



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN

Facultad de Ciencias Químicas
Coordinación de Comunicación Institucional

MEMORÁNDUM CCI/048/2025

A: **C.P. Sonia Unzain**, Jefa
Modelo Estándar de Control Interno, FCQ-UNA

De: **Prof. Lic. María de los Ángeles González Burguez**, Coordinadora
Comunicación Institucional

Fecha : 30 de diciembre de 2025

Asunto : Informe sobre la satisfacción del usuario de los medios de comunicación institucionales


Prof. Lic. María de los Ángeles González
Coordinadora
Comunicación Institucional - FCQ-UNA

Por el presente, elevo para vuestro registro y los fines pertinentes, el informe descriptivo de satisfacción del público acerca de los medios de comunicación de la institución, tomando como fuentes:

- ✓ Encuesta de Satisfacción a Docentes, Estudiantes y a Personal Administrativo, de Apoyo y Servicios.
- ✓ Buzón de Sugerencias Institucional

Conclusión:

Durante el período 2025, se ha verificado que el instrumento de medición encuesta ha destacado la canalización oportuna de las informaciones.

Durante el período 2025, se ha verificado en el Buzón de Sugerencias Institucional 2 sugerencias respecto de la Comunicación Interna | Cartelería, respondidas en tiempo y forma.
No se han derivado otras quejas o sugerencias a través de esta herramienta.

Se adjunta un informe detallado.

Cordialmente.



Informe de Satisfacción del Público sobre la Comunicación Interna Año 2025

1- Definiciones:

- **Comunicación institucional:** proceso estratégico que articula mensajes, canales y públicos de una organización.
- **Comunicación interna:** el conjunto de procesos, mensajes e interacciones que ocurren entre los miembros de una organización. Su función principal es mantener a los empleados informados, alineados con los objetivos estratégicos y fomentar una cultura corporativa cohesiva. Incluyen procesos de comunicación interna aquellos que remiten información de carácter institucional y que se dirige al funcionario administrativo, docente y estudiantes.
- **Comunicación externa:** Comprende todas las actividades y procesos de intercambio de información que una organización realiza hacia fuera de su estructura. Su objetivo primordial es construir y gestionar la reputación de la marca y las relaciones con públicos externos como clientes, proveedores, socios, medios de comunicación y la sociedad en general.
- **Medios:** sistemas que permiten el envío de información a grandes audiencias de forma unidireccional o masiva. Para la FCQ-UNA son medios oficiales: el sitio web, las redes sociales.
- **Canales:** el soporte físico o digital a través del cual se transmite un mensaje entre un emisor y un receptor. Para la FCQ-UNA son canales oficiales: canales digitales (canal de Talento Humano, el correo electrónico institucional, grupos de mensajería constituidos oficialmente, etc.), los canales impresos internos (memorandos, informes, avisos, etc.) y externos (notas)
- **Redes sociales:** plataformas digitales que facilitan el intercambio de contenido y la interacción social entre usuarios, permitiendo la creación de comunidades basadas en intereses comunes.
- **Públicos:** grupos de personas internos y externos, instituciones, medios, empresas, etc. con los que la Facultad se relaciona.
- **Buzón de sugerencias:** procedimiento para registro y atención de reclamos, denuncias, sugerencias u otros, mediado por herramienta digital, disponible y accesible para la comunidad.

2- Análisis de la percepción sobre las redes sociales institucionales:

Fuente: Encuesta a docentes, estudiantes, personal administrativo de apoyo y servicios de la Facultad de Ciencias Químicas.

La Dirección de Gestión de Calidad articuló una encuesta de satisfacción a todo el estudiantado, personal docente, administrativo, de apoyo y servicios de la FCQ-UNA en el primer período académico del 2025, con el objeto de recopilar información sobre la percepción y satisfacción, en el marco de la evaluación sistemática de los canales de comunicación.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN

Facultad de Ciencias Químicas
Coordinación de Comunicación Institucional

Cabe mencionar, que la encuesta analiza la percepción tomando como medios el sitio web y las redes sociales. El presente informe enfocará resultados y conclusiones referentes a las redes sociales, por ser los medios que se gestionan a través de la Coordinación de Comunicación Institucional.

Las dimensiones y criterios que fueron objeto de las preguntas de la encuesta fueron:

- Accesibilidad: ¿los medios están a su disposición?;
- Actualización: ¿la información contenida es actualizada?; y
- Completitud: ¿la información está completa?
- Utilidad: ¿la información contenida es útil?

Los resultados obtenidos detectaron áreas para la mejora, y fueron presentados desde 3 perspectivas:

3- Docentes

4- Estudiantes

5- Personal Administrativo, de Apoyo y Servicios PAAS

| Dimensión / Criterio | Satisfacción Docentes | Satisfacción Estudiantes | Satisfacción PAAS |
|----------------------------|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| Redes Sociales completa | 57,1% | 51,3 | 67,6% |
| Redes Sociales actualizada | 64,1% | 65,3% | 67,6% |
| Canales de Comunicación | 45% | 39,8% | 64,7% |

6- Análisis de los reclamos, denuncias, sugerencias ingresadas al Buzón de Sugerencias institucional (digital)

Fuente: Respuestas al Buzón de Sugerencias, sitio web

- Se habilitó el Buzón digital de sugerencias y reclamos en el segundo período del 2025.
- Se procesaron 18 reclamos y sugerencias del período de junio a diciembre del 2025, y se publicaron las respuestas a los mismos.
- De las cuales 2 fueron direccionadas a la Coordinación de Comunicación Institucional para su atención.
- Enlace a las respuestas: <https://www.qui.una.py/gestion-de-calidad/respuestas-al-buzon/>
- No se recibieron quejas ni reclamos acerca de las informaciones publicadas en las Redes Sociales, gestionadas por la Coordinación de Comunicación Institucional.

| Mes | Remitente | Reclamo o sugerencia (sólo aquellas que se hayan derivado a Comunicación Institucional) | Respuesta |
|-------|-----------|--|--|
| Junio | Docente | Valoran la implementación del Buzón y sugieren tener acceso al Buzón en todas las áreas de | Se colocó carteles impresos con el Código QR en áreas de atención al público |



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN

Facultad de Ciencias Químicas
Coordinación de Comunicación Institucional

| | | | |
|------------------|-------------|--|---|
| | | atención. | |
| Julio | - | No se han recibido reclamos ni sugerencias atendibles desde Comunicación Institucional | - |
| Agosto | Estudiantes | Se solicita mejorar la identificación de las áreas académicas con cartelería | Se han diseñado y ubicado los carteles en las entradas de los bloques de Coordinación de Carrera y de Departamentos de Enseñanza. Además de un identificador/ ubicador con flechas para el guiado por ese bloque. |
| Setiembre | - | No se han recibido reclamos ni sugerencias atendibles desde Comunicación Institucional | - |
| Octubre | - | No se han recibido reclamos ni sugerencias atendibles desde Comunicación Institucional | - |
| Noviembre | - | No se han recibido reclamos ni sugerencias atendibles desde Comunicación Institucional | - |
| Diciembre | - | No se han recibido reclamos ni sugerencias atendibles desde Comunicación Institucional | - |

Concluimos que las informaciones recibidas por los medios digitales (redes sociales) e impresos gestionados por la Coordinación de Comunicación Institucional cumplen con su objetivo, ya que no se recibieron reclamos al respecto.

Fin del informe.

Elaborado por:


Prof. Lic. María de los Ángeles González
Coordinadora
Comunicación Institucional - FCQ-UNA