



*Percepción docente de la comunicación institucional en la Universidad de
Guayaquil durante la pandemia Covid-19*

*Teaching perception of institutional communication at the University of
Guayaquil during the Covid-19 pandemic*

*Percepção docente da comunicação institucional na Universidade de Guayaquil
durante a pandemia de Covid-19*

Miryam Gabriela Pacheco-Rodríguez
miryam.pachecor@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1007-5968>

Edgar Alexander Álvarez-Avilés
edgar.alvareza@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-1196-1670>

Byron Javier Holguín-Holguín
byron.holguinh@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6623-8167>

Irina Nayeli Borbor-Gonzabay
Irina.borborg@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3264-2388>

Correspondencia: miryam.pachecor@ug.edu.ec

Ciencias de la Educación.
Artículo de Investigación.

* **Recibido:** 23 de enero de 2023 * **Aceptado:** 12 de febrero de 2023 * **Publicado:** 5 de marzo de 2023

1. MSc. en Marketing y Recursos Humanos, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador
2. Ing. en Marketing y Negociación Comercial Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador
3. Ing. en Marketing y Negociación Comercial, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador
4. Ing. en Marketing y Negociación Comercial, Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador

Resumen

Las organizaciones a nivel mundial sufrieron transformaciones profundas a partir de la crisis sanitaria Covid-19 causada por el virus SARS-CoV-2 principalmente con aspectos relacionados con la comunicación empresarial. Las instituciones de educación superior no fueron ajenas a esta situación y muchos investigadores iniciaron estudios que analizaban esta problemática y su afectación en la comunidad, como es el caso de este trabajo investigativo que tuvo la finalidad de analizar la percepción del docente universitario sobre la comunicación institucional en tiempo de pandemia del Covid-19. Este estudio se llevó a cabo gracias a la aplicación de una investigación cuantitativa de alcance descriptivo y bajo un enfoque no experimental realizado entre los meses de junio a septiembre del año 2022 y para lo cual se tomó una muestra de 89 docentes pertenecientes a la Facultad de Ciencias Administrativa de la Universidad de Guayaquil. Entre los principales hallazgos que se obtuvieron tras el análisis respectivo de los datos recolectados se encuentra que los docentes consideran que durante la crisis sanitaria la comunicación dentro de esta institución fue regular, principalmente porque primó la informalidad dentro de los sistemas que diseñó la Universidad de Guayaquil para garantizar la comunicación durante estos difíciles meses de pandemia. Así también, existieron distintas barreras que sumadas a una débil cultura organizacional terminaron por causar una grave ineficiencia en todas las estrategias que como organización esta unidad educativa intentó aplicar para mantener a su comunidad informada.

Palabras Clave: Comunicación empresarial; comunicación interna; percepción docente; canales de comunicación; crisis sanitaria; Covid-19.

Summary

Organizations worldwide underwent profound transformations from the Covid-19 health crisis caused by the SARS-CoV-2 virus, mainly with aspects related to business communication. Higher education institutions were not immune to this situation and many researchers began studies that analyzed this problem and its impact on the community, as is the case of this investigative work that had the purpose of analyzing the perception of university professors about institutional communication. in time of the Covid-19 pandemic. This study was carried out thanks to the application of a quantitative research of descriptive scope and under a non-experimental approach carried out between the months of June to September of the year 2022 and for which a sample of 89 teachers belonging to the Faculty of Administrative Sciences of the University of Guayaquil.

Among the main findings that were obtained after the respective analysis of the data collected, it is found that teachers consider that during the health crisis communication within this institution was regular, mainly because informality prevailed within the systems designed by the University of Guayaquil. to guarantee communication during these difficult months of the pandemic. Likewise, there were different barriers that, added to a weak organizational culture, ended up causing a serious inefficiency in all the strategies that this educational unit as an organization tried to apply to keep its community informed.

Keywords: Business communication; internal communication; teacher perception; communication channels; health crisis; Covid-19.

Resumo

Organizações em todo o mundo passaram por profundas transformações a partir da crise de saúde causada pelo vírus SARS-CoV-2 causada pela Covid-19, principalmente nos aspectos relacionados à comunicação empresarial. As instituições de ensino superior não ficaram imunes a essa situação e muitos pesquisadores iniciaram estudos que analisavam esse problema e seu impacto na comunidade, como é o caso deste trabalho investigativo que teve como objetivo analisar a percepção de professores universitários sobre a comunicação institucional. da pandemia de Covid-19. Este estudo foi realizado graças à aplicação de uma pesquisa quantitativa de alcance descritivo e sob abordagem não experimental realizada entre os meses de junho a setembro do ano de 2022 e para a qual uma amostra de 89 professores pertencentes à Faculdade de Administração Ciências da Universidade de Guayaquil. Entre as principais constatações obtidas após a respectiva análise dos dados coletados, constatou-se que os docentes consideraram que durante a crise sanitária a comunicação dentro desta instituição foi regular, principalmente porque prevalecia a informalidade dentro dos sistemas desenhados pela Universidade de Guayaquil. comunicação durante estes meses difíceis da pandemia. Da mesma forma, existiram diversas barreiras que, somadas a uma cultura organizacional débil, acabaram por provocar uma grave ineficiência em todas as estratégias que esta unidade educativa como organização tentou aplicar para manter a sua comunidade informada.

Palavras-chave: Comunicação Empresarial; Comunicação Interna; percepção do professor; canais de comunicação; crise de saúde; COVID-19.

Introducción

La comunicación institucional es el resultado de la combinación de la información que es compartida tanto al interior como al exterior de una organización; la finalidad de este tipo de comunicación es el establecimiento de lazos sólidos con los stakeholders tanto internos como externos convirtiéndose así en uno de los factores claves que determina el éxito o el fracaso de las entidades en los nuevos contextos empresariales. Las Instituciones de Educación Superior (IES) no son ajenas a esta realidad, si bien es cierto hace unos años atrás, como todas las instituciones prestaban mayor atención y cuidado a la comunicación externa y descuidaban parcial o totalmente la comunicación interna, esto cambió con la llegada de la pandemia Covid-19 ya que se vieron obligadas a colocar su mirada en la comunicación interna y aplicar nuevas estrategias que garanticen que su comunidad académica y laboral todo el tiempo estén informadas.

En Ecuador, el tema sobre la comunicación institucional se ha caracterizado por manifestar ciertos obstáculos, así expone Ortiz, y otros (2017) en su estudio sobre las características de la comunicación en empresas ecuatorianas donde los autores hacen mención a distintas dificultades que se presentan en el panorama empresarial cuando de comunicación se habla entre los que se destacan: la deficiente transmisión de información y la precariedad en el desarrollo de la competitividad entre los empleados, que a su vez ocasiona un ineficaz desempeño laboral tanto personal como en equipo; no considerar a los cargos medios y bajos en la toma de decisiones o en los distintos procesos transformacionales por lo que pasa una entidad; además, se evidencia la presencia perpetua de la comunicación descendente y la rara apertura a una comunicación ascendente solo en casos donde la comunicación se vincule con información necesaria para completar las tareas.

Las IES y en especial la Universidad de Guayaquil, institución objeto de estudio, son parte del escenario antes planteado donde se presenta un desequilibrio entre la comunicación externa y la comunicación interna el mismo que se refleja en la gestión de los intangibles de la organización. Por otra parte, según Pacheco (2015), la falta de comprensión hacia los miembros de la institución y la consideración de la importancia de sus acciones influye desfavorablemente en el cumplimiento de las metas. El escenario presentado es realmente alarmante si se considera que la Universidad de Guayaquil es la IES más grande que posee el Ecuador, oferta de manera semestral 49 carreras distribuidas en 6 áreas de conocimiento y alberga a más de 60.000 estudiantes. Esta institución antes de la pandemia Covid-19 llevaba consigo una metodología en su mayor parte presencial y se

observaba como cubría con normalidad el proceso de comunicación interna entre sus líderes y demás miembros.

No obstante, la llegada del COVID-19 obligó a la sociedad en general a modificar sus hábitos de comunicación comúnmente realizados, y sin excepción las estructuras comunicativas de las universidades se vieron afectadas. A partir del 13 de marzo del 2020 las IES del Ecuador cerraron sus puertas para dar paso a la modalidad virtual, viéndose forzadas a reestructurarse de manera repentina. A partir de esta necesidad de adaptarse a los cambios en el campo de la comunicación se identificó que no todas las IES en el Ecuador contaban con estrategias para una comunicación continua que hiciera frente a la situación, así también se evidenció la pobre infraestructura tecnológica y los bajos niveles de conocimientos de los docentes en el uso de las TICS (Díaz, y otros, 2020).

En síntesis, aquellas instituciones que ya contaban con una planificación de comunicación institucional estructurada encontraron una solución satisfactoria a la situación. Por el contrario, aquellas universidades en las que no existía un plan de comunicación bien estructurado, se identificaron dificultades para responder de manera inmediata y eficaz; claramente la Universidad de Guayaquil fue parte de este segundo grupo. Estas fallas iban desde la falta de conocimiento de herramientas tecnológicas hasta la insatisfacción en la percepción de la información, lo que provocaba confusiones y alteraciones al mensaje (Fuentes, 2020).

Por lo ya antes mencionado esta investigación se desarrolló con el propósito de analizar la percepción de los docentes sobre la comunicación institucional durante la crisis sanitaria del Covid-19, generando un diagnóstico de la situación actual que permita en un futuro establecer estrategias adecuadas para la mejora de la intercomunicación de los miembros de esta entidad. Para lograr este objetivo se tomó como referencia a la población docente de la Facultad de Ciencias Administrativas (FCA) de la Universidad de Guayaquil (UG) y se escoge esta Unidad Académica, pues es una de las más grandes con las que cuenta la UG. Además, los autores de esta investigación pertenecen a esta facultad lo que facilita el acceso a los sujetos de estudio algo que era realmente importante, ya que este artículo se desprende de un trabajo de titulación por lo tanto el factor tiempo era clave.

Desarrollo

La comunicación puede tener varias vertientes desde la cual se puede abordar para su estudio y conceptualización, pero en esencia se la puede definir como el proceso mediante el cual se

intercambian ideas, pensamientos, emociones, creencias u opiniones que obtienen un significado gracias a experiencias previas y de esta manera en el momento en el que se establece la comunicación se entiende que su objetivo es conseguir algo en común por medio del mensaje que se intenta compartir. Esta actividad es una derivación psíquica del pensamiento, el lenguaje y de la capacidad de desenvolverse de un individuo en una sociedad, garantizándole un sentido de pertenencia a una comunidad y la construcción de su identidad personal (Marín, 2017).

En el ámbito organizacional, la comunicación hace referencia a los procesos internos y externos, es la base de las relaciones humanas y su objetivo es influir en las acciones de los demás por lo que se entiende como una labor indispensable para vincularse con el ambiente de la entidad. La comunicación como instrumento es la solución de la gestión integral que se traza en una organización moderna, esta acción es tomada como una necesidad más, no como una opción (Lindao, 2021).

La comunicación vista como un fenómeno en las entidades se da de manera natural indistinto de su tamaño, su ubicación geográfica, actividad económica o cualquier otro factor que las diferencie, considerándola entonces como un componente fundamental, a tal punto que en las nuevas estructuras empresariales los líderes han destinado un departamento dentro de las organizaciones que se encargue de gestionar el proceso de comunicación de manera oficial. Toda entidad está obligada a considerar a la comunicación como parte del proceso de supervivencia en el mercado que participa. En términos simples, la comunicación organizacional se basa en el intercambio de información entre los diversos niveles y posiciones, funcionando, así como un sistema abierto donde se aprecie la interacción de los integrantes de la institución (Pacheco, 2016).

La función principal de la comunicación institucional enfocada en el interior de la organización es perfeccionar el flujo de información con las relaciones humanas, para aportar a la participación del trabajo en equipo y consolidar los valores entre los diversos departamentos de trabajo, la dirección y sus colaboradores (Oyarvide, Reyes, & Montaña, 2017). Pero también puede buscar otros objetivos dentro de la empresa como promover el crecimiento de la cultura organizacional gracias al sentido de pertenencia que sus trabajadores puedan desarrollar; generar ventajas estratégicas sean estas competitivas, comparativas o funcionales gracias a la articulación de los distintos departamentos que conforman a la institución y su funcionamiento conjunto; incrementa la flexibilidad de la estructura empresarial y en general sus capacidades de adaptación al cambio que es una constante en los nuevos entornos empresariales, entre otros (Lucas, 2020).

La comunicación institucional en la era digital cambia según Pinea (2020) y debe afrontar dos grandes retos el primero, facilitar la creación de valor compartido, y el segundo lograr estas interacciones difundiéndolas mediante instrumentos y narrativas digitales. Para actuar en escenarios digitales, las organizaciones gestionan sus estrategias de comunicación online y estas acciones deben estar en perfecto acuerdo con la política de comunicación de la organización y estar asociada formal y conceptualmente con la estrategia de comunicación general de la organización. Es decir, que la comunicación institucional cuando se tenga que afrontar desde la digitalización y la virtualidad, debe basar su plan de acción en las políticas que como organización ha generado para asegurarse que en todo momento sus colaboradores estén informados y que participan activamente en el proceso comunicacional en la compañía.

Actualmente es evidente que las organizaciones están implementando cada vez más estrategias de comunicación en medios digitales. Por ello, es imperativo que las instituciones reconozcan la necesidad de adaptar profesionalmente sus estrategias de comunicación a las peculiaridades de las plataformas digitales, aprovechar su potencial y hacerlas integrales. Gonzáles (2015) menciona que la comunicación organizacional tiene la facultad de emplear a los nuevos medios para administrar una variedad de áreas, incluida la reputación digital, la gestión de crisis, la adquisición de talento y la comunicación interna, pero siempre y cuando los mensajes que se diseñen en la institución sean multicanal y multiplataforma para permitir una comunicación integral. Lo antes expuesto, demuestra que las organizaciones, al igual que la sociedad, también necesitan actualizar sus enfoques estratégicos para ser más ágiles a la hora de responder a futuros cambios en los medios y en los mensajes y en general a modificaciones en los distintos componentes que definen el ciclo comunicacional.

La tecnología de la información y la comunicación facilita este cambio organizacional el cual tiene impacto en los procesos y las relaciones que una organización construye con sus miembros. La realidad es que la tecnología ha cambiado la vida de las empresas y sus relaciones con los clientes. Por este motivo, las organizaciones tienen como objetivo comprender y mejorar el potencial de los entornos digitales comenzando a implementar estrategias como el uso del Internet. El Internet se ha convertido en una herramienta muy útil para facilitar el aprendizaje, la comunicación y fortalecer las relaciones sociales entre las personas. Estos términos facilitan la creación y distribución de contenido y promueven habilidades colaborativas y participativas, de igual manera fomenta la comunicación entre individuos a través de las redes sociales (Pinea, 2020).

La transformación digital en el contexto de las Instituciones de Educación Superior se define como las innovaciones en la forma en que operan y una revisión estructural de sus procesos administrativos y académicos. Su perfeccionamiento, con la ayuda de las nuevas tecnologías, pretende no sólo beneficiar a la institución, sino también a la comunidad universitaria y los que la conforman, que son vitales para existencia y supervivencia de la Universidad. Hilbert y otros (2021) en el trabajo titulado “Estrategia y Transformación Digital de las Universidades: Un Enfoque para el Gobierno Universitario” consideran que la importancia de la transformación dentro de las IES es primordial, porque como sociedad necesitan que sigan asumiendo el papel de creadores y divulgadores de conocimiento como lo han logrado desde hace siglos, pero que su impacto sea aún mayor en la actualidad. Sobre todo porque esta perspectiva se agudiza más, ya que a este periodo dentro de la historia de la humanidad se lo ha denominado la era de la globalización y el conocimiento y como tal las unidades educativas deben aportar significativamente a estos aspectos. Con relación a lo anterior, Branch (2019) menciona que las IES tienen como objetivo general fomentar comunidades en armonía con la innovación universitaria a través de la transformación digital, con ayuda de los avances tecnológicos y las nuevas tendencias se genera la máxima colaboración, el aprendizaje activo, la investigación y la creatividad, además de promover el pensamiento crítico interdisciplinario para el desarrollo sostenible de la sociedad. Branch indica que, para el cumplimiento de este objetivo general se requiere considerar aspectos específicos como: a) la capacitación y sensibilización a los directivos y líderes de la institución en temas orientados al “ABC” de la transformación digital, b) La definición de la Unidad de Gestión para la transformación digital, c) La implementación de un proceso permanente de apropiación de la cultura digital en la Universidad.

Es una realidad que las universidades, como muchas otras organizaciones, están influenciadas por las diversas tendencias sociales y tecnológicas globales hacia la transformación digital. Este proceso de digitalización es potencialmente disruptivo y afecta a la naturaleza de estas instituciones. Por lo tanto, es sugerido el desarrollo de un programa completo de investigación sobre este fenómeno, el cual incluya el planteamiento de nuevos espacios de evaluación, reflexión, rediseño de procesos, diseño de propuestas. A través de la transformación digital se aprende la cultura de la innovación no solo por parte de los líderes, sino también de los miembros académicos y administrativos de la institución.

Metodología

Para alcanzar el objetivo de este estudio que es analizar la percepción del docente universitario sobre la comunicación institucional en tiempo de pandemia del Covid-19, se realizó una investigación bajo el enfoque cuantitativo; ya que, este tipo de enfoque investigativo toma como centro de análisis los datos numéricos que se obtengan con los distintos instrumentos estructurados que se diseñen para llevar a cabo la recolección de datos primarios. Además, que es una forma clara para responder las interrogantes que las personas que desarrollan el estudio tengan, esto se debe a que deja a un lado la subjetividad y se centra únicamente en los hechos estadísticos que arroja el proceso metodológico de análisis de datos, siendo este su principal aporte para cualquier trabajo, ya que gracias a esa característica se conoce, describe y explica con facilidad las causas que origina la situación problemática que se ha decidido abordar (Fernández y Baptista, 2014).

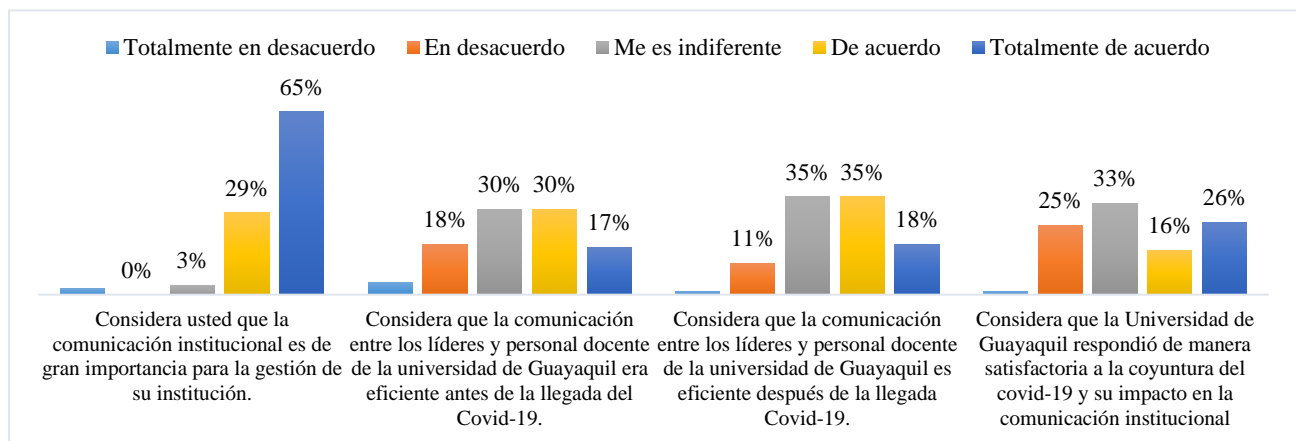
Este estudio se categoriza dentro de una investigación descriptiva; debido a que, busca identificar y detallar información desde la perspectiva del personal docente de la Universidad de Guayaquil a cerca de su percepción de la comunicación durante los meses más fuertes de la crisis sanitaria del Covid-19 y por lo tanto se excluye las opiniones, pensamientos, criterios y cualquier otro aporte que el o los investigadores tengan sobre este acontecimiento cumpliendo así una de las principales características que tienen este tipo de estudio (Arias y Covinos, 2021). Esta investigación también se categoriza como un estudio no experimental; debido a que, se efectúa sin alterar o manipular a voluntad las variables de estudio, se justifica únicamente en la observación de fenómenos en su estado natural para más adelante analizarlos. La importancia de esta investigación se fundamenta en examinar la situación existente sin imponer algún cambio en la gestión de las variables para obtener un análisis exacto del activo intangible como lo es en este caso la comunicación institucional de la Universidad de Guayaquil (Merino, y otros, 2015).

Este estudio se enfoca en los docentes de la Facultad de Ciencias Administrativa (FCA) de la Universidad de Guayaquil. Se busca estudiar su percepción sobre la comunicación institucional durante el periodo 2020-2021, tiempo en que la pandemia del covid-19 tuvo mayor impacto, en este lapso la FCA tenía un total de 355 docentes. El número total de individuos al ser mayor a las cien unidades obliga que para la aplicación del instrumento de recolección de datos se efectúe una técnica de muestreo que en este caso correspondió a un cálculo muestral bajo el método probabilístico y la técnica aleatoria simple dando como resultado un total de 89 personas a encuestar para que los resultados del instrumento sean válidos y tenga un 91% de nivel de

confianza. La técnica de recolección de datos de este estudio es la encuesta que como instrumento empleó un cuestionario de preguntas cerradas y con una gama de escala de Likert se establecieron las alternativas entre las que el encuestado podía escoger una respuesta que desde su perspectiva se ajuste y conteste el cuestionamiento que se le plateaba en cada pregunta. Es importante indicar que este instrumento se aplicó de manera telemática con ayuda de distintas herramientas digitales.

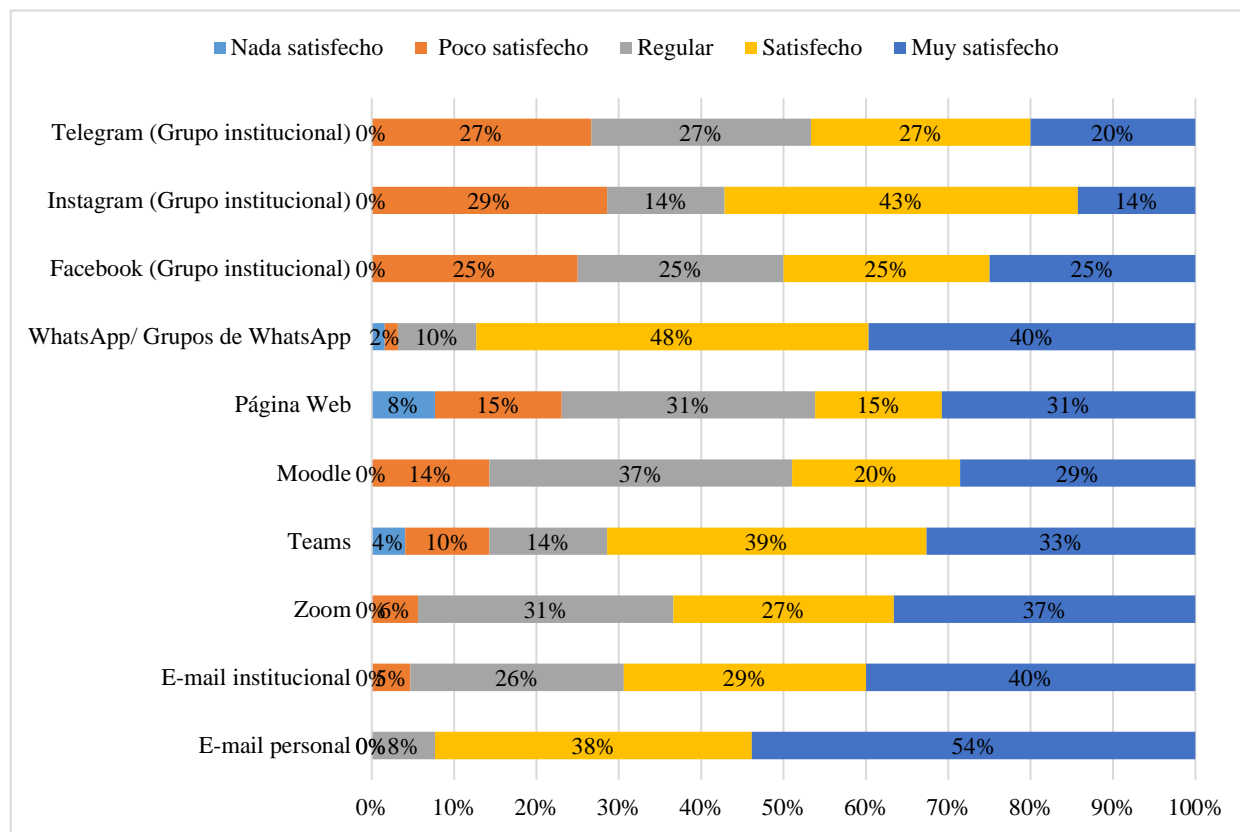
Resultados

Figura 1 Opinión sobre la comunicación institucional de la UG durante el COVID-19.



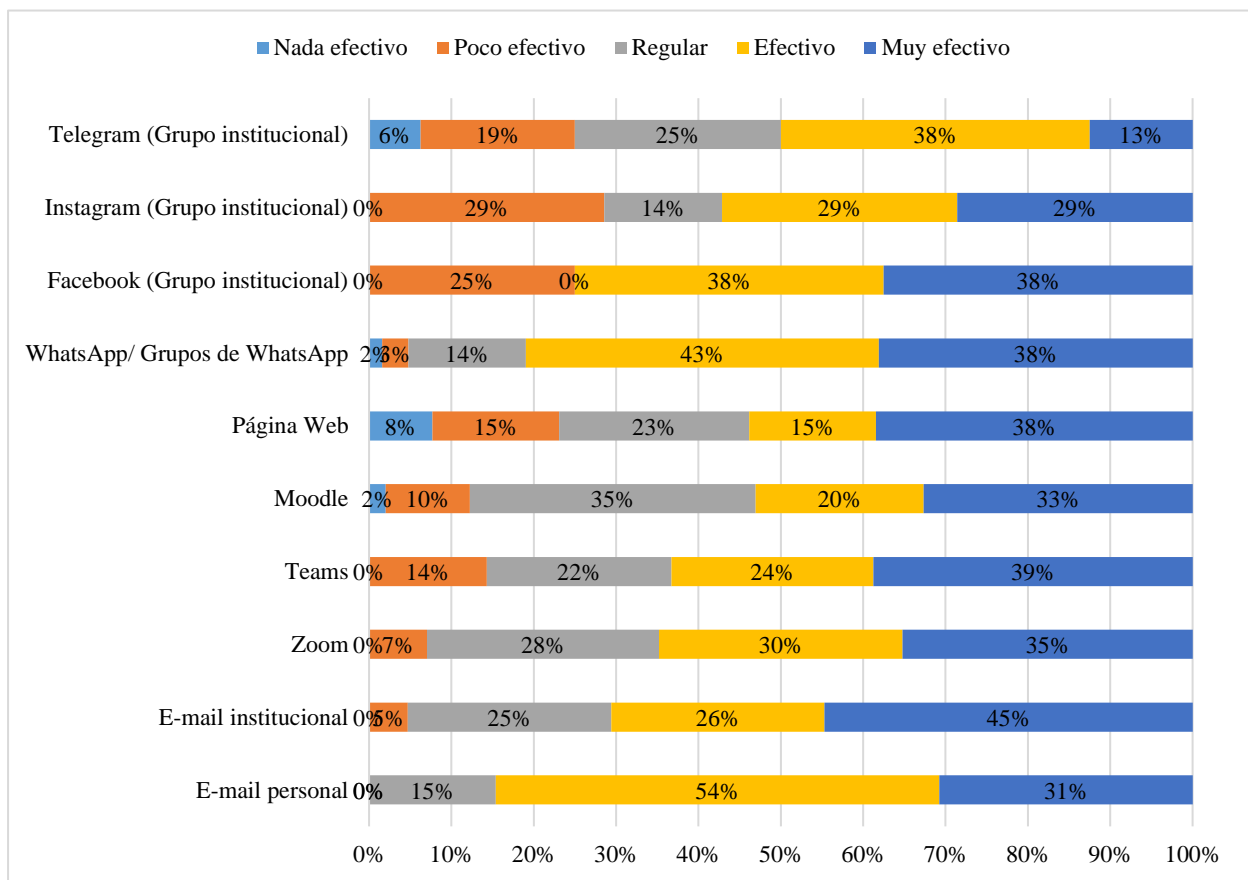
Los docentes son una parte indispensable para el correcto funcionamiento de la institución de educación, así que es vital conocer su valoración sobre un elemento tan importante como es la comunicación. Los resultados de la encuesta reafirman que para los docentes este elemento es muy valioso así lo dejan ver 65% de los encuestados que indicaron estar totalmente de acuerdo con la afirmación de la importancia de la comunicación institucional en la gestión institucional de la UG. El 47% de los encuestados afirman que existió una comunicación eficiente con los líderes de la institución antes de la pandemia, lo que demuestra que a pesar de que la Universidad Guayaquil antes de la pandemia realizaba sus procesos de manera presencial la comunicación institucional tenía muchas falencias que se incrementaron con la virtualidad. En ese mismo direccionamiento de la comunicación, pero en un escenario de pandemia, el 46% de los docentes considera que la comunicación no fue efectiva. En respuesta a como la universidad afrontó la llegada del Covid-19 en el ámbito de la comunicación, el 42% está de acuerdo en que hubo una respuesta positiva demostrando que los docentes esperaban más de esta institución.

Figura 2 Nivel de satisfacción en el uso de los canales de comunicación



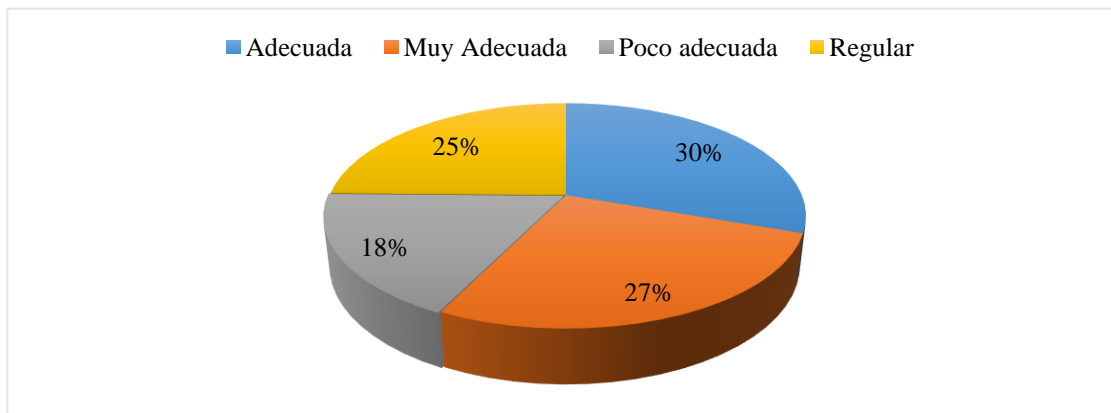
Saber la satisfacción que los docentes tuvieron con el uso de los canales de comunicación le permite a la institución tener una visión clara de cómo son percibidas en cada una de las herramientas comunicativas y tomar acciones para mejorar la experiencia del usuario en caso de ser necesarias. En este caso los datos indican que tanto el email-institucional y zoom, canales que tienen el mayor peso en el uso por docentes, ofrecieron un nivel de satisfacción considerable, tomando en cuenta los criterios de “satisfecho” y “muy satisfecho”. Del tercer canal más utilizado el cual es WhatsApp, los docentes tuvieron un alto nivel de satisfacción, de hecho, el mayor, ya que del total que usó este canal, un 48% estuvo satisfecho y un 40% muy satisfecho. Es importante indicar que justamente el canal que mayor satisfacción le dio a los docentes es un canal informal, a pesar de que en varias ocasiones distintos proyectos de titulación recomiendan la incorporación de esta vía de comunicación dentro de los medios oficiales con las que pueda contar la UG, la realidad es que las autoridades no han tomado las medidas pertinentes para incorporarlo.

Figura 3 Nivel de efectividad en el uso de los canales de comunicación



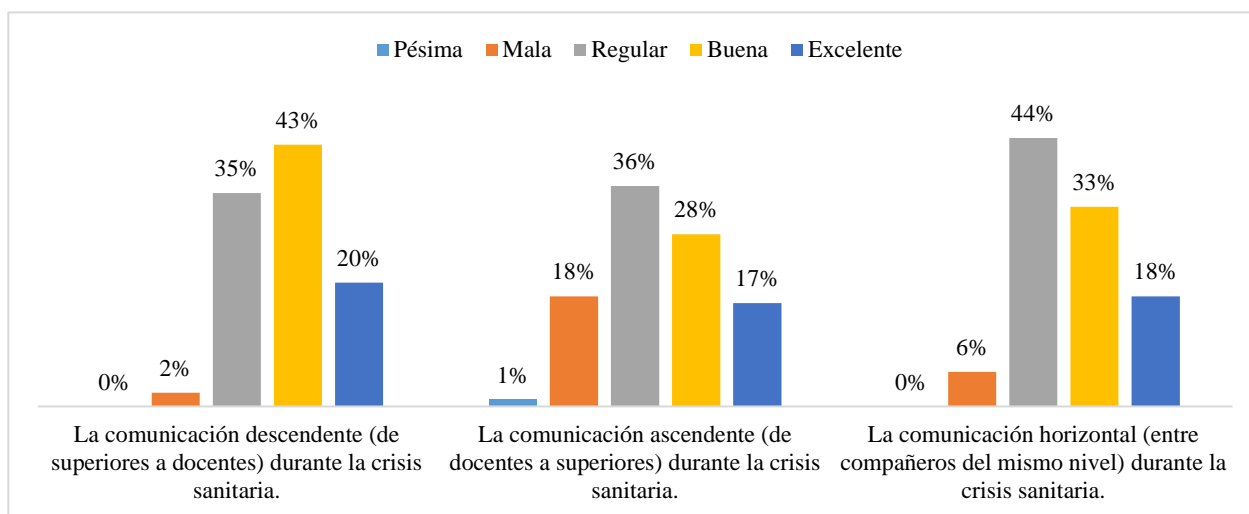
Al igual que la satisfacción, es necesario medir la efectividad del canal de comunicación, esto guía a una institución a saber si los mismos están cumpliendo con los resultados esperados, a comparación de la satisfacción. Se observa que, de manera general, en los tres canales más utilizados que son: e-mail institucional, zoom y WhatsApp, tienen niveles altos de efectividad, esto indica que los docentes consideran que estos canales son adecuados, y esto se puede deber a su facilidad de uso o a la cotidianidad, pues estos tres medios son los que más empleaban al momento de impartir sus clases los docentes. Nuevamente las redes de la institución muestran niveles bajo de efectividad, esto puede deberse a que durante el periodo de pandemia era muy usual encontrarse con información no oficial lo que causaba mayores dudas e incertidumbre.

Figura 4 Consideración en la selección de los canales de comunicación



La adecuada elección de los canales de comunicación dentro de la institución contribuye potencialmente un flujo de información eficaz que dé como resultado el logro de los objetivos planteado por la universidad. Durante la coyuntura del Covid-19 la universidad de Guayaquil al igual que las demás instituciones tuvieron que adaptar nuevos canales para poder cumplir con el proceso comunicativo de manera digital. Los resultados de esta encuesta indican que para los docentes la selección de los canales fue adecuada, con valoraciones de “adecuado” un 30%, “muy adecuado” un 27%, y por otro lado el 18% del total encuestado expresa que fue poco adecuado la decisión de los canales que la institución tomó para llevar a cabo el proceso de comunicación durante este periodo de pandemia.

Figura 5 Nivel de experiencia de acuerdo con el direccionamiento de la comunicación institucional

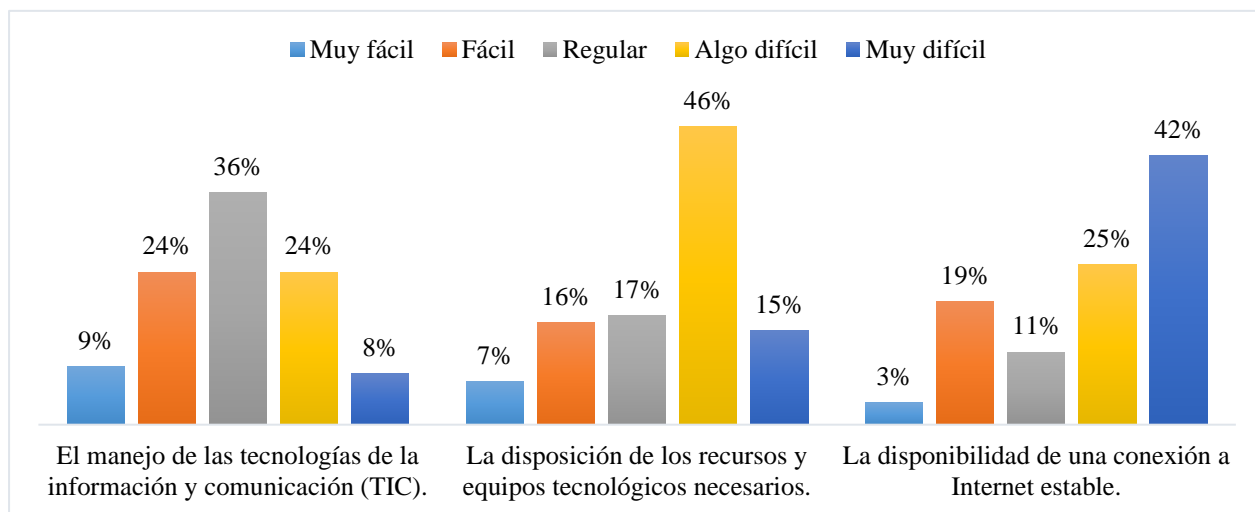


El flujo de comunicación en una institución es un aspecto que se debe examinar de manera minuciosa y gestionarlo con mucho cuidado, sobre todo, porque puede causar la aparición de problemas o conflictos por errores de comunicación dentro de un área, de un proyecto o en la empresa en general. Es aún más necesario analizar su funcionamiento durante este período donde el proceso comunicativo se vio altamente afectado por el Covid-19. Como se ilustra en la figura 5, de acuerdo con la experiencia vivida por los encuestados, la comunicación descendente fue buena con un resultado del 43%, y para un 20% excelente, esto principalmente se debe a que en las organizaciones tradicionales y con alto índice de burocracia como es el caso de la Universidad de Guayaquil se han encargado de perpetuar y fortalecer los sistemas descendentes de comunicación y a la llegada la pandemia tenían toda una estructura que pasaron de la presencialidad a la virtualidad.

En base a la comunicación ascendente, la experiencia de los encuestados fue 36% regular, un 18% una mala experiencia, y que a comparación del flujo anterior solo un 28% indica haber tenido una buena experiencia, esto se puede deber a que esta información que fluye de niveles inferiores a niveles de jerarquía no siempre alcanza el nivel más alto de manera completa y objetiva, porque a medida que asciende la información, muchas veces los receptores frenan el comunicado o imponen distintas barreras para que cuando llegue a su destinatario no tenga el valor o impacto que el empleado ha deseado en su superior. Además, hay que considerar que este tipo de comunicación no es muy empleada en instituciones donde la burocracia se encuentra presente, en gran medida se debe a que en conformidad como se desciende en el diagrama organizacional menor es el poder del individuo y en ocasiones los cargos medios y altos no están interesados en conocer la opinión de aquellos que no tienen el poder necesario para influir en una decisión.

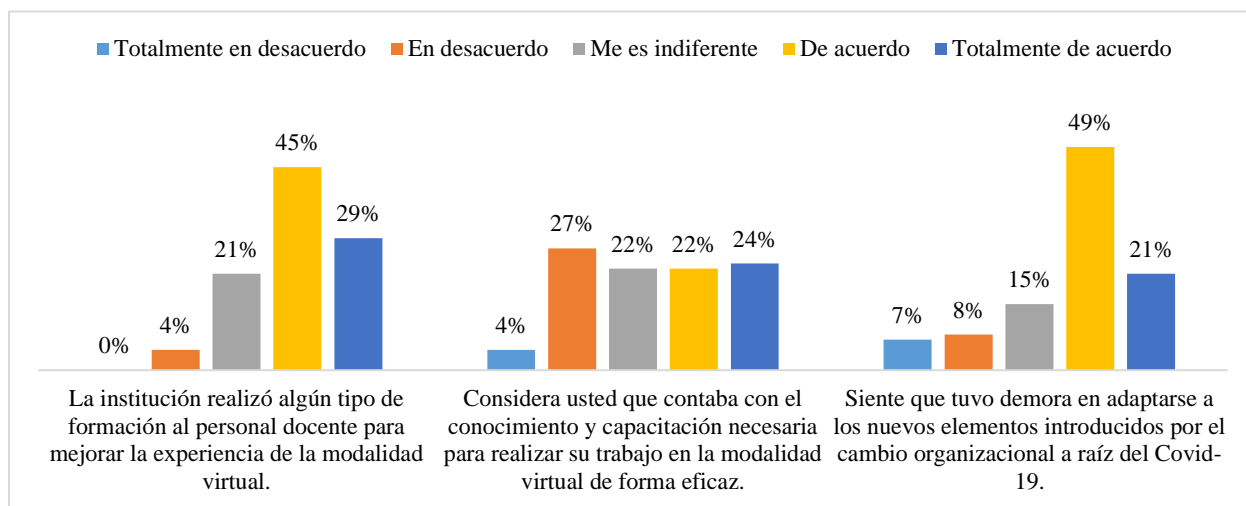
Por otro lado, la comunicación horizontal muestra resultados aceptables, pero cuestionables a la vez si se considera la cantidad de trabajadores que conforman a la UG, pues un nivel de experiencia buena y excelente, con valores 33% y 18% respectivamente, mientras que el 44% indica que tuvo una experiencia regular en el direccionamiento de comunicación con sus compañeros y que tienen cargos o jerarquías similares. Evidentemente la coordinación entre los miembros del equipo y la resolución de conflictos necesita mejorar.

Figura 6 Nivel de dificultad experimentado con el proceso del cambio digital



Frente a la llegada del covid-19 la forma en la que la sociedad universitaria se relacionaba cambió significativamente en el contexto de la comunicación, como se muestra en la tabla 16 y figura 17, los resultados obtenidos por la presente encuesta determinaron que la dificultad experimentada por el personal docente de la FCA fue del 36% regular ante el manejo de las tecnologías de la información (TIC) y en un 8% muy difícil de acuerdo con el proceso de cambio digital. Así mismo se evidenció que el 46% del personal docente obtuvo algo de dificultad ante la disposición de los recursos y equipos tecnológicos necesario, así también se demostró un contraste ante esta situación como lo es que al 7% de los encuestados desde su experiencia demostró tener un nivel muy fácil respecto a la situación generada por el coronavirus. Con relación a la disponibilidad de una buena conexión a internet estable el 42% de los encuestados demostró tener una muy difícil experiencia y el 3% argumenta haber tenido un grado muy fácil de experiencia para llevar a cabo proceso del cambio digital.

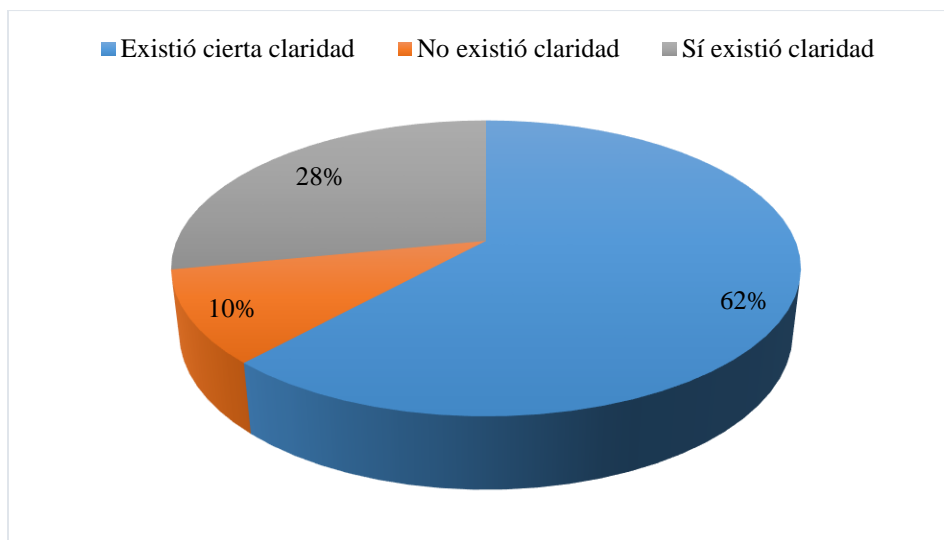
Figura 7 Opinión de acuerdo con la gestión del cambio organizacional



Para llevar a cabo las actividades del personal docente en la Universidad de Guayaquil es necesario estar informados ante algún cambio institucional que se esté efectuando en la sociedad universitaria para esto, la presente encuesta consideró la perspectiva del docente, dando como resultados que el 45% está de acuerdo sobre que la institución realizó algún tipo de formación al personal docente para mejorar la experiencia de la modalidad virtual, sin embargo existe el 4% que está en desacuerdo ante esta afirmación.

Pese a este esfuerzo por mejorar el nivel de conocimientos sobre la virtualidad se determina que el personal docente no estuvo preparado para este cambio ya que el 27% y 4% de los encuestados afirman que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo respectivamente ante la consideración de contar con el conocimiento y capacitación necesaria para realizar su trabajo en la modalidad virtual de forma eficaz. En cuanto a la adaptación a la modalidad virtual el 49% de los docentes están de acuerdo que siente que tuvo demoras en adaptarse a los nuevos elementos introducidos por el cambio organizacional a raíz de la pandemia, y con tan solo el 7% está totalmente en desacuerdo sobre este nivel de adaptación ante la gestión del cambio organizacional de la Universidad de Guayaquil.

Figura 8 Opinión sobre la existencia de claridad en las funciones y responsabilidades



La opción que fue más seleccionada por el total de los encuestados fue que el 62% percibió que existió cierta claridad en cuanto a las asignaciones de funciones y responsabilidades por parte de la institución durante la crisis sanitaria, seguido del 28% afirman que si existió claridad durante la pandemia del covid-19 en cuanto a las asignaciones de funciones y responsabilidades, y por último se observó que el 10% de la muestra encuestada pensó que no existió claridad ante esta situación. Lo que significa que después de todo el esfuerzo que se hizo por parte de las autoridades para optimizar el funcionamiento de las distintas obligaciones para el personal docente, más del 50% concuerda que a la Universidad de Guayaquil le faltó mucho por hacer para que los docentes tengan en claro sus posiciones para hacer frente a esta crisis sanitaria.

Conclusiones

La comunicación institucional es considerada como un elemento clave en la gestión orientada a transformar positivamente una empresa, la adaptación al mercado y en general como medio garantizador del crecimiento potencial de una entidad. En este caso la Universidad de Guayaquil, este tipo de comunicación está encaminada a las acciones y estrategias que emplea la institución para el servicio del entorno de la sociedad. La información recabada a través de las teorías y manifiestos de varios autores fue fundamental para el desarrollo de esta investigación. Estos autores apoyan la vitalidad de la comunicación institucional a nivel interino y reconocen el nivel de impacto que estas comunicaciones transmiten hacia la cultura de la organización.

Al tomar en cuenta las posiciones de los docentes de la institución, puntualmente los que forman parte de la Facultad de Ciencias Administrativa, se ha podido tener una visión de la situación de la

comunicación institucional durante la crisis sanitaria, la cual se encuentra en un nivel medio de conocimiento, efectividad y satisfacción. Es evidente que la universidad ha realizado los esfuerzos en tomar las acciones necesarias en cuanto a la gestión integral de la comunicación interna durante los meses más fuerte de la crisis sanitaria de Covid-19, sin embargo, la existencia de las distintas barreras comunicacionales que se tenían en la institución antes de la pandemia ocasionaron la ineficiencia de las acciones que como institución tomaron para afrontar la comunicación desde los entornos digitales.

El integrar los componentes digitales al proceso de comunicación es un avance significativo que las empresas ecuatorianas han logrado, quizá muchas obligadas por la crisis sanitaria, pero eso no quita la relevancia de este acontecimiento y eso debe representar la permanencia de estas herramientas y más ahora que las organizaciones, en especial las que se dedican a la educación formal como es el caso de la Universidad de Guayaquil están apostando por un sistema híbrido para el desarrollo de sus actividades académicas y laborales; e incluso se lo debe ver como un compromiso con la mejora educativa, porque se ha demostrado que aunque no se encontraban preparados los docentes, los estudiantes, el personal administrativo y personal en general, la realidad es que todos los que integran la comunidad universitaria buscaron la manera de adaptarse a las distintas herramientas digitales que esta institución puso a su disposición para continuar su gestión de la mejor forma posible.

Referencias

1. Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Arequipa: ENFOQUES CONSULTING EIRL.
2. Branch, J. (2019). Transformación digital en instituciones de educación superior: entre el mito y la realidad. *Lámpsakos* (22), 13-14.
3. Díaz, J., Peña, D., Ruiz, A., & Macías, D. (2020). Percepción del aprendizaje en el contexto de las clases en línea de la Universidad de Guayaquil frente a la. *Revista Sinapsis*, 1-15.
4. Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Sexta edición. México: El oso panda.
5. Fuentes, M. (2020). "Teletrabajo aplicado a docentes universitarios de Guayaquil y su evidencia en la satisfacción estudiantil, periodo 2020-2020". Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.

6. Gonzáles, D. (2015). «ESTUDIO DE PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN DIGITAL DE ASEGURADORA DEL SUR, COMPAÑÍA DE SEGUROS Y REASEGUROS: TESIS. Quito: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.
7. Hilbert, M., Jalife, S., Rodríguez, C., Ruiz, P., Llorens, F., Sánchez, C., & Chinkes, E. (2021). ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS UNIVERSIDADES: Un enfoque para el gobierno universitario. Buenos Aires: Fundación Universia y Academia BID.
8. Lindao, J. (Marzo de 2021). Repositorio Digital de la Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55646>
9. Lucas, M. (Diciembre de 2020). ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DIRIGIDA A LOS ESTUDIANTES DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR PÚBLICAS DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/55721>
10. Marín, P. L. (2017). Teorías de la comunicación. Bogotá D.C.: Área Andina.
11. Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., & Grande, I. (2015). Introducción a la investigación de mercado. Madrid: Esic.
12. Ortiz, Á., Pazmay, S., & Eleonor, P. (19 de 06 de 2017). Características de la comunicación en empresas ecuatorianas: una primera aproximación. Acta de Investigación Psicológica 7, 2704–2716. Obtenido de <https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/cuaderlam/article/view/2606/2152>
13. Oyarvide, H., Reyes, E., & Montañó, M. (2017). La comunicación interna como herramienta indispensable de la administración de empresas. Dominio de Las Ciencias, 296-309.
14. Pacheco, M. (2015). INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y APRENDIZAJE. Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo, 1-9.
15. Pacheco, M. (2016). LA CULTURA ORGANIZACIONAL: EJE DE ACCIÓN DE LA GESTIÓN HUMANA. Guayaquil: Universidad Ecotec.
16. Pinea, A. (2020). La comunicación organizacional en la gestión empresarial: retos y oportunidades en el escenario digital. Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios), 7 (1), 9-25.

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).