



## PERCEPCIÓN ESTUDIANTIL SOBRE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, ULEAM

### STUDENT PERCEPTION ON INTERNAL COMMUNICATION PROCESSES IN THE SCHOOL OF ACCOUNTING AND AUDITING, ULEAM

Mendoza-Zamora Walter<sup>1\*</sup>; Chamba-Rueda Laura<sup>2</sup>; Zambrano-Vera Teddy<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Docente de la Universidad Estatal del Sur de Manabí, UNESUM. Jipijapa, Ecuador.

<sup>2</sup>Docente de la Universidad Técnica Particular de Loja, UTP. Loja, Ecuador.

<sup>3</sup>Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, ULEAM. Manta, Ecuador.

\*Correo: wal-mezam82@gmail.com

#### Resumen

Este estudio se desarrolló en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, durante el período 2015-2016; tuvo como objetivo evaluar el contexto situacional de la Comunicación institucional entre los miembros de la Facultad mencionada; para dar cumplimiento al mismo, se determinaron las características y condiciones óptimas deseadas en concordancia con la comunicación asertiva para el desarrollo institucional; la muestra consistió en 266 estudiantes a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta; con los resultados obtenidos se pudo concluir que el tipo de comunicación utilizada para la transferencia de información son el internet y los avisos en cartelera, estos no siempre respetan las reglas éticas y morales para transferir la información, limitando la integración y colaboración entre sus públicos; además no cuenta con los indicadores de gestión de proceso de comunicación interna.

**Palabras clave:** plan, estrategias de comunicación, desarrollo institucional, público.

#### Abstract

This study was carried out in the Faculty of Accounting and Auditing of the Lay University "Eloy Alfaro" in Manabí, during the period 2015-2016; its objective was to evaluate the situational context of institutional communication among the members of the aforementioned Faculty; to comply with it, the desired optimal characteristics and conditions were determined in accordance with assertive communication for institutional development; the sample consisted of 266 students to whom the survey technique was applied; With the results obtained, it was possible to conclude that the type of communication used for the transfer of information is the internet and billboard advertisements, these do not always respect the ethical and moral rules for transferring the information, limiting integration and collaboration among their audiences; It also does not have the internal communication process management indicators.

**Keywords:** plan, communication strategies, institutional, public development.

#### Información del manuscrito:

Fecha de recepción: 20 de agosto de 2018

Fecha de aceptación: 28 de noviembre de 2018

Fecha de publicación: 10 de enero de 2019



## 1. Introducción

La creación de la Facultad Ciencias en Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (ULEAM), tiene sus inicios en el año 1986 como una Escuela o Unidad Académica adscrita a la Facultad de Ciencias Económicas, fue conducida por la Ingeniera Elizabeth Cañarte de Ruperti como Directora; después sigue bajo el mando y Dirección del Dr. Justo Cevallos Mero, el H. Consejo Universitario, en Junio 24 del 2003 aprueba su transformación a Facultad; la misma que desde el año 2007, ofrece la Carrera de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, por la naturaleza misma de la profesión, enmarcada en un modelo organizacional objetivado a esa sentida necesidad. En el medio universitario se dispone de profesionales con alta calidad técnica en las ciencias contables y financieras. Razón para que la presencia y el desarrollo de la Facultad no haya sido circunstancial, sino que ha sido y es parte del proceso de desarrollo, avance y requerimiento del sector productivo del país (ULEAM, 2016).

El fenómeno de la comunicación es impensable, tanto para el campo cultural, social y principalmente en lo laboral. En lo que corresponde a la comunicación para la gestión institucional, se ha venido dando con un sin número de problemas que han imposibilitado el normal desarrollo de la misma, ya que cada vez ha sido más complicado mantener una comunicación adecuada y que no acompaña a las aspiraciones estratégicas de la organización. Estos desajustes son fruto de un concepto de comunicación percibido en exceso como instrumento y no como escenario estratégico requerido para hacer que las instituciones aumenten su eficacia y eficiencia (Arrugo, 2001).

La comunicación universitaria se basa a las fuentes doctrinales de las que tradicionalmente se ha apoyado, sobre todo, la comunicación empresarial que en los últimos años ha logrado acumular un conjunto de saberes que han garantizado el desarrollo institucional a través del eficiente desempeño de la actividad profesional ejercida (Drucker, 1969).

La comunicación, la veracidad, precisión y manipulación de los datos dentro de un campo



universitario, son deseables en todo comportamiento ético de la misma. Que la comunidad universitaria conozca lo que hace la institución y cuáles son sus proyectos y resultados; persigue lograr un clima de implicación e integración entre los miembros e incrementar la motivación y la participación. En buena medida, soporte y base de la comunicación externa (Cuenca, 2005, p. 114). Con base a lo antes expuesto, la presente tiene como objetivo analizar los procesos y estrategias que en la actualidad se ejercen, sean estos internos y externos, conociendo de esta forma el tipo de comunicación utilizado para la transferencia de información en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la ULEAM.

## **2. Materiales y métodos**

### **2.1. Métodos**

Dentro de los métodos utilizados para el desarrollo del trabajo de investigación, se describen los siguientes métodos:

Método Inductivo, permitió obtener los resultados de carácter general, lo cual orientó a la realización de las conclusiones según los objetivos establecidos.

Método deductivo. Ayudó a formular criterios particulares basándose en hechos de carácter general y de acuerdo al problema investigado.

Método analítico. Orientó a la realización del análisis para obtener un conocimiento del nivel de comunicación que tienen las autoridades, administrativos, docentes y estudiantes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica "Eloy Alfaro". Los resultados se los obtuvo mediante la observación directa y encuestas.

### **2.2. Tipos de investigación**

Exploratorio. Por cuanto se visitó a la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, para explorar el estado situacional del problema planteado en esta investigación y para recopilar datos estadísticos sobre la comunicación, la veracidad, precisión y manipulación de los datos dentro de un campo universitario en relación a la comunicación.

Descriptivo. A través de este, se pudo describir el tipo de comunicación que se lleva a efecto en la Facultad de Contabilidad y



Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y como afectan estos a sus diversos elementos, estructuras y procesos.

Analítico. Consistió en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. Se realizó un análisis a través de la observación y examen a la problemática planteada.

### **2.3. Modalidad básica de la investigación**

Investigación de campo. Fue tomada con el objetivo de recopilar información directa de los estudiantes, haciendo uso de los instrumentos de encuesta, en donde se utilizó metodología cuantitativa para realizar la tabulación de los datos y concluir con lo investigado.

Investigación bibliográfica. Dentro de este estudio, fue utilizada como base para fundamentar cada una de las variables e indicadores del tema propuesto, fue una de las primeras etapas que consistió en una revisión bibliográfica de las variables de investigación, para auscultar la existencia de problemas de comunicación en la Facultad de

Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí.

Método Estadístico. A través de este se pudo realizar la representación de los resultados en cuadros y gráficos estadísticos, posterior a ello se elaboró las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos de campo.

### **2.4. Diseño de la investigación**

En el diseño de la investigación se señala la forma de conceptualizar el problema planteado sobre la falta de comunicación y la deficiente búsqueda de soluciones para mejorar el desarrollo de la institución.

En esta investigación también se hizo uso de la metodología cuantitativa, conociendo que los valores obtenidos de la aplicación de los instrumentos de campo, fueron establecidos con datos numéricos tabulados y presentados en tablas estadísticas. Es de tipo exploratorio porque al ser la Comunicación Integral en las universidades, poco o casi nada investigada, la Universidad Técnica Particular de Loja, orientó para el desarrollo de este proyecto,



el mismo que fue llevado con mucha responsabilidad y criterio, debido a que hasta la actualidad no se han realizado estudios de esta categoría en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí (ULEAM). Es de tipo descriptivo porque en él se detallan los hechos tal y como fueron observados durante el estudio, todo este proceso facilitó explicar y caracterizar la realidad de la comunicación institucional.

## 2.5. Población y muestra del estudio

La universidad está implicada de diversas maneras con diferentes actores sociales que son los integrantes de la comunidad universitaria, estudiantes, docentes y administrativos (internos) y otras instituciones, publicas-privadas, entornos económicos, profesionales, entre otros (externos). Sin embargo, para la investigación se tomó como población de informantes clave: 1066 estudiantes, según fuentes de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la ULEAM.

### 2.5.1. Tamaño de la muestra

Se utilizó la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra.

$$N = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$

- Z:** Nivel de confianza
- N:** Universo o población
- P:** Probabilidad a favor
- Q:** Probabilidad en contra
- e:** Error de estimación
- n:** Tamaño de la muestra

### Estudiantes

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 1066}{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 + 1066 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 251,5}{0,9604 + 2,665}$$

$$n = \frac{966,1624}{3,6264}$$

$$n = 266,42 = 266 //$$

De la población total se tomó una muestra con la cual se pudo realizar la investigación de campo.

### 2.6. Recolección de la información

Las técnicas permitieron la recolección y el análisis de datos, con el propósito de facilitar el proceso de la investigación en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la ULEAM, las técnicas que se emplearon fueron las siguientes:

Encuestas. Se logró recolectar datos de primera mano acerca de las variables de la investigación. La información recolectada permitió

auscultar datos relevantes que orientaron a la realización de las conclusiones, recomendaciones y propuesta alternativa de solución a las debilidades encontradas durante la investigación.

Los instrumentos de investigación fueron diseñados haciendo uso de las variables de investigación tales como comunicación, estrategias de comunicación, comunicación estratégica, públicos y mensajes, con lo cual se pudo recopilar datos directamente de los involucrados del área de estudio y de esta forma conocer como es el manejo de la comunicación en la institución.

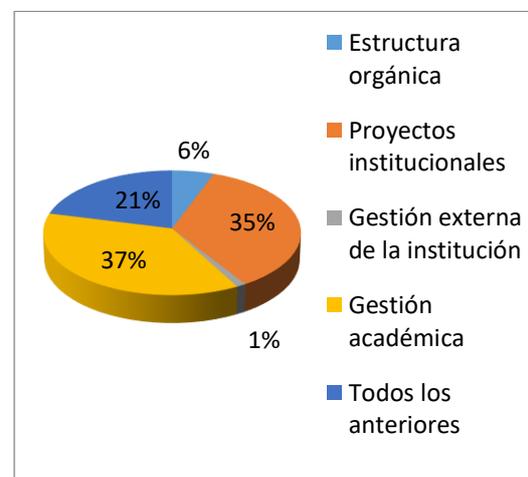
Los instrumentos están diseñados con ítems que permiten orientar a las respuestas que proporcionan los involucrados del proceso investigativo de forma clara para que tengan la libertad y seguridad al momento de escoger una opción como respuesta.

Esta investigación tiene un profundo entendimiento del comportamiento de los involucrados de la institución antes mencionada y las razones que los gobiernan. Así mismo fue de tipo cuantitativa porque una vez tomados los instrumentos de evaluación se procedió a tabular los resultados en

cuadros y gráficos estadísticos haciendo uso del programa de Microsoft Excel para agruparlos y facilitar su comprensión. Después de hacer un análisis de la documentación enviada por la Universidad Técnica Particular de Loja se organizó un cronograma para llevar a cabo la investigación esquematizada.

### 3. Resultados y discusión

La encuesta pretende determinar si los discentes están en constante manejo con los medios de comunicación, para su aplicación en los procesos enseñanza-aprendizaje. A los estudiantes se les consultó el tipo de información que reciben de las autoridades de la Facultad. La figura 1 muestra los resultados.

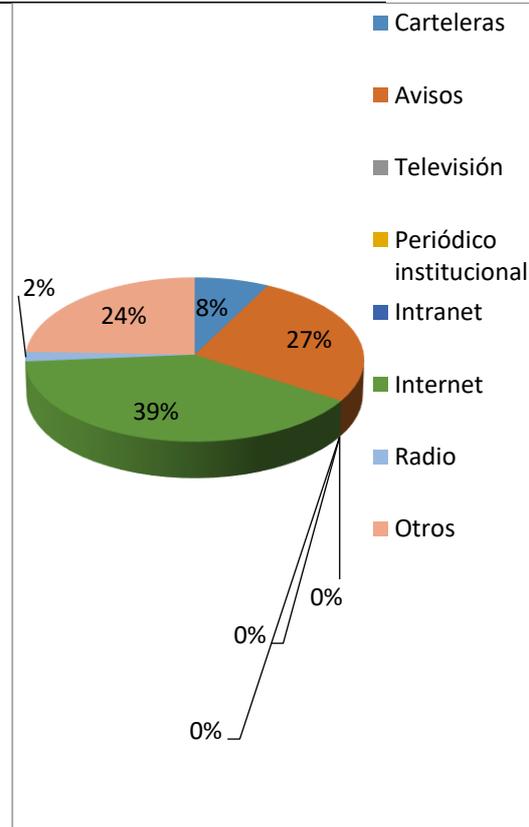


**Figura 1.** Información recibida por los estudiantes

Por otra parte, el 81% de estudiantes encuestados indica que la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí no cuenta con un buzón de sugerencias, el otro 19% indica que sí. Además, el 80% de la muestra estudiantil evidencia que solo a veces existe una adecuada comunicación, respetando las reglas éticas y morales entre docentes, autoridades y estudiantes de la Facultad. El 20% indica que si se respetan las reglas éticas y morales en la comunicación.

El 76% de los estudiantes de la muestra indican que solo a veces los medios de comunicación utilizados en la Facultad permiten la integración y colaboración entre los involucrados. El 24% restante indica que siempre.

La figura 2 indica los medios de comunicación utilizados por los estudiantes de la Facultad. El 39% de los alumnos indican que los medios de comunicación utilizados en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, son el internet y el 27% indica que son los avisos; como factores de mayor porcentaje de aceptación.

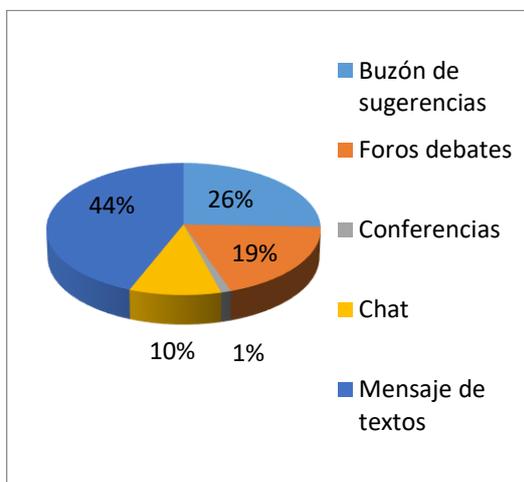


**Figura 2.** Medios de comunicación utilizados por los estudiantes de la Facultad

Cabe señalar que, tal como se evidencia en la figura 2, el medio comunicativo que tiene mayor acogida entre los estudiantes es el internet. Asimismo, se evidencia que el 70% de los estudiantes prefieren recibir la información institucional a través del correo personal y al 26% a través de los avisos.

En lo que respecta a los indicadores de gestión para los procesos de comunicación interna en la facultad, el 92% de la muestra considera que las autoridades no cuentan con indicadores de gestión para un

debido proceso de comunicación interna. Evidentemente, es notoria la necesidad de un adecuado sistema para la gestión de la comunicación interna.



**Figura 3.** Espacios de comunicación interna demandados por los estudiantes

Por otra parte, la figura 3 jerarquiza los espacios de comunicación interna requeridos por los estudiantes. De modo que los mensajes de texto son los más demandados (44%), como estrategias para fomentar la comunicación institucional en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la ULEAM.

La comunicación puede ser analizada desde múltiples perspectivas, por lo tanto, es un proceso que debe ser llevado tomando en consideración su frecuencia en la gestión que analiza. Con la investigación de campo

realizada en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, se determinó que esta no cuenta con un buzón de sugerencias y solo a veces existe una adecuada comunicación, respetando las reglas éticas y morales entre docentes, autoridades y estudiantes. Entre los medios más utilizados están el internet y los avisos. A los estudiantes les gustaría recibir la información institucional a través del correo personal, avisos, buzón de sugerencias, mensajes de textos; de esta forma se estaría aportando en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información para modernizarla entre todos los que conforman la Facultad.

En la institución no se cuenta con los indicadores de gestión de proceso de comunicación interna, donde se tome especial atención a las variables de valoración del empleado y comunicación dentro de la organización, reconocimiento del trabajo desarrollado, conocimiento de las aspiraciones para dar cumplimiento a los objetivos estratégicos definidos. Una estrategia de comunicación es considerada como el marco



ordenador que integra los recursos de la comunicación organizacional, para entender lo que es una estrategia se tomó la teoría de Tobón (2010) quien las define como un “conjunto de acciones que se proyectan y se ponen en marcha de forma ordenada para alcanzar un determinado propósito” (p. 246).

Definir una estrategia, es un asunto más práctico que teórico, debido a que son un conjunto de acciones organizadas y de un trabajo del intelecto creativo, considerándolo como un movimiento hacia el logro de objetivos y metas. De acuerdo a Castañeda y López (1988) en González (2006), una estrategia es considerada como una: representación cognoscitiva de secuencias y acciones complejas ligadas a la noción de plan. La estrategia es una manera global de decidir tipos de acciones diferentes que serán aplicadas a lo largo del curso de una actividad; las estrategias son flexibles porque operan en diversos niveles al mismo tiempo, son sensibles al contexto y son susceptibles de cambio. (p. 16)

### **Conclusiones**

Los tipos de comunicación utilizados para la transferencia de información

en la mencionada Facultad son el internet y los avisos, y esta comunicación no siempre respeta las reglas éticas y morales entre sus elementos, por lo tanto, solo a veces permiten la integración y colaboración entre los involucrados, situación que no ayuda a fortalecer el desempeño de cada uno de los actores que forman parte de la actividad administrativa.

Dentro de las características y condiciones óptimas deseadas para la comunicación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Laica “Eloy Alfaro”, esta es baja, debido a la prioridad que le dan los administradores a la información que reciben. La información recibida con mayor frecuencia es sobre la gestión académica y proyectos institucionales. La facultad no cuenta con los indicadores de gestión del proceso de comunicación interna. Por ello, se deduce que la Facultad debe regular la información y comunicación interdepartamental para evitar las especulaciones siempre y cuando este en concordancia con la comunicación asertiva para el desarrollo institucional.



## Bibliografía

- Arrugo, M. (2001). El fin de la comunicación interna. A Trabajar. Recuperado el 19 de agosto de 2015, de <http://www.atrabajarpr.com>
- Cuena-Bostrán, P. (2005). La dirección de comunicación en el ámbito universitario: comunicación interna y comunicación externa". En Marín Ruiz, A.; Trilles Rodríguez, I. y Zamarrón Garza, G. (coords.), *Mass Media y Universidad. El reto de la comunicación.*
- Drucker, P. (1969). *The age of discontinuity.* Londres: Willians Heinemann Lid.
- González, D. C. (2006). *Estrategias Referidas al Aprendizaje, la Instrucción y la Evaluación.* Estados Unidos Mexicanos: Editorial UniSon.
- Tobón, S. (2010). *Formación Integral y Competencias. Pensamiento Complejo, Currículo, Didáctica y Evaluación.* República de Colombia: Ediciones ECOE.
- ULEAM. (2016). *Oferta académica ULEAM.* Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Disponible en: [www.uleam.edu.ec](http://www.uleam.edu.ec)