

ANEXOS

Anexo 1

Figura 17
Cuestionario para estudiantes

		Sem. <input type="text"/>		N° <input type="text"/>	
TU OPINIÓN NOS IMPORTA					
Deseamos conocer tu percepción sobre el funcionamiento de los medios de comunicación dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras (FCEF). <i>¡Gracias por colaborar!</i>					
Nombre completo: <input type="text"/>			Edad: <input type="text"/>		
1. ¿En qué carrera te encuentras matriculado?		2. ¿Con qué género te identificas?		3. ¿Cuál es su situación laboral actual?	
Economía <input type="radio"/>		Masculino <input type="radio"/>		Trabajo a tiempo completo <input type="radio"/>	
Administración de Empresas <input type="radio"/>		Femenino <input type="radio"/>		Trabajo a tiempo parcial <input type="radio"/>	
Contaduría Pública <input type="radio"/>		Prefiero no decirlo <input type="radio"/>		No trabajo <input type="radio"/>	
4. ¿Cómo accedes a Internet con mayor frecuencia?		5. ¿En qué categoría clasificaría su dispositivo telefónico actual?		6. ¿Qué medios de comunicación utilizas para mantenerte informado/a en la FCEF?	
Wifi en casa <input type="checkbox"/>		Última Generación (Lanzado en el último año) <input type="radio"/>		Sitio web de la Facultad <input type="checkbox"/>	
Wifi en el campus universitario <input type="checkbox"/>		Generación Reciente (Lanzado hace 1 año) <input type="radio"/>		Tableros de Anuncios físicos de la Facultad <input type="checkbox"/>	
Compró megas para mi teléfono móvil <input type="checkbox"/>		Generación Intermedia (Lanzado hace 2 años) <input type="radio"/>		Página de Facebook de la Facultad <input type="checkbox"/>	
Cuenta postpago de datos <input type="checkbox"/>		Generación Antigua (Lanzado hace más de 3 años) <input type="radio"/>		Grupo de Whatsapp de tu Carrera <input type="checkbox"/>	
		Obsoleto (Lanzado hace más de 5 años) <input type="radio"/>			
7. ¿Has experimentado situaciones en las que la falta de disponibilidad de información en momentos oportunos te haya causado inconvenientes?					
				-1 2 3 4 5+	
No encontrar información sobre trámites administrativos o servicios estudiantiles.				<input type="checkbox"/>	
No recibir información sobre una beca, eventos científicos, talleres y concurso de relevancia para tu carrera.				<input type="checkbox"/>	
No tener acceso a los detalles de un evento de interacción social y extensión universitaria, actividades culturales y deportivas.				<input type="checkbox"/>	
No encontrar información actualizada sobre estatuto, normas y reglamentos.				<input type="checkbox"/>	
8. Durante una semana ¿Con qué frecuencia visitas ó revisas los medios de comunicación de la FCEF?			9. ¿Con qué frecuencia participas en eventos, charlas o actividades anunciadas a través de los medios de comunicación de la FCEF?		
			Nunca participo <input type="radio"/>		
Nunca			Participo ocasionalmente <input type="radio"/>		
1 a 2 veces			Participo con frecuencia <input type="radio"/>		
3 a 4 veces			Siempre participo <input type="radio"/>		
Más de 4 veces					
Sitio web de la Facultad					
Tableros de Anuncios físicos de la Facultad					
Página de Facebook de la Facultad					
Grupo de Whatsapp de tu Carrera					
10. ¿Qué medios de comunicación de la FCEF utilizas para hacer consultas, comentarios ó reclamos?			11. ¿Has podido tomar decisiones más informadas o resolver problemas gracias a la respuesta a tus consultas, comentarios ó reclamos?		
Sitio web de la Facultad <input type="checkbox"/>			Sí <input type="radio"/>		
Página de Facebook de la Facultad <input type="checkbox"/>			No <input type="radio"/>		
Grupo de Whatsapp de tu Carrera <input type="checkbox"/>					
Presencial en las oficinas de las autoridades <input type="checkbox"/>					
12. Que opinas del Sitio web de la Facultad:			13. Que opinas de la página de facebook de la Facultad:		
			Sí No		
Es fácil de encontrar en el navegador			Es de fácil de ubicación y acceso		
Tiene una navegación intuitiva que facilita su uso			Se encuentra información actualizada y relevante		
Su diseño es visualmente atractivo			Su contenido es atractivo e interactivo		
Interactiva, facilitando la interacción con diversos elementos			Las transmisiones en vivo son de utilidad		
Se pública información actualizada y relevante			Se publica contenido variado		
La información publicada es breve y concisa			Los mensajes publicados son breves y concisos		
Usa un lenguaje claro y sencillo			Usa un lenguaje claro y sencillo		
14. Que opinas de los Tableros de anuncios físicos:			15. Que opinas del grupo de Whatsapp de tu Carrera:		
			Sí No		
Están ubicados estratégicamente			Es fácil identificar e integrarse al grupo de la carrera		
La información es actualizada y relevante			Se comparte información actualizada y contenido relevante		
Tienen una superficie grande y visible			Ha establecido correctamente normas y políticas para su uso		
Los anuncios están bien organizados y son visualmente legibles			Se puede acceder a archivos multimedia con facilidad		
Se publica contenido variado			Se utilizan en horarios apropiados		
Los anuncios publicados son breves y concisos			Los mensajes publicados son breves y concisos		
Usa un lenguaje claro y sencillo			Usa un lenguaje claro y sencillo		

Nota: Este instrumento fue adaptado del cuestionario utilizado en la investigación de Gutiérrez (2020).

Anexo 2

Tabla 4
Operacionalización de variables

Variable de Análisis	Definición operacional	Dimensiones	Variables	Indicadores
Eficacia de los Medios de comunicación Interna	Un buen desarrollo de las comunicaciones internas debe basar su actividad en torno a cinco instancias: -Prediagnóstico, es un primer acercamiento a la organización. -Diagnóstico, devela las falencias a partir de la aplicación de un instrumento de medición. -Planificación, se definen los objetivos que se desean alcanzar, tomando guía las necesidades relevadas en el diagnostico. -Ejecución de las acciones contempladas en el plan. -Seguimiento del	Tableros de anuncios físicos	Claridad del Mensaje: Un mensaje claro es conciso, directo y utiliza un lenguaje sencillo y comprensible.	Porcentaje que comprenden claramente los mensajes.
			Accesibilidad de los Medios: Disponibilidad de la información en tiempo y forma.	Porcentaje que tienen acceso fácil y confiable a los canales.
		Página web	Retroalimentación Continua y Efectiva: Proceso bidireccional, que asegura que todos se expresen y reciban respuestas adecuadas.	Porcentaje que participan en mecanismos de retroalimentación y la comprobación de la efectividad de la respuesta.
		Página de Facebook	Regularidad en la Distribución de Información: Consistencia y frecuencia con la que se comparten actualizaciones y noticias relevantes.	Porcentaje de estudiantes que perciben que se Pública información actualizada y relevante, de forma regular y predecible.
		WhatsApp	Frecuencia de Uso e Interacción: facilita la colaboración, el intercambio de ideas y la solución rápida de problemas.	Promedio de frecuencia de uso de los estudiantes durante una semana.

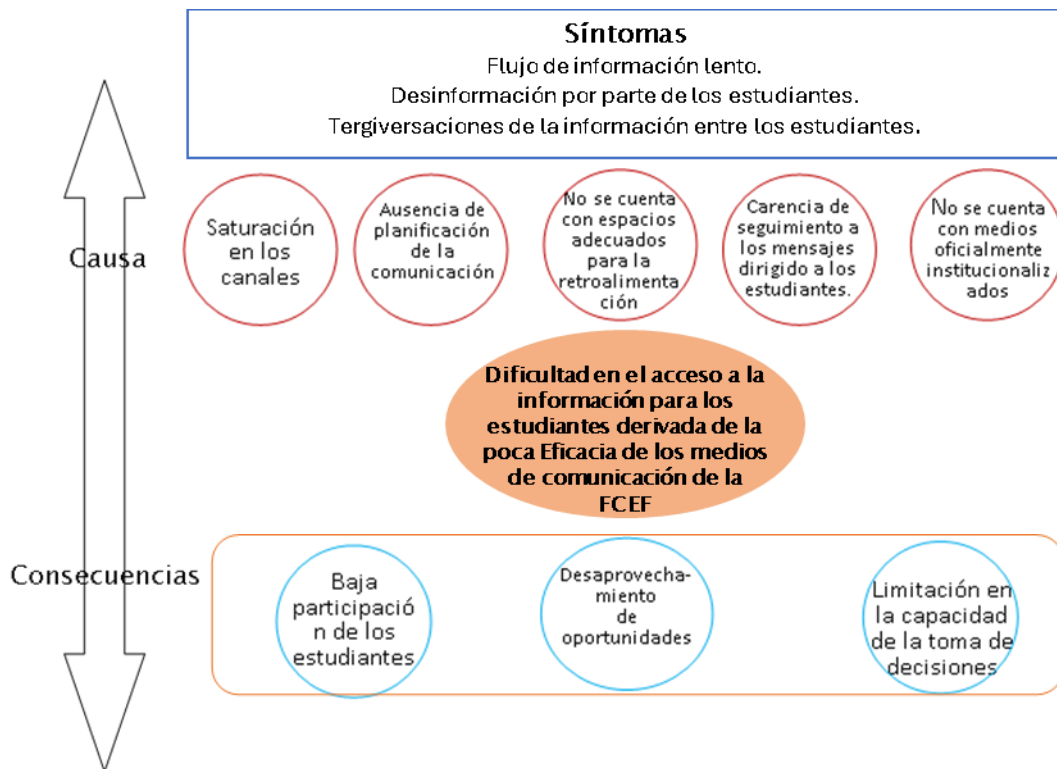
COMUNICACIÓN INTERNA DE LA FCEF: EFICACIA EN ESTUDIANTES

	proceso de implementación del plan, se van efectuando diferentes mediciones para ir adaptando el plan a partir de la realidad.		Satisfacción Percibida: se refiere a la percepción sobre la calidad y efectividad de la comunicación interna.	Promedio de frecuencia de satisfacción percibida al encontrar información disponible en momentos oportunos.
--	--	--	---	---

Variable de análisis	Definición operacional	Dimensiones	Variables	Indicadores
Participación de los Estudiantes	Cantidad de Participación: -Número de estudiantes involucrados en diversas actividades. - Contribución de la participación de los estudiantes mediante recomendaciones para la mejora de las políticas y prácticas universitarias.	Gestión de la Formación Profesional de Grado y Posgrado	Actividades extracurriculares, pasantía, capacitación, talleres y oportunidades de networking.	Porcentaje de la frecuencia de participación de los estudiantes.
		Gestión de la Investigación, Ciencia, Tecnología e Innovación	Actividades de investigación, capacitación, seminarios, talleres, acceso a mentores y publicaciones en revistas.	
		Gestión de la Interacción Social y Extensión Universitaria	Actividades de Interacción Social y Extensión Universitaria, voluntariado, capacitaciones, cursos, talleres, ferias, conferencias, proyectos de servicio social y otras actividades que beneficien a la comunidad.	
		Gestión Institucional de Calidad	Comités, talleres, capacitaciones.	

Anexo 3

Figura 18
Árbol de problemas



Nota: Elaboración propia, los datos fueron recolectados mediante un prediagnóstico y diagnóstico el segundo trimestre de 2024.

Anexo 4

Tabla 5

Entrevistas con autoridades académicas

	¿Qué medios utilizan para comunicarse con los estudiantes?	¿Se ha institucionalizado u oficializado los mencionados medios?	¿Los medios de comunicación están accesible para todos los estudiantes?	¿Qué medio es el más utilizado?	¿Qué medio utiliza para atender comentarios, consultas y opiniones?	¿Qué tan efectiva es la comunicación con los estudiantes?
Vicedecano de la FCEF	Tablero de anuncios, grupo de whatsapp, Reuniones presenciales y Sitio web.	No, por el momento.	En 2 de las 3 carreras, se informa a los estudiantes mediante whatsapp por medio de los representantes de los centros de estudiantes.	En la carrera de Administración de Empresas, whatsapp (tablón informativo)	Reuniones presenciales.	Parcialmente efectiva.
Director Departamento de Económica	Reuniones presenciales, WhatsApp, llamada, tablero de anuncios.	Los estudiantes saben sobre "Tablero de anuncios"	Se informa a los estudiantes mediante WhatsApp por medio de los representantes de	Reuniones presenciales.	Reuniones presenciales.	Buena.

COMUNICACIÓN INTERNA DE LA FCEF: EFICACIA EN ESTUDIANTES

			los centros de estudiantes.			
Director Departamento de Administración	Los medios utilizados son el Tablero informativo virtual de WhatsApp con 881 integrantes, página de Facebook de la Facultad y de la Carrera. También nos señala que la carrera cuenta con un grupo de Telegram con 246 integrantes y Instagram.	Se hizo un lanzamiento por redes	Nos indica que el año pasado se apersono por cada curso de la carrera para socializar la habilitación del tablón informativo como medio de comunicación directa. Inicios de este año se aseguró de visitar los cursos del 1er año pasando por sus aulas e informándoles de los medios de comunicación que maneja la carrera.	Grupo oficial de WhatsApp (Tablero informativo virtual)	Inbox de WhatsApp, Mensseger y Instagram (DM) y se apersonan a las oficinas de la Dirección de la Carrera.	Muy efectiva
Directora Departamento	Grupo de WhatsApp de	No de manera oficial.	Mediante los grupos de la	Grupo de WhatsApp	Se apersonan a las oficinas de la	Efectiva

COMUNICACIÓN INTERNA DE LA FCEF: EFICACIA EN ESTUDIANTES

<p>de Contaduría Pública</p>	<p>las asignaturas y una general.</p>		<p>asignatura se llega a informar del grupo de la carrera.</p>		<p>Dirección de la Carrera y por el grupo general de WhatsApp, también pasa por los cursos.</p>	
<p>CONCLUSIÓN</p>	<p>La mayoría identifica como los medios utilizados: WhatsApp, Cara a cara y tablón informativo. Además del Sitio web, teléfono mediante llamada, Página de Facebook, Telegram e Instagram.</p>	<p>No se realizó ningún proceso de institucionalización oficial por autoridades Facultativas.</p>	<p>La mayoría menciona que el rol es pasivo, al momento de garantizar que los Estudiantes tengan un acceso a los medios y por lo tanto a la información de forma Directa.</p>	<p>Whatsapp, Cara a cara y mediante el tablero de anuncios.</p>	<p>No se gestionó un canal para una retroalimentación activa, sin embargo, mediante reuniones presenciales resuelven consultas.</p>	<p>Es percibida como efectiva.</p>

Anexo 5

Tabla 6

Muestreo estratificado

ECO				ADM				CNT							
1°	34	0,13	0,887	1	1°	160	0,153	4,458	5	1°	159	0,1136	4,417	7	1 Semestre
2°	66	0,26	1,722	2	2°	263	0,251	7,328	7	2°	360	0,2571	10,002	10	3 Semestre
3°	67	0,26	1,748	2	3°	263	0,251	7,328	7	3°	360	0,2571	10,002	10	5 Semestre
4°	66	0,26	1,722	2	4°	263	0,251	7,328	7	4°	360	0,2571	10,002	10	7 Semestre
5°	25	0,1	0,652	2	5°	98	0,094	2,731	4	5°	161	0,115	4,473	6	9 Semestre
258 100% 7					1047 100% 29					1400 100%					
				9					30					43	82

Nota: Los datos para realizar el muestreo estratificado fueron proporcionados por UNADA.

Anexo 6

Tabla 7

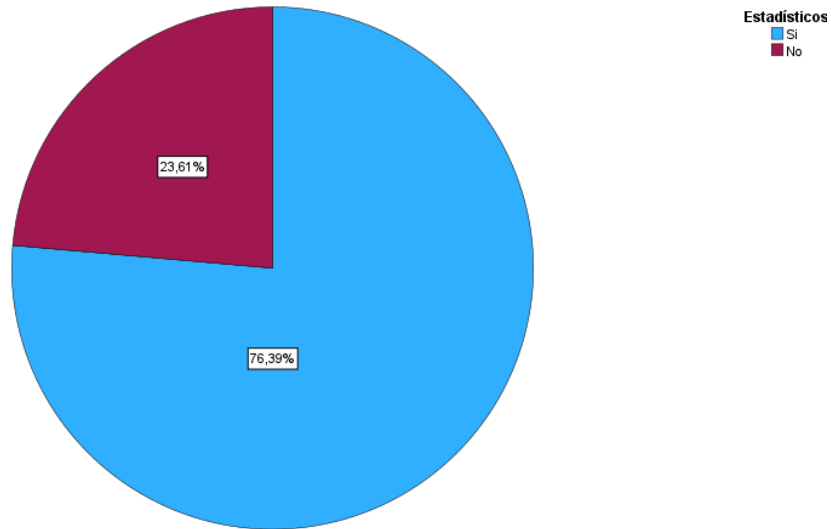
Escala de medición del grado de eficacia de los medios de comunicación interna

Ineficaz	0 a 25%
Poco Eficaz	26% a 50%
Moderadamente Eficaz	51% a 79%
Altamente Eficaz	80% a 89%
Muy Eficaz	90% a 100%

Nota: Elaboración propia.

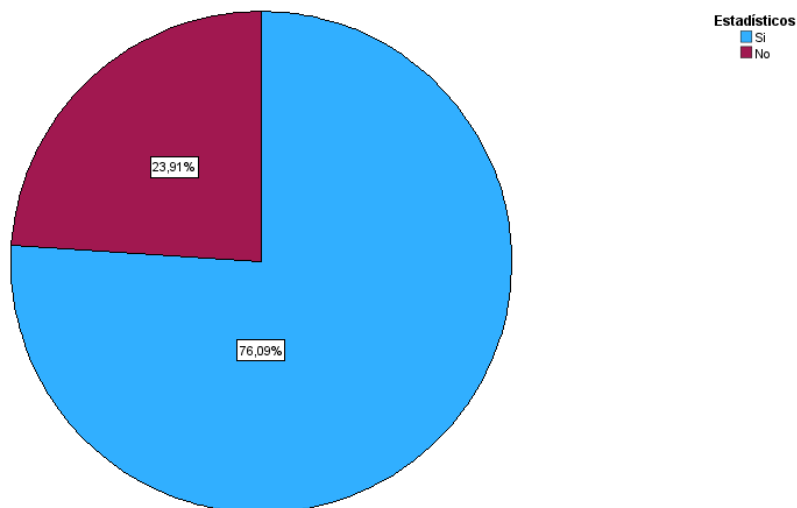
Anexo 7

Figura 19
Claridad del mensaje



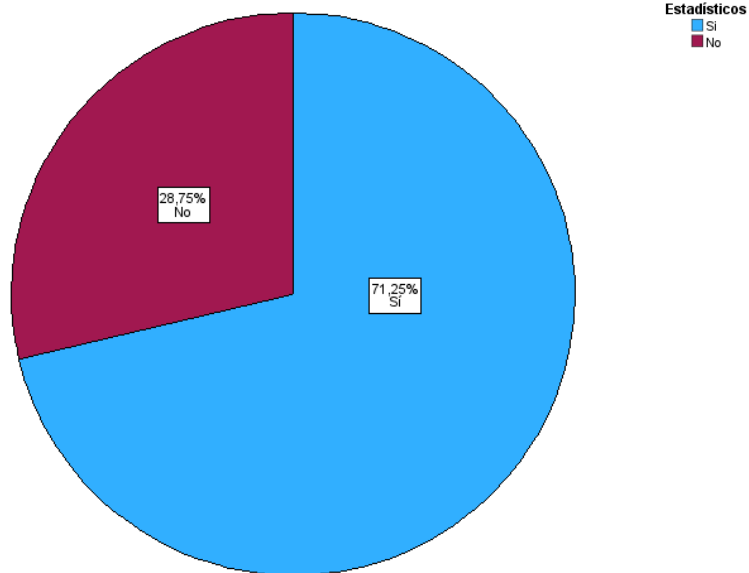
Nota: Indicador de eficacia de los medios de comunicación Interna, que mide el porcentaje de estudiantes que comprenden claramente los mensajes comunicados.

Figura 20
Accesibilidad



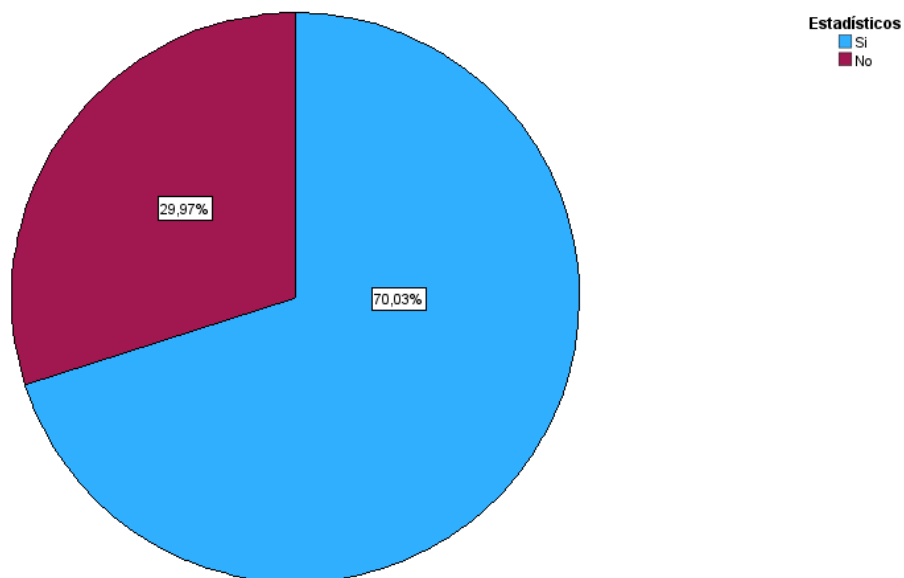
Nota: Indicador de eficacia de los medios de comunicación Interna, que mide el porcentaje de estudiantes que tienen acceso fácil y confiable a los canales de comunicación internos.

Figura 21
Retroalimentación



Nota: Indicador de eficacia de los medios de comunicación Interna, que mide el porcentaje de estudiantes que participan activamente en mecanismos de retroalimentación y la comprobación porcentual de la efectividad de las respuestas.

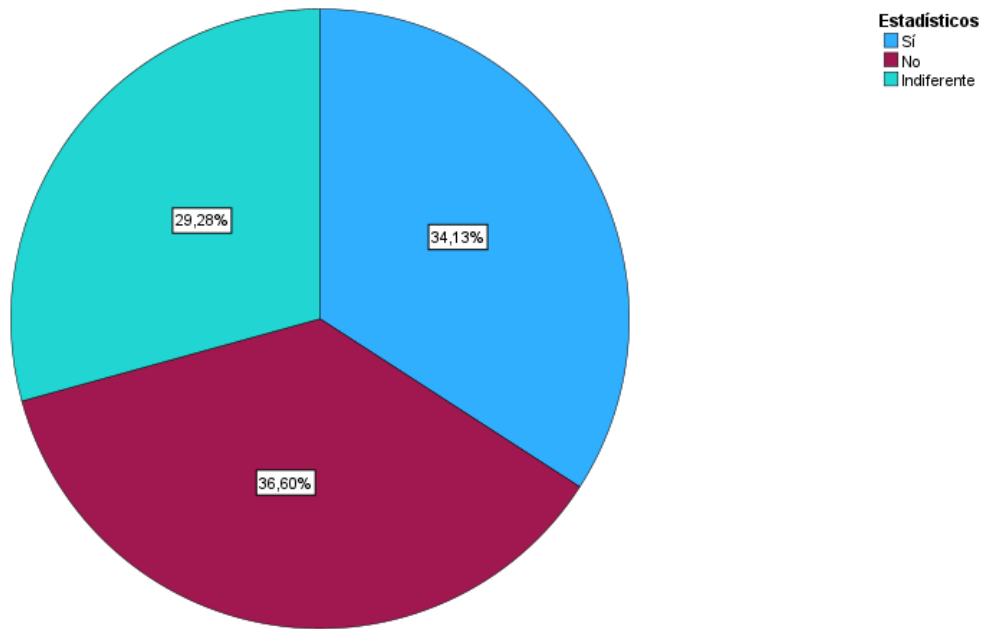
Figura 22
Regularidad en la distribución de información



Nota: Indicador de eficacia de los medios de comunicación Interna, que mide el porcentaje de estudiantes que perciben una distribución regular y predecible.

Figura 23

Satisfacción al encontrar información disponible



Nota: Indicador de eficacia de los medios de comunicación Interna, que mide el porcentaje de estudiantes que se sienten satisfechos por encontrar información disponible en momentos oportunos.

Anexo 8

Tabla 8

Medición de la Eficacia de los medios de comunicación interna de la FCEF

Variables	Si	No	Indiferente
Claridad del Mensaje	0,764	0,236	0
Accesibilidad de los Medios	0,7609	0,2391	0
Retroalimentación Continua y Efectiva	0,713	0,287	0
Regularidad en la Distribución de Información	0,7003	0,2997	0
Frecuencia de Uso e Interacción	0,7409	0,2591	0
Satisfacción Percibida	0,3413	0,366	0,2928
TOTAL	67%	28%	

Nota: Elaboración propia, los datos reflejan un 67% de estudiante que indican que si se cumple los indicadores de eficacia.

Anexo 9

Tabla 9

Propuesta para la mejora de la comunicación interna en la FCEF

Líneas de acción	Objetivo	Resultados visibles	Acciones	Tareas	Responsables
Elaboración del plan de comunicación interna alineada con el Plan estratégico de la FCEF, normativas de la Universidad y el SUB.	Asegurar que las herramientas de comunicación se utilicen de manera estratégica y coherente con los objetivos y prioridades de la organización.	Largo plazo	Implementación de una Red de Facilitadores de la comunicación interna (RFCI) con miembros de la comunidad universitaria.	Creación de un manual de funciones para los miembros de la RFCI. Socializar la propuesta con los estudiantes e identificar a los candidatos que cumplan con el perfil requerido.	Directores de carreras en coordinación con centro de estudiantes y sociedades científicas.
		Mediano plazo	Desarrollo e implementación de una "Guía de Comunicación interna", enfocada en la elección de los canales adecuados para cada situación y tipo de información.	Normar las políticas de uso de cada medio de comunicación.	Vicedecano y comisión designada.
		Largo plazo	Desarrollar un programa de capacitación continua para fortalecer las competencias comunicativas y tecnológicas del personal administrativo, con el fin de optimizar los procesos internos y mejorar la atención al usuario.	Realizar una encuesta para identificar las deficiencias en cuanto a habilidades comunicativas y manejo de medios. Invitar a un experto en el tema para que brinde la capacitación, de acuerdo a las necesidades	Autoridades facultativas.

				identificadas. Coordinar la fecha y hora de las capacitaciones, que no comprometa en mayor medida los horarios en que ofrecen sus servicios.	
		Corto plazo	Implementar estrategias de marketing, para captar el mayor consumo de los medios de comunicación internos por los estudiantes.	Coordinar con Docentes para que dentro de la curricula, los estudiantes puedan hacer un práctica en la facultad a través de propuestas, revisadas y evaluadas por el docente.	Vicedecano y Docentes titulares en las materias de la mención de marketing de la carrera de Administración de Empresas.
		Corto plazo	Realizar una campaña de socialización anual de los medios institucionalizado y difusión de los beneficios que ofrece la facultad para los estudiantes, dirigido para los universitario de nuevo ingreso.	Coordinar dentro de la bienvenida a los estudiantes de nuevo ingreso, un espacio para la socialización con el material adecuado.	Autoridades facultativas y Directores de carreras.
Definir el flujo comunicativo interno y establecer pautas para su institucionalización	Establecer un flujo de comunicación interno claro, eficiente y transparente.	Mediano plazo	Institucionalización de los medios oficiales y formalización de los procedimientos para la comunicación interna.	Contando con el proyecto propuesta de la "Guía de comunicación interna", gestionar su aprobación en un Honorable consejo facultativo mediante resolución.	Autoridades facultativas y Directores de carreras.

COMUNICACIÓN INTERNA DE LA FCEF: EFICACIA EN ESTUDIANTES

		Mediano plazo	Diseñar un flujo de comunicación interno ideal que responda a las necesidades de la organización.	Análisis del organigrama y manual de funciones.	Comisión designada.
		Mediano plazo	Realizar un calendario de publicaciones, con el fin de crear de contenido relevante, estableciendo una frecuencia regular para la distribución de información de manera oportuna.	Crear un capeta compartida, para que se pueda coordinar en tiempo real las fecha de publicación en un calendario digital.	Encargados de Laboratorios, en coordinación con Directores y Vicedecano.
		Corto plazo	Complementar el presente estudio con la apertura de espacios de retroalimentación como sesiones de grupo, dialogo horizontal.	Instruir a los docentes, que orienten a los estudiantes la conformación de su Directiva por año. Coordinarla fecha con presidentes de curso, ejecutivos de centro de estudiante y miembros de la sociedad científica. Asignar a Docentes con experiencias en el desarrollo de grupo para sud desarrollo.	Vicedecano
Optimización de los canales internos de comunicación	Aprovechar al máximo los canales de comunicación internos para	Corto plazo	Implementar un chat Bot en WhatsApp para brindar a los estudiantes información clara y precisa sobre los trámites administrativos, incluyendo	Crear una encuesta virtual, que sea compartido por los directores de carrera a los estudiantes de diferentes años para crear	Encargados de Laboratorios

COMUNICACIÓN INTERNA DE LA FCEF: EFICACIA EN ESTUDIANTES

mejorar el intercambio de información y la colaboración entre la comunidad universitaria.		tiempos de procesamiento, requisitos y el flujo de documentación.	un banco de preguntas y desarrollar el chat Bot.	
	Corto plazo	Implementar un buzón de sugerencias para fomentar la comunicación ascendente y motivar a los estudiantes a expresar sus opiniones y propuestas. Los buzones deben revisarse diariamente al finalizar la jornada laboral.	Elabora el buzón de sugerencia, hacer visible su letrero de "buzón de sugerencia" y ubicarlo en un lugar visible en su escritorio.	Secretaria de Vicedecanatura
	Mediano plazo	Promoción del Sitio web de la FCEF como fuente de información de reglamentos, estatuto y normativas.	Actualización de los reglamentos, estatuto y normativas. Socializar la actualización del sitio web, en un espacio dentro del acto académico más próximo.	Autoridades facultativas y Encargados de Laboratorios
	Mediano plazo	Implementar un sistema de registro de asistencia a actividades estudiantiles en la Vicedecanatura para medir el número de participantes.	A probación de formato de lista. Copias disponible facilitadas a las Direcciones de la carreras.	Secretaria de Vicedecanatura
	Corto plazo	Creación e institucionalización de un grupo oficial de WhatsApp que se encuentre institucionalizado y habilitado para difundir comunicados oficiales y que sea fácilmente	Socialización mediante circular de la creación del grupo oficial. publicar afiche en tablero de anuncios de Decanatura,	Vicedecano

			identificable por los estudiantes de todas las carreras de la facultada.	Vicedecanatura y Direcciones.	
	Mediano plazo	Producir contenido audiovisual de alta calidad para informar a los estudiantes sobre becas, eventos científicos, talleres y concursos relevantes para su carrera, eventos de interacción social y extensión universitaria, actividades culturales y deportivas. Este contenido se difundirá a través de Facebook para motivar y animar a los estudiantes a participar.	Coordinar con centro de estudiantes y sociedades científicas, para colaborar en la creación de dicho contenido. Preparar los quienes y síntesis de información a transmitir. Habilitar una carpeta de Drive para que los mismo estudiante que participan de actividades suban fotografías y videos de dichos eventos.	Encargados de Laboratorios	
	Corto plazo	Realizar un mantenimiento y actualización constantemente de los tableros de anuncios físicos con carteles informativos atractivos y organizados. Esta función de recordatorio fortalece la sinergia entre los canales de comunicación.	Reducir el número de tableros de anuncios físicos en base a los que se encuentran mejor ubicados. Realizar el mantenimiento y reacondicionamiento, cada semana se debe realizar un control de la información para mantenerla actualizada.	Mensajero	