dentro del estudio, se lograron aplicar algunos instrumentos como: entrevista estructurada a directivos/coordinadores de departamento, asimismo se encuestaron (47) Trabajadores, Administrativos y Docentes; con el objeto de analizar y describir la dinámica de la comunicación y las formas de distribución de información organizacional que ocurren al interior de la Universidad. La indagación inicia con una reseña bibliográfica de las diferentes teorías y postulados de la comunicación organización, seguido de un diagnóstico del contexto de situación de la comunicación interna institucional, analizando la relación entre procesos de comunicación institucional, con el fin de analizar las tendencias e implicaciones en los procesos de gestión académica.

La investigación obtuvo resultados positivos relacionados con la caracterización y análisis de patrones de comunicación interna, permitiendo obtener valiosa información para el perfeccionamiento de estrategias y políticas comunicacionales, evidenciando falencias o barreras dentro de los patrones de comunicación interna. Por último, los resultados evidenciaron la poca retroalimentación de los procesos de comunicación y ruidos generados por la poca claridad o ambigüedad en mensajes, además de acentuadas deficiencias en la planeación.

Palabras claves: Comunicación Organizacional, Procesos de la comunicación interna, Barreras en la comunicación, comunicación universitaria.

Abstract

This research describes the dynamics of internal communication at the “Universidad Popular del Cesar (UPC), Sectional - Aguachica”, analyzing the most relevant processes of Organizational Communication and its characteristics, through a diagnosis of the communication processes, becoming a fundamental and necessary element in the analysis of the Institutional Improvement Plan. A descriptive quantitative approach was used, based on the diagnosis of the context of the institutional situation, with a non-experimental design, in which the methods of institutional information management were analyzed, taking into account the patterns (frequency, usefulness, quality and level of satisfaction). Within the study, some instruments were applied such as: structured interview with department managers/coordinators, also (47) Workers, Administrative and Teachers were surveyed; in order to analyze and describe the dynamics of communication and the forms of distribution of organizational information that occur within the University. The investigation begins with a bibliographic review of the different theories and postulates of organizational communication, followed by a diagnosis of the context of the situation of institutional internal communication, analyzing the relationship between institutional communication processes, in order to analyze the trends and implications. in academic management processes.

The research obtained positive results related to the characterization and analysis of internal communication patterns, allowing valuable information to be obtained for the improvement of communication strategies and policies, evidencing shortcomings or barriers within internal communication patterns. Finally, the results showed little feedback from the communication processes and noise generated by poor clarity or ambiguity in messages, in addition to marked deficiencies in planning.

Keywords: Organizational Communication, Internal communication processes, Communication barriers, university communication.

1. Descripción del problema.

1.1. Título y Estado de la cuestión.

El “*Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la Universidad Popular del Cesar*”, describe las dinámicas de la comunicación universitaria, analizando los procesos más relevantes de Comunicación Organizacional y sus características durante el año 2023, a través de un diagnóstico de las estrategias de comunicación organizacional, en todos los procesos internos realizados por la Universidad, convirtiéndose en un elemento fundamental y necesario dentro del análisis del Plan de mejoramiento Institucional (PMI). La investigación busca analizar algunos aspectos teóricos y conceptuales de la comunicación organizacional, destacando las dinámicas de eficacia y eficiencia organizacional como los propósitos y procesos de la comunicación proyectados para el año 2024, aplicando así los conocimientos adquiridos durante la Maestría, especialmente las orientaciones de la Comunicación Institucional; enfocado desde una perspectiva y aplicación del modelo sistémico de la comunicación humana, basada en una visión humanística y. dentro de una postura crítica, reflexiva y analítica de la realidad institucional, dentro de un contexto cada día más cambiante y dinámico, como lo es la Universidad Popular del Cesar.

1.2. Planteamiento del problema.

Es indudable que los estudios de comunicación institucional se consideran en nuestros días como ejes imprescindibles en los sistemas de gestión educativa o en el mejoramiento del clima laboral. En tal sentido, la UPC seccional Aguachica, desde su administración, es consciente del valor intangible e importante que genera la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes en todos los procesos administrativos y académicos, los cuales coadyuvan a propiciar una mejor interrelación interna y externa del claustro universitario y, por consiguiente, su adecuado desempeño y cumplimiento de las funciones y misiones que le dan la razón de ser. Sin embargo, el acto comunicativo dentro y fuera de la organización debe adquirir un carácter formal, y por consiguiente cumplir con determinados factores y principios que la conviertan en una herramienta fundamental para lograr mejorar las relaciones en la organización,

convirtiéndolas en factor relevante del éxito institucional. En tal sentido, la comunicación organizacional es un área de estudio interdisciplinar donde se conjugan los conocimientos de las ciencias humanas, sociales y tecnologías, con el fin de impactar positivamente en los colaboradores y en el crecimiento de las organizaciones (Espinoza & Marín, 2019)

En cuanto a la gestión directiva, la comunicación genera ambientes competitivos y dinámicos para todos los estamentos de la organización educativa, que permiten a los directivos universitarios diseñar una verdadera cultura organizacional, mucho más eficiente y eficaz; que obtenga, desde un análisis interno de procesos, el desarrollo integral de sus capacidades para afrontar los retos de la modernidad (Aguilera, 2018)

Es evidente, que para tomar decisiones en el ámbito corto y mediano plazo, se pueden tener establecido un modelo claro de gestión gerencial que incluya como factor relevante un sistema eficiente de comunicación, que origine la retroalimentación o el seguimiento de estas. Ante esto, (Andrade, 2005) propone que los algunos procesos comunicación en las organizaciones de las cuales se pueden ser internas, definidos como la agrupación de estrategias y acciones que permitan alcanzar sus objetivos organizacionales; buscando así, generar mejores relaciones entre los trabajadores, compartir información, usando canales autorizados que contribuya al mejoramiento continuo. Es de resaltar entonces, que, la comunicación, como proceso dentro de la institución desde su dimensión organizacional, es considerada un ligado total de informaciones entre sí, que intercambian sus integrantes o algunos actores educativos, quienes se convierten en un componente clave en la obtención de un mejor servicio.

Tal como se detalla en el documento. Para (Kiss De Alejandro & Castro, 2005), la comunicación como estrategia de desarrollo en las universidades se caracteriza por ser uno de los elementos fundamentales que impulsan el progreso institucional. Es imposible imaginar la existencia y constancia de un sistema de gestión educativa dentro de in buen ambiente laboral, sin una verdadera gerencia integral de comunicaciones, que permita coexistir un buen clima organizacional, que sea democrático, moderno y pertinente; basado en la armonía y respeto entre las directivas universitarias. La comunicación eficiente contribuye a incrementar la singularidad y excelencia de la comunidad universitaria, no obstante, siempre es visible a los ojos de los líderes,

quienes están sumamente comprometidos con mejorar constantemente y la excelencia en todos los procesos de directivos.

El buen manejo de la información y comunicación empresarial, así como la información resulta sumamente valiosa e importante para el logro o el fracaso de la gestión directiva. En consecuencia, se pueden presentar situaciones dentro de la comunicación tales como: (a) Poca planeación de procesos de comunicación, (b) la carencia de claridad o ambigüedad en los mensajes, (c) Comunicación informal, alimentada por rumores, chismes y cotilleos, (d) Exceso de mensajes o sobre carga de información (e) Distorsión de los mensajes, (f) Falta de retroalimentación entre otros, como lo expresan (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2012)

En tal sentido, y después de charlar con algunos integrantes de la comunidad educativa a inicios del año 2023, sobre la orientación de la información, tanto endógena como exógena al interior de la sede, quienes manifestaron su inconformidad por algunas situaciones contrarias a la política institucional y que se convierten en hechos desfavorables dentro de la comunidad, como lo son: la mala relación entre compañeros y/o pares académicos, el desfase de cierta información transmitida, la inmediatez de algunos mensajes que no dan tiempo para ser respondidos, la desinformación de corrillos; todos estos problemas derivados de una comunicación organizacional deficiente que requiere ser analizada; por lo que ha sido difícil lograr un verdadero trabajo en equipo, demorando en algunos casos los procesos, que para muchos docentes se genera un ambiente desagradable entre la comunidad educativa. Esta problemática, en algunos casos puede afectar, incluso a los contratistas y administrativos.

A través de reuniones con las directivas y docentes se evidencia que existe una problemática causada por la deficiencia de procedimiento comunicacionales, que reconozca el movimiento de información formal, periódica y organizada, que incluya el manejo de diversos medios tecnológicos de la era digital en la sociedad. Igualmente, la comunidad educativa de la seccional Aguachica de los diferentes programas manifestaron su inconformidad por el manejo que se le da a información académica vital para el desarrollo de los procesos académicos, ocasionando retrasos; además se han presentado situaciones en las cuales los mensajes emitidos por el departamento administrativo y por los profesores, no llegaban a tiempo, lo que ocasionaba

su inasistencia a eventos tan importantes para su formación académica como lo son: debates, talleres, ponencias, foros y demás actividades o eventos académicos e inclusive culturales referentes a los programas ofrecidos. Por otra parte, las diferentes dependencias administrativas y de bienestar universitario en repetidas ocasiones han expresado que los trabajadores, se quejan acerca de sobrecarga de información en redes sociales, especialmente en los grupos de redes sociales, que de hecho no tienen nada que ver con el trabajo normal, y al tener que estar revisando las comunicaciones y confirmarlas con los otros compañeros se distorsiona la información, generando situaciones de estrés y desinformación en las diferentes áreas de trabajo. Siendo la UPC, Seccional Aguachica, la única entidad presencial de estudios superiores en la región, generadora de empleo, potencializadora de emprendimiento, dinamizadora de ideas, entre otras, se hace necesario que se adelante un trabajo de investigación que refleje plenamente los aspectos generales que pueden estar causando traumatismos en la fluidez de la comunicación humana y de la información institucional. He aquí la razón fundamental del porqué del trabajo de investigación sugerido.

1.3.Pregunta de investigación.

Partiendo del estudio de la comunicación universitaria como herramienta fundamental en los logros de las instituciones descrita en el presente documento, se plantea el siguiente interrogante: *¿Cómo ocurre la dinámica de comunicación organizacional entre los colaboradores de dependencias de la Seccional Aguachica?*

1.4. Alcances del estudio organizacional.

La presente investigación tiene como objetivo examinar, identificar, caracterizar las circunstancias de la difusión de los comunicados emitidos por la institución universitaria, entre los colaboradores de la seccional, buscando dar respuestas o soluciones al problema planteado. Este periodo de estudio se llevó a cabo en seis (6) meses, que se determinó acorde a la disponibilidad de recursos y la duración estimada del proyecto. Este periodo de tiempo que se considera adecuado para recopilar y analizar los datos necesarios.

1.5. Justificación

Esta investigación aquí planteada, Se prevé que puede influir significativamente en la cultura organizacional. (docentes, directivos y contratistas) de la Universidad, permitiendo analizar algunos aspectos en la comunicación interna, en busca de un mejor clima organizacional, proyectando estrategias de mejoramiento a mediano y largo plazo que redunden en un mejor ambiente de trabajo, para lograr así empleados más satisfechos, identificados con los objetivos institucionales, como una fuerza de cohesión a través de la cual cada uno de los integrantes de la administración generen un alto impacto como agentes de cambio, abarcando una trascendencia a lo académico y administrativo, y por ende de la institución universitaria como tal, debido a que, al optimizar la comunicación organizacional, se maximizará la calidad informativa en cada uno de sus procesos. Metodológicamente, es de anotar, que la propuesta de investigación dará a conocer algunos aspectos factibles del proceso investigativo que servirán a trabajos futuros. Además, se utilizará un conocimiento que podría ser utilizado en otras investigaciones sobre la Comunicación empresarial como destreza gerencial en otros contenidos similares.

Es importante destacar que la comunicación organizacional es considerada uno de los fundamentos de la gestión estratégica, también contribuye a disminuir la incertidumbre y desarrollar matices acerca de la conducta social de los individuos involucrados en el trabajo. Es preciso destacar, que una vez exista en la institución universitaria una comunicación fluida y eficiente, en los términos de intercambio se delegan situaciones que establecerían responsabilidades en todos los niveles, generando un verdadero clima organizacional. Los estudios sobre cómo se comunican las organizaciones son un campo de conocimiento interdisciplinario que brinda la oportunidad de adquirir información sobre el clima de la comunicación organizacional. Además genera espacios de indagación científica y académica dentro y fuera de las organizaciones, tanto públicas como privadas, considerando los indicadores apropiados que sirvan para evaluar los sistemas y prácticas de comunicación interna y externa universitaria, a fin de generar diagnósticos o evaluación resultados que redunden en un mejoramiento de la cultura organizacional. Es así que la presente investigación, se realiza en un establecimiento educativo público y universitario, con el objetivo de entender sus características, mediante un examen de comunicación institucional, que

permita de manera clara entender las debilidades y fortalezas en los procesos, dando su aporte a los trabajadores y docentes involucrados.

De igual manera y considerando lo esbozado por (Hernández, Fernández, & Baptista Lucio, 2014), la justificación a nivel metodológico e investigativo; es aprovechar la oportunidad de ampliar el tema de la Comunicación universitaria, a través la observación de la realidad objeto de disertación, se basa en la ubicación de la misma en un entorno universitario (comunicación interna universitaria) que reconozcan el comienzo; tal como lo estable (Arias, 2016) Las causas por las cuales se lleva a cabo la investigación y sus posibilidades desde una perspectiva teórica o práctica. Es importante destacar que, a partir de los resultados que aporta la investigación, se presentarán ciertas vacías en relación a la actual situación de la comunicación, no se han realizado análisis sobre el tema en la comunidad educativa, solo sean realizado aproximaciones subjetivas por parte de la comunidad en el diagnostico institucional. Por lo tanto, esta investigación busca un aporte focalizando posibles problemas de comunicación en la UPC seccional Aguachica, desde un punto objetivo toda vez que el maestrante conoce la situación como testigo de excepción. El diagnóstico de clima organizacional, A partir de la perspectiva de la comunicación al interior de la sede educativa, les reconoce a las directivas en la sede universitaria comprender con precisión la realidad que perciben sus trabajadores frente al tema de la comunicación, proporcionándole datos relevantes y juicios de valor para mejorar la perspectiva de la UPC, lo que es importante mejorar según su misión y visión.

Se espera que, desde una perspectiva práctica,, una vez finalizado el proceso investigativo, mediante las conclusiones y recomendaciones, se puedan describir y caracterizar las dinámica de la comunicación de las personas dentro del estudio organizacional, y otras formas de distribución de indagación organizacional, que ocurren en el caso de la Universidad, coadyuvando a la resignificación de la política institucional de comunicación dentro de la seccional de Aguachica, a través de una táctica para mejorar la gestión institucional, así consolidación de las relaciones interpersonales que se sostendrán con la población focalizada, cuyos beneficiarios serán más de cien (100) trabajadores y los restantes componentes en la comunicación institucional universitaria.

1.6.Objetivos

1.6.1. General

Describir la dinámica de la comunicación de los trabajadores, administrativos y docentes, y las formas de distribución de información organizacional que ocurren en el caso de la Universidad

1.6.2. Específicos

- Caracterizar el estado de la situación actual de la comunicación y la transferencia de información organizacional, a partir de un diagnóstico del contexto de la situación institucional.
 - Identificar los patrones de comunicación interpersonal de trabajadores administrativos y docentes y los patrones de difusión de información organizacional.
 - Analizar la relación entre el estado actual de las técnicas de comunicación y el direccionamiento de la información organizacional, con el propósito de detectar tendencias e implicaciones posibles en el ejercicio actual de la institución.
-

2. Marco de Referencia

2.1. Marco Teórico

Seguidamente, se presentarán algunas discusiones teóricas más importante sobre el tema comunicación organizacional. En aras de llevar a cabo el desarrollo del presente estudio, fue necesario realizar algunas consultas sobre trabajos de investigación, artículos científicos, tesis maestres, entre otras, que permiten de alguna manera, soportar y reflejar, el interés por abordar la comunicación institucional. En el desarrollo del análisis literario, se destacan las concepciones y teorías relacionadas con el objetivo de abordar “*la comunicación interna*” en diversos instantes del avance, desde las teorías científicas de la “*administración científica*”, hasta el teorema de comunicación planteada dentro del modelo de (Nosnik, 1991) con sus aportes a la teoría de la comunicación entre el 2000 al 2003.

2.1.1. Evolución del Concepto de Comunicación y sus Teorías

Las áreas de la Comunicación han experimentado un cambio significativo desde el comienzo del siglo XX, especialmente frente al auge de las (TIC). En su progreso multidisciplinario, son diversos cambios planteados a inicios de la denominada “*revolución industrial*” y la introducción de diferencias disciplinas y ciencias que la han convertido en un objetivo común, como son las matemáticas, la psicología, la sociología entre otras, que han generado diversas Teorías, Enfoques, Escuelas y Modelos, que con sus devenires teóricos, entre diferentes posiciones propuestas y contrapuestas de las nuevas corrientes del modelo contemporáneo de la comunicación presentan las distintas corrientes (Fernández Collado C. , 2006).

En otras palabras, se refiere a una habilidad mental, razonada y emocionalmente específica del ser humano, que nace de la capacidad de pensar y sentir en relación con las demás personas, Además, se comparten ideas que se basan en experiencias anteriores. Según estos conceptos se analizaron diferentes teorías comunicativas organizacionales para poder entender el tema (véase tabla 1).

Tabla 1.
Matriz de relaciones teóricas de la Comunicación y su evolución

Enfoque	Autor/es	Conceptos	Contribución
Según la Génesis u origen etimológico	(Lull & Neiva, 2010) El lenguaje de la vida: cómo se comunica el hombre	La capacidad de comunicarse se fundamenta en la evolución del hombre, lo que le otorga un privilegio a la especie humana.	Cómo comunicarse contribuye al progreso evolutivo de los organismos y la cultura proporciona un impulso
	(Fernández Collado & Dahnke, 1988). La comunicación humana: ciencia social.	Comunicación. También proviene del latín, communicatio, -onis, deriva del verbo communicare, que significa ‘intercambiar algo’	La comunicación es el proceso por el que se transmite y recibe a la vez información.
	(Dalziel, 1984) citado en Ferrer, 1994:21) Comunicación y orden social.	El hombre es una criatura que se comunica, cuando señala que, por su origen y para compensar sus necesidades.	El hombre ha sido capaz de comunicarse con sus seguidores, utilizando señales, pensamientos o símbolos.
	(Ferrer, 1994: p. 25) El lenguaje de la publicidad	Comunicar es una característica cognitiva y emocional de los humanos.	Al intercambiar ideas se adquieren significados en concordancia con las experiencias previas.
Según su Contenido	(Alonso & Saladrigas, 2006) en "La Comunicación" es una técnica que se enfoca en el estudio y trasmisión de información (paradigma informacional)	Modelo de (Shannon & Weaver, 1964) Las teoría matemáticas de la comunicación	Representa dentro de un esquema compuesto por cinco elementos
		Modelo de Tuba de (Schramm, 1982) La Comunicación Colectiva	Integra nuevos conceptos, indicando que es no lineal, por ser personas (transmite y recibe)
		(Berlo, 1960) Famosa como el teorema SMCR donde se destacan: la fuente del mensaje y el canal.	Este teorema modelado, contiene la retroalimentación, y el recipiente intercambia los sitios, dejando a la brevedad la información recopilada.
	(Serrano, 1982) Teoría de la Comunicación/ I. Epistemología y análisis de referencia..	Modelo dialectico de Manuel Martín Serrano Se basa en el intercambio de la información dentro del entorno o contexto	En los estudios sociales de la comunicación, se relaciona con la forma en que se comunican las cosas, como las formas en que se representa el mundo y las organizaciones sociales, sin pensar en idealismo.
	(Santos, 2012) Comunicación como “Hacer Común” compartir experiencias y la comunicación social	(Jan & Malikhao, 2007) Paradigma de la acción participativa , plantea la interrelación la teoría de la comunicación comunitaria	El " Paradigma de la acción participativa " permite espacios y conexiones de poder más equitativos; en los que las personas comparten experiencias de comunicación e intercambio de información, como también de sentimientos o iniciativas de progreso individual o colectivo.
		(Barbero, 1997), (Canclini, 1992) Paradigma Cultural	Se realiza un examen de los canales de comunicación productos del consumismo cultural dentro de la sociedad.
		(Yakin, Totu and Halina Sendera Mohd Yakin, & Mosquera Rodas, 2022) y (Fabbri, 2000) Modelo Semiótico Informacional	Representa una conexión comunicativa entre el mensaje según el significado que transmite y el mensaje recibido como significado.

Nota. Fuente: Investigación

2.1.2. Teorías sobre cómo comunicarse en la empresa.

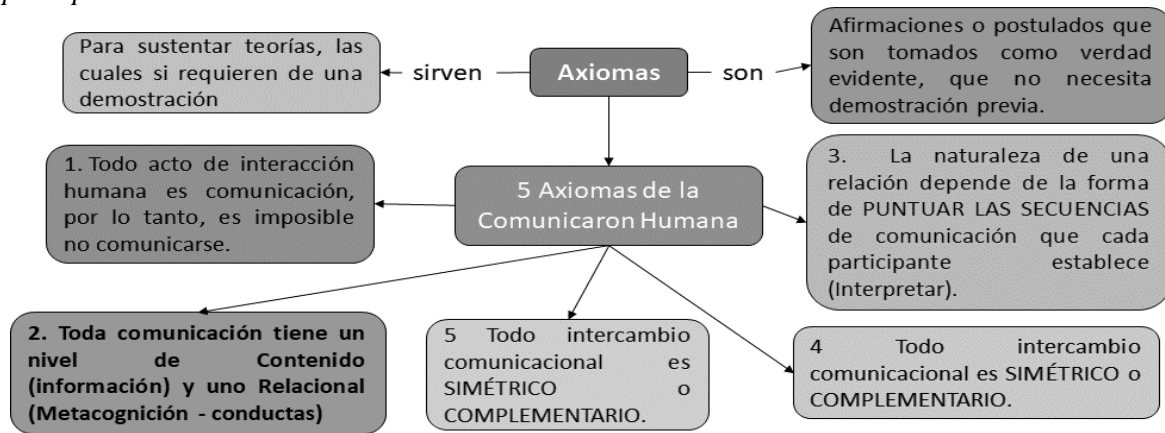
Es importante analizar los diferentes aportes de especialistas y teóricos modernos de la comunicación organizacional, que son relevantes por sus contribuciones y estudios realizados a través del tiempo y, por ende, aportan a la investigación; se observa que autores como: (Baptista, 1991. 2002); (Fernández Collado, 1991, 2001); (Rebeil, 1998); (Nosnik, 1991); y (Sánchez, 1998), quienes examinan la relevancia del contexto, su eficiencia y los adelantos tecnológicos, la proyección de la web y su importancia de los acervos sociales como tendencias modernas de comunicación y, por consiguiente, un aliado innovador y estratégico frente a los procesos de comunicación organizacional. En tal sentido, es importante recalcar la participación Charles Redding en los años 70's, a quien se le atribuyen los primeros estudios del tema en su libro *“Comunicación dentro de la organización”* (Redding, 1972), quien analizó los medios dentro del ambiente empresarial, analizando su concordancia con la información efectiva, lo que permitió establecer los axiomas que ofrecieron un marco conceptual de la comunicación empresarial (Buzzanell & Stohl, 1999).

2.1.3. Teoría Humanista de la Comunicación.

Es importante reconocer los aportes y axiomas desarrollados por el modelo de “Palo Alto” de los años 30's, En la academia, el clima organizacional es muy importante para promover el denominado enfoque sistémico. Teniendo en cuenta este contexto, los inicios de la denominada Teoría Humanista se enfoca inicialmente en que las personas son buenas, desde la Perspectiva Interpretativa relacionada con el Interaccionismo simbólico (Interacción). Por lo tanto, El ser humano es muy importante para comunicarse con otros. La función principal de esta comunicación es establecer relaciones, no solo comunicar información. (Watzlawick, Beavin, & Jackson, 1971, 2002).

La teoría humanista da aportes significativos a los teoremas posteriores de la comunicación institucional, desde una resignificación de los modelos clásicos, que no tiene el aporte humano y sus características dentro de la teoría organizacional, hasta un modelo planteado desde los apogemas de los axiomas de la teoría comunicativa humanista, donde se perciben los fundamentos teóricos e interpretativos que sustentan dicha teoría (véase figura 1).

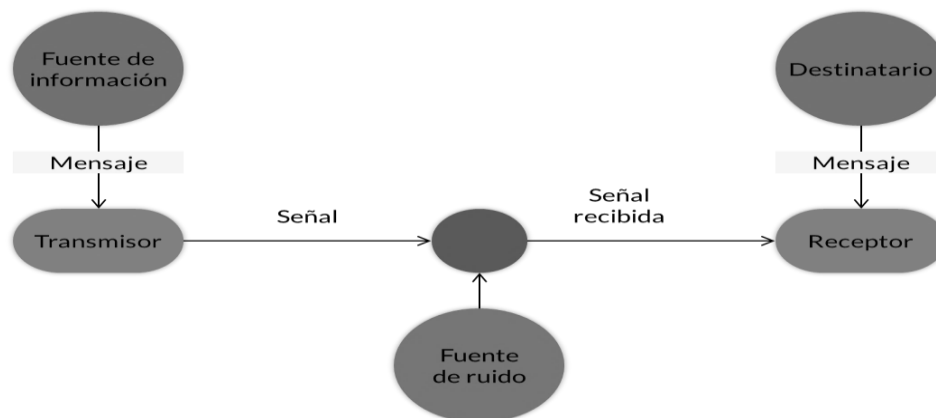
Figura 1.
Los principios de la comunicación institucional.



Nota. Fuente: Adaptado en (Watzlawick, Beavin, & Jackson, 2002),. Teorías de la Comunicación Humana.

Desde la perspectiva de la comunicación empresarial, la teoría humanista se encuentra como la base fundamental del modelo teórico de la información, y se identifican algunos conceptos de interés en los campos de la categorización, canal, contenido, origen de ruido, redundancia y demás participaciones de lenguaje. Para los teóricos humanistas (véase figura 2) la utilización de varios canales, provoca un aumento de la participación de los niveles más bajos, generando más confianza a todos los participantes, de igual manera esta teoría en enfoca pensamiento humano y los sentimientos involucrados, es decir, ve a la institución desde un enfoque humanista (Trelles A. , 2008):

Figura 2.
ciclo básico de la comunicación organizacional



Nota. Fuente: (López, & Simonetti, 1991). “Introducción a la psicología de la comunicación”.

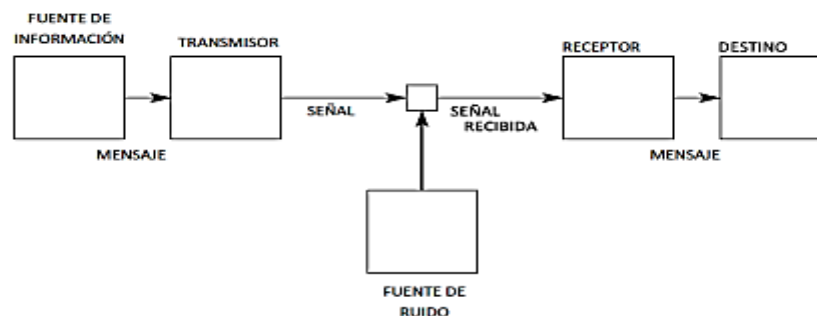
Dentro del proceso, como se puede observar los autores se puede describir como la interacción social basada en la transferencia de la información interna como externa, analizando sus nexos, y la relación intrínseca del mensaje, a través de los diferentes canales establecidos por la misma. Dentro de estos aspectos se tienen en cuenta que toda comunicación se considera establecida dentro de este modelo como todo comportamiento de interacción humana y organizacional en beneficio de la misión institucional.

2.1.4. La Teoría de los sistemas.

Las proposiciones sistémicas de la comunicación, inicia sus primeros trabajos a partir de la reevaluación del modelo matemático de (Shannon & Weaver, 1948). Esta teoría sistemática de la comunicación humana, considera a las organizaciones como organismo vivo, cuyo eje principal de interacción humana y empresarial es la comunicación, como un todo, que interactúa sinérgicamente como parte del subsistema social. Para los teóricos, el análisis del concepto de repetición de acciones, es inversamente proporcionales a la incertidumbre del mensaje. (Trelles, 2009). Igualmente (Fernández-Collado, 1997, p. 27-31.) Se fundamenta en la premisa de que los sistemas no pueden ser conectados sin conexión, y se encontrarán elementos externos que pueden afectarlo, tal como se evidencia en el modelo teórico de sistemas (véase figura 3), en tal sentido, (Nosnik, 2000) afirma que este modelo reconoce que toda empresa puede adaptarse a los cambios significativos dentro de la teoría de la comunicación organizacional, especialmente cuando se trata de un sistema, tanto andrógeno como exógeno le permitirá salir adelante en todo los procesos de comunicación.

Figura 3.

Diagrama de un Sistema General de Comunicación.

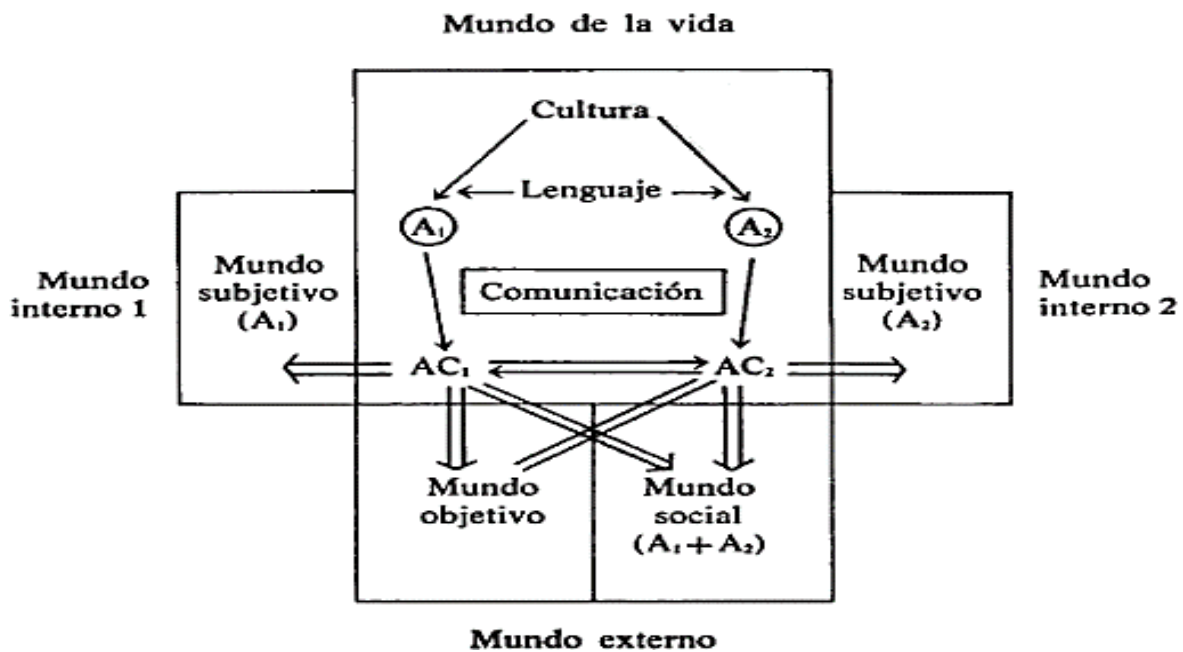


Nota. Fuente: tomado de (Shannon & Weaver, 1948). Mathematical Theory of Communication.

2.1.5. El modelo de la Acción Comunicativa

Esta teoría fue introducida en los años 80' por el teórico alemán Jürgen Habermas, quien inicia un análisis de los problemas comunicativos a partir del lenguaje, introduciendo el concepto de “*competencia comunicativa*”, en la cual enfoca su análisis del lenguaje a partir de dialogo y la interacción humana como elemento fundamental de la comunicación, y orienta su teoría social como parte de la “*racionalidad comunicativa*” de los seres humanos, dentro del análisis, (Habermas, 1987) realiza una crítica a la Teoría de la Sociedad de (Parsons & Shils, 1964) , por su concepto de la acción social, que fue reforzada Parsons en los años 90's; dentro de este esquema, aparece en contexto, la denominada “*Teoría de la Acción Comunicativa*”, planteando que en toda acción comunicativa existe por la acción del emisor, con una reivindicación de validez, ante las cuales el receptor asume una postura de acción comunicativa. Por lo que estas son reconocidas por el receptor, si se logra el entendimiento de los dos elementos emisor-receptor tal como lo plantea el mismo (Habermas, 2008) en su disentiimiento. Complementado el estudio, se observa que la Teoría contingente (véase figura 4). En la organización no hay una manera única de alcanzar los objetivos, ya que la entidad está cambiando constantemente (Trelles R. I., 2009)

Figura 4.
Relaciones entre los Actos Comunicativos (AC) con el Mundo de la Vida



Nota. Fuente: (Habermas, 1987), p.180.

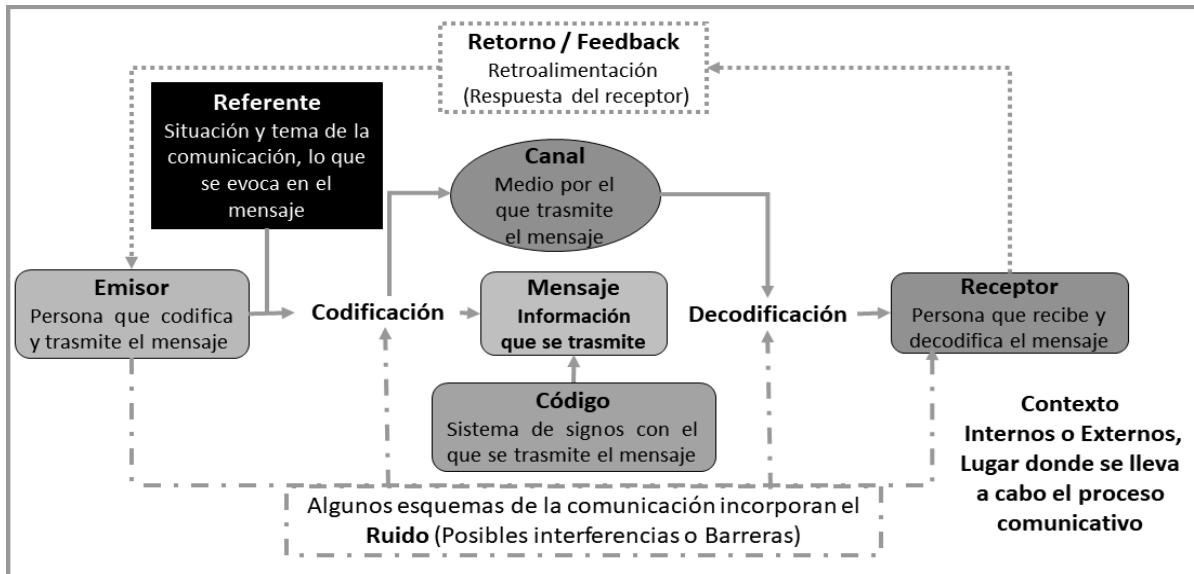
2.2. Marco Conceptual.

2.2.1. Comunicación empresarial.

La comunicación institucional contribuye a establecer un buen entorno de trabajo y a Se debe establecer vínculos efectivos entre los integrantes de la organización. Por lo tanto, se convierte en una poderosa que facilita la identificación de los logros, los objetivos o la resolución de las dificultades que se presentan en diversos ámbitos de una organización (Significados, 2013 - 2019), igualmente (Münch & Hernández, 2019) describe la comunicación como proceso de transmisión o intercambio de señales, utilizando códigos comunes tanto para emisor como receptor. Este tipo de comunicación institucional, permite transmitir y recibir información de diferentes canales, metodologías e inventivas, para conseguir los objetivos de la institución (Petrone, 2021). Convirtiéndose en un proceso para recibir y transmitir información dentro de la misma, con la intención de alcanzar objetivos comunes (véase figura 5). Según el autor este concepto engloba las prácticas y sistemas formales e informales para compartir información entre diferentes niveles y sectores de la entidad y está conformado por los siguientes elementos (Schramm W. , 1991).

Figura 5.

Elementos y ciclo de la comunicación



Nota. Fuente: basado (Münch & Hernández, 2019).

2.2.2. Posibles barreras en la comunicación institucional.

Para las instituciones modernas es importante destacar que los resultados positivos o decepciones en la comunicación institucional están orientados a la eficacia de los planes estructurados de un verdadero programa de comunicación. Es importante comunicar y transmitir información precisa y concisa que todos puedan entender, asimismo que pueda lograr sus objetivos a través de muchos canales de trasmisión de la información. Hay algunas reglas que afectan su transmisión, lo que provoca confusión en el receptor o en la feedback de la información. (De Gasperin, 2005), algunos ejemplos son:

- Enviar información errónea o ambigua.
- Deformar el mensaje.
- Inutilizar la información por excesos del emisor.
- Errores o fallas de las TIC.
- Barreras idiomáticas de contexto.

2.2.3. Comunicación interna, una estrategia que impulsa los procesos institucionales.

Teniendo en cuenta lo que se plantea por parte de (Castillo García, 2013) La comunicación interna contribuye a que las instituciones trasmitan valores intangibles sobre los que se fundamenta su identidad corporativa. En consecuencia, la comunicación formal proporciona a las entidades el vínculo en todos los niveles operativos y estrategias de acción que se encuentran disponibles para todos.(Durán, 2015, pág 213).

Continuando con lo expresado por (Ricaldi, 2022) y (Lozada, 2016), quienes valoran la comunicación interna como estrategia organizacional, vital dentro de los procesos de gestión, describiendo para un verdadero proceso de gestión de la información institucional, mostrando estrategias organizativas coadyuvando al mejoramiento la comunicaron internamente, como instrumento para motivar a sus colaboradores y mantenerlos informados de sus éxitos y fracasos,

Organizar empresas y lograr objetivos que todos han comprendido y compartir ideas para mejorar sus procesos y resultados (Arru, 2008).

Desde esta perspectiva, La Comunicación interna es muy importante para las instituciones, porque ayuda a que todos los colaboradores compartan su política organizacional. Esto ayuda a que los equipos de trabajo se sientan eficientes y productivos para alcanzar los objetivos estratégicos. En las entidades, la habilidad de comunicarse es sumamente relevante, ya que contribuye a la creación de una cultura corporativa. Es significativo destacar el trabajo desarrollado por (Barroso & Pérez, 2023) en el cual se presentan algunos conceptos teóricos que se originan en la teoría de (Luhmann, 1998). Dentro de este contexto moderno de la comunicación organizacional se encuentran los referentes teóricos que respaldan la propuesta de investigación y que resaltan la relevancia de la producción y posicionamiento de información interna y externa mediante mensajes claros y eficaces; así como una estrategia más eficiente para la interacción de la información en equipo, utilizando las diversas herramientas modernas en las organizaciones. En consecuencia, la eficacia en los procedimientos es un elemento primordial en la comunicación productiva, por lo que se considera analizarlos como un aporte relevante a la investigación.

2.2.4. Modelos de la Comunicación

El ser humano ha buscado las formas de comunicarse con sus similares en toda su historia, en tal sentido, las formas de hacerlo son muchas y variadas con el paso del tiempo, es por ello que conforme el tiempo pasó y la comunicación se volvió cada vez más compleja, lo cual llevo a las personas especializadas o interesadas en la comunicación de su tiempo a crear sus propios modelos de la misma (un modelo se podría definir como aquello lo cual se imita).

Estos modelos sirven para compilar todos los elementos que posee la comunicación y que, visto desde tiempos actuales, también sirve para ver la evolución que ha tenido el modelo de comunicación en los últimos años, siendo (emisor, mensaje y receptor) los únicos elementos inamovibles de cada modelo. En la imagen (véase figura 6), hay un modelo que se enfoca en el envío de información (mensaje), y otros se enfocan en el considerado (teorema Lineal y Transaccional).

Figura 6.
Modelos del proceso básico de comunicación

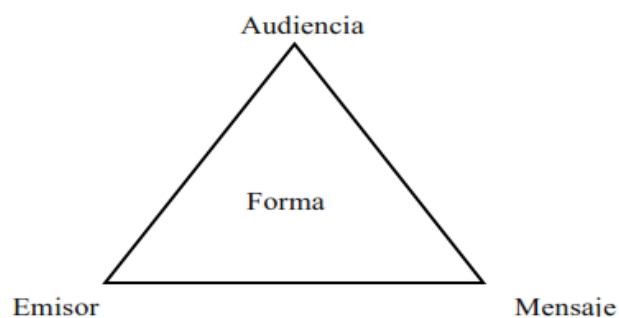


Nota. Fuente: basado en (Sánchez, 2006). Modelos y Esquemas de la Comunicación.

2.2.5.1 Modelo Aristotélico.

Este fue el primer modelo comunicacional jamás creado, fue ideado por el filósofo griego Aristóteles y estuvo vigente hasta el siglo XVII. Se reflexiona sobre los intereses de quien envía el mensaje y la intencionalidad del mismo autor este modelo (véase figura 7) consta de:

Figura 7.
Modelo de Aristóteles



Nota. Fuente. basado (Castro & Zareth, 2006: p. 29).

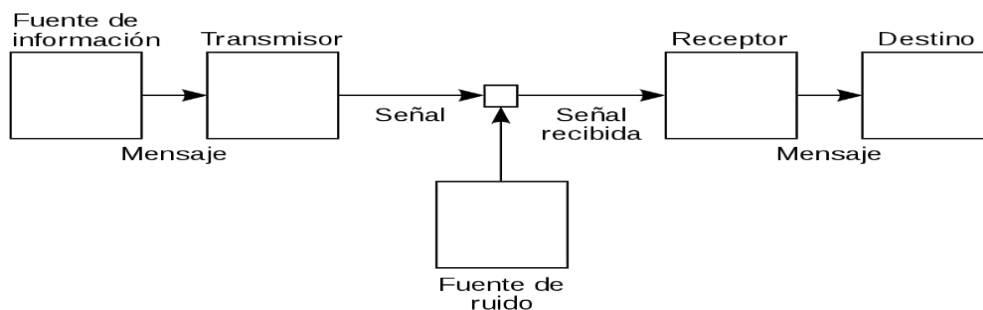
El modelo presentado, en retrospectiva, tenía el inconveniente de ser una comunicación unilateral, es decir, solo servía para entregar un mensaje al escucha, pero este último no sería capaz de responder y generar un feedback. Esta contra no era algo que era un error como de Aristóteles como tal, ya que en esa época se consideraba que la comunicación debía de ser capaz únicamente de transmitir un mensaje a otra u otras personas, mientras que el objetivo de esta hoy en día es

generar una relación y una retroalimentación en quien recibe el mensaje. Se identificó por afirmar los pilares de lo que serían los modelos subsecuentes, ya que en su estructura estaban los componentes más indispensables de la comunicación como lo son (a) emisor (b) el mensaje (c) el receptor; y posteriormente le agregarían adiciones como el medio, etc.

2.2.5.2. Modelo Shannon & Weaver.

Fue fruto de la colaboración de (Shannon & Weaver, 1998) a finales de los años 40, esta teoría matemática de la comunicación plantea algunos supuestos que permitieron establecer el modelo y sus elementos. Este modelo, como se puede apreciar, incorpora más elementos al modelo de Aristóteles, como lo pueden ser la fuente, el ruido o el canal, sin embargo, con el tiempo fue quedando obsoleto debido a que no presentaba tampoco un Feedback. A eso debe de sumar que en su tiempo fue muy criticado debido a que representaba la comunicación de una forma demasiado simplista y hasta cierto punto fría, ya que por ejemplo este modelo presentaba a la comunicación como una combinación binaria, además de que estaba muy especializado en el área técnica y de comunicación mediática. Sin embargo, los avances que trajo consigo serían posteriormente sumamente útiles en los modelos comunicativos próximos, ya que elementos como el ruido y la fuente permitían que el mensaje pudiese transmitirse de mejor manera (véase figura 8):

Figura 8.
Modelo de Shannon & Weaver.



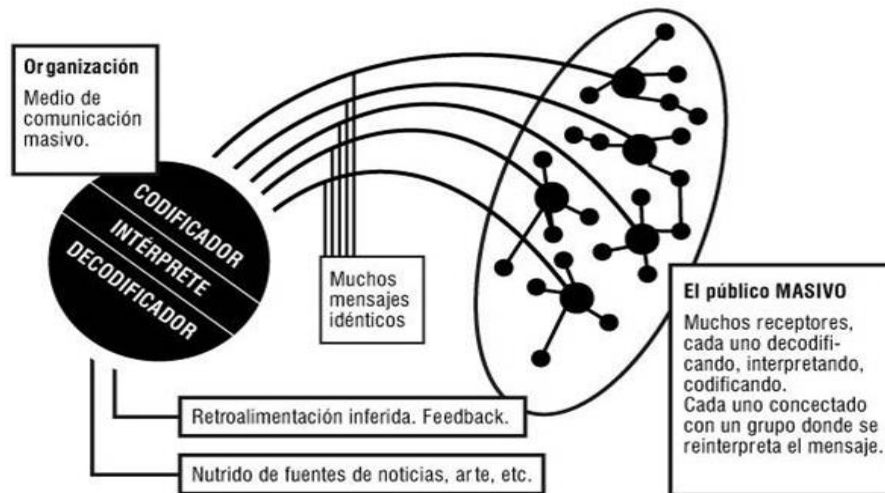
Nota. Fuente: (fiske, 1985)

Este modelo denota la sencillez y flexibilidad, utilizando elementos ya conocidos en la comunicación humana y los sistemas donde se tiene en cuenta el ruido y se da poco énfasis a la retroalimentación.

2.2.5.3. *Modelo de Tuba de Schramm.*

Durante 1970 surgió el modelo propuesto por Schramm, cuya principal novedad era la inclusión del llamado Feedback y su clara especialización en la comunicación masiva, este modelo es conocido comúnmente por Modelo de Tuba. Este pintoresco nombre se debe a que su estructura asimilaba a dicho instrumento de viento, similar a cuando el músico sopla y del otro extremo sale una potente música (véase figura 9), este hecho se da debido a que en la teoría de Schramm, las personas al recibir un mensaje, si este los impacta, lo comparten con sus allegados de una forma más resumida, haciendo llegar de ese modo el mensaje a más personas.

Figura 9.
Modelo de la Comunicación de Tuba de Schramm



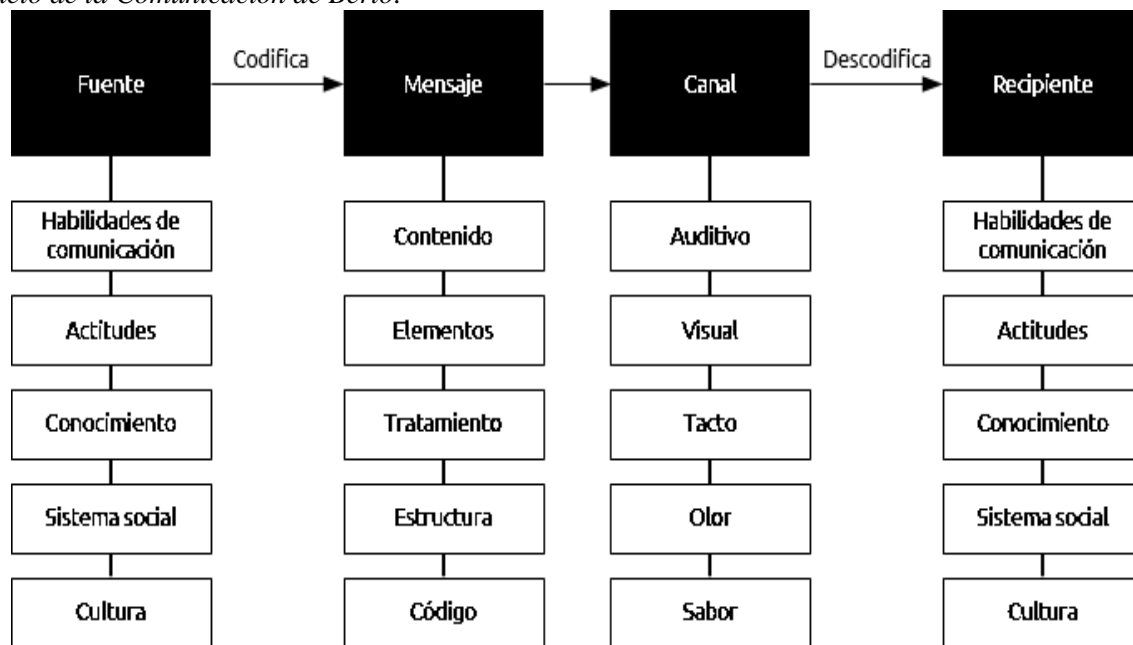
Nota. Fuente: (Miquel, 1995)

Como puede observarse, también se incluyen otros elementos como la codificación y decodificación del mensaje, así como la presencia de un entorno circular debido al ya mencionado feedback, permitiendo así al receptor emitir una respuesta. Este modelo trajo muchas cosas innovadoras consigo, sin embargo, también tiene ciertas limitaciones como lo puede ser la falta de un ruido, o que no tenga en cuenta los medios tales como la T.V o la Radio.

2.2.5.4. Modelado de Berlo.

El teorema propuesto por (Berlo D. K., 1974) surge como una respuesta al modelo propuesto por Shannon y Weaver, usando casi todos sus elementos. Para Berlo, la comunicación era un proceso humano muy personal y que durante este se compartían valores, sentimientos (véase figura 10); por lo que el modelo de mayor difusión de esa época era el de Claude Shannon y Warren Weaver desde 1948, y le resultaba muy distante de esa visión, ya que como se dijo anteriormente, el susodicho modelo ofrece solo un lado objetivo, matemático y frío, tal como lo analiza (McLuhan, 1994).

Figura 10.
Modelo de la Comunicación de Berlo.



Nota. Fuente: adaptación del modelado de (Berlo, 1960). “The process of communication: an introduction to theory and practice”

Este hecho, llevo a Berlo a tomar los elementos de este modelo al mismo tiempo que dejaba atrás las visiones tan matemáticas de todo y acto seguidos las dotaba de factores humanos, siendo el ruido el único elemento no presente (véase figura 11), pero que se veía sustituido por los conocidos como “factores humanos”. Es por ello que este modelo se caracteriza por darle a la propia comunicación un sentido o propósito, y por dotarse a sí mismo de factores humanos los

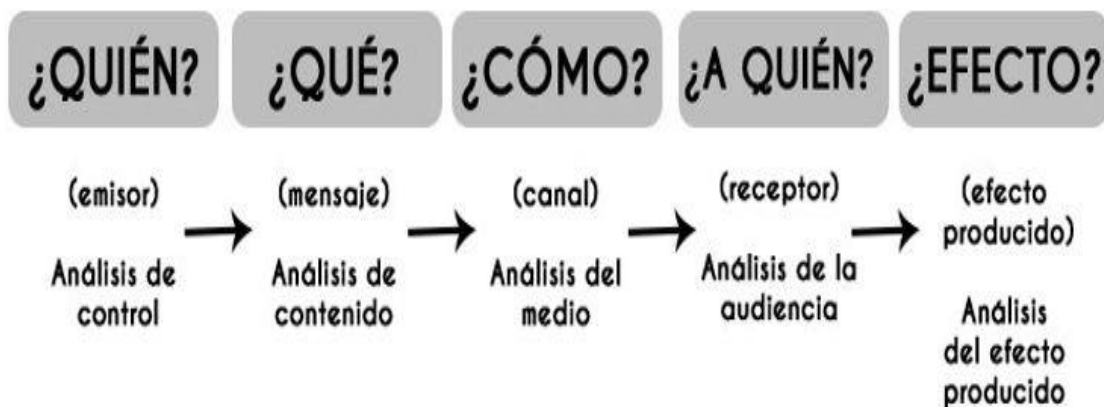
cuales le dan una visión más practica al mismo tiempo que estos fungían como elementos ya establecidos en el modelo de S&W como lo es el ruido.

Sin embargo, este modelo tiene limitaciones que son paradójicamente provocadas su acercamiento al lado humano, como lo puede ser la incorrecta interpretación del mensaje, la manera individualista de interpretar un mensaje y la clara optación (al igual del modelo de Aristóteles) por buscar solo convencer.

2.2.5.5 Modelo Harold Lasswel

Por ultimo tenemos al modelo de Harold Lasswell en 1948, este modelo se caracteriza por ser sumamente complejo y más completo, por su influencia en la teoría de la comunicación moderna, este modelo se caracteriza por ser dependiente de cinco (5) variables. Como se puede observar, este modelo carece de un feedback como tal, y es debido a que su enfoque principal es la masividad (véase figura 11), por lo tanto, reemplaza al feedback y en su lugar coloca al efecto o al impacto que el mensaje genera en la audiencia que escucha el mensaje tal como lo describe (Caldera & F., 2004),.

Figura 11.
Modelo de la Comunicación de Lasswel.



Nota. Fuente: (Miquel,1995)

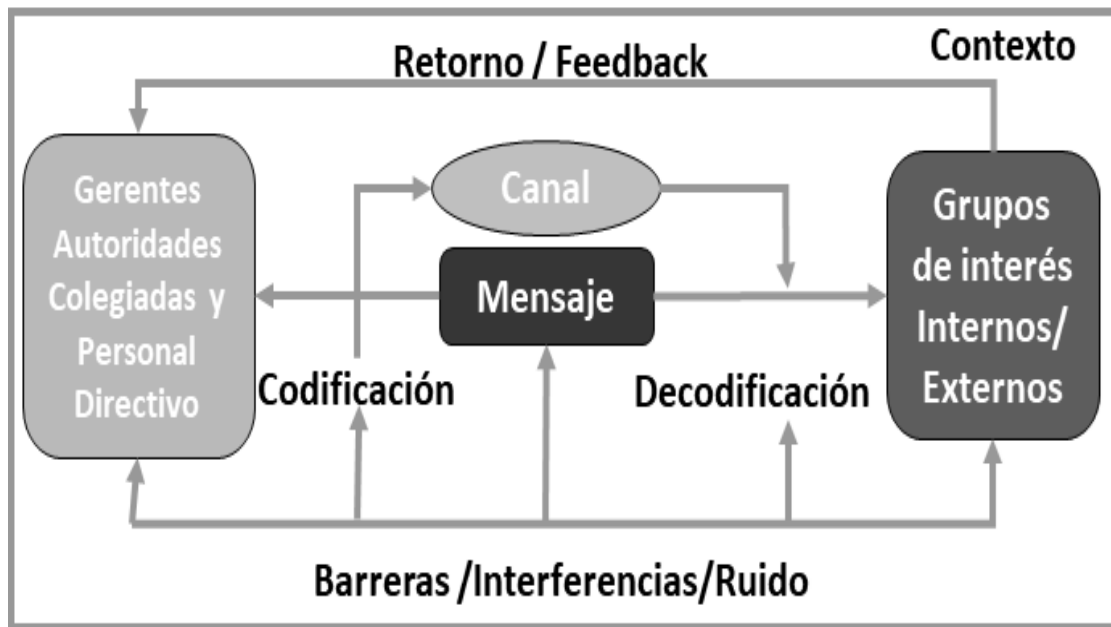
Esta visión se debe a la forma en la que Lasswel miraba la comunicación, esta forma presentaba (3) relevantes motivos para la comunicación:

2.2.5. La comunicación estratégica

La Comunicación Organizacional se enfoca en analizar, analizar y mejorar las estrategias comunicativas en las instituciones, permiten mejorar la interacción (interna y externa), robusteciendo los procesos de calidad en las empresas (Trelles, 2001, b). en tal sentido, las organizaciones (3) tipologías de situaciones. Por lo cual, se reducen a encargarse de mejorar el perfil organizacional, además de mejorar la comunicación estratégica dentro de la organización (véase figura 12).

Figura 12.

Ciclo de la comunicación estratégica



Nota. Fuente: basado en (Münch & Hernández, 2019).

2.3. Marco Referencial

Aquí están algunos de los documentos que se han obtenido, que permiten analizar los antecedentes internacionales, nacionales y locales que pueden enriquecer la presente investigación.

2.3.1. Antecedentes internacionales.

Son muchas las investigaciones de orden internacional que destacan la importancia de la comunicación organizacional, pero se tomarán algunas investigaciones destacadas por su relevancia en el tema a desarrollar. Por su parte, se destaca la investigación de (Montoya, 2018), en su artículo pretende identificar las características o encontrar las diferencias inmersas en el concepto de “Comunicación Organizacional”. El estudio se sustentó en las teorías de (Agraz, 1998), (Andrade, 2002), (Castro, 2006), (González, 2002), (Narváez y Campiño, 2006), entre otros.

La investigación describe la existencia de diversos medios de comunicación, con diferentes objetivos o beneficios en ámbitos internos o externos. Esto se debe a que los medios, de comunicación se complementan, además de tener elementos como la estructura jerárquica, Los aportes significativos destacan esta investigación, permitiendo analizar las características que se encuentren dentro de la percepción empresarial, y el estudio moderno en las organizaciones, denominado “comunicación integral. Siguiendo este orden de ideas, se analizaron trabajos de (Contreras & Garibay, 2020), esta investigación busca explicar cómo se relaciona con otros términos y cómo se relaciona con otros términos. También reflexionar sobre cómo se puede usar en la vida cotidiana actual.

En tal sentido, se presenta un trabajo multidisciplinar de la estructura comunicacional, en el cual se encuentran diversos enfoques mercadotécnicos, desde diversas perspectivas comunicativas, que persiguen la tesis, diagnóstico, intervención y pronóstico del desempeño del área, Se dice que, para cambiar la cultura, es importante tener cuidado con los cambios en la comunicación en las organizaciones. Esto se consigue mediante un esquema planificado, sustentado por autores que respaldan el estudio y estratégico de la comunicación.

Por otro lado, se observa el estudio de (Adygüzel & Küçükoğlu, 2020), determinando efectos positivos en la comunicación institucional y un liderazgo participativo, que busca mejorar la comunicación interna en las instituciones. El presente estudio investigativo presenta ciertas características relacionadas con el liderazgo organizacional y la relevancia de la

comunicación. como uno de los requisitos previos para ser un líder eficaz, asimismo se describen algunos ítems para establecer una la buena comunicación organizacional exitosa, que impacte positivamente, no solo al gerente/líder sino también a sus empleados. Los autores destacan el hecho, de diseñar estructuras organizativas efectivas, basadas en un modelo de “*liderazgo participativo*”, que fortalecería un ambiente de trabajo eficiente y en equipo que garantice una relación armoniosa entre los empleados y un liderazgo de gestión.

2.3.2. Antecedentes en Colombia.

A nivel de Colombia se destacan investigaciones como el realizado por (Triana & Pérez, 2016) que busca fortalecer la Comunicación dentro del área académica de un colegio en Bogotá, que analiza uno de los problemas más álgidos dentro de las organizaciones educativas, y que se ha convertido en una situación cotidiana en muchas instituciones educativas colombianas, donde problemas prácticos como los canales de comunicación y sistemas que afectan a las comunidades educativas no permiten realizar una buena gestión directiva, esta investigación analiza desde un diagnóstico y caracterización en la situación interna, las barreras que se presentan a los docentes, directivos y funcionarios; alternativas de solución por parte de la I.E. y sus directivos, de la cual se resalta la perspicacia de la situación problema, las posibles soluciones o plan de acción para mejorar la situación observada, estableciendo algunas acciones para modificar los procesos actuales y sus implicaciones a corto y mediano plazo. Entre los hallazgos obtenidos, se pudo establecer una conexión entre los hallazgos obtenidos en la comunicación efectiva, que con la aplicación de buenas estrategias modernas aprueba estrategias para mejorar la comunicación. Por otro lado, la investigación realizada por (Reyes, Tellez, & García, 2020), en su artículo investigativo de carácter cuantitativo, las autoras hacen un análisis diagnóstico de la comunicación, donde analizan a través de encuestas como son los procesos y características del manejo de información interna.

2.4. Marco Normativo

En este aparte se encontrará información sobre las reglas y las normas pertinentes a los medios de comunicación en Colombia, se analizaron en forma cronológica, teniendo en cuenta la relevancia e importancia dentro de la investigación (véase tabla 2)

Tabla 2.
Análisis legal de la Comunicación en Colombia

Norma	Objetivo	Aplicación en la investigación
Constitución Política de Colombia de 1991	La Constitución Nacional en su artículo 20, garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.	La constitución garantiza la libertad de expresar libremente las opiniones dadas dentro de la investigación, asimismo respalda el derechos de toda la comunidad universitaria a utilizar los medios masivos de comunicación y a recibir las comunicaciones acordadas por la institución universitaria.
Ley 44 de 1993 Sobre los derechos de autor de los empleados y funcionarios públicos	Los empleados y funcionarios públicos que sean autores de obras protegidas por el Derecho de Autor, podrán disponer contractualmente de ellas con cualquiera entidad de derecho público.	Permite garantizar los derechos de autor de los investigadores y los documentos soportados dentro de la investigación y las relacionadas con las comunicaciones internas y externas de la Universidad como entidad pública. Dar garantía de autenticidad y seguridad a los títulos de derechos de autor y derechos conexo.
Ley estatutaria 1581 de 2012 (Ley Habeas Data)	Ley de Protección de Datos Personales: "Reconoce y protege el derecho de todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada.	Esta ley aplica dentro de la investigación, con el fin de garantizar el derecho a la privacidad de los datos o información de los Trabajadores, Administrativos y Docentes de la Universidad Popular del Cesar Seccional Aguachica.
Ley 1712 del 2014,	Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional. El objetivo de la Ley es regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.	Es por esto que la universidad pública dentro de su política de Comunicación está canalizada y centralizada en la Contraloría General de la Nación, como estrategia de consolidación de las directrices impartidas por él, para cumplir tanto los estándares de información y comunicación.
Decreto 1072 de 2015, Artículo 71, numeral 10	Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo. Dar cumplimiento a las normas operativas, técnicas y administrativas impartidos por los respectivos superiores tanto escritas como verbales.	Este decreto permite ayuda al fortalecimiento organizacional, mejorando las actividades y objetivos impuestos por la empresa
Directiva Presidencial 03 de 2019	Presenta los lineamientos para la definición de la estrategia institucional de comunicaciones, objetivos y contenidos de las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional	La directiva establece los lineamientos para desarrollar la propuesta de mejoramiento dentro de la estrategia institucional de comunicaciones

Nota. Fuente investigación.

3. Diseño Metodológico.

3.1. Tipo y enfoque en la Investigación.

La investigación toma el enfoque o ruta cuantitativa (tipo descriptivo de corte transversal), en la cual se describe la dinámica de la comunicación en la universidad (Seccional Aguachica), y las formas de comunicarse internamente el personal adjunto. Analizando las características y el momento presente en la comunicación universitaria, partiendo de un análisis del contexto de situación institucional (diseño no experimental).

Dentro del proceso investigativo que busca valorar las respuesta a los planteamientos de una encuesta y generalmente probar una hipótesis y teorías (Hernández-Sampieri y otros, 2017), permitiendo mediante un análisis cuantitativo, identificar los patrones de comunicación interpersonal de trabajadores administrativos y docentes y los patrones de difusión de información organizacional, analizando la relación de variables entre el momento presente de los métodos utilizados, con el propósito de averiguar mediante un diagnóstico las tendencias e implicaciones posibles en el ejercicio actual de la institución. Tales planteamientos permiten explorar fenómenos (posibles barreras en la comunicación), eventos o situaciones en el transcurso de la comunicación institucional que afecten a las poblaciones o de estudio, analizando los diferentes hechos o variables; cuantificando su existencia, nivel o presencia. Por ejemplo, indagar sobre posibles estrategias para mejorar la comunicación; o bien, identificar patrones de usanza de los diferentes canales utilizados en la comunicación universitaria por parte de los involucrados (Creswell, 2017).

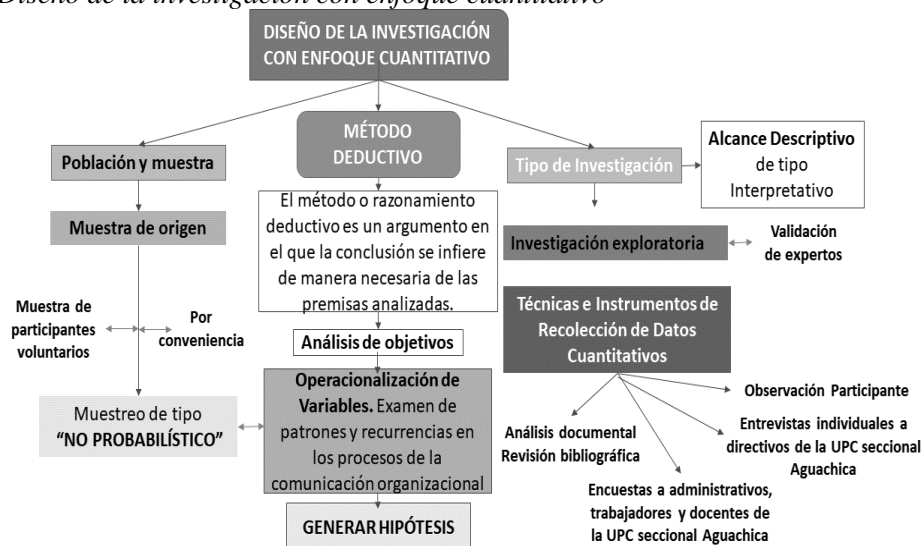
La utilización del enfoque cuantitativo, permite la observación de la realidad, la detección de las dificultades en la comunicación en la comunidad educativa de la seccional Aguachica; además se determina el estado actual de comunicación dentro de la seccional y difusión de información con el fin de detectar tendencias e implicaciones posibles en el ejercicio actual de la institución. Teniendo en cuenta, los aportes (Hernández Sampieri & Mendoza Torres, 2018) la investigación tendrá un alcance descriptivo con un diseño metodológico no experimental, mediante encuestas o análisis de datos existentes, se busca obtener resultados medibles y

estadísticamente significativos sobre la comunicación en la seccional. Es útil para generalizar resultados a toda la comunidad universitaria. Esta disertación de *tipo descriptivo*, implica realizar indagaciones que profundizan las peculiaridades de la comunicación, sus barreras y propiedades de las variables involucradas dentro del estudio. En tal sentido, permitirá indagar sobre las caracterizar el estado de la situación de comunicación de la seccional Aguachica, identificando los patrones de intercomunicación entre los empleados de la seccional y los patrones de difusión de información organizacional.

3.2. Diseño de la investigación

En el diseño del estudio de caracterización de la comunicación institucional se analizaron los diferentes enfoques de los métodos de estudio, con sus diferentes fases en la investigación social, cultural y científica. En este aparte se describen los aspectos a tener en cuenta en este estudio, por lo que se incluyen los pasos utilizados para la realización del modelo de simulación. Teniendo en cuenta que la investigación es cuantitativa, para el diseño se analizaran los aspectos más relevantes que se van a emplear, teniendo en cuenta las unidades de análisis o casos iniciales, y la población objeto de estudio la selección de la muestra de origen para investigación (muestra por conveniencia), por lo cual se analizaran los objetivos planteados conforme al siguiente esquema (véase figura 13):

Figura 13.
Diseño de la investigación con enfoque cuantitativo

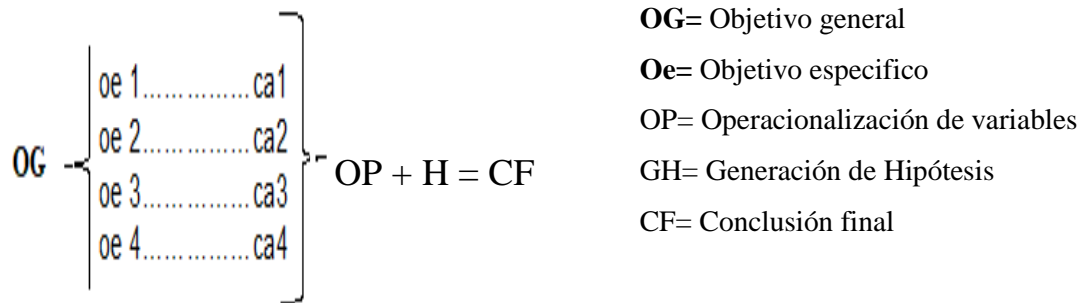


Nota. Se muestra el esquema de la investigación (Hernández, 2015).

Teniendo en cuenta, que la investigación es cuantitativa, se realiza un análisis de objetivos, teniendo en cuenta la matriz de la denominada matriz de operacionalización de variables para generar las diferentes hipótesis de investigación que permitan llegar a las conclusiones o discusiones sobre la dimensiones e indicadores de cada instrumento y sus respectivos ítems dentro de la herramienta para recolectar la información relevante, dentro de los objetivos planteados y conforme al siguiente esquema (véase figura 14):

Figura 14.

Generación de hipótesis



Fuente: Adaptado de (Hernández-Sampieri, 2014) y (Creswell, 2013a).

3.3. Participantes (Población y Muestra)

El estudio se llevó a cabo en la Universidad Popular del Cesar (UPC) zona urbana de la ciudad de Aguachica, departamento del Cesar, más exactamente con los empleados de la Seccional Aguachica, durante el 2023, Para el desarrollo de esta, se analizó una población universo, conformada por (45) administrativos y (191) docentes de planta o por contrato. En ese sentido, los empleados, administrativos y docentes serán el objeto de estudio.

3.4. Muestra de origen y sus características

Se tomó una muestra a conveniencia, utilizando una técnica de muestreo NO probabilístico y NO aleatorio utilizada para analizar datos dentro de una población finita, de acuerdo a la disposición de las personas que constituyen la muestra de origen en el tiempo otorgado. Dentro del proceso de investigación se encuestaron y entrevistaron a 47 personas, que conforman el 20% del grupo de colaboradores del área de gestión administrativa, constituida por administrativos, docentes y colaboradores, de un total de 236, es decir, se considerará la población resultante de la

aplicación de la respectiva formula estadística. Por ser una población finita y homogénea, permitió seleccionar una muestra definida del 20% de la población cuerpo de estudio así:

Tabla 3.
Muestra de origen

Tipo de población	Población total	Porcentaje	
<i>Administrativos</i>	45	20%	9
<i>Docentes</i>	191	20%	38
	236		47

Fuente: Investigación realizada (análisis de la muestra)

La muestra permitió saber de buena mano, los puntos de vista, perspectivas y experiencias que tienen los docentes, trabajadores y administrativos de la (UPC) sede Aguachica frente al tema; en la exploración de estrategias de fortalecimiento de los métodos de comunicación de los involucrados dentro de la investigación.

- **Criterios de inclusión.** Para la muestra de origen, solo se tendrán en cuenta los sujetos de estudio, que durante el proceso de sondeo inicial manifestaron su voluntad y deseo de participar en la investigación, además los posibles participantes se deben presentar voluntariamente o por sí mismos manifestar su interés utilizando en consentimiento informado (véase anexo d).

- **Criterios de exclusión.** Para la muestra de origen, NO se tendrá en cuenta los Trabajadores, Administrativos y Docentes que no quieran participar voluntariamente o que por estar incapacitados no puedan desarrollar el instrumento de investigación (encuesta).

3.5. Variables o categorías de análisis

En este caso, las variables habilitan cualquier particularidad o condición de la unidad de observación. En tal sentido, la variable es una característica, mientras que la categoría analiza las “posibles variaciones” (Lerma, 2010). En tal sentido, son uno de los principales compendios del problema y parten del análisis de objetivos. En este estudio se tuvieron en cuenta las subsiguientes variables así:

- **Independiente (X):** Comunicación organizacional interna
- **Dependiente (Y):**
 - Importancia y uso de la intercomunicación institucional.
 - Institucional/Frecuencia de los patrones comunicacionales en la UPC
 - Relevancia/o e interés para el desarrollar estrategias.

En tal sentido, la Comunicación depende del mejoramiento de las proyecciones o técnicas correctas para solucionar los problemas que impactan a la institucionalidad, por medio del desarrollo de políticas claras que generen permutaciones en las opiniones de los involucrados.

3.6. Hipótesis de investigación

Dentro de este trabajo investigativo, se utilizó una hipótesis, donde se analizaron los patrones de comunicación interna, teniendo en cuenta (frecuencia, utilidad, calidad y satisfacción) de la difusión de la información institucional. Para lo cual, se examinaron los hechos y las experiencias conocidas de los sujetos involucrados, desde la perspectiva de receptores o emisores, según el caso; cuyo propósito es llegar a una mayor comprensión de estos, en la búsqueda de una posterior resignificación de las estrategias y política de comunicación universitaria en la seccional. Por consiguiente, se formulan las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1. La caracterización y análisis de patrones de comunicación interna de (trabajadores administrativos y docentes), permitirá la resignificación de los procesos, estrategias y políticas de comunicación en la seccional de Aguachica.

Hipótesis 2. Los procesos de comunicación organizacional actuales, entre empleados de las diferentes dependencias tiene relación con el mejoramiento del proceso de gestión.

Hipótesis 3. El estudio de la Comunicación Organizacional entre empleados de las diferentes dependencias, contribuirá a recabar información relevante en el mejoramiento de la comunicación institucional.

Tabla 4.
Operacionalización de Variables – V. dependiente “Comunicación institucional interna”

Objetivos específicos	Variable/ Categoría	Definición conceptual	Indicadores	Técnica e instrumentos
1. Caracterizar el estado de la situación de comunicación de información organizacional de la universidad, a partir del diagnóstico del contexto de situación institucional.	Importancia y uso de la comunicación interna (Cuantitativa discreta)	Debilidades y fortalezas de la comunicación organizacional interna. Oportunidades y amenazas que enfrenta la comunicación institucional de la seccional Aguachica.	Caracterizar a través de diagnóstico, la situación de comunicación de información organizacional de la seccional Aguachica. Resultado: Matriz DOFA	Entrevista diagnóstica: esta entrevista se realizó a (5) líderes del programa; el cuestionario se aplicó en la primera reunión del semestre,
2. Identificar los patrones de comunicación interpersonal de trabajadores administrativos y docentes y los patrones de difusión de información organizacional.	Institucional/ importancia y frecuencia de uso de los patrones de comunicación en la UPC (Cuantitativa discreta)	Analiza los patrones de intercambio de información, ideas y mensajes dentro de la organización, entre sus miembros y diferentes niveles jerárquicos.	Analizar el proceso mediante el cual se envían y reciben mensajes internos, identificando patrones de comunicación acerca de los elementos hechos o información y difusión de información organizacional.	Encuesta a trabajadores, administrativos y docentes: La muestra a conveniencia se realizó a treinta y ocho (38) docentes y administrativos
3. Analizar la relación entre el estado actual de los procesos de comunicación organizacional de información, con el fin de detectar tendencias e implicaciones posibles en el ejercicio actual de la institución.	Relevancia/ e interés para el desarrollar estrategias de comunicación. (Cuantitativa nominal)	Analizar las tendencia en procesos de comunicación interna y externa, para proponer la resignificación de estrategias de comunicación como elementos de cambio en la búsqueda de procesos más eficientes y en el menor tiempo posible.	Recopilar información, que permita determinar las percepciones, sentimientos y formas de pensar de los directivos (vicerrector), jefes de departamento y coordinadores, acerca del estado actual de los procesos de comunicación organizacional.	Entrevista a directivos docentes (coordinadores): La muestra a conveniencia se realizó (5) directivos docentes. * al Vicerrector se le realizó una entrevista aparte, sobre el PMI y las estrategias de comunicación utilizadas por su dependencia

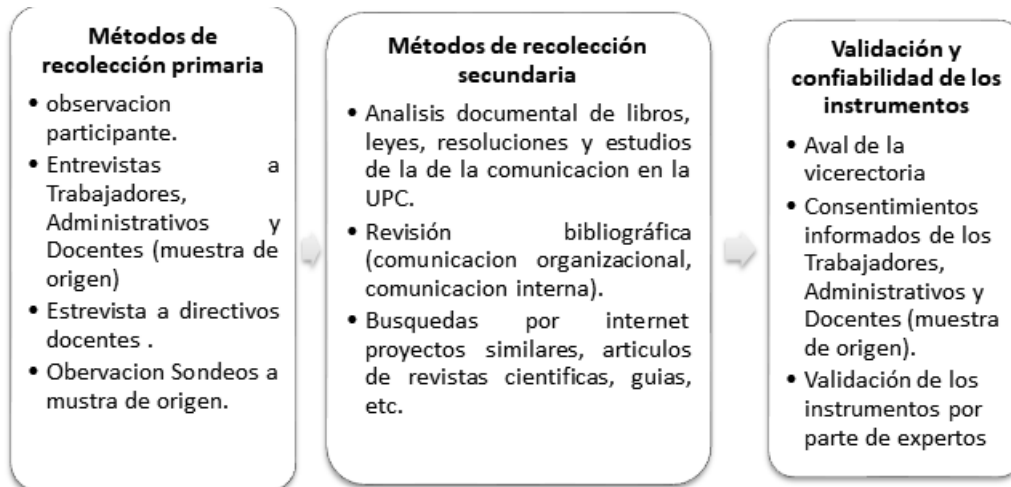
Nota: Construcción de categorías o variables, basados en objetivos de investigación.

3.7. Métodos y técnicas de recolección de la información.

Fundamentado en el trabajo de campo, que permitió la recolección de datos de los sujetos indagados. Para recopilar y validar la información se usarán los siguientes instrumentos:

Figura 15.

Métodos e instrumentos de recolección y validación.



Nota. La grafica muestra los métodos utilizados validación de la información.

3.7.1. Instrumentos para la recolectar información.

La recopilación de la información debe llevarse a cabo mediante un procedimiento planificado y ordenado, con el fin de que se puedan obtener resultados que contribuyan significativamente al éxito de los objetivos establecidos. En la cabeza se encuentra el saludo, el propósito y la cláusula de confidencialidad, conforme a la Ley de Protección de Datos. Durante el proyecto se utilizaron técnicas de recolección de datos para el desarrollo del proyecto, considerando las diferencias en el lugar de investigación y el acceso a los recursos humanos y materiales.

En el ámbito de los instrumentos y las técnicas para obtener información primaria se encuentra un cuestionario o formato con un encabezado en el que se encuentra el nombre de la Universidad (Politécnico Gran Colombiano) y el título de la investigación, dando una breve explicación del instrumento y su propósito (objetivo) a continuación.

Tabla 5.
Métodos para la recolección de la información primaria

Nombre de la Técnica	Concepto/definición	Criterios de selección	Participantes	Intencionalidad
Entrevista diagnóstica a líderes de área o dependencia	La entrevista diagnóstica se realizará a los administrativos y tiene como propósito caracterizar diagnosticar la situación del manejo de la información interna organizacional de la universidad, se finaliza con una matriz DOFA	El investigador desarrollará una entrevista estructurada a los administrativos de la seccional UPC de Aguachica	Se aplicarán la entrevista, utilizando (8) preguntas cerradas para caracterizar el estado actual de las prácticas, los canales y las formas de comunicación.	Explicar cómo se comunica y maneja la información interna de una organización.
Encuesta a (docentes y directivos docentes)	Identificar los patrones de comunicación	Se desarrollará una encuesta estructurada en un cuestionario con preguntas tipo escala de Likert, que consta de un total de (15) ítems	Se aplicará un cuestionario de 10 preguntas con opción múltiple a treinta y ocho (38) docentes y administrativos de la seccional UPC de Aguachica	Analizar la opinión de los docentes, trabajadores y administrativos sobre la comunicación entre empleados de la seccional UPC Aguachica

Fuente. *Elaboración propia (investigación)*

3.7.2. Análisis de Datos.

Los participantes se encontraron en contacto con ellos en su posición de trabajo y en su horario laboral. Se evaluó la inclusión de todos los empleados del área contratada al momento de la implementación de la aplicación, con el propósito de participar en el estudio. Se explicó el objetivo del estudio y se garantizó la confidencialidad y el anonimato por lo que no se solicitó su nombre. La encuesta fue enviada a su dispositivo móvil y respondida en la seguridad de su labor. El cuestionario permitió recolectar todas las respuestas necesarias para enviar la encuesta una vez completa. La presente circunstancia permitió la contabilización de todas las encuestas. No se ha evaluado esta temática previamente, se sabe que es importante. Por otro lado, Se utilizó una encuesta para hacer estudios cuantitativos sobre una amplia variedad de características objetivas y subjetivas de la población. Para obtener los datos, se empleó como herramienta un formulario estructurado con respuestas cerradas en escala de datos. (Likert, 1932).

3.7.3. Descripción de las fases de investigación

En el desarrollo del proceso investigativo se utilizaron (4) fases secuenciales así:

Fase 1. Diseño y aplicación de los instrumentos: Realizar un análisis de los métodos de comunicación, que permita caracterizar dentro de la matriz DOFA el estado de la situación de comunicación organizacional de la seccional a partir del contexto de situación institucional.

Fase 2. Implementación y desarrollo de la investigación: aplicación de instrumentos (cuestionario de entrevista y encuesta), cuyo propósito es equiparar los patrones de comunicación interpersonal de trabajadores administrativos y docentes y los patrones de difusión de información organizacional.

Fase 3. Análisis de datos – conclusiones del estudio: Se puede analizar cómo están funcionando los procesos y cómo se distribuye la información para detectar cambios e implicaciones en los métodos utilizados.

Informe final: Caracterizar el estado de la situación de comunicación de la universidad a partir del diagnóstico del contexto de situación institucional.

3.8. Procesamiento de la Investigación

Narra cómo se aprehenderá los datos obtenidos, asegurando su validez, realizando la posterior interpretación de los testimonios adquiridos. Los datos se procesarán utilizando Excel, en cuadros con fórmulas determinadas acorde a lo planteado dentro del proceso investigativo, cada tabla se orientará para mostrar a través de graficas los datos organizados.

3.8.1. Confiabilidad

Aunque existen pocos estudios que demuestren la calidad de las decisiones cuando se toman con base en las encuestas o entrevistas estructuradas en las investigaciones. En esta investigación se tomará en cuenta la teoría de generalización de (Judd, 1908) para validar el estudio

en sus distintas fases que definen el proceso de medición, analizando las reacciones de los encuestados o entrevistados, con los postulados generales, y por su puesto los aportes u opiniones relevantes de transferencia de datos, en la seccional. El grupo de estudio a investigar, por estar involucrado en la problemática planteada, aportando conocimientos relevantes en la tarea experimental del problema y se verifica a través de ideas generales y métodos de razonamiento lógico de la experiencia previa de los entrevistados, los entrevistadores y sus interacciones. Asimismo, la utilización de sujetos relacionados con el mismo proceso de comunicación interna, disminuyendo las posibles variaciones del error relativo cuando se utilizan un número determinado de entrevistados. Los resultados muestran un profundo grado de confiabilidad y calidad en la encuesta o entrevista utilizada como instrumento en la investigación cuantitativa.

3.8.2. Consideraciones Éticas.

La investigación desarrollada se registrará por conceptos éticos internacionales (National Institutes of Health, 1979): además de confidencialidad según la norma la ley de data (Protección de Datos Personales), que protege los derechos de las personas, asegurando la fiabilidad y protección de la información obtenida dentro de la investigación

- a. Valor social o científico.** Esta investigación plantea describir la dinámica de la comunicación de los funcionarios de la UPC, teniendo un valor científico dentro de la investigación y las formas de distribución de información organizacional que ocurren en la Universidad. Cuya validez científica se evidencia en las técnicas y metodologías de la recolección de datos primarios diseñadas para validar los resultados. La investigación está justificada en el análisis de los patrones dentro de la política de calidad y el desarrollo del Plan de Mejoramiento Institucional, que busca mejorar todos los procesos dentro de la seccional Aguachica.

 - b. Selección imparcial de las personas objeto de estudio.** La selección es objetiva se realizó de la siguiente manera (los encuestaron y entrevistaron fueron 47 personas, que conforman el 20% del grupo de colaboradores del área de gestión administrativa, constituida por administrativos, docentes y colaboradores, de un total de 236, es decir, se considerará la
-

población resultante de la aplicación de la respectiva fórmula estadística. Por ser una población finita y homogénea, permitió seleccionar una muestra específica del 20% de la población a estudiar; b. no fue necesario realizar una discriminación numérica del grupo x género); c. se seleccionaron tres (3) grupos por afinidad laboral sin tener en cuenta edad o grupo.

- c. Razón optimista del riesgo-beneficio:** es una proporción positiva, ya que el riesgo es mínimos y el beneficio es sustancial para los involucrados, que busca a futuro diseñar estrategias que redunden en un mejoramiento de la comunicación dentro de la Universidad. Por lo que se busca un mejoramiento en el tema a tratar que transfiera mejoras a la comunicación entre los involucrados.
 - d. Condiciones de diálogo genuino.** el diálogo dentro de la investigación hace obligatorio tener en cuenta este aspecto específico en el manejo de entrevistas y encuestas, que permitan un contexto de participación franca y extensa, que sean un lugar donde los colaboradores dialoguen abiertamente sobre el tema a tratar.
 - e. Evaluación autónoma.** El estudio se realiza con el respaldo de la entidad investigadora la Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano que requiere la validez según el reglamento ético de investigación.
 - f. Consentimiento informado.** El propósito es asegurar que los colaboradores puedan participar de forma libre y espontánea en la investigación, para lo cual se tendrán en cuenta sus valores personales y creencias. Por consiguiente, es preciso utilizar el consentimiento de cada uno de los sujetos investigados.
 - g. Respeto a los sujetos de investigación.** En todo momento se respetará la opinión de los encuestados, permitiéndoles en todo momento retractarse o decidir no participar en el estudio, el investigador se reserva el manejo de la información de manera confidencial, dándoles a conocer los resultados si así lo desean los sujetos inscritos.
-

4. Resultados

Este apartado presenta los hallazgos del estudio, indicando los datos importantes para los investigadores, incluyendo datos contrapuestos a la hipótesis. En primera instancia se muestran los resultados del diagnóstico inicial en Matriz DOFA que posibilitó las observaciones del contexto inicial del proceso de comunicación. (véase tabla 6)

4.1. Análisis de resultados del diagnóstico de la comunicación interna.

Tabla 6.

Diagnostico FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • La UPC seccional Aguachica cuenta con imagen corporativa universitaria bien definida • Se cuenta con un personal preparado y con mucha disponibilidad de trabajo. • El equipo técnico y directivo encargados de los procesos de comunicación cuenta con suficientes conocimientos y experiencia. • La organización como tal, busca una mejorar continuamente su calidad organizacional. • Autonomía administrativa y apoyo financiero para desarrollar nuevas estrategias de comunicación. • Se requieren suficientes canales y medios de comunicación y acceso a las tecnologías de la comunicación, así como un acceso suficiente a las tecnologías de la comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se trata de un método de gestión que se instaura de manera gradual en todas las entidades administrativas, con el fin de alcanzar la eficacia. • La percepción social positiva de la comunicación interna como una herramienta eficiente para optimizar el desempeño de las entidades. • Nuevas estrategias conjuntas para la promoción institucional. • Se están gestionando nuevos programas académicos que pueden ampliar el presupuesto para desarrollar estrategias de comunicación. • La reputación institucional de la seccional Aguachica y el deseo expreso de mejorar de los procedimientos estratégico/as de las directivas de la seccional.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Se ha establecido una política de comunicación interna y externa de acuerdo con la misión, visión, valores y objetivos institucionales. • Requieren acciones correctivas, preventivas y de mejora en las tácticas de comunicacionales. • Existen acentuadas barreras comunicacionales. • Poca retroalimentación de la comunicación entre los entes o dependencias. • La gran cantidad de comunicación informal y excedida. • La evaluación del clima laboral de la organización es insuficiente. • Poca o insuficiente colaboración en los equipos intermedios, que al parecer no tienen conocimiento de lo que pasa o no comparten la relevancia de mantener una buena comunicación entre dependencias • Falta de seguimiento y medición de los planes y estrategias de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Perdida de la confidencialidad y buen uso de los datos, que son clave para la confianza y seguridad de los métodos administrar la universidad. • Perdida de la confianza de los empleados • La economía a largo plazo puede afectar la forma en que se manejan planes y acciones estratégicas desde la sede principal. • La comunicación informal y la falta de secretismo (compartimentar información), ya que no hay normas a seguir, y se filtra fácilmente la información privada sobre la organización, puede causar un daño importante a la seccional, creando rumores y desinformación que se propaga rápidamente.

Nota. Fuente. *Elaboración propia (investigación)*

4.2.Resultados de la encuesta

En la fase final se realizaron sondeos, entrevistas y se aplicó una encuesta virtual utilizando la técnica de encuesta digital a través de Google forms, el enlace se comparte en los grupos de WhatsApp para realizar la encuesta a quienes cuentan con los recursos tecnológicos necesarios para contestar el cuestionario en forma virtual, tanto en un PC o en un dispositivo móvil. Tal como se describe a continuación:

- **Población encuestada:** cuarenta y siete (47) Trabajadores, Administrativos y Docentes.
- **Medio utilizado:** Encuesta.
- **El formulario:** Quince (15) preguntas relacionadas con la comunicación interna
- **Tipo de preguntas:** Preguntas cerradas con una única respuesta.
- **Fecha aplicación:** 26 de febrero de 2024.

4.3.Resultados e interpretación de la encuesta.

De los resultados de la encuesta, inicialmente se realizaron cuatro (4) preguntas relacionadas con los datos de los encuestados, de las cuales se evidencia lo siguiente (véase figuras 16, 17,18 y 19).

Tabla 7.

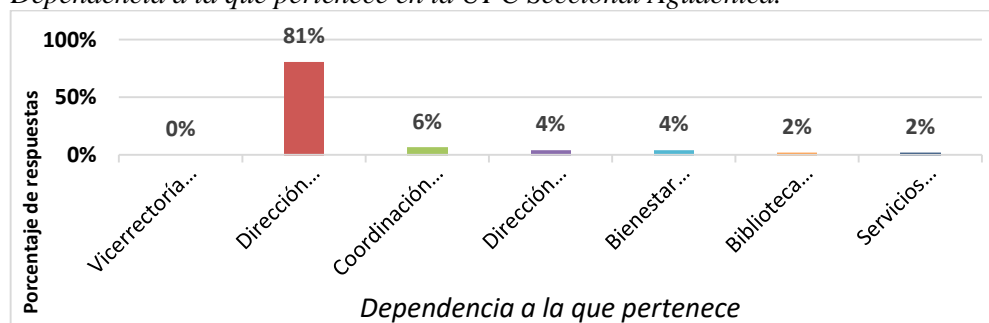
Dependencia a la que pertenece el trabajador en la UPC Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Vicerrectoría seccional	0	0%
b. Dirección académica	38	81%
c. Coordinación programas	3	6%
d. Dirección administrativa f/ra.	2	4%
e. Bienestar institucional	2	4%
f. Biblioteca seccional	1	2%
g. Servicios Generales	1	2%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 16.

Dependencia a la que pertenece en la UPC Seccional Aguachica.



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: en mayor proporción el (81%) de los participantes pertenece a la dependencia de dirección académica, mayormente docentes (38), seguido de un 6% que pertenecen a la coordinación de programa y 4% a Bienestar institucional y otro 2% que pertenecen a los líderes y coordinadores de área, finalmente el otro 2% pertenece a los trabajadores de servicios generales (celadores, aseadoras y cafetería). Se pudo observar gran colaboración e interés por la investigación, especialmente en la parte académica; a los administrativos se les realizó una esclarecimiento más detallado de la intención del estudio y sus alcances.

Tabla 8.

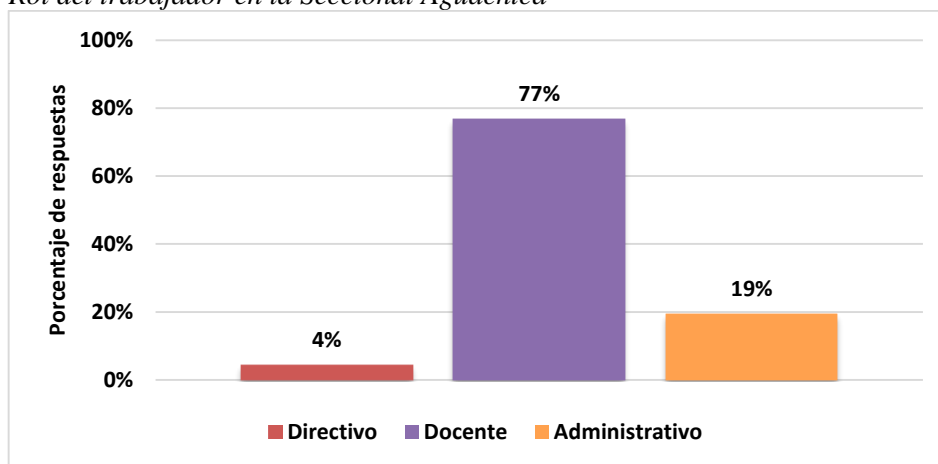
Rol de los trabajador en la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Directivo	2	4%
b. Docente	36	77%
c. Administrativo	9	19%
Total	47	100%

Nota. Fuente: Resultados de encuesta a trabajadores, docentes y administrativos

Figura 17.

Rol del trabajador en la Seccional Aguachica



Nota. Fuente: Resultados de encuesta a trabajadores, docentes y administrativos

Análisis e interpretación: Según los deducciones del estudio, se pudo observar que gran parte de los encuestados el 77%, corresponde a los docentes; esta información es muy relevante por la colaboración de los mismo, ya que al analizar el proceso de misional dentro del desarrollo Plan de mejoramiento institucional desarrollado al finalizar el año, se escucharon muchas opiniones e inconformidades de este segmento de la Comunidad Educativa, quienes expresaron algunas sus inquietudes frente a la tematica.

Tabla 9.

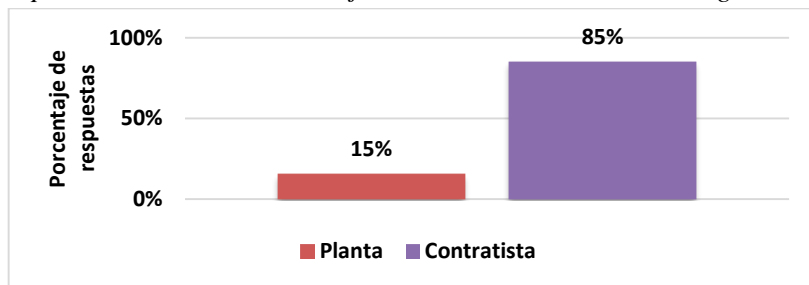
Tipo de contrato de los encuestados en la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Planta	15	15%
b. Contratista	85	85%
Total	100	100%

Nota. Resultados de la encuesta

Figura 18.

Tipo de contrato de los trabajadores de la UPC Seccional Aguachica.



Nota. Fuente: Resultados de la encuesta

Análisis e interpretación: según se pudo establecer y confirmar con la dirección financiera el 85% del personal tiene una vinculación por contrato el restante 15% es personal de planta.

D. Género de los participantes

Tabla 10.

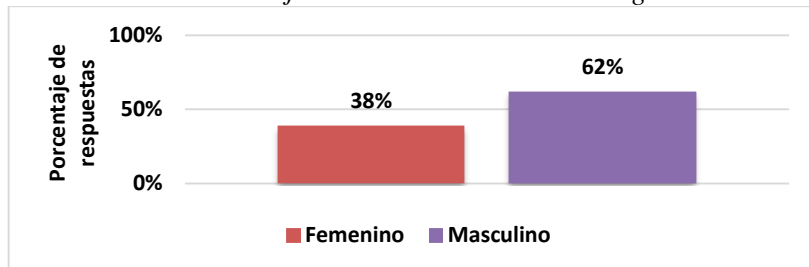
Genero de los/las trabajadores/ras de la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Femenino	18	38%
b. Masculino	29	62%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 19.

Genero de los/las trabajadores/ras de la Seccional Aguachica



Nota. Fuente: Resultados de encuesta a trabajadores, docentes y administrativos

Análisis e interpretación: el 62% de los encuestados son hombre, pertenecientes al personal docente, y el restante 38% son mujeres, quienes mostraron gran interés en la indagación, recalcando la importancia de las evaluaciones del proceso.

A continuación, se presentan algunos resultados de la encuesta, de las preguntas relacionadas con la comunicación dentro de la universidad.

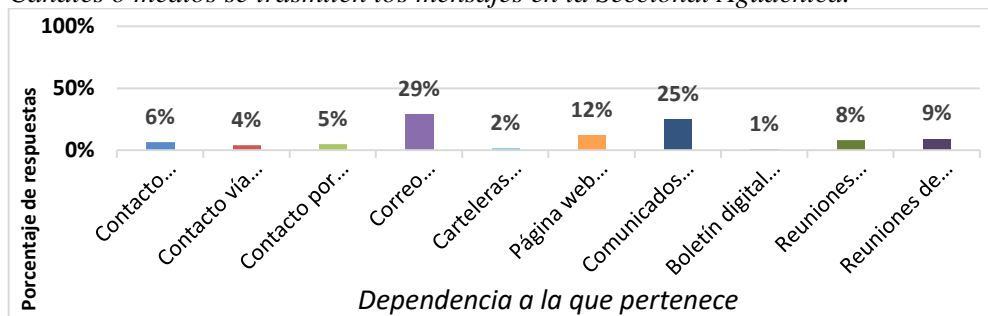
Pregunta 1: Aquí presentamos una variedad de canales o medios a través de los cuáles se transmiten los mensajes dentro del proceso de Comunicación en la UPC Seccional Aguachica.

Tabla 11.
Canales o medios se trasmiten los mensajes en la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Contacto personal.	8	6%
b. Contacto vía telefónica.	5	4%
c. Contacto por escrito (Memorando, car	6	5%
d. Correo electrónico institucional.	38	29%
e. Carteleras internas o murales.	2	2%
f. Página web institucional.	16	12%
g. Comunicados en Redes sociales: What	32	25%
h. Boletín digital informativo.	1	1%
i. Reuniones generales de inducción.	10	8%
j. Reuniones de área.	12	9%
Total	130	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 20.
Canales o medios se trasmiten los mensajes en la Seccional Aguachica.



Nota. Resultados de encuesta

Interpretación: según se observa en la gráfica (véase figura 20) el canal más utilizado y consultados por trabajadores es el correo electrónico institucional (29%), seguido del teléfono, específicamente el uso de redes sociales como WhatsApp y Messenger con un 25%, según los encuestados se utilizan grupos de WhatsApp creados por los líderes de área, 12% visita la página web institucional para mirar información reciente de interés general; todos coinciden que una de las mejores de estar informados es asistir y participar en las reuniones de área.

Pregunta 2. De los siguientes canales o medios. ¿Cuál es el de su preferencia?

Tabla 12.

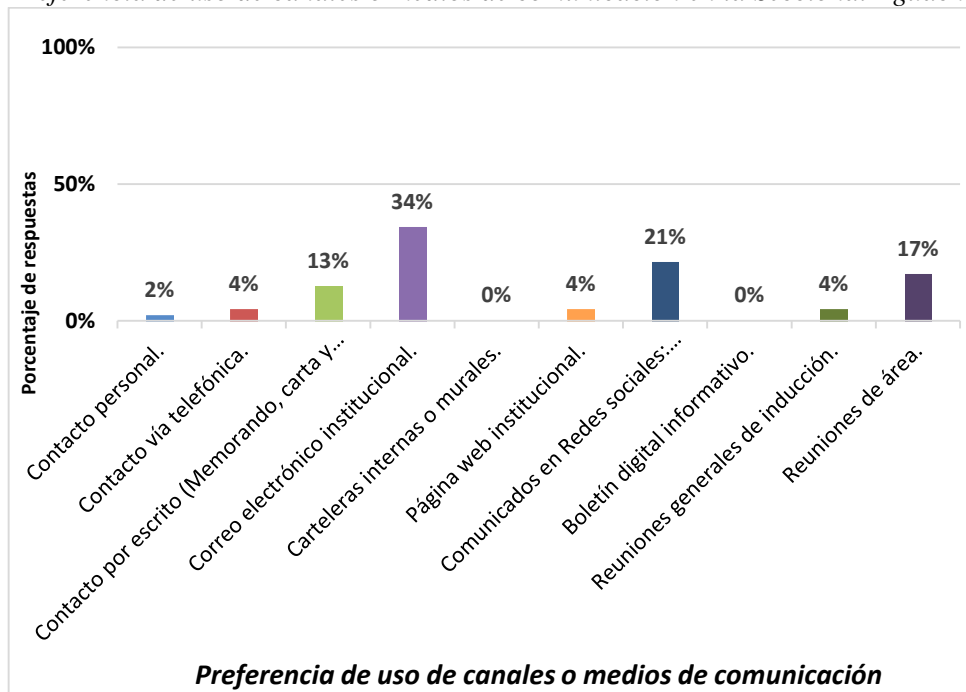
Preferencia de uso de canales o medios en la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Contacto personal.	1	2%
b. Contacto vía telefónica.	2	4%
c. Contacto por escrito (Memorando, carta)	6	13%
d. Correo electrónico institucional.	16	34%
e. Carteleras internas o murales.	0	0%
f. Página web institucional.	2	4%
g. Comunicados en Redes sociales: What	10	21%
h. Boletín digital informativo.	0	0%
i. Reuniones generales de inducción.	2	4%
j. Reuniones de área.	8	17%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 21.

Preferencia de uso de canales o medios de comunicación en la Seccional Aguachica.



Nota. Resultados de encuesta

Interpretación: según las respuestas, el 34% de los encuestados considera el correo electrónico institucional es el mejor canal para que los líderes de área. En tal sentido, El uso de mensajes institucionales brinda la oportunidad de reafirmar el sentido de pertenencia con la Institución y brinda la oportunidad de identificar a los integrantes. (comunicación asincrónica), por otro lado, el 21% prefieren el uso de redes sociales ya que permite una pronta respuesta en la Seccional Aguachica; además el WhatsApp, Messenger y el Instagram permiten comunicación grupal.

Pregunta 3. Del punto anterior, ¿Qué tan útil considera que son los canales o medios de comunicación utilizados por la UPC seccional Aguachica?

Tabla 13.

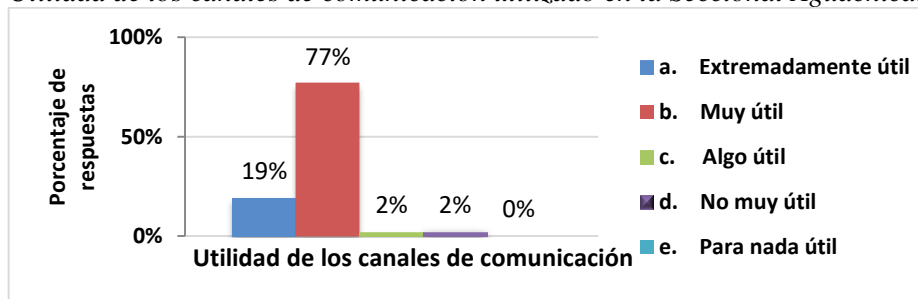
Utilidad de los canales de comunicación utilizado por la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Extremadamente útil	9	19%
b. Muy útil	36	77%
c. Algo útil	1	2%
d. No muy útil	1	2%
e. Para nada útil		0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 22.

Utilidad de los canales de comunicación utilizado en la Seccional Aguachica.



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: como se observa el 77% de los funcionarios piensan que son muy útiles los canales utilizados, especialmente los más preferidos, otro 19% los consideran extremadamente útiles. En tal sentido los trabajadores, docentes y administrativos consideran muy útiles los canales utilizados por los líderes o coordinadores de área.

Pregunta 4. En general, ¿qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a se siente con respecto a la calidad/es de la Comunicación recibida en cada dependencia de la seccional de la UPC Aguachica?

Tabla 14.

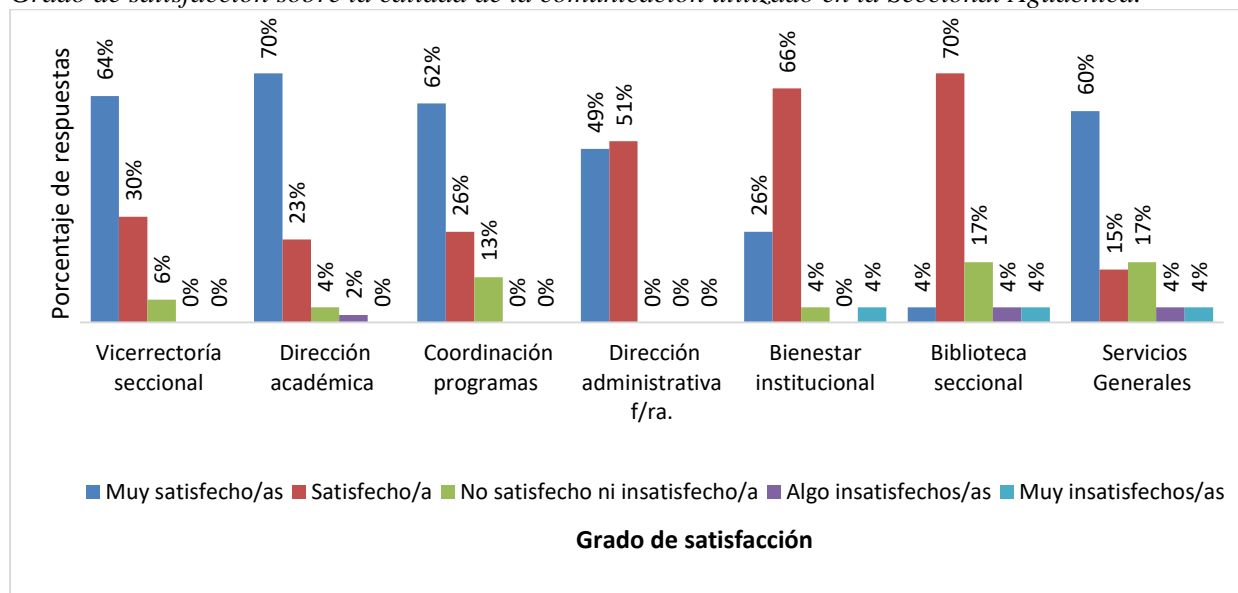
Grado de satisfacción sobre la calidad de la comunicación recibida en cada dependencia

Variable	Muy satisfecho/a		Satisfecho/a		No satisfecho ni insatisfecho/a		Algo insatisfecho		Muy insatisfecho		Total
	Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	Res	%	
a. Vicerrectoría seccional	30	64%	14	30%	3	6%	0	0%	0	0%	100%
b. Dirección académica	33	70%	11	23%	2	4%	1	2%	0	0%	100%
c. Coordinación programas	29	62%	12	26%	6	13%	0	0%	0	0%	100%
d. Dirección administrativa	23	49%	24	51%	0	0%	0	0%	0	0%	100%
e. Bienestar institucional	12	26%	31	66%	2	4%	0	0%	2	4%	100%
f. Biblioteca seccional	2	4%	33	70%	8	17%	2	4%	2	4%	100%
g. Servicios Generales	28	60%	7	15%	8	17%	2	4%	2	4%	100%

Nota. Resultados de encuesta.

Figura 23.

Grado de satisfacción sobre la calidad de la comunicación utilizado en la Seccional Aguachica.



Nota. Resultados de encuesta

Interpretación: observando la figura 23, en general, los encuestados se encuentran muy satisfechos con la calidad de la Comunicación recibida a través de los canales institucionales en cada dependencia de la seccional de la UPC Aguachica. Un promedio del 95% de los encuestados tienen un grado de satisfacción del 70%; solo un 2 al 4% se encuentran insatisfechos, esta situación reafirma las respuestas de las preguntas 2 y 3, convirtiéndose en un elemento importante a la hora de establecer o resignifica la estrategia en los próximos años.

Pregunta 5. Desde el punto de vista como receptor ¿Cómo evalúa su participación en los procesos de comunicación interna de la seccional?

Tabla 15.

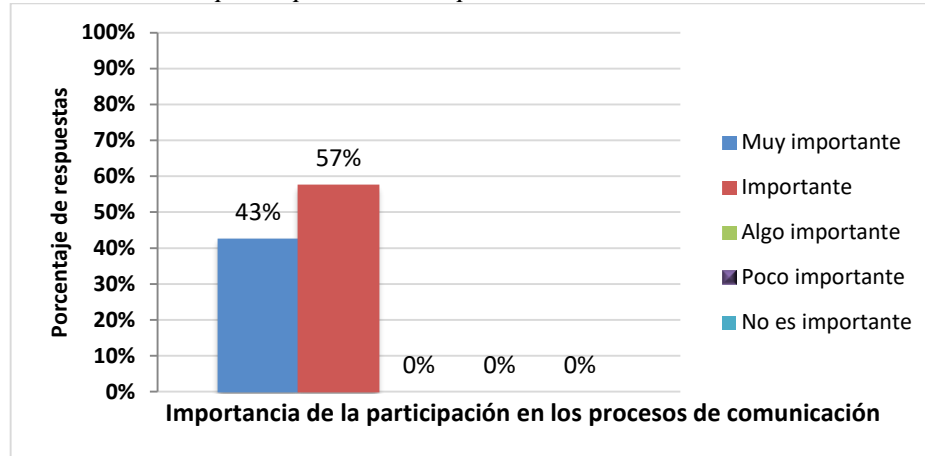
Evaluación de la participación.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Muy importante	20	43%
b. Importante	27	57%
c. Algo importante	0	0%
d. Poco importante	0	0%
e. No es importante	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 24.

Evaluación de la participación en los procesos de comunicación interna



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: De las 47 personas participantes del estudio, aproximadamente el 100% consideran importante o muy importantes los métodos de comunicación llevados por la seccional.

En tal sentido, se puede inferir que una altísima proporción de los trabajadores está identificada con el trabajo de comunicación en la seccional, la mayoría valora el propósito y objetivo de la misma, permitiéndoles identificarse con la política institucional.

Pregunta 6. ¿Cómo evalúa la eficacia de las tecnologías actuales utilizadas para la comunicación interna?

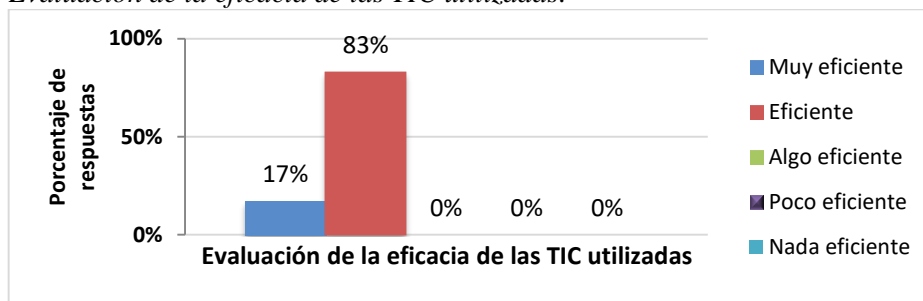
Tabla 16.

Evaluación de la eficacia de las TIC utilizadas en la comunicación interna.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Muy eficiente	8	17%
b. Eficiente	39	83%
c. Algo eficiente	0	0%
d. Poco eficiente	0	0%
e. Nada eficiente	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 25.
Evaluación de la eficacia de las TIC utilizadas.



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: Un 83% de los trabajadores discurren en que la Tecnología utilizada son eficientemente y un 17% muy eficientes, de acuerdo a los resultados de las (tabla 16 y figura 26), los trabajadores, administrativos y docentes necesitan adaptarse a una nueva realidad, que implica el uso de las (Tics), porque en forma general pueden ser contribuir a mejorar en pro de la eficiencia y la agilidad.

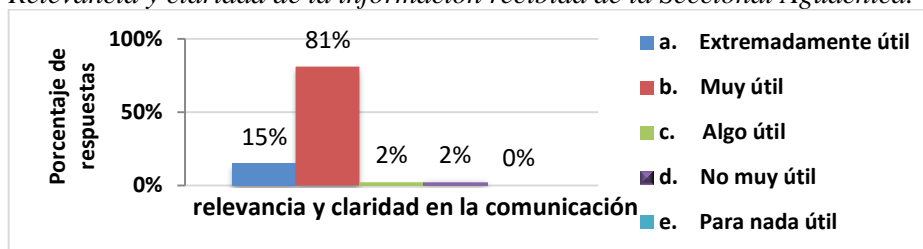
Pregunta 7. ¿Cómo evalúa la relevancia y la claridad de la información que recibe por parte de la seccional de la UPC Aguachica?

Tabla 17.
Relevancia y claridad de la información recibida de la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Extremadamente útil	7	15%
b. Muy útil	38	81%
c. Algo útil	1	2%
d. No muy útil	1	2%
e. Para nada útil	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 26.
Relevancia y claridad de la información recibida de la Seccional Aguachica.



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: Frente al tema de la relevancia y claridad, el 15% consideran extremadamente útil, otro 81% muy útil, solo un 2% no la consideran útil y relevante, según algunos encuestados la relevancia está en la posibilidad para lograr el éxito en las relaciones profesionales y personales de los equipos de trabajo. De igual manera, pueden influir en la búsqueda de interacciones positivas, que exigen claridad al emisor, para así reducir los

malentendidos, los errores, las frustraciones y los conflictos cotidianos, especialmente los chismes o la información voz a voz de pasillos.

Pregunta 8. ¿Qué dificultades, ruidos o barreras en la comunicación interna ha tenido para acceder a la información en la UPC Seccional Aguachica? (Seleccionar todas las que percibe o las que correspondan)

Tabla 18.

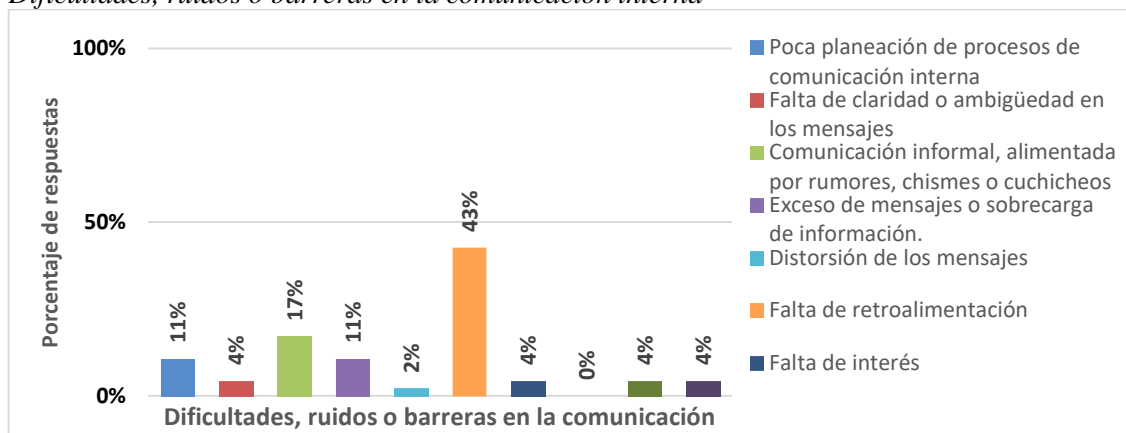
Dificultades, ruidos o barreras en la comunicación interna de la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Poca planeación de procesos de comunicación interna	5	11%
b. Falta de claridad o ambigüedad en los mensajes	2	4%
c. Comunicación informal, alimentada por rumores, chismes o cuchicheos	8	17%
d. Exceso de mensajes o sobrecarga de información.	5	11%
e. Distorsión de los mensajes	1	2%
f. Falta de retroalimentación	20	43%
g. Falta de interés	2	4%
h. Falta de conocimiento	0	0%
i. Problemas técnicos	2	4%
j. Pérdida de información en el paso de una dependencia a otra.	2	4%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 27.

Dificultades, ruidos o barreras en la comunicación interna



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: El 11% de los encuestados opinan de las barreras o ruidos relacionados con la deficiente planeación (barreras administrativas), un 4% aducen la falta de claridad en los mensajes, otro 17% consideran que la comunicación informal alimentada por comentarios y chismes es un factor relevante que causa dificultades o ruidos en el proceso comunicativo organizacional. Es importante destacar que 43% de los encuestados opina que la mayor barrera es la retroalimentación de la información, que lo ideal es que la retroalimentación sea continua, pero en muchas ocasiones se realiza de forma intermitente; los encuestados están conscientes de que

estos ruidos/barreras producen complicaciones que dificultarían la entrada de mensajes más claros en el proceso, ya sea interno o externo. y en algunos casos puede llegar a entorpecer la eficacia de la comunicación dentro de la universidad, haciéndola menos comprensible o distorsionar los mensajes enviados por las dependencias.

Pregunta 9. De acuerdo a los ruidos o barreras anteriormente planteadas ¿Qué tan tanto afectan/ los procesos de comunicación en la seccional Aguachica?

Tabla 19.

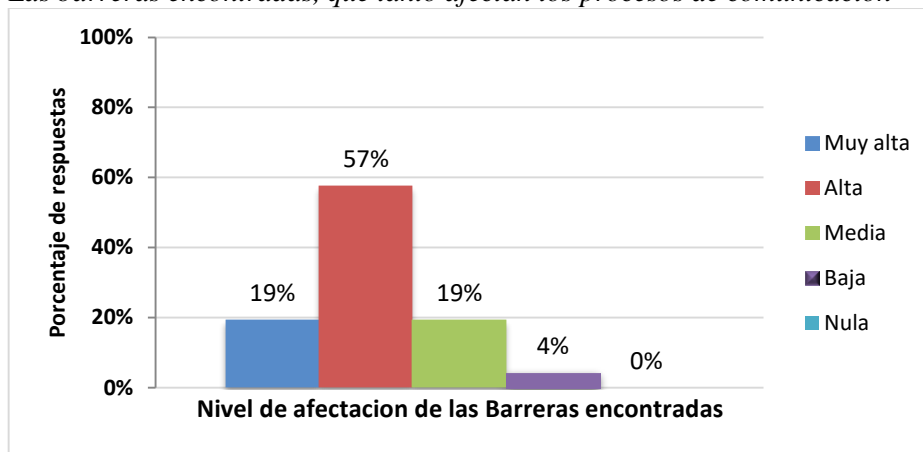
Las barreras que tanto afectan la comunicación.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Muy alta	9	19%
b. Alta	27	57%
c. Media	9	19%
d. Baja	2	4%
e. Nula	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 28.

Las barreras encontradas, que tanto afectan los procesos de comunicación



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: En esta pregunta el 19% consideran que las barreras o los ruidos o barreras afectan significativamente los procesos de comunicación interna en la seccional, otro 57% lo confirma y consideran que barreras como la poca retroalimentación afecta los procesos de gestión estrategia; la retroalimentación se convierte en un elemento importante, ya que consiente al emisor reconocer si el destinatario (receptor) lo comprende en los mismos términos que el emisor, por tanto, valora la eficacia de la misma, y la forma que pueda modificar acciones o tareas que no sea programadas acordes al direccionamiento estratégico.

Pregunta 10. ¿Con que frecuencia considera usted que la seccional Aguachica realiza retroalimentación en los procesos de comunicación?

Tabla 20.

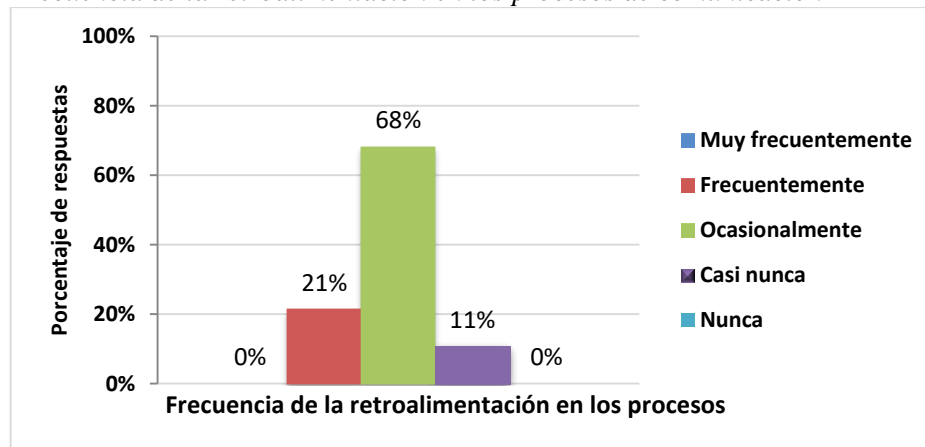
Frecuencia de la retroalimentación en los procesos de comunicación de la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Muy frecuentemente	0	0%
b. Frecuentemente	10	21%
c. Ocasionalmente	32	68%
d. Casi nunca	5	11%
e. Nunca	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 29.

Frecuencia de la retroalimentación en los procesos de comunicación



Nota. Resultados de encuesta

Interpretación: se observa que el 21% de los funcionarios consideran que frecuentemente se hace retroalimentación, y para el 68% de los encuestados se hace en forma ocasional, al interpretar las reacciones de los encuestados se ve la importancia de esta estrategia para mejorar la comunicación organizacional, según lo captado su valor estratégico radica en la posibilidad que tiene el receptor de manifestar ¿cómo está percibiendo y captando el mensaje recibido por cada dependencia o de las directivas?, y la del emisor de ajustar el mensaje de acuerdo con las reacciones del de los trabajadores para facilitar su correcta transmisión; es decir, aquellos analizar los elementos que confunden la transmisión de los mensajes en el interior de una universidad. Estas situaciones ocasionadas por la poca retroalimentación se han venido manifestando en varias reuniones, ya que generan malentendidos o interpretaciones erróneas, ocasionando errores en intención de los comunicados, igualmente la retroalimentación no solo debe ser correctiva, también se debe realizar en forma positiva y asertiva por parte y parte, para que comprenda fácilmente y no surjan roces o tensiones entre las dependencias o entre compañeros.

Pregunta 11. ¿Cómo califica la información recibida de las diferentes dependencias?

Tabla 21.

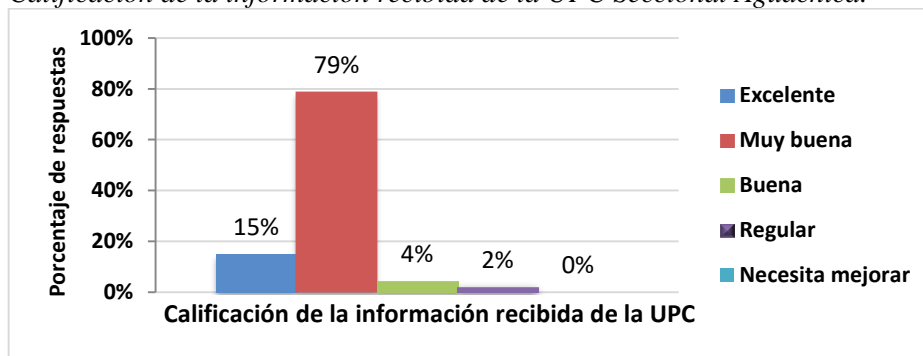
Calificación de la información recibida de la UPC Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Excelente	7	15%
b. Muy buena	37	79%
c. Buena	2	4%
d. Regular	1	2%
e. Necesita mejorar	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 30.

Calificación de la información recibida de la UPC Seccional Aguachica.



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: El 94% de los encuestados califica en forma positiva la información recibida de las diferentes dependencias, al indagar más, se pudo establecer que los líderes y coordinadores son muy claros y precisos a la hora de enviar los mensajes escritos o al hablar sobre ideas, actividades y proyectos. En consecuencia, es fundamental proporcionar todos los detalles necesarios y evitar el uso de información confusa. Para el 6% de los participantes, es necesario que la comunicación sea bidireccional, que fomente el diálogo y la escucha activa, en ocasiones los responsables de algunas dependencias generan climas poco constructivos en sus equipos y es un tema que debe ser examinado.

Pregunta 12. Dentro del área de desempeño ¿Qué utilidades o importancia tiene la comunicación interna?

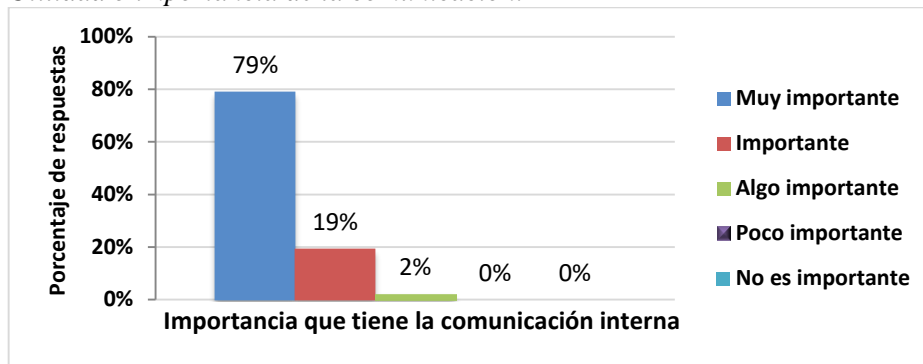
Tabla 22.

Utilidad o importancia que tiene la comunicación interna en la Seccional Aguachica.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Muy importante	37	79%
b. Importante	9	19%
c. Algo importante	1	2%
d. Poco importante	0	0%
e. No es importante	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 31.
Utilidad o importancia de la comunicación.



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: la pregunta se considera bastante interesante, ya que el 79% de los equipos de trabajo consideran muy importante y un 19% importante los procesos de comunicación interna, el otro 2% lo consideran algo importante; en tal sentido, es evidente que todos tienen claro la calidad y utilidad que tiene la comunicación en la construcción de relaciones de cordialidad y empatía, que se verán manifestadas en el ejercicio de su trabajo.

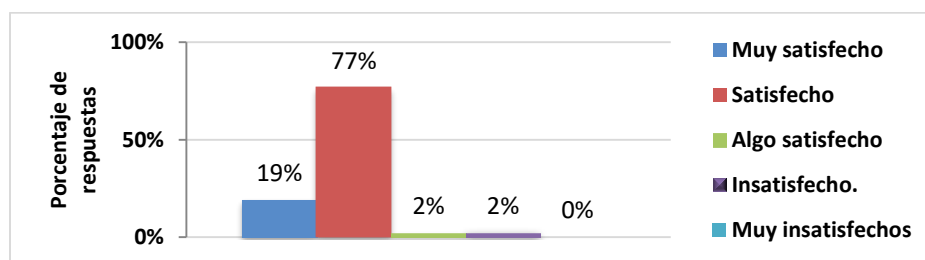
Pregunta 13. ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene usted frente a la comunicación de la UPC Seccional Aguachica?

Tabla 23.
Grado de satisfacción.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Muy satisfecho	9	19%
b. Satisfecho	36	77%
c. Algo satisfecho	1	2%
d. Insatisfecho.	1	2%
e. Muy insatisfechos	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 32.
Grado de satisfacción.



Nota. Resultados de la encuesta

Interpretación: como se observa en la gráfica anterior (figura 32) el 19% de funcionarios reconocen un grado alto de satisfacción en métodos comunicacionales empleados en la UPC Seccional Aguachica, y sucesivamente el 77% de los trabajadores reconocen estar muy satisfechos con la comunicación interna, aunque 4% sostienen que se podría mejorar si se elimina las barreras o ruidos mencionados anteriormente.

Pregunta 14. En qué nivel de pertinencia considera los planes o estrategias de comunicarse en UPC Seccional Aguachica.

Tabla 24.

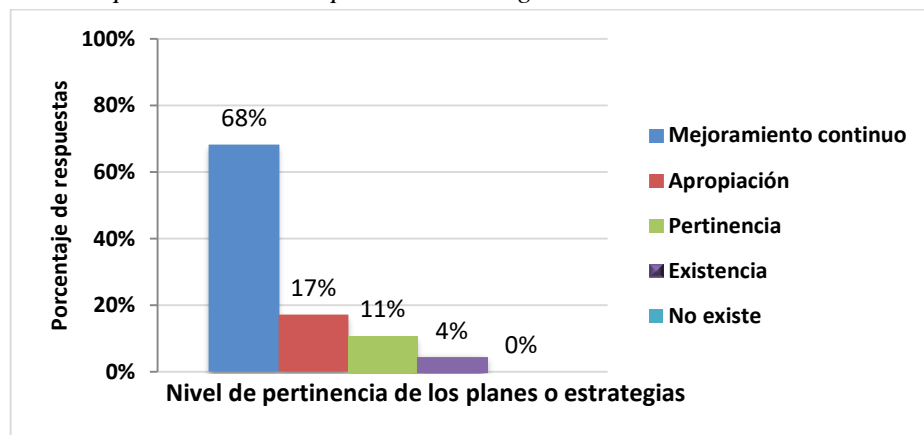
Nivel de pertinencia de los planes o estrategias de comunicación interna.

Variable	Resultado	Porcentaje
a. Mejoramiento continuo	32	68%
b. Apropiación	8	17%
c. Pertinencia	5	11%
d. Existencia	2	4%
e. No existe	0	0%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

Figura 33.

Nivel de pertinencia de los planes o estrategias de comunicación interna.



Nota. Resultados de encuesta

Interpretación: El 68% de los funcionarios consideran un alto Nivel de pertinencia de los procedimientos de comunicación son buenos y pertinentes; pero podrían mejorar si todos hablaran el mismo idioma, para conservar una buena comunicación para lograr objetivos puntuales, y lograr expresar o transmitir mensajes, y enviar mensajes claros dentro de cada dependencia o colaboradores de trabajo.

Pregunta 15. ¿Qué recomendaciones sugiere para mejorar la comunicación interna y externa de la UPC Seccional Aguachica?

Tabla 25.

Recomendaciones para mejorar la comunicación interna y externa

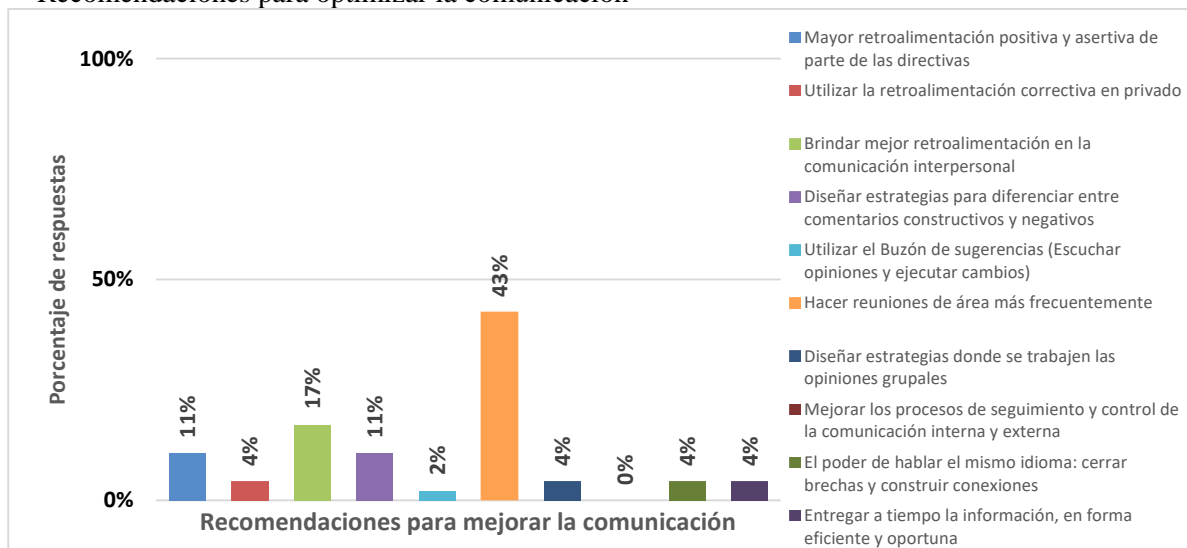
Variable	Resultado	Porcentaje
a. Mayor retroalimentación positiva y asertiva de parte de las directivas	5	11%
b. Utilizar la retroalimentación correctiva en privado	2	4%
c. Brindar mejor retroalimentación en la comunicación interpersonal	8	17%
d. Diseñar estrategias para diferenciar entre comentarios constructivos y r	5	11%
e. Utilizar el Buzón de sugerencias (Escuchar opiniones y ejecutar cambios	1	2%
f. Hacer reuniones de área más frecuentemente	20	43%
g. Diseñar estrategias donde se trabajen las opiniones grupales	2	4%
h. Mejorar los procesos de seguimiento y control de la comunicación inter	0	0%
i. El poder de hablar el mismo idioma: cerrar brechas y construir conexior	2	4%
j. Entregar a tiempo la información, en forma eficiente y oportuna	2	4%
Total	47	100%

Nota. Resultados de encuesta

**Esta pregunta surge de las observaciones de una prueba piloto de la encuesta a 10 participantes, donde dieron sus opiniones respecto a varios temas y las posibles recomendaciones de receptores y emisores.*

Figura 34.

Recomendaciones para optimizar la comunicación



Nota. Resultados de encuesta

Análisis e interpretación: El tema de las recomendaciones permite definir un importante capítulo en la investigación, como se refleja en la encuesta, el 11% de los trabajadores, administrativos y docentes sugieren que se dé una mayor retroalimentación positiva y asertiva de parte de las directivas, seguida con 17% de brindar mejor retroalimentación en la comunicación interpersonal,

igualmente el 11% sugieren diseñar estrategias para diferenciar entre comentarios constructivos y negativos, un 2% la utilización de un buzón de sugerencias (para analizar la opinión de los trabajadores en la búsqueda de cambios para mejorar), y el 43% sugiere hacer reuniones generales con mayor frecuencia, asimismo el 4% sugiere diseñar estrategias donde se trabajen las opiniones grupales y el 4% recomienda que todos hablen el mismo para cerrar brechas y construir conexiones

4.4. Conclusiones de la encuesta

Dentro del proceso de investigación se encuestaron y entrevistaron a 47 personas, que conforman el 20% del grupo de colaboradores de las diferentes dependencias de la Seccional Aguachica, constituida por administrativos, docentes y colaboradores, para un total de un total de a 47 trabajadores, docentes y administrativos de la seccional Aguachica, permitiendo que investigación sea objetiva, y por ende poder determinar la realidad presente de los procesos comunicacionales en la universidad, y sus incidencias en la gestión directiva universitaria. Este análisis estudia la relación a las variables, especialmente lo relacionado con los objetivos de estudio y la problemática planteada así:

- Se realiza un estudio analítico de los resultados en las encuestas aplicadas
- Los datos recopilados en este trabajo sirvieron para caracterizar las barreras o ruidos en la comunicación interna. Asimismo, se describe los patrones (frecuencia, satisfacción, inconformidades y la calidad) de la comunicación universitaria interna.
- Se analiza el inadecuado manejo comunicacional al interior de la universidad y su correspondencia con los planes de mejoramiento.
- Los instrumentos utilizados en la investigación fueron: encuesta estructura con preguntas tipo Likert al personal administrativo, docente y colaboradores; a los directivos se les realizó una entrevista, mediante un instrumento (cuestionario estructurado) para cada el área de gestión, además de los resultados de la entrevista a las áreas de coordinación y vicerrectoría.
- Se compilaron los datos de forma organizada y por escalas, los datos son presentados a través de grafica (figuras).

Los resultados permitieron describir los siguientes hallazgos en la encuesta

4.5. Análisis de la entrevista a directivos y líderes de área

Dentro del proceso investigativo se realizaron entrevistas estructuradas a cuatro coordinadores de programa y líderes de las dependencias; en el presente procedimiento se llevó a cabo una evaluación de los niveles de evolución de la comunicación., según algunos componentes establecidos dentro de la investigación del área de gestión estratégica, teniendo en cuenta la opinión sobre relevancia o interés para desarrollar estrategias de comunicación así.

1. **Existencia (0-2):** hay un desarrollo inicial, indebido o desarreglado en los procesos de comunicación, y las operaciones se producen de manera desarticulada.
2. **Pertinencia (2.1-3):** Preexisten unos elementos de planeación y articulación de estrategias de comunicación, con pequeñas gestiones que dan un incipiente cumplimiento a los propósitos planteados.
3. **Apropiación (3.1.-4):** Presenta acciones articuladas dentro del plan o estrategias de comunicación institucional y además, son distinguidas por la comunidad.
4. **Mejoramiento continuo (4.1-5):** la mayor parte de los procesos de comunicación estratégica están afianzados y son valorados habitualmente para robustecerlos.

De la información recolectada se pudo conectar varios puntos afines dentro del proceso comunicacional de la universidad así:

- Los canales de comunicación más aceptados y manejados por las diferentes dependencias, tanto como por emisores y receptores son el correo institucional y las redes sociales. Igualmente, los trabajadores consultan regularmente la *página web institucional* para mantenerse informados.
- Los encuestados (trabajadores, administrativos y docentes) quienes actúan como receptores de la información transmitida por las dependencias ven con satisfacción los canales y la eficacia de la indagación recibida por las dependencias.
- Todos los involucrados en la técnica comunicacional empleada por la universidad, convergen en que se debe dar más accionar a la retroalimentación efectiva, como una herramienta para mejorar tus habilidades de comunicación.
- Por otro lado, solicitan una revisión de las estrategias para fomentar la correcta utilización de la comunicación a través de (plataformas virtuales y redes sociales) correo institucional (corporativo).

- Frente a barreras o ruidos en la comunicación en algunas dependencias, ocasionadas por comentarios de pasillo o mensajes no autorizados, se establezcan a través de bienestar universitarios estrategias para solucionar los conflictos internos entre las dependencias, especialmente las discrepancias entre el personal o compañeros de trabajo, que revistan con mucha periodicidad, se ha convertido en algo cotidiano. Para lo cual pueden ejecutar eventos lúdicos/recreativos y se afiancen los lazos de compañerismo en los equipos de trabajo
 - Otra de las recomendaciones planteadas está relacionada con la carencia de manuales de comunicación, y no se han socializado las estrategias de comunicación dentro de la seccional, aunque existen numerosos programas de información veraz actualizados y objetivos, pero no se dispone de un plan estratégico enfocado específicamente en el control de los métodos de comunicación interna que se convierta en una política institucional.
 - Por otro lado, el equipo de calidad, debe analizar la relación entre el estado actual del manejo de la información institucional, con el fin de detectar tendencias e implicaciones posibles en el ejercicio actual de la institución, para poder buscar nuevas y mejoradas estrategias de comunicación.
-

Tabla 26.

Análisis de los resultados de la entrevista

Objetivo		Variables/Categoría			Indicador	
<p>Objetivo 3. Analizar la relación entre el estado actual de los procesos de comunicación organizacional de información, con el fin de detectar tendencias e implicaciones posibles en el ejercicio actual de la institución.</p>		<p>Relevancia/o e interés para el desarrollar estrategias de comunicación. (Cuantitativa nominal), las observaciones u opiniones los entrevistados se identifica como: Entrevistado = E</p>			<p>Recopilar información, que permita determinar las percepciones (evaluación), sentimientos y formas de pensar (importancia-relevancia)de los directivos (vicerrector), y jefes de departamento o coordinadores, acerca del estado presente de comunicación institucional.</p>	
Preguntas/ Observaciones	E1. Observaciones	E2. Observaciones	E3. Observaciones	E4. Observaciones	Interpretación	
<p>P. 1. ¿Cómo evalúa la comunicación en la UPC seccional Aguachica? Califique en una escala de 1 a 5, donde: 1= Necesita mejorar, 2= Regular, 3= Bueno, 4= Muy bueno, 5= Excelente.</p>	<p>A través de reuniones regulares, se informa al personal sobre lo que se está haciendo y lo que quieren alcanzar. Se considera un punto de inflexión dentro de la denominada mejora continua</p>	<p>En las reuniones donde se analiza el PML, cada dependencia realiza su autoevaluación, se analiza la pertinencia e importancia de los procesos en el año, revisando metas, se requiere de algunos cambios significativos</p>	<p>Se analizan los procesos de comunicación según la importancia de cada uno, a través del (PMI). Este año se trabajaron los procesos de gestión directiva y se tienen que hacer algunos ajustes.</p>	<p>Al finalizar el año, cada departamento avalúa la pertinencia de los procesos clave, en ocasiones, se agrupan en un procedimiento para facilitar su valoración. Este año se habló mucho de la falta de retroalimentación en todos los proceso de comunicación interna</p>	<p>Todos los años se evalúan los procesos claves de comunicación dentro de la seccional a cargo de la vicerrectoría académica, quien los analiza en reunión general a través de la autoevaluación dentro de las actividades del plan de mejoramiento (PMI), en la evaluación se evidenciaron muchas situaciones para mejorar la retroalimentación.</p>	
P.1. Calificación:	E1.= 4	E2.= 4	E3.= 5	E4.=3	Total P1: 16/4= 4	
<p>P.2. Como sujeto emisor de comunicación ¿Considera importante los procesos de comunicación en la UPC seccional Aguachica?</p>	<p>A partir de esto se determinan metas y objetivos. Asimismo, la comunicación es el elemento fundamental para optimizar los métodos de servicio del capacidad RRHH</p>	<p>Los procedimientos de comunicación son sumamente relevantes. dentro de la gestión estratégica, faltan algunos ajustes y revisar el tema de “el manual de comunicaciones”</p>	<p>La universidad estable los criterios a calificar; cada dependencia Se encarga de realizar una evaluación meticulosa de su área de gestión específica.</p>	<p>Se evalúan cada uno de los procesos de comunicación de la gestión estrategia, pero falta una escala progresiva</p>	<p>Se valoran los procesos y componentes, pero no hay una escala progresiva que sea suficiente para asegurarse de que se tenga información favorable en la seccional.</p>	
P.3. Calificación:	E1.= 4	E2.= 3	E3.= 4	E4.= 3	Total P2: 14/4= 3.5	
<p>P. 3. ¿Qué tan buenos son los medios o canales de comunicación determinados en la UPC seccional Aguachica?</p>	<p>Los más utilizados sin el correo institucional y los mensajes de WhatsApp, aunque son buenos por la rapidez, pero algunos trabajadores no hacen retroalimentación de los mismos.</p>	<p>El más usado es el correo institucional (forma asincrónica), mucha información se ve reflejada en la página web y otra se trasmite en los grupos de WhatsApp establecidos.</p>	<p>La información más pertinente se comparte en las reuniones de área, por la retroalimentación y el compartir u opiniones de los trabajadores (sincrónica), en general se usa el correo institucional.</p>	<p>El correo institucional, los mensajes de texto y los WhatsApp</p>	<p>Los correos instruccionales son un servicio seguro y sin anuncios. Asimismo, brinda la posibilidad de compartir archivos y tareas con el fin de colaborar en proyectos de manera sencilla.</p>	

P.3. Calificación:	E1.= 5	E2.= 3	E3.= 4	E4.= 3	Total P2: 14/4= 3.5
Pregunta 4. ¿Cuál considera que es canal de comunicación interna más efectivos dentro de la UPC seccional Aguachica?	El correo, pero a veces se cometen errores como: se envían muy tarde o en días no laborales, por otro lado algunos se quejan de que no son muy claros	El correo electrónico, el problema es la retroalimentación. Cuando se hacen a tiempo, los escritos son más efectivos, ya que se notifica a los trabajadores y se recoge evidencia de que si los recibieron	El mejor es el correo electrónico, aunque los mensajes de texto de WhatsApp son más rápidos, los escritos son importantes y efectivos por que se registra la entrega.	El correo electrónico hasta el momento es el canal más efectivo, especialmente cuando se entrega los mensajes a tiempo, además permite acompañarlo de material complementario.	El “correo electrónico institucional” es una importante ayuda en la comunicación de la seccional, su buen uso permitiría a los usuario agendar mejor su programación de las actividades, separando las actividades académicas.
P.4. Calificación:	E1.= 5	E2.=5	E3.= 5	E4.= 5	Total P1: 20/4= 5
P. 5. ¿Los contenidos de las comunicaciones hacia el interior y el exterior de la seccional Aguachica, son revisados y autorizado por alguien?	Cada dependencia tiene una persona encargada, en algunos casos los coordinadores o lideres encargados de transmitirlos.	El líder de cada área revisa los mensajes y los socializa con su equipo de trabajo, según la relevancia o importancia de los mismos	No se cuenta con una persona que especializado en filtrar la información, cada uno de los líderes de área revisa o delega en su momento un funcionario	En cada departamento se encuentra un responsable, y los comunicados son fruto de reuniones administrativas.	Los contenidos de las comunicaciones hacia el interior y el exterior de la seccional, deberían ser revisados por una persona autorizada, que maneje todos los formatos de comunicación, además de algunas destrezas para la redacción, que haya tenido experiencia trabajando en medios institucionales.
P.3. Calificación:	E1.= 4	E2.=5	E3.= 3	E4.= 4	Total P1: 16/4= 4
Pregunta 6. ¿Cómo califica la retroalimentación de los mensajes enviados a través de los medios oficiales	La retroalimentación es muy poca, muchos docentes, administrativos y trabajadores no responden o confirman los mensajes por ningún medio	Muy regular, inclusive en las reuniones de área, no se da retroalimentación positiva o correctiva, muchos docentes prefieren no escuchar.	Falta mejorar mucho en los aspectos de la retroalimentación, asumir con mayor responsabilidad la información enviada o recibida por los funcionarios en sus respectivas dependencias.	Es significativo subrayar, que la retroalimentación se enfoca exclusivamente en las destrezas primordiales que son ineludibles. para cada dependencia y no generalizarlas.	Es importante hacer un trabajo articulado entre todas las dependencia para mejorar la retroalimentación propositiva, que haga énfasis en los aspectos a mejorar de los equipos de trabajo.
P.3. Calificación:	E1.= 4	E2.=3	E3.= 3	E4.= 3	Total P1: 13/4= 3.25
8.- ¿Considera que actualmente maneja comunicación estratégica en la seccional Aguachica?	Se siguen las indicaciones de las directivas, pero quedan muchos aspectos por mejorar, especialmente en la utilización de medios autorizados e institucionales.	Dado que es un medio de comunicación intensiva, se mantiene la habilidad de información renovada e imparcial, pero no se dispone de un plan encaminado al interior de la seccional.	En las reuniones de área siempre se quejan de los temas de retroalimentación, mucha información compartida, que no entregan a tiempo la información e inexactitud de las estrategias.	Se considera como la implementación de un procedimiento trascendental de comunicación para que optimice la comunicación.	Hacer una valoración de las tareas determinadas en cada dependencia, con el fin de explicar su desempeño laboral y avalar la mejora continua, estableciendo mejores pautas y estrategias de comunicación efectiva en la seccional.
P.3. Calificación:	E1.= 4	E2.=5	E3.= 3	E4.= 4	Total P1: 13/4= 4

5. Discusión y Conclusiones

La investigación obtuvo resultados positivos relacionados en la caracterización y análisis de patrones comunicacionales en la universidad, a partir de un diagnóstico del contexto se obtuvo valiosa información para el desarrollo de estrategias y políticas comunicacionales en sede de Aguachica.

- El estudio de patrones de información permitió identificar y caracterizar comunicacionalmente la universidad, evidenciando algunas falencias o barreras en los patrones información, las deducciones obtenidas demostraron la poca retroalimentación de los procesos de comunicación y ruidos generados por la inexactitud o ambigüedad en los envíos, especialmente deficiencias en la planeación de procesos de comunicación interna.
- Los resultados, describen la dinámica en la comunicación, mostrando las formas de distribución de información organizacional
- Para trabajadores y docentes de la seccional es importante que la universidad los mantenga bien informados y a tiempo; sin embargo, el nivel de complacencia en la información admitida por la universidad es alto y lo califican de muy buena calidad.
- Por otro lado, los encuestados valoran más las comunicaciones y mensajes recibidos por el correo institucional, considerándolos muy importantes, ya que los mensajes recibidos a través de aplicaciones de mensajería en línea o mensajería instantánea como: WhatsApp y Messenger para teléfonos inteligentes son uno de los medios más rápidos para recibir y enviar información oportuna.
- Igualmente, los trabajadores consideran que a través de la página web universitaria se informan de muchas situaciones y actividades programas por la universidad, por eso muchos coinciden con el nivel de satisfacción que sienten sobre este canal empleado por la universidad es muy satisfactorio, liderando el correo institucional o los sitios web.
- En conclusión, se aconseja profundizar en las necesidades de información y la percepción de los estudiantes de la seccional, con el propósito de evaluar la percepción y recepción de la información de los estudiantes, a través de la evaluación de los canales de comunicación internos o externos.

Referencias

- Ackerman, S. E., y Com, S. L. (2013). Metodología de la investigación.
- Adygüzel, S. C., & Küçükoğlu, İ. (2020). The Effects of Organizational Communication and Participative Leadership on Organizational Commitment and Job Satisfaction in Organisations. *Business & Management Studies: An International Journal*, Vol. 8 No. 4 , pp. 829–856.
- Agraz, G. P. (1998). Perfil y expectativas del asociado real y potencial de la Asociación Mexicana de Comunicadores Organizacionales (AMCO). En M. A. Rebeil, y C. RuízSandoval, El poder de la comunicación en las organizaciones(págs. 125-. *Revista Plaza y Valdés*, págs. 125-155.
- Aguilera, J. (2018). *Gerencia integral de comunicaciones II – 1ra edición*. Colombia: Ecoe Ediciones, E-libro.
- Alonso, M. M., & Saladrigas, H. (2006). *Teoría de la Comunicación: Una introducción a su estudio* . La Habana, Cuba: Editorial Pablo de la Torriente Brau .
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica*. [Oleiros (La Coruña)], España: Editorial: Netbiblo.
- Arbesú García, M. I. y Menéndez Varela, J. L. (Coords.). (2018). *Métodos cualitativos de investigación*.
- Arias, F. G. (2016). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la metodología científica* (Vol. séptima edición). Caracas - República Bolivariana de Venezuela: Editorial Episteme C.A. Recuperado el 8 de septiembre de 2023, de <https://es.slideshare.net/SheilaGalindez1/el-proyectedeinvestigacionfidiasarias7maedic2016pdf-compress>
- Arru, C. (2008). *Gestión de la comunicación en las organizaciones*. México: Grupo Editorial: Grupo Editorial.
- (2014). La Comunicación interna y oportunidades de mejora. *Comunix. Comunicación desde adentro*. *Revista Academia*, págs. 1-3. Recuperado el 12 de septiembre de 2023, de https://www.academia.edu/6909264/Comunicaci%C3%B3n_Interna_y_oportunidades_de_mej

- Baena Paz, G. M. E. (2014). Metodología de la investigación. Grupo Editorial Patria. Recuperado el 7 de diciembre de 2023: <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/40362>
- Ballesteros Velázquez, B. (2015). Taller de investigación cualitativa. UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia. <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/48783>
- Baptista, L. P. (1991. 2002). Las organizaciones y su ambiente. En C. Fernández Collado (Coordinación), La comunicación en las organizaciones (pp. 275-292). . México.: Editorial Trillas.
- Barbero, M. (1997). De los medios a las culturas. . Bogotá: Tercer Mundo.
- Barragán-León, A. N. (2019). Cartografía social: lenguaje creativo para la investigación cualitativa. Sociedad y economía, (36), 139-159.
- Barroso, C. C., & Pérez, C. E. (2023). La importancia de la comunicación productiva en las organizaciones. Correspondencias & Análisis, (17), 71-90. doi: <https://doi.org/10.24265/cian.2023.n17.03>
- Berlo, D. (1960). The process of communication: an introduction to theory and practice, Holt, Reinhart and Winston,. New York.
- . (1974). El proceso de comunicación: una introducción a la teoría y a la práctica. Nueva York: Holt, Rinehart y Winston.
- Bernal, C. (2016). Metodología de la investigación (4a. ed.). Pearson Educación.
- Bertoli, D. (2016). Comunicación y cultura organizacional. Madrid: Edi. ESIC.
- Bland Michel y Jackson Pete (1992) Comunicación Interna Eficiente, Ediciones Legis, Colombia. Versión digital.
- Borda Pérez, M. (2014). Métodos cuantitativos: herramientas para la investigación en salud (4a. ed.). Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/128958>
- Brandolini, A., González Frigoli, M., & Hopkins, N. (2009). Comunicación interna. Capriotti, P. (1998). La comunicación Interna. Reporte C&D - Capacitación y Desarrollo. 5-7. Colección Bosch Comunicación. España.
- Caldera, S. J., & F., A. Z. (2004). La fórmula de comunicación de Lasswell como método para implementar bases de datos documentales en los medios audiovisuales. Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, bibliotecología E información, 18(37). . Recuperado el 10 de enero de 2024, de <https://doi.org/10.22201/iibi.0187358xp.2004.37.4048>
-

- Canclini, N. (1992). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Editorial Suramérica.
- Castillo García, J. C. (2013). *Barreras de la Comunicación que Afectan el Telemarketing Gestionado por un Call Center en Guatemala dirigido a público Extranjero*. Guatemala.: Universidad de San Carlos de Guatemala. Recuperado el 4 de enero de 2024, de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/16/16_1191.pdf
- Castro, N. L., Miguel, Á. C. N., & Morales, N. J. (2015). *Metodología de las ciencias sociales: Una introducción crítica* (3a. ed.).
- Cerrón Rojas, W. (2019). La investigación cualitativa en educación. *Horizonte de la Ciencia*, 9(17), 1-8.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing Grounded Theory. A Practical Guide through Qualitative Analysis*. Londres: Ed. Sage.
- Cohen, N., & Gómez Rojas, G. (2019). *Metodología de la investigación, ¿para qué?* Teseo.
- Consoli, A., Flores, I., Sharma, H., Sheltzer, J., Gallegos, M., & Pérez-Acosta, A. (2021). *Psychology in Latin America: A Qualitative Study of Commonalities and Singularities*. *Revista Interamericana de Psicología*, 55(3), 1–28. Recuperado el 7 de diciembre de 2023: <https://doi.org/10.30849/ripij.v55i3.1627>
- Contreras Cuentas, M. M., Páramo Morales, D., & Rojano Alvarado, Y. N. (2019). La teoría fundamentada como metodología de construcción teórica. *Pensamiento & Gestión*, (47), 283-306.
- Contreras, D. O., & Garibay, R. N. (2020). *Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina*. (M. Universidad Autónoma de Zacatecas, Ed.) *Revista Scielo, Inmediaciones de la Comunicación*, vol.15 No.2 Montevideo, pág. 2. doi: <https://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3018>
- Costa, J. (1999). *La comunicación en acción, Informe sobre la cultura de la gestión*. Barcelona, España: Editorial Paidós (Papeles de Comunicación).
- Dalziel, D. H. (1984). (Versión en inglés) *Communication and Social Order -Comunicación y orden social*. EEUU.: Publisher: Taylor & Francis Inc.
- De Gasperin, R. (2005). *Barreras en la comunicación y en las relaciones humanas, . Comunicación y relaciones humanas.*, págs. 95-135. Recuperado el 2 de enero de 2024, de
-

<https://www.uv.mx/personal/rdegasperin/files/2011/07/Antologia.Comunicacion-Unidad3.pdf>

- De González Alonso, C. (2008). Principios Básicos De Comunicación, Vol. 3. . Mexico: Editorial Trillas.
- Ehrhart, M. G., Schneider, B., & Macey, W. H. (2014). Organizational Climate and Culture: An Introduction to Theory, Research, and Practice. Routledge.
- Englander, M. (2016). The phenomenological method in qualitative psychology and psychiatry. International journal of qualitative studies on health and well-being, 11(1), 1-11. Recuperado el 7 de diciembre de 2023: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.3402/qhw.v11.30682?needAccess=true&role=button>
- Espinoza, R., & Marín, G. F. (2019). Redes de investigación transdisciplinar tecnocientífico en contextos reticulares (versión en ingles) Networks of transdisciplinary technoscientific research in reticular contexts. (U. d. Zulia, Ed.) Revista Utopía y Praxis Latinoamericana(n° 87 (octubre-diciembre)), pág.173-193. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/5500>
- Fabbri, P. (2000). El giro semiótico. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Fajardo, V. G., & Nivia, F. A. (2016). Relaciones públicas y comunicación organizacional : ejes de la comunicación: guía de conceptos y saberes. Bogotá: Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano. Recuperado el 12 de septiembre de 2023, de https://www.utadeo.edu.co/sites/tadeo/files/node/publication/field_attached_file/pdf_rela_c_publ_y_com_completo_04-27-16_copia.pdf
- Fassio, A. N. (2018). Reflexiones acerca de la metodología cualitativa para el estudio de las organizaciones. Ciencias administrativas, (12), 73-84.
- Fernández Collado, C. (1991, 2001). Organización, información y comunicación. En C. Fernández Collado (Coordinación), La comunicación en las organizaciones (pp. 11-28). . Edi. Trillas: México.
- (2009). La comunicación en las organizaciones. México: Trillas. Pp. 11-15: Edi. Trillas.
- Ferrer, E. (1994: p. 25). El lenguaje de la publicidad. México: Fondo de Cultura Económica, México.
-

- García Méndez, M. & Rivera Aragón, S. (2012). Aplicación de la estadística a la psicología. Editorial Miguel Ángel Porrúa.
- García, J. J. (2013). La comunicación Interna. España: Editorial: Diaz de Santos.
- Gedisa Océano. Losada Díaz, José Carlos. (2004). Gestión de la comunicación en las organizaciones. (Coord.) Ariel Comunicación. Barcelona España. Lucas Marín, A. (1997) La Comunicación en las empresas y en las organizaciones. Barcelona:
- Gómez, M. R., & Farias, P. (2016). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Education in the Knowledge Society*, vol. 17 (núm. 2), pp. 21-38. Recuperado el 5 de noviembre de 2023, de <https://www.revistacomunicar.com/pdf/preprint/38/14-PRE-13426.pdf>
- Habermas, J. (1987). Teoría de la acción comunicativa. Madrid.: Edi. Taurus.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: las rutas: cuantitativa ,cualitativa y mixta. México: : Mc Graw Hill- educación,.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación (6a. ed. --.). México: McGraw-Hill.
- Hernán-García, M., Lineros-González, C., & Ruiz-Azarola, A. (2022). Cómo adaptar una investigación cualitativa a contextos de confinamiento. *Gaceta sanitaria*, 35, 298-301.
- Homs Kiroga,(1990), La comunicación en la empresa, Grupo Editorial Iberoamérica, México.
- Jan, S., & Malikhao, P. (2007). Comunicación Participativa: ¿El nuevo paradigma? *Redes.com* n° 4, págs. 1-18. Recuperado el 3 de Enero de 2024, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3671275>
- Jorge Aguilera. Gerencia Integral de Comunicaciones Claves Para Estructurar los Nuevos Departamentos de comunicación. Editorial Ecoe Ediciones. 2008
- Judd, C. (1908). The relation of special training and general intelligence. *Educational Review*, 36, 42-48.
- Kiss De Alejandro, D., & Castro, R. E. (2005). La comunicación en la institución universitaria. (U. d. Manizales, Ed.) *Revista Escribanía*(número 14), pp 47-56. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de <https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/article/download/3021/3787/16384>
-

- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administracion una Perspectiva Global* (Edición n° 14 ed.). México D.F.: Editorial: Mcgraw-Hill. Recuperado el 15 de septiembre de 2023, de [https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion una perspectiva global y empresarial Koontz.pdf](https://frh.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/22766/mod_resource/content/1/Administracion_una_perspectiva_global_y_empresarial_Koontz.pdf)
- Lasswell, H. D. (1968). *Análisis comparativo de indicadores sociales y políticos y otros*. Madrid: FOESA-Euramérica.
- León, O. & Montero, I. (2015). *Métodos de investigación en psicología y educación: las tradiciones cuantitativa y cualitativa* (4a. ed.). McGraw-Hill España. Recuperado el 19 de noviembre de 2023: <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/130293>
- Levratto, V., Suminas, A., Schilhab, T., & Esbensen, G. (2021). Smartphones: Reading Habits and Overuse. A Qualitative Study in Denmark, Lithuania and Spain. *Educacion XX1*, 24(2), 167–187. Recuperado el 12 de diciembre de 2023: <https://doi.org/10.5944/educXX1.28321>
- Likert, R. (1932). Una técnica para la medición de la actitud. . *Archivos de Psicología*.
- López, A., Parada, A., & Simonetti, F. (1995, PP:144). *Introducción a la Psicología de la comunicación, Textos y ejercicios 3º Edición* . Santiago de Chile: Ediciones Universidad Católica de Chile, . en https://www.google.com.co/books/edition/PSICOLOG%C3%8DA_DE_LA_COMUNICACI%C3%93N/fvECEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=inauthor:%22Alejandro+L%C3%B3pez%22&printsec=frontcover
- Luhmann, N. (1998). *Complejidad y modernidad: De la unidad a la diferencia*. Editorial Trota. Recuperado el 18 de septiembre de 2023, de https://psicopedagogia.weebly.com/uploads/6/8/2/3/6823046/niklas_luhmann_-_complejidad_y_modernidad.pdf
- Lull, J., & Neiva, E. (2010). *The Language of Life: How Communication Drives Human Evolution*. Editorial: Prometheus,.
- Macías, G. F. (2018). Metodología para la investigación cualitativa fenomenológica y/o hermenéutica. *Revista Latinoamericana de Psicoterapia Existencial un enfoque comprensivo del ser*, 17, 17-23. Recuperado el 7 de diciembre de 2023: https://www.researchgate.net/publication/329130473_Metodologia_para_la_Investigacio
-

[n Cualitativa Fenomenologica yo Hermeneutica Palabras claves Metodologia para l a Investigacion Cualitativa Fenomenologica yo Hermeneutica#read](#)

- Mannay, D. (2017). Métodos visuales, narrativos y creativos en investigación cualitativa. Ministerio de Educación y Formación Profesional de España. Recuperado el 15 de diciembre de 2023: <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/49447>
- Martín, S. M. (1991, p. 111). Teoría de la comunicación 1. Epistemología y análisis de la referencia.
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: un estado de la cuestión. Revista Electrónica de Investigación Educativa, 20(1), 38-47. . doi: <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.1.1347>.
- Maturrano, E. F. L. (2020). La investigación cualitativa en Ciencias Humanas y Educación. Criterios para elaborar artículos científicos. EDUCARE ET COMUNICARE: Revista de investigación de la Facultad de Humanidades, 8(2), 56-66.
- McLuhan, M. (1994). Comprensión de los medios. . Boston: MIT Press.
- Mejía, L. C., & Rodríguez, M. j. (2005). La comunicación como elemento de fortalecimiento organizacional: perspectiva desde el trabajo social (Trabajo de Grado). Medellín, Colombia.: Universidad de Antioquia. Recuperado el 10 de agosto de 2023, de <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/261>
- Montoya, R. M. (2018). Comunicación organizacional. revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. (U. A. (México), Ed.) Revista Dialnet, págs. 778-795. Recuperado el 20 de agosto de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6469935>
- Münch, G. L., & Hernández, P. A. (2019). Comunicación Oral y Escrita. México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V. Recuperado el 6 de enero de 2024, de <https://latam.cengage.com/libros/comunicacion-oral-y-escrita/>
- National Institutes of Health. (1979). El Informe Belmont: “Principios y directrices éticos para la protección de Humanos sujetos de investigación”. Comisión Nacional para la protección de los sujetos humanos de investigación, EEUU. Recuperado el 30 de enero de 2024, de https://www.conbioetica-mexico.salud.gob.mx/descargas/pdf/normatividad/normatinternacional/10._INTL_Informe_Belmont.pdf
-

- Nosnik, A. (1998). «El análisis de sistemas de comunicación en las organizaciones», citado en Fernández Collado, Carlos, La comunicación en las organizaciones. revista Trillas, México, p.173. Recuperado el 20 de agosto de 2023, de <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/49373.pdf>
- Nosnik, A. O. (2005). «El análisis de sistemas de comunicación en las organizaciones, 10 años después», en Fernández Collado, Carlos, La comunicación en las organizaciones. España: Edi. , Trillas. Recuperado el 12 de septiembre de 2023, de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definici%C3%B3n%20y%20alcance%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional.PDF>
- Padua, J. (2018). Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales. FCE - Fondo de Cultura Económica. <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/110593>
- Papic, D. G. (2019). La Comunicación Organizacional en Entidades Educativas. Revista Scielo/Cuadernos de Investigación Educativa, vol.10, n.1,, pp.63-83. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?pid=S1688-93042019000100063&script=sci_abstract
- Páramo Morales, D. , Campo Sierra, S. y Maestre Matos, L. (Comps.). (2020). Métodos de investigación cualitativa: fundamentos y aplicaciones. Editorial Unimagdalena. <https://elibro.net/es/lc/poligran/titulos/174940>
- Parra de Párraga, E., Rojas, L. R., & Arapé, E. (2008, Pág. 24). Comunicación y conflicto: el arte de la negociación. (v. 4. Negotium, Ed.) revistanegotium.org.ve, pp. 17-35. Recuperado el 5 de enero de 2024, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=78241003>
- Parsons, T., & Shils, E. (1964). Hacia una teoría general de la acción. Buenos Aires.: Kapeluz,.
- Peraza, G. M. (2018). Sistema de gestión comunicacional para el mejoramiento de la comunicación organizacional interna y formal del colegio Class IED. Maestría en Educación con énfasis en Gestión Educativa [241]. Bogotá: Repositorio Institucional Unilibre. Recuperado el 6 de enero de 2024, de <https://hdl.handle.net/10901/15952>
- Pérez Betancourt, A (2007). Guía metodológica para la elaboración del diagnóstico empresarial. La Habana Cuba.
- Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. Revista Colombiana de Cirugía, Rev Colomb Cir. 36:188-92. Recuperado el 10 de septiembre de 2023, de <http://www.scielo.org.co/>.
-

- Piñeros, S. E. (2018). Estado del arte de la comunicación organizacional en el departamento del Meta- Colombia, a partir de los proyectos de grado en investigación registrados del año 2013 al año 2017 en las universidades presentes en el departamento. (Trabajo de grado). Villavicencio - Colombia.: Corporación Universitaria Minuto de Dios. Recuperado el 19 de septiembre de 2023, de https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/7039/1/TC_Pi%c3%blerosSaavedraEduarYesid_2018.pdf
- Piza Burgos, N. D., Amaiquema Márquez, F. A., & Beltrán Baquerizo, G. E. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459.
- Rebeil, C. M. (1998). Perfiles de la comunicación en las organizaciones. En MA. Rebeil Corella y C. RuizSandoval Reséndiz (Coordinadoras), *El Poder de la Comunicación en las Organizaciones* (pp. 159-192). México: Plaza y Valdés Editores/Universidad.
- Redding, C. (1972). *Communication within the organization: An interpretative review of theory and reseach.* . New York:: Industrial Communication Council, Inc.
- Reichertz, J. (2004). Abduction, deduction and induction in qualitative research. En: Flick, U; Von Kardoff E, Steinke I. editores. *A companion to qualitative research.* . London: Sage.
- Reyes, -P. M., Tellez, -C. M., & García, -G. (2020). Comunicación Interna Organizacional: habilidad gerencial indiscutible para la vida laboral. Artículo en *Latindex*, p. 11. Recuperado el 26 de diciembre de 2023, de http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica6_2/16_Reyes_Tellez_Garcia.pdf
- Ricaldi, L. B. (2022). Relación entre la comunicación interna y el clima organizacional en una institución de salud pública en 2022. *repositorio@ucv.edu.pe*. Recuperado el 5 de enero de 2024, de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/100357>
- Rodríguez, d. B., & Guanco, E. E. (2022). El lenguaje y las barreras que impiden la comunicación. *Revista digital del Grupo de Estudios Semio-discursivos (GESEM, SGCyT-UNNE)*, Vol. 3, Núm. 1, pp. 1-3. doi: <http://dx.doi.org/10.30972/nea.306133>
- Rodríguez, Luis del Pulgar. (1999). *Comunicación de empresa en entornos turbulentos*, ESIC Editorial: Madrid, primera edición.
-

- Sabín, R. G. (2005). *Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Gestión de Recursos Humanos*. España: Ideas Propias.
- Sampieri, Roberto Hernández; Mendoza, Torres. Christian Paulina. *Metodología de la Investigación. Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa y Mixta / 2 ed.* México: Mc Graw Hill. 2023
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 13(1), 102-122.
- Sánchez, G. S. (1998). La visión estratégica del comunicador organizacional. En MA. Rebeil Corella y C. Ruiz Sandoval Reséndiz (Coordinadoras), *El Poder de la Comunicación en las Organizaciones* (pp. 35-73). . México: Plaza y Valdés Editores/Universidad Iberoamericana.
- Santos, G. D. (2012). *Fundamentos de la Comunicación*. México: Edi. Red Tercer Milenio. Recuperado el 12 de enero de 2024, de https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/fundamentos_de_la_comunicacion-dionne_valentina_santos_garcia.pdf
- Schenkel, E., & Pérez, M. I. (2019). Un abordaje teórico de la investigación cualitativa como enfoque metodológico. *Acta Geográfica*, 12(30), 227-233.
- Schramm, W. (1982). *Hombre, Mensaje y Medios*. Madrid: Ediciones Forja .
- (1982). *La ciencia de la comunicación humana*. México: Edi. Grijalbo.
 - (1991). *La ciencia de la comunicación humana*. . México: Editorial Grijalbo.
- Serrano, M. M. (1982). *Teoría de la Comunicación/ I. Epistemología y análisis de referencia*. 2^a Ed. . Madrid:: A. Corazón, editor, 228p.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1948). *The Mathematical Theory of Communication* (versión en inglés). Illinois, EEUU.: The University of Illinois Press, Urbana. Recuperado el 2 de enero de 2024, de https://pure.mpg.de/rest/items/item_2383164/component/file_2383163/content
- Tomas Folch Marina. *Conflicto y comunicación organizacional en los centros de formación Modelos e instrumentos de gestión*. Editorial Académica Española. 2011
- Trelles Rodríguez I (2001). (comp) Fernández Collado, Lucas Marín. *Conceptos de Organización: tendencias teóricas fundamentales*. En *Comunicación Organizacional*. Ed, Félix Varela.
-

- (2008). *Comunicación para la dinámica organizacional*. Madrid: Edi. Centrenil.
- (2015). *Comunicación Organizacional: ¿ciencia, disciplina o herramienta?* Habana: Edi. Triana, M. M., & Pérez, A. N. (2016). Fortalecimiento de la Comunicación Organizacional entre docentes y directivos docentes, a partir de círculos de calidad como herramienta de gestión directiva en el Colegio Brasilia Bosa I.E.D. Sede A jornada mañana. Recuperado el noviembre de 2023, de <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/9733>
- Trujillo Hoyos, C. (2016). Comunicación interna, participación y desarrollo humano en dos instituciones educativas de Manizales. Recuperado el 3 de enero de 2024, de <https://ridum.umanizales.edu.co/xmlui/handle/20.500.12746/2898>
- Villa, A., Troncoso, P., & Díez, F. (2015). Estructura latente y fiabilidad de las dimensiones que explican el impacto de los sistemas de gestión de calidad en los centros educativos. *Revista de Investigación Educativa. Enseñanza*, 33(1), 65-82. Recuperado el 2 de enero de 2024, de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=283332966012>
- Watzlawick, P., Beavin, J. H., & Jackson, D. D. (1971, 2002). *Teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires: Editorial Tiempo Contemporáneo. Recuperado el 5 de enero de 2024, de https://formacionejecutiva.com.ar/instituto/wp-content/uploads/2018/12/teoria_de_la_comunicacion_humana.pdf
- Yakin, H. S., Totu and HalinaSenderaMohd Yakin, A., & Mosquera Rodas, J. J. (2022). Las perspectivas semióticas de Peirce y Saussure: Un breve estudio comparativo. figshare. Journal contribution. doi: <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.19097087.v2>
- Zhang, J., & Feng, S. (2021). Machine Learning Modeling: A New Way to do Quantitative Research in Social Sciences in the Era of AI. *Journal of Web Engineering*, 20(2), 281–302.
-

Anexos

Anexo A. Solicitud de permiso para realizar trabajo de investigación

de: Quiñones Bernudez, Wilton Albeiro <wiltonquinones@unicesar.edu.co>
para: Vicerrectoría Aguachica <vicerrectoriaguachica@unicesar.edu.co>
fecha: 23 ago 2023, 16:41
asunto: SOLICITUD DE PERMISO PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACION
enviado por: unicesar.edu.co

SOLICITUD DE PERMISO PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACION

Quiñones Bermúdez, Wilton Albeiro <wiltonquinones@unicesar.edu.co>

para Vicerrectoría

Señor:
Wilfred Smith Torres.
Vicerrector UPC.Seccional Aguachica

Buena tarde, cordial saludo:

Por medio del presente, me permito solicitarle, de manera formal y cordial, su autorización y apoyo, en relación a que en el momento como es de su conocimiento, me encuentro realizando la maestría en Gerencia del talento humano, en la Universidad Politécnico Gran colombiano, modalidad virtual, el cual estoy cursando el segundo semestre.

Por lo anteriormente expuesto, he presentado un anteproyecto ante la universidad en mención denominada La comunicación humana y difusión de la información organizacional en trabajadores administrativos y docentes de la Universidad popular del Cesar Seccional Aguachica.

Mi objetivo, es realizar una investigación que me permita conocer, evaluar, diagnosticar, y proponer posibles acciones de mejora e implementación y dar a conocer el resultado de cómo se está comunicando y cuáles son los medios de difusión institucionales que se utilizan en la comunidad upecista seccional Aguachica.

En conclusión, solicito su autorización para poder utilizar el nombre de la institución y la autorización del uso de los instrumentos de recolección de datos.

Agradezco de antemano, su pronta y valiosa colaboración en este propósito,
Cordialmente:

WILTON ALBEIRO QUIÑONES BERMUDEZ
CC.18.922.718.
DOCENTE TIEMPO COMPLETO UPC.SECCIONAL AGUACHICA
MAESTRANTE GERENCIA DEL TALENTO HUMANO-POLITECNICO GRAN COLOMBIANO.

Fuente: Correo institucional (pantallazo), 23 de agosto de 2023

Anexo B. Respuesta a la Solicitud de permiso para realizar trabajo de investigación.

de: Wilfred Torres <vicerrectoriaguachica@unicesar.edu.co>
para: "Quiñones Bernudez, Wilton Albeiro" <wiltonquinones@unicesar.edu.co>
fecha: 23 ago 2023, 17:09
asunto: RE: SOLICITUD DE PERMISO PARA REALIZAR TRABAJO DE INVESTIGACION
enviado por: unicesar.edu.co
firmado por: unicesar.edu.co



Wilfred Torres mié, 23 ago, 17:09 (hace 13 días)

para mi

Doctor:

WILTON ALBEIRO QUIÑONES.

Docente Ocasional.

Es la investigación uno de los pilares fundamentales de nuestra institución, esperamos que el desarrollo de su proyecto genere valor agregado a la proyección que nuestro señor Rector ha planteado en su Plan de Desarrollo.

Por tal motivo cuenta con nuestro apoyo a fin de que si investigación pueda llegar a feliz término.

Agradecemos haga llegar el plan de trabajo a la dirección Académica con copia a vicerrectoría a fin de poder facilitar lo necesario.

WILFRED SMITH TORRES GUTIERREZ DE PIÑERES

ESP. FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

CELULAR 3133490166.

Fuente: Correo institucional – vicerrectoría seccional Aguachica (pantallazo), 23 de agosto de 2023

Anexo C. consentimiento informado

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO PROGRAMA MAESTRÍA EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO
	NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica.

CARTA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA DESARROLLAR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN EN LA UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR, SECCIONAL AGUACHICA

Propósito: El presente documento tiene como propósito informarle y solicitar su autorización para participar en la investigación denominada “Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica”, dándoles una clara explicación de la naturaleza de la misma, y así puedan entender su rol y límites como participantes. La presente investigación es conducida por el docente **Wilton Albeiro Quiñones Bermúdez**, estudiante de la Maestría en Gerencia del Talento Humano de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. El objetivo de este estudio es “*Describir la dinámica de la comunicación de los trabajadores, administrativos y docentes, y las formas de distribución de la información organizacional que ocurren en el caso de la Universidad*”.

- Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá responder preguntas en una encuesta. Esto tomará aproximadamente 5 minutos de su tiempo.
- La información que nos provean será muy importante para tenerse en cuenta para futuras decisiones que debe tomar en la gestión directiva de la seccional.
- La participación en este estudio es estrictamente voluntaria.
- La información que se recoja será confidencial, y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario y a la entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, las grabaciones se destruirán.
- Si tiene alguna duda sobre la investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante la participación en él. Igualmente, puede retirarse del mismo en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista o encuesta le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo _____ identificado(a) con la cédula de ciudadanía número _____ de _____, acepto participar voluntariamente en la investigación, conducida por el docente investigador **Wilton Albeiro Quiñones Bermúdez**, estudiante de la Maestría en Gerencia del Talento Humano de la Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. He sido informado (a) que la meta de este estudio es “*Describir la dinámica de la comunicación de los trabajadores, administrativos y docentes, y las formas de distribución de la información organizacional que ocurren en el caso de la Universidad popular del Cesar, seccional Aguachica*”. Me han indicado también que tendré que responder un cuestionario de encuesta, lo cual tomará aproximadamente 5 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar al docente **Wilton Albeiro Quiñones Bermúdez** al teléfono celular +57 316 5267604.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo contactar al docente investigador, al teléfono anteriormente mencionado.

Nombre del participante

Firma del participante

Carta de Consentimiento Informado

Investigador: Wilton Albeiro Quiñones Bermúdez

pág. 1

Anexo D. Formato de encuesta

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO PROGRAMA MAESTRÍA EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO
	NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica.

ENCUESTA DE CARACTERIZACIÓN DEL ESTADO ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN ENTRE TRABAJADORES, ADMINISTRATIVOS Y DOCENTES DE LA UNIVERSIDAD POPULAR DEL CESAR, SECCIONAL AGUACHICA.

La presente encuesta tiene como propósito participar en la investigación denominada “*Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica*”, la investigación es conducida por el docente **Wilton Albeiro Quiñones Bermúdez**, estudiante de la Maestría en Gerencia del Talento Humano de la **Institución Universitaria Politécnico Gran Colombiano**, y tiene como objetivo “*Describir la dinámica de la comunicación de los trabajadores, administrativos y docentes, y las formas de distribución de la información organizacional que ocurren en el caso de la Universidad*”.

Instrucciones: Le informamos que este cuestionario es **totalmente anónimo**, “Recuerde que no existen preguntas buenas o malas”. Esto no es un examen, las respuestas solo serán utilizadas dentro de la investigación:

- Marcar con una X la respuesta seleccionada (usar lapicero), tiempo de duración 5 minutos.
- Responder en forma honesta y sincera cada pregunta, ya que es muy importante para la investigación.

Información General:

A. Dependencia a la que pertenece:

- a. Vicerrectoría seccional
- b. Dirección académica
- c. Coordinación programas
- d. Dirección administrativa f/ra.
- e. Bienestar institucional
- f. Biblioteca seccional
- g. Servicios Generales

B. Rol en la Universidad: Directivo: Docente: Administrativo:

C. Tipo de contrato: Planta: Contratista: **D. Género:** Femenino: Masculino:

1. Aquí presentamos una variedad de canales o medios a través de los cuáles se transmiten los mensajes dentro del proceso de Comunicación en la UPC Seccional Aguachica. ¿Cuál o cuáles ha tenido la oportunidad de consultar o utilizar? (Seleccionar todas las que utilizas o has utilizado).

- a. Contacto personal.
- b. Contacto vía telefónica.
- c. Contacto por escrito (Memorando, carta y circulares).
- d. Correo electrónico institucional.
- e. Carteleras internas o murales.
- g. Página web institucional.
- h. Comunicados en Redes sociales: WhatsApp/Instagram/X.
- j. Boletín digital informativo.
- k. Reuniones generales de inducción.
- l. Reuniones de área.

2. De los siguientes canales o medios de comunicación ¿Cuál es el de su preferencia?

- a. Contacto personal.
- b. Contacto vía telefónica.
- c. Contacto por escrito (Memorando, carta y circulares).
- d. Correo electrónico institucional.
- e. Carteleras internas o murales.
- g. Página web institucional.
- h. Comunicados en Redes sociales: WhatsApp/Instagram/X.
- j. Boletín digital informativo.
- k. Reuniones generales de inducción.
- l. Reuniones de área.

	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO PROGRAMA MAESTRÍA EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO
	NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica.

3. Del punto anterior, ¿Qué tan útil considera que son los canales o medios de comunicación utilizados por la UPC seccional Aguachica?
- Extremadamente útil
 - Muy útil
 - Algo útil
 - No muy útil
 - Para nada útil

4. En general, ¿qué tan satisfecho/a o insatisfecho/a se siente con respecto a la calidad de la Comunicación Interna recibida en cada dependencia de la seccional de la UPC Aguachica?

Dependencia	Muy satisfecho/a	Algo satisfecho/a	Ni satisfecho/a ni insatisfecho/a	Algo insatisfecho	Muy insatisfecho
Vicerrectoría seccional					
Dirección académica					
Coord. programas					
Dirección administrativa y fra					
Bienestar institucional					
Biblioteca seccional					
Servicios generales					

5. Desde el punto de vista como receptor ¿Cómo evalúa su participación en los procesos de comunicación interna de la seccional?
- Muy importante
 - Importante
 - Algo importante
 - Algo importante
 - No es importante
6. ¿Cómo evalúa la eficacia de las tecnologías actuales utilizadas para la comunicación interna?
- Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
 - Muy malo
7. ¿Cómo evalúa la relevancia y la claridad de la información que recibe por parte de la seccional de la UPC Aguachica?
- Extremadamente útil
 - Muy útil
 - Algo útil
 - No muy útil
 - Para nada útil
8. ¿Qué dificultades, ruidos o barreras en la comunicación interna ha tenido para acceder a la información en la UPC Seccional Aguachica? (Seleccionar todas las que percibe o las que correspondan)
- Poca planeación de procesos de comunicación interna
 - Falta de claridad o ambigüedad en los mensajes
 - Comunicación informal, alimentada por rumores, chismes o cuchicheos
 - Exceso de mensajes o sobrecarga de información.
 - Distorsión de los mensajes
 - Falta de retroalimentación
 - Falta de interés
 - Falta de conocimiento
 - Problemas técnicos
 - Perdida de información en el paso de una dependencia a otra.

 <p>POLI POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO</p>	INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO
	PROGRAMA MAESTRÍA EN GERENCIA DEL TALENTO HUMANO
NOMBRE DEL PROYECTO: Estudio de la Comunicación Organizacional en Trabajadores, Administrativos y Docentes de la Universidad Popular del Cesar, Seccional Aguachica.	

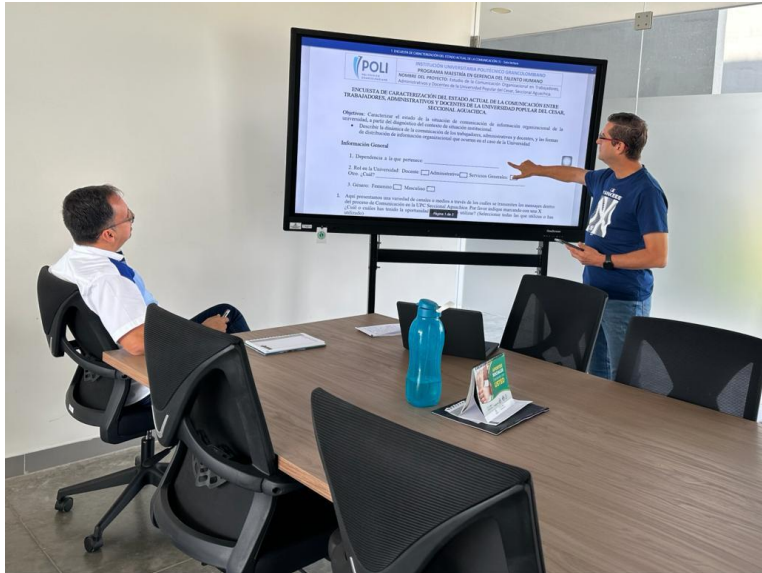
9. De acuerdo a los ruidos o barreras anteriormente planteadas ¿Qué tan tanto afectan los procesos de comunicación interna en la seccional Aguachica?
- Muy alta
 - Altas
 - Medias
 - Bajas
 - Nulas
10. ¿Con que frecuencia considera usted que la seccional Aguachica realiza retroalimentación en los procesos de comunicación?
- Muy frecuentemente
 - Frecuentemente
 - Ocasionalmente
 - Casi nunca
 - Nunca
11. ¿Cómo califica la información recibida de las diferentes dependencias?
- Excelente
 - Bueno
 - Regular
 - Malo
 - Muy malo
12. Dentro de su área de desempeño ¿Qué utilidad o importancia tiene la comunicación interna?
- Muy importante
 - Importante
 - Algo importante
 - Poco importante
 - No es importante
13. ¿Cuál es el grado de satisfacción que tiene usted frente a la comunicación interna y externa de la UPC Seccional Aguachica?
- Muy satisfecho
 - satisfecho
 - Algo satisfecho
 - Insatisfecho.
 - Muy insatisfechos
14. En qué nivel de pertinencia considera los planes o estrategias de comunicación interna y externa de la UPC Seccional Aguachica.
- Mejoramiento continuo
 - Apropiación
 - Pertinencia
 - Existencia
 - No existe
15. ¿Qué recomendaciones darías para mejorar la comunicación interna y externa de la UPC Seccional Aguachica?

¡Gracias por su tiempo y colaboración!

Anexo E. Evidencias del trabajo de campo

Figura 35.

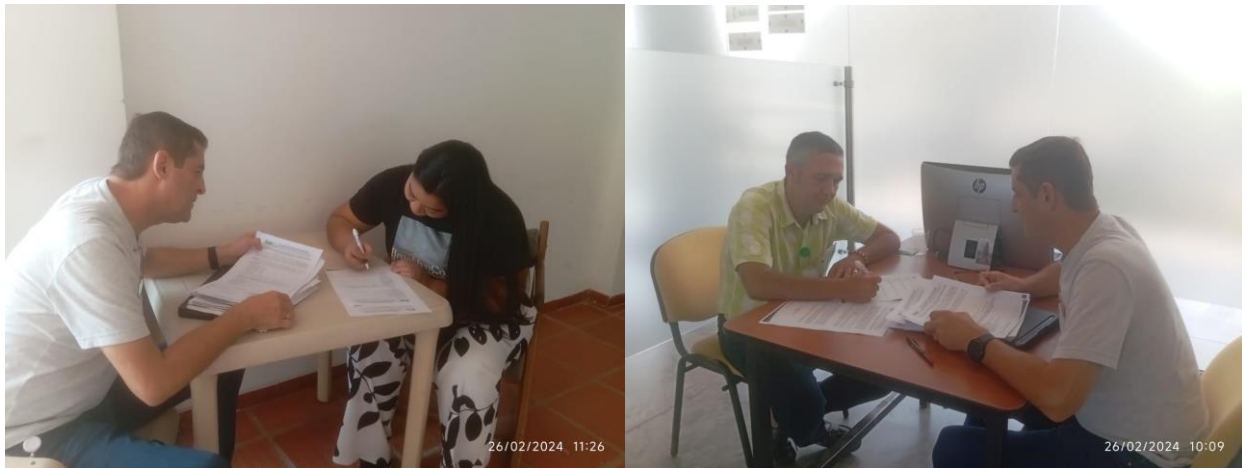
Socialización con el vicerrector de la seccional Aguachica



Nota. Fuente: Archivo fotográfico de la investigación (2023)

Figura 36.

Aplicación de la encuesta y entrevista a trabajadores y docentes de la seccional Aguachica



Fuente: Archivo fotográfico de la investigación (2024), firmas de consentimientos informados