



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



CARÁTULA

**IMPLEMENTACION DE UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y CONTROL
INTERNO EN LA PRODUCCION DE ETIQUETAS DE LA COMPAÑÍA
GOMBU S.A.**

Proyecto de grado que se presenta como requisito para optar
por el título de Licenciado en Comunicación Social.

Autor: Gloria Katherine Duque Montes

Pamela Salas León

Tutor: Lcda. Paquita Salcedo MSC

Guayaquil

Ecuador

Agosto del 2012

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, por el presente:

CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciado en Comunicación Social.

Gloria Katherine Duque Montes

C.I.0924897424

Pamela Salas León

C.I.0921375481

Tutor:

Guayaquil

Ecuador

Agosto del 2012

APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN

Los miembros designados para la sustentación aprueban el Trabajo de titulación sobre el tema Implementación De Un Sistema De Comunicación Y Control Interno En La Producción De Etiquetas De La Compañía Gombu S.A.

Del egresado:

Gloria Katherine Duque Montes

Pamela Salas León

De la Facultad de Comunicación Social

Guayaquil, Agosto del 2012

Para constancia Firman

ACTA DE RESPONSABILIDAD

El egresado de la Facultad de comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, Señoritas: Gloria Katherine Duque Montes y Pamela Salas León deja constancia escrita de ser los autores responsables de la tesis presentada, por lo cual firma:

Gloria Katherine Duque Montes

C.I. 092489742-4

Pamela Salas León

C.I.092137548-1

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación me corresponde exclusivamente a mi; y al patrimonio intelectual de la misma Universidad de Guayaquil.

Gloria Katherine Duque Montes

Pamela Salas León

DEDICATORIA

Dedico mi Tesis a Dios, mis padres y amigos que con su apoyo he
llegado a la primera meta.

Gloria Katherine Duque Montes

Pamela Salas León

ÍNDICE DEL CONTENIDO

CARÁTULA	i
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	i
APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN	ii
ACTA DE RESPONSABILIDAD	iii
DECLARACIÓN EXPRESA	iv
DEDICATORIA	v
ÍNDICE DEL CONTENIDO	vi
RESUMEN.....	viii
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I	12
EL PROBLEMA	12
Planteamiento del problema.....	12
Ubicación del Problema en su contexto	12
Situación en conflicto.....	13
Causas del problema y sus consecuencias.....	14
Delimitación del problema.....	15
Formulación del problema	16
Objetivos de la investigación	16
Justificación e importancia de la investigación.....	17
Hipótesis	18
CAPITULO II	19
MARCO TEÓRICO	19
Fundamentación Científica	19
FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA DE VARIABLES	22
FIGURA 1	23
LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACION EN LA ORGANIZACIÓN	24
Definiciones Conceptuales	26
CAPÍTULO III	28
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	28
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	28
Tipo de investigación	34

Población y Muestra	36
FIGURA 2. POBLACION.....	37
Operalización de las variables	39
Instrumentos de investigación.....	41
FIGURA 3. Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	41
Recolección de la información	43
Procesamiento de los datos y análisis	43
CAPÍTULO IV	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	45
LA ENCUESTA.....	45
CAPÍTULO V	50
PROPUESTA DE GUÍA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	50
1. Antecedentes	50
Grupo Objetivo.....	51
Pasos del desarrollo de la revista	51
Organigrama.....	51
CAPÍTULO VI	52
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	52
Conclusiones	52
Recomendaciones	52
Bibliografía y citas	53
ANEXOS.....	56
ANEXO 1	56

ABSTRACT

The aim of the research is based on the implementation of a communication system and internal control in the label production company sa Gombu this will provide a manual-defined functions, creation of control areas and administrative communication, to be more productive, performing processes while improving quality and marketing of them.

The importance given is due to the obvious need for control and communication system, the company still is not going through a bad economic situation, but neither could say that is quite good, since their production is oriented only and exclusively to the production of adhesive labels designed primarily to businesses in farming. . The instrument is applied to the survey, detailed two types of variables, the first independent cauda was the analysis of the second dependent effect. The following proposal is to improve the findings in the investigation. The implementation of an organizational communication system, helps create and enhance strategic objectives to improve the service is currently offered in SA Gombu in which employees meet their obligations. It culminates the research project with conclusions and recommendations.

INTRODUCCIÓN

Sabemos que los procedimientos que se realizan dentro de una empresa o compañía así como todas las actividades inmersas dentro del proceso productivo de la misma, deben considerarse dentro de la planificación de los pasos a seguir para lograr los objetivos propuestos; es por ello que los sistemas de controles juegan un papel importante dentro de las empresas, ya que es en base a ellos que los procesos productivos se llevan a cabo con mayor agilidad y eficiencia.

En la presente investigación se demuestra el por qué existe la necesidad de implementar un sistema de control interno dentro la compañía dedicada a la elaboración de etiquetas adhesivas “GOMBU” S.A., el mismo que aplicando diferentes técnicas de planificación de actividades es capaz de lograr un proceso productivo consistente.

Para una mayor comprensión, el tema ha sido dividido en cuatro capítulos:

Capítulo I.- El problema, hace referencia al planteamiento del problema y se expone el origen; se identifican las variables dependientes e independientes, se sistematiza el problema; se plantea los objetivos y se justifica su realización.

Capítulo II.- Marco teórico; considera tanto la fundamentación científica de la investigación como la de sus variables; define los conceptos explicándolos de una forma científica y fundamentada; se plantean las preguntas.

Capítulo III.- Marco metodológico; se describe el diseño y su modalidad de investigación, se identifica a la población y se realiza la muestra; se

detalla los tipos, métodos y técnicas de investigación empleados en la realización del diseño y se operacionalizan las variables.

Capítulo IV.- de la tesis, se detallan las encuestas gráficamente y se interpreta los resultados obtenidas de ellas.

Capítulo V.- se muestran las conclusiones y diferentes recomendaciones que servirán para el establecimiento de lo propuesto.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Ubicación del Problema en su contexto

“GOMBU” S.A., se encuentra ubicada en Andrés Marín 205 y Clemente Ballén, en el edificio de la Inmobiliaria Urbana Guayaquileña Cía. Ltda., fue constituida en la ciudad de Guayaquil, el 17 de Abril de 1985, según consta en la Escritura Pública otorgada por la Notaría Segunda del Cantón Guayaquil Dr. JORGE JARA GRAU, e inscrita en el registro mercantil de fojas 10521 a 10544, número 741 y el número del expediente 42567-1985 en la Superintendencia de Compañías. Inició su actividad el 19 de Junio de 1985, con un Capital Social de S/ 500.000,00 sucres, actualmente su capital es de \$ 1.000,00 dólares estadounidenses y reformó sus estatutos.

La compañía, sólo cuenta con un establecimiento situado en la ciudad de Guayaquil y tiene como actividad principal la fabricación, venta y distribución al por mayor y menor de etiquetas adhesivas.

El principal problema de la compañía “GOMBU” S.A., es que no tiene un manual de funciones definidas, no existen áreas de control y comunicación administrativa, productiva, de calidad y de comercialización, por cuanto el personal con el que cuenta la compañía es bastante reducido.

A pesar de que es evidente la necesidad de un sistema de control y comunicación, la compañía aun no se encuentra atravesando por una mala situación económica, pero tampoco podríamos decir que es del todo

bueno, puesto que su producción está orientada única y exclusivamente a la elaboración de etiquetas adhesivas destinadas básicamente a empresas dentro de la actividad agrícola. Esto sí genera inconveniente en la compañía, puesto que actualmente el país atraviesa por una mala época de invierno, lo que ocasiona una baja en los pedidos y por ende una baja en sus ventas e ingreso.

“En el escenario global ninguna empresa, en ningún país pueda permitirse el lujo de desentenderse de la necesidad de competir.”¹(Porter, 1998).

Como se ha manifestado en muchas maneras la falta de comunicación atrasa el desarrollo.

Situación en conflicto

El problema de “GOMBU” S.A. hablando en términos generales, se origina por cuanto la misma no dispone dentro de la organización ningún departamento de control, que permita desarrollar las actividades de una manera ágil y eficiente, por cuanto todo se maneja de forma desorganizada, lo que ocasiona inconvenientes en las actividades de la compañía.

En lo Administrativo adolece de un organigrama funcional que permita comunicar los niveles de responsabilidades y de autoridad; en la producción no se tiene reportes y formularios para la tabulación de la información, que permita obtener comportamiento de unidades producidas, desperdicios, procesos, rendimientos, eficiencia y capacidad real de la planta de producción.

¹ Michael Porter Apuntes Académicos

Debido a la problemática existente en la compañía como el no tener funciones definidas en las diferentes áreas o departamentos hace que sea necesaria la implementación de un sistema de control y comunicación interno, en los departamentos de administración, comercialización y producción de “GOMBU” S.A. para de esta manera abaratar costos y poder comenzar a competir con empresas que están a la par en precios y modernización.

Es necesario implementar cambios en la organización y hacer el respectivo seguimiento, ya que existen falencias que deben corregirse en busca de optimizar el desarrollo y ejecución de las operaciones y lograr de esta manera el buen desempeño de la compañía.

Causas del problema y sus consecuencias

Causas

Bajo lo analizado hasta ahora, el autor realizó un árbol de problemas, para poder profundizar en las causas y efectos del problema, así como se refiere (Rey, 2003) “esta técnica, muy apropiada para los fallos de elementos o subconjuntos, nos permite construir secuencias lógicas de análisis y revisión de problemas y elaborar de esta manera, gamas de revisión/diagnóstico en diferentes niveles de intervención” (pág.162).

Esto nos lleva a la necesidad de comunicar entre distintos departamentos:

1. Mala comunicación.
2. No existe un organigrama que notifique los niveles de mando.
3. No tiene una comunicación efectiva entre miembros de la organización.

Consecuencias

Después de analizar el árbol de problemas, se pueden analizar los efectos que estas causas han prevalecido en el sector agroindustrial de la provincia de Manabí, estas consecuencias son:

1. Retraso en la operatividad, al no tener ordenes claras
2. Falta de previsión en inventarios
3. Elevacion de costos.

Delimitación del problema

Indica los límites dentro del cual se va a establecer el problema.

Campo: Financiero

Área: Producción

Aspectos: Sistema, control interno, producción

Tema: implementación de un sistema de comunicación y control interno en la producción de etiquetas de la compañía Gombu s.a.

Problema: No existe una comunicacion efectiva en la organización que delimite los niveles y mandos.

Delimitación espacial: Guayaquil, Ecuador

Delimitación temporal: junio del 2011

Formulación del problema

¿Qué incidencia tiene la implementación de un sistema de control interno, en la producción de etiquetas adhesivas de la compañía “GOMBU” S.A. de la ciudad de Guayaquil?

La formulación del problema hace énfasis en que la propuesta no sea temporal, sino de manera continua, mejorando no solo los procesos de comunicación.

Las variables que intervienen en este problema de investigación son:

Variable Independiente: Implementación de un Sistema de Control y comunicación Interno

Variable Dependiente: Producción de etiquetas adhesivas

Objetivos de la investigación

El Prof. Francisco Leiva Zea (1988) en su libro Noción de Metodología de Investigación Científica afirma que:

Objetivo es la expresión verbal o escrita de un propósito, es decir de lo que se desea conseguir mediante una acción que se propone realizar una persona; en este caso, objetivo es la expresión de lo que se propone conseguir o alcanzar el investigador mediante su investigación. (pág.76)

Lo que Leiva quiso decir es que los objetivos son propósitos que el ser humano desea alcanzar mediante una acción.

También decimos que los objetivos identifican la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a la misión que se desea.

Objetivos generales

- Organizar un sistema de control y comunicación interno en la producción de etiquetas adhesivas.

Objetivos específicos

- Implementar un sistema de control mediante el proceso de producción.
- Desarrollar el mejoramiento continuo de la producción.
- Validar la confiabilidad y veracidad de los estados financieros.

Justificación e importancia de la investigación

La razón que nos motiva a realizar la presente investigación se justifica debido a que el principal problema de la compañía, es que no posee un manual de funciones definidas en sus áreas de administración, de producción y de comercialización; tampoco cuenta con información rápida y oportuna, la misma que ocasiona inconvenientes en la producción y comercialización de su producto, afectando el desempeño de la compañía, situación que no permite alcanzar los objetivos trazados.

Hipótesis

Si se determina la falta de comunicación en la compañía Gombu S.A. se puede implementar un sistema de control y comunicación interno.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación Científica

Para una mejor comprensión del tema primero definiremos lo que es un sistema. Sistema es un conjunto de elementos o partes ordenadas e interrelacionadas para llegar a un propósito o fin determinado de cualquier tipo, naturales o artificiales (construidos por el hombre). Un Sistema está sometido a la excitación de una Señal de Entrada o de Control (causa) a la cual le responde transformándola en una Señal de Salida (efecto).

Por su parte, la teoría general de los sistemas adopta una visión holística de todo el sistema organizacional y resalta los procesos. En la página de Internet www.monografia.com esta teoría afirma:

“que las propiedades de los sistemas no pueden describirse significativamente en términos de sus elementos separados, esto ocurre cuando se estudian globalmente involucrando todas las interdependencias de sus elementos o sus partes.” (2007)

Esta teoría nos explica que los elementos que conforman un sistema no pueden ser estudiados por separado.

Siguiendo con la teoría general de los sistemas, en lo que se refiere al holismo, www.monografia.com nos explica:

El holismo es la tesis que argumenta que algunas totalidades son mayores que la suma de sus partes. Este enfoque sostiene que las organizaciones y el medio ambiente funcionan como un todo integrado, además destaca que los componentes individuales de un sistema al ser reunidos para constituir una unidad funcional mayor, desarrollan cualidades que no tienen sus componentes aislados. (2007)

Según la teoría de los sistemas, el holismo mantiene que las organizaciones y el medio ambiente funcionan como un todo integrado y que al reunir todos sus componentes, desarrollan grandes cualidades.

El control interno, por su parte; se define como un conjunto de métodos y procedimientos coordinados que adoptan las dependencias y entidades para salvaguardar sus recursos, verificar la veracidad de la información financiera y promover la eficiencia de operación y el cumplimiento de las políticas establecidas.

En el primer capítulo se determinó los objetivos que deseamos alcanzar con la implementación de un sistema de control interno en la compañía "GOMBU" S.A., todos los objetivos se centraban en una sola cosa... la producción.

En una publicación de www.gestiopolis.com Henri Fayol, de la misma manera que Taylor, observa que:

“la mejor manera de producir, es mediante una división del trabajo que aumente la productividad y que parta de estudios positivistas, es decir observar, analizar, experimentar y” (2001)

Interpretamos esto como: la mejor manera de aumentar la productividad es mediante una adecuada división del trabajo.

La función de la producción según su Teoría de la Producción, publicada en la página de internet www.rincondelvago.com, manifiesta lo siguiente:

La producción es el proceso de creación de los bienes y servicios que la población puede adquirir para consumirlos y satisfacer sus necesidades. El proceso de producción se lleva a cabo en las empresas, las cuales se encuentran integradas en ramas productivas y éstas en sectores económicos. Las empresas utilizan recursos productivos para realizar el proceso de producción, estos recursos son considerados insumos que se transforman, con el objetos de producir bienes y servicios. (2007)

Esta teoría expresa que producción es el proceso de creación de bienes y servicios que la población adquiere para su consumo y satisfacción de sus necesidades.

Como ya se mencionó anteriormente, “GOMBU” S.A. es una compañía dedicada a la elaboración de etiquetas adhesivas, dicho material se lo define como aquel que se utiliza para señalar. La finalidad es identificar objetos que están a nuestro alrededor y de esta manera agilizar su reconocimiento, fomentando la organización.

Analizando las definiciones y teorías antes expuestas de sistema, control interno y producción; nos hemos tomado el atrevimiento de personalizarlas y orientarlas hacia lo que sería un sistema de control interno en la producción de etiquetas adhesivas “GOMBU” S.A., y de esta forma guiar al lector a nuestro campo investigativo.

En conclusión diremos que un sistema de control interno en “GOMBU” S.A. significaría un conjunto de métodos y procedimientos previamente estudiados que la compañía utiliza con el único propósito de lograr el cumplimiento de sus objetivos y de salvaguardar sus recursos, así como el de aumentar la productividad de etiquetas adhesivas mediante una adecuada división del trabajo.

FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA DE VARIABLES

Variable Independiente:

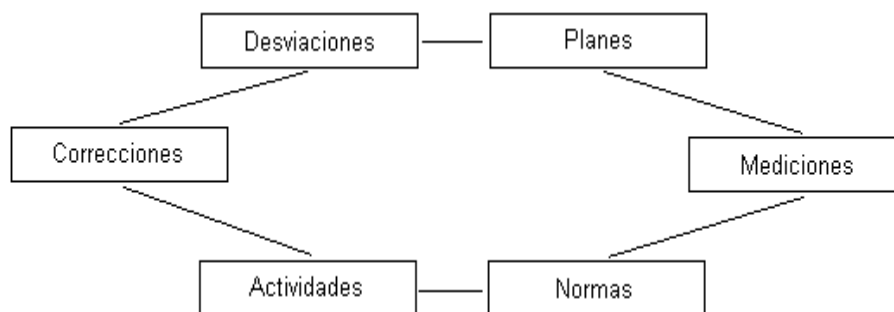
Implementación de un Sistema de Control Interno

La implementación de un sistema de control interno, constituye un conjunto de elementos y acciones que sirven de gran ayuda al cumplimiento de los objetivos como al cumplimiento de las funciones administrativas, garantizando así, eficientes resultados a la compañía.

Este tipo de control es uno de los cinco subsistemas corporativos (organización, planificación, coordinación y dirección son los restante) los cuales son muy difíciles de separar con respecto al de control. De ello se desprende todo el proceso administrativo, debe considerarse como un movimiento circular, en el cual todos los subsistemas están ligados intrincadamente, la relación entre la planificación y el control es muy

estrecha ya que el directivo fija el objetivo y además normas, ante las cuales se contrastan y evalúan acciones.

FIGURA 1.



Este gráfico explica el proceso de control como un sistema cerrado, es decir que posee la característica de la retroalimentación o autorregulación. El movimiento es circular y continuo, produciéndose de la siguiente manera: se parte de la actividad o realidad a la cual debemos medir, con el auxilio o utilización de normas, efectuada la decisión comparamos los resultados de los planes, de esta manera la realidad quedará ajustada para el futuro.

Variable Dependiente: Producción de etiquetas adhesivas

Optimizar la producción de etiquetas adhesivas con la implementación de un sistema de control interno y de esta manera, incrementar su utilidad.

Según un artículo publicado en la página de Internet www.monografias.com, acerca de la teoría de la producción:

“La teoría de la producción analiza la forma en que el productor dado "el estado del arte o la tecnología, combina varios insumos para

producir una cantidad estipulada en una forma económicamente eficiente". (2007)

Explica que la teoría de la producción estudia la forma en que el productor combina varios insumos para producir una cantidad económicamente eficiente

El artículo termina diciendo:

"Toda sociedad tiene que organizar de algún modo el proceso productivo para resolver adecuadamente los problemas económicos fundamentales. Pero independientemente de la organización que se adopte, hay ciertos principios económicos universales que rigen el proceso productivo." (www.monografias.com 2007)

LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACION EN LA ORGANIZACIÓN.

El eje principal de la investigación, es la comunicación, sin embargo, es una definición demasiado amplia.

"lo más importante de la comunicación es escuchar lo que no se dice."(Drucker)²

Este tema afecta directamente sobre el capítulo teórico, pues iremos hacia la teoría de comunicar para hacer énfasis y diferencias principalmente con la información, que posteriormente usaremos.

Pero entonces debemos coordinar primero que es la comunicación, en que consiste y porque del proceso comunicativo. (León, 2005) "La

comunicación es el proceso mediante el cual dos o más personas intercambian conocimientos y experiencias” (p.11)

Comunicarse es una de las muchas cualidades de los seres humanos, sin embargo, es la decisiva en la etapa de la evolución que permite que se desarrolle y evolucione en sociedades que buscan satisfacer necesidades comunes y más aún, resolver problemas que afectan al conjunto llamado sociedad.

La naturaleza, ha delegado a varias especies la capacidad de comunicarse, y muchas de ellas han creado sociedades, pero ninguna más que la del hombre ha desarrollado pensamientos lógicos, libre albedrío, razonamiento y discernimiento de las situaciones que se van presentando en soledad y comunidad.

La comunicación se refiere al proceso especial que hace posible la interacción entre la especie humana y permite a los hombres ser sociables. La comunicación de las Relaciones Públicas es un proceso que comprende un intercambio de hechos, puntos de vista e ideas entre una organización de negocios o sin propósito de lucro y sus públicos, a efecto de llegar a un entendimiento mutuo. Para comunicarse se han establecido 3 tipos de comunicación:

- Interpersonal
- Masiva
- Organizacional

Para efectos de la investigación nos basaremos en la comunicación organizacional que refiere a toda aquella que se realiza a través de las organizaciones.

Definiciones Conceptuales

Compañía.- Sociedad o junta de varias personas unidas para un mismo fin.

Control interno.- Conjunto de métodos y procedimientos coordinados que adoptan las dependencias y entidades para salvaguardar sus recursos, verificar la veracidad de la información financiera y promover la eficiencia de operación y el cumplimiento de las políticas establecidas.

Etiquetas Adhesivas.- Es aquella que se utiliza para señalar. La finalidad es identificar objetos que están a nuestro alrededor y de esta manera agilizar su reconocimiento, fomentando la tan requerida organización. En el área comercial, se utiliza para captar la atención del usuario, brindando una detallada información sobre el producto destacándose del resto.

Implementación.- La adaptación del proceso rediseñado, a la estructura y cultura del personal de la empresa, es la etapa más difícil. El seguimiento sobre este punto debe ser actual.

Incidencia.- Acontecimiento que sobreviene en el curso de un asunto o negocio y tiene con él alguna conexión.

Problema.- Cuestión o punto discutible que se intenta resolver. Conjunto de hechos o circunstancias que dificultan la consecución de algún fin.

Producción.- Es un conjunto de operaciones que sirven para mejorar e incrementar la utilidad o el valor de los bienes y servicios económicos.

Proyecto.- Descrito en forma general, un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

Sistema.- Se llama Sistema a un conjunto de elementos o partes ordenadas e interrelacionadas para llegar a un propósito o fin determinado de cualquier tipo, naturales o artificiales (construidos por el hombre). Un Sistema está sometido a la excitación de una Señal de Entrada o de Control (causa) a la cual le responde transformándola en una Señal de Salida (efecto).

Variable Dependiente.- Cuando la variable en investigación es descrita en términos de otra(s) variable(s), llamadas predictoras, la llamamos variable DEPENDIENTE (VD). En general, la variable del desenlace de interés en cualquier tipo de estudio. El desenlace o resultado que uno pretende explicar o estimar.

Variable Independiente.- Variable que se mide para determinar el valor correspondiente de la variable dependiente en cualquier tipo de estudio. Las variables independientes definen las condiciones bajo las cuales se examinará la variable dependiente.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

(Taylor & Bogdan, 1987) En contraste con la mayor parte de los métodos, en los cuales la hipótesis y procedimientos de los investigadores están determinados a priori, el diseño de la investigación en la observación participante es flexible, tanto antes como durante el proceso real. Aunque los observadores participantes tienen sus metodologías y tal vez algunos intereses investigativos generales, los rasgos específicos de su enfoque evolucionan a medida que operan. (pág. 31,32).

El método y la metodología, son de gran importancia en el proceso de la investigación, y de su correcto manejo depende el éxito de la tarea investigativa.

Método.- Es la organización racional y bien calculada de los recursos disponibles y de los pasos adecuados para alcanzar el objetivo de una manera segura, económica y eficiente.

El Prof. Francisco Leiva Zea (1988) afirma que método:

“Es el camino, manera o modo de alcanzar un objetivo, es también el procedimiento determinado para ordenar la actividad que se desea cumplir.” (pág.13)

Según Leiva, el método es la vía para alcanzar los objetivos de forma ordenada y cumplida.

Metodología.- Se encarga de la parte operatoria del proceso del conocimiento. A la metodología le corresponde las técnicas y herramientas de diverso orden que intervienen en la marcha de la investigación.

Leiva (1988) manifiesta que la metodología:

“Es la teoría del método. Por tanto, es el estudio científico que nos enseña a descubrir nuevos conocimientos.” (pág.13)

La definición de Leiva nos da a entender de forma clara, que la metodología nos ayuda a revelar nuevos conocimientos.

Modalidad de la investigación

Por los objetivos:

- **Aplicada.-** Es aquella que se sirve de los adelantos de la investigación básica (esta dedicada al desarrollo de la ciencia y determina un hecho o lo descubre). Le interesa la aplicación inmediata en el desarrollo de la ciencia. En particular, llega a la ejecución de amplias generalizaciones y está orientada a la solución de problemas.

Según Leiva (1988):

“Es la que tiende a modificar una realidad presente con alguna finalidad práctica. La mayor parte de las investigaciones que se realizan son aplicadas.” (pág.10)

Lo que Leiva quiere explicar es que la investigación aplicada se encarga de resolver problemas reales con soluciones prácticas.

Por el lugar:

- **De Laboratorio.-** Es controlado directamente por el investigador y dentro del propio lugar de trabajo. Como fundamentos de este tipo de investigación está la investigación bibliográfica y la documental audiográfica.

- **Bibliográfica.-** Consiste en recopilar datos, valiéndose del manejo adecuado de libros, revistas, resultados de otras investigaciones, entrevistas, etc. El investigador busca la información tanto en las bibliotecas como por medio de la red mundial de comunicaciones, la internet.

- **Documental Audiográfica.-** Se la realiza mediante el uso de documentos grabados por medio del registro eléctrico de sonidos en discos, CD's, cintas magnéticas o en cassettes.

- **De Campo.-** Es la que se realiza en el mismo lugar en que se desarrollan o producen los acontecimientos, en contacto con los gestores del problema que se investiga. Aquí se obtiene la información fuera del laboratorio, pero el investigador no tiene el control absoluto de las variables.

Leiva (1988) indica:

“Es la que se realiza en lugares no determinados específicamente para ello, sino que corresponden al medio en donde se encuentran los sujetos o el objeto de la investigación, donde ocurren los hechos o fenómenos investigados.” (pág.10)

Dicho de otra forma, la investigación de campo es realizada en el mismo lugar donde ocurren los hechos sujetos a investigación.

Por el enfoque:

- **Investigación Científica.-** Es un proceso disciplinado por medio del cual llegamos a entender las condiciones generales en las que ocurren los acontecimientos. Es además un proceso técnico-científico que busca descubrir las leyes generales que rigen las relaciones de los fenómenos de la naturaleza y la sociedad.

Los tratadistas están de acuerdo en tres pasos fundamentales: tema, problema y metodología.

Métodos de la investigación

Métodos de Investigación Método Científico.- Existen varias definiciones acerca del método científico, pero por su claridad y elocuencia hemos elegido la definición que Arturo Ortiz expone en su libro “Introducción a la Investigación Socio-económica.”

“el procedimiento ordenado y lógico seguido para descubrir los conocimientos verdaderos de una ciencia, o sea los medios científicos de que se vale el investigador para llegar a los fines demostrativos que se propuso inicialmente...” (Leiva 1988)

Nosotros definimos al método científico como un conjunto de reglas que señalan el procedimiento para llevar a cabo una investigación y se resume en las siguientes etapas:

- **Planteamiento del problema.-** Es el inicio, cuando se hace el planteamiento general del problema.

- **Formulación de hipótesis.-** Es cuando se presenta la propuesta que se pretende comprobar.
- **Levantamiento de información.-** Es la recopilación de antecedentes con los métodos e instrumentos diseñados para esta fase.
- **Análisis e interpretación de datos.-** Se refiere a la tabulación, análisis e interpretación del levantamiento de información.
- **Comprobación de la hipótesis.-** En este paso se comprueba o desaprueba la hipótesis planteada.
- **Difusión de resultados.-** Es la presentación de los resultados obtenidos en el proceso de investigación.

Método Dinámico de Investigación.- Es lo que se analiza e investiga aceptando y adaptando las variaciones que se presentan sobre el fenómeno observado, siempre que con ello se pretenda llegar a satisfacer el objetivo de la propia investigación.

En este método se observan los hechos bajo una meta concreta (objetivo) previamente definida, y si es necesario se modifica la forma de recopilar la información, interpretar, comprobar y analizar el fenómeno.

Método de Análisis Multivariado.- Son aquellos en donde se analiza la relación entre variables independientes y al menos una dependiente. Son métodos más complejos que requieren el uso de computadoras para efectuar los cálculos necesarios, normalmente se trabajan a nivel de los Post Grados.

En conclusión diremos que el Método Multivariado de regresión múltiple sirve para analizar el efecto de dos o más variables independientes sobre una dependiente.

Tipo de investigación

Para corroborar este tipo de investigación, se cita a (Taylor & Bogdan, 1987):

Todo enfoque investigativo tiene sus puntos fuertes y sus desventajas. Nosotros tendemos a concordar con Becker y Geer (1957) en cuanto a que de la observación participante surge un patrón. Es decir que ningún otro método puede proporcionar la comprensión detallada que se obtiene de la observación directa de las personas escuchando lo que tienen que decir en la escena de los hechos. (pág. 104)

Las preguntas de la entrevista con expertos permiten identificar los requerimientos del sector agroindustrial.

Para la realización de este proyecto fueron utilizados varios tipos de investigación:

Investigación Exploratoria.- Es una especie de sondeo con el cual se alcanza a obtener una idea general muy orientadora de algo que interesa al investigador.

El estudio preliminar lo realizamos revisando la documentación con lo que contamos, esto incluye toda clase de fuentes bibliográficas. Los contactos directos nos aproximan al problema y nos dan la posibilidad de contar con elementos objetivos.

Investigación Experimental.- Describe lo que será cuando ciertos factores sean meticulosamente controlados. El enfoque se dirige hacia las relaciones de causa-efecto; las variables se manipulan cuidadosamente con el propósito de determinar su influencia.

Investigación Demostrativa.- Es un procedimiento mediante el cual se comprueba la validez de un conocimiento, de una hipótesis o de una tesis, mediante la presentación de elementos concatenados lógicamente, o también mediante hechos concretos que ratifiquen determinadas afirmaciones.

La demostración es inductiva o deductiva. Es inductiva cuando busca lo particular para fundamentar lo general y es deductiva cuando busca lo general para fundamentar lo particular.

Población y Muestra

Población

Es un grupo de personas, u organismos de una especie particular, con caracteres comunes que viven en un espacio y tiempo determinado, y cuyo número, se determina normalmente por un censo sobre el cual se pueden realizar observaciones.

Izquierdo (2000) manifiesta:

“En estadística y en investigación se denomina población o universo a todo grupo de personas u objeto que poseen alguna característica común. Igualmente se da al conjunto de datos que se han obtenido en una investigación.” (Pág.133)

Izquierdo se refiere a la población como un grupo de personas que poseen una característica en común.

La cuantía de los elementos que integran la población se encuentra, definido como tamaño de la población y son:

Población finita.- El número de los elementos que integran la población se encuentra delimitada.

Población infinita.- Es aquella en la que el número de sus elementos no se encuentra delimitado o el número es inmensamente grande.

FIGURA 2. POBLACION

Población	No.
Directivos	03
Administrativos	04
Operativos	03
Total	10

En el caso de “GOMBU” S.A., la población se define como una población finita, puesto que su número de empleados es limitado.

Muestra

La muestra será tomada de la población que cumpla los parámetros establecidos. (Bernal, 2006) Dice que: “Es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio....” (pág. 165).

Una muestra es un subconjunto representativo de elementos, casos o individuos de una población.

El número de sujetos que componen la muestra suele ser inferior que el de la población, pero suficiente para que la estimación de los parámetros determinados tenga un nivel de confianza adecuado. Para que el tamaño de la muestra sea idóneo es preciso recurrir a su cálculo.

Las muestras se obtienen con la intención de inferir propiedades de la totalidad de la población, para lo cual deben ser representativas de la misma. Para cumplir esta característica la inclusión de sujetos en la muestra debe seguir una técnica de muestreo.

Muestreo según Leiva (1988):

“El muestreo (llamado también sobrevisión muestral) es un método o procedimiento auxiliar de los métodos particulares estudiados y especialmente del método descriptivo.” (pág.20)

Leiva nos explica que muestreo es un método o procedimiento auxiliar de los métodos particulares estudiados.

Definición del Método descriptivo según Leiva (1988):

El método descriptivo consiste en la observación actual de hechos, fenómenos y casos. Se ubica en el presente, pero no se limita a la simple recolección y tabulación de datos,

sino que procura la interpretación racional y el análisis objetivo de los mismos, con alguna finalidad que ha sido establecida previamente. (pág.17)

Uniendo ambas definiciones con la definición de muestra, podemos concluir que el muestreo no es otra cosa que un método auxiliar que en ocasiones es utilizado cuando no es posible investigar todos los elementos de una población, mediante el cual se procede a la recopilación y tabulación de los datos que se desean analizar.

Operalización de las variables

La definición operacional, está basada principalmente en los principios de los procedimientos, que nos indicarán si las variables están conceptualmente bien definidas. La autora debe definir bien todos los indicadores para realizar la recolección de los datos para luego la información sea correctamente evaluada.

TABLA 1 OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Concepto	Dimensiones	Indicadores	Índices
Constituye un conjunto de elementos que sirven de ayuda al cumplimiento de sus funciones garantizando eficientes resultados a la compañía.	Seguimiento	Implementación	Muy satisfactoria Satisfactoria Poco satisfactoria
Producción de etiquetas adhesivas	Implementación de un sistema de control interno	Procesos	Constantes Pertinentes Organizados Descontextualizada
Optimizar la producción con la implementación de un sistema de control interno y de esta manera, incrementar su utilidad.	Capacitación	Directivo Jefes Personal	Suficientes Insuficientes Excelentes

Instrumentos de investigación

La forma más conocida de operativizar una tarea investigativa, es mediante las técnicas de investigación que nos permiten alcanzar un fin o resultado propuesto. Existen diferentes técnicas de investigación:

FIGURA 3. Técnicas e Instrumentos de Investigación

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
La observación	Guía
La entrevista	Formulario
La encuesta	Cuestionario

Observación.- Según Laureano Ladrón de Guevara, Op. Cit.:

“La observación es el proceso mediante el cual se perciben deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar” (pág.98)

Según Laureano, la observación es un proceso de examinación hacia ciertos acontecimientos que suceden a nuestro alrededor y que dan paso a la apertura de una exhaustiva investigación.

Entrevista.- Leiva (1988) nos ofrece la siguiente definición:

Es una técnica para obtener datos que consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador (investigador) y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de éste, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación. (pág.30)

Se entiende por entrevista a una conversación que tiene como propósito extraer información sobre un tema determinado. Sus elementos son entrevistador, entrevistado y la relación, así como también sus tipos de entrevistas son dos:

- **Estructuradas, formales o con cuestionario.-** Se plantean las preguntas en base a un formulario previamente elaborado y en un orden concreto.

- **No estructuradas, no formales o sin cuestionario.-** Se le especifica al entrevistado el objeto de la investigación y los diversos aspectos que se desean investigar; queda a criterio del investigador el número o tipo de preguntas.

Encuesta.- Leiva (1988) afirma:

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario. (pág34)

Entonces, encuesta es una técnica que a través de un cuestionario adecuado nos permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella. Se caracteriza porque la persona investigada llena el cuestionario. El tipo de encuesta utilizada en nuestra investigación es:

Explicativa.- Cuando se trata de averiguar las causas o razones que originan los fenómenos.

Recolección de la información

Todos los datos se tomarán de las herramientas de la investigación, es decir de las encuestas realizadas, las preguntas irán acorde a las variables investigadas, que permitan medirla y establecer criterios válidos.

Procesamiento de los datos y análisis

Los datos serán procesados en el programa estadístico SPSS, que maneja también gráficos donde podemos apreciar los resultados de una manera más clara y sencilla. Los análisis se los hará aplicando la técnica descriptiva, así mismo se irá determinado los valores perimétricos porcentuales.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

LA ENCUESTA

El autor muestra los análisis y las interpretaciones de los resultados derivados de los cuestionarios realizados para la obtención de la información del estudio. El análisis de estadística descriptiva se elaboró en SPSS. La tabulación permitió diferenciar varias oportunidades pero serán oportunamente determinadas en las conclusiones de la investigación.

A continuación se presentan los gráficos con su respectiva interpretación o análisis para cada ítem, las preguntas respondidas por la población encuestada, fueron tomando en consideración la dimensión a la cual pertenece.

Se permitió buscar las variables necesarias para establecer la propuesta final de la matriz de comunicación de los empleados de la empresa investigada y que quede definida la estrategia de comunicación.

Los gráficos fueron hechos en tipo pie con tajadas porcentuales de las respuestas para poder tener una visualización más exacta de los resultados buscados en la investigación.

A continuación el análisis:

GRÁFICO: 1 ENCUESTA PREGUNTA 1

1.- ¿Qué importancia tiene un departamento de Control y Comunicación interna?

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACUM. REL.
MUCHO	6	2	60%	20%
POCO	3	5	30%	50%
NADA	1	6	10%	60%
TOTAL	10		100%	

GRÁFICO: 1 ENCUESTA PREGUNTA 1



Se puede notar fácilmente la apreciación de los empleados de la compañía que ellos también ven la importancia de la comunicación y el control dentro de la organización.

2.- ¿Cree necesario un departamento de Control y Comunicación Interna?

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACUM. REL.
SI	9	9	90%	90%
NO	1	10	10%	100%
TOTAL	10		100%	

GRÁFICO: 2 ENCUESTA PREGUNTA 2

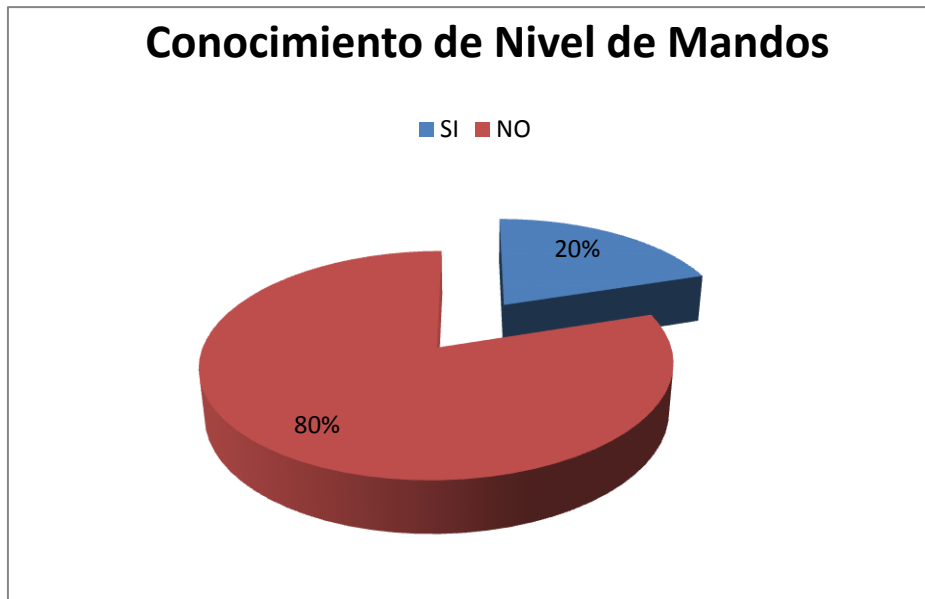


Como podemos ver, el 90% de las ven la necesidad de la creación del departamento de Control y comunicación, debido que con ello tendrán un panorama mas claro de los objetivos a corto o largo plazo de la compañía.

3.- ¿Actualmente tiene claro el nivel de mandos de la organizacion?

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACUM. REL.
SI	2	2	20%	20%
NO	8	10	80%	100%
TOTAL	10		100%	

GRÁFICO: 3 ENCUESTA PREGUNTA 3

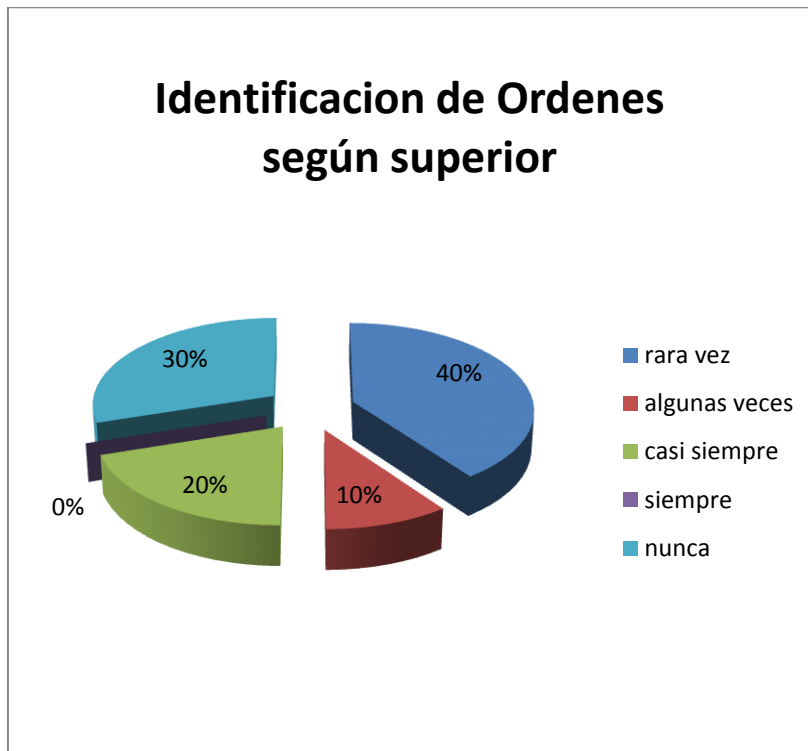


Los empleados de la Organización al no tener claro el nivel de mandos, este tiene repercusiones en la productividad de sus funciones o de las tareas asignadas, y observamos que el 80% no tiene identificado sus niveles superiores.

4.-¿Cuándo tiene clara las ordenes de acuerdo a su superior?

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACUM. REL.
rara vez	4	6	40%	60%
algunas veces	1	7	10%	70%
casi siempre	2	9	20%	90%
siempre	0	9	0%	90%
nunca	3	12	30%	120%
TOTAL	10		100%	

GRÁFICO: 2 ENCUESTA PREGUNTA 4



Esta es la parte más preocupante de la organización, se detectó que hay algunas personas que no tiene identificadas las órdenes dadas, pero el problema de fondo es la mala organizacion dentro de cada nivel.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DE GUÍA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

1. Antecedentes

La guía de la estructura de la comunicación es un mecanismo utilizado por las empresas modernas que llevan la información en todas direcciones, con el cuidado de establecer objetivos, fechas límites.

Tal como vimos en el antecedente teórico de la investigación, la presente estructura debe tener amplitud y perduración. Amplitud porque define la investigadora que no debe quedar ninguna parte de la empresa incomunicada, la comunicación no debe ser segregada en ordenes jerárquicos, más bien, debe ser socializada de manera horizontal, para que todos sepan los lineamientos que persiguen en la empresa.

La creación de un departamento de comunicación y control interno, se basa en las necesidades que se vienen suscitando en la organización, en donde, si bien han tenido varios cambios positivos, aún persistentes problemas

Plan de objetivos

Objetivos Generales

- Obtener un mejor nivel de comunicación organizacional.

Objetivos Específicos (Comunicadora y grupos)

- Comunicar los procesos.
- Desarrollar un manual de funciones.

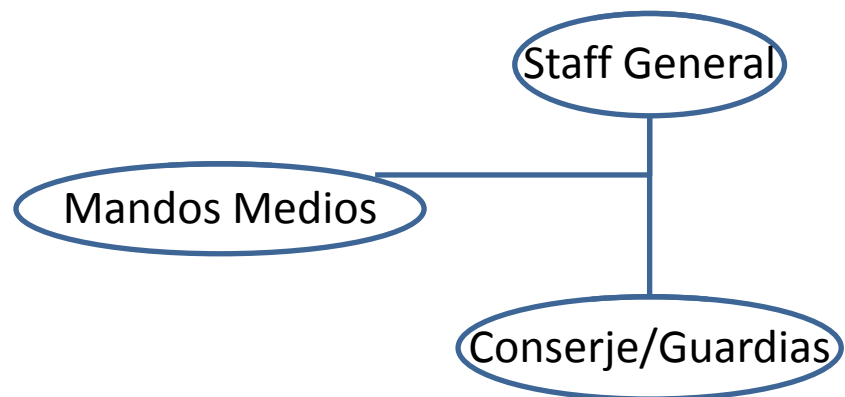
Grupo Objetivo

El grupo al cual está el manual es al cliente interno de la compañía Gombu S.A.

Pasos del desarrollo de la revista

Organigrama

FIGURA 5. 1 ORGANIGRAMA



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La comunicación organizacional, se deberá complementar con los principios de la planificación, las organizaciones no se equivocan en planificar, se equivocan al no poder transmitir la información y conocimientos.

Conclusiones

Aun estando en pleno siglo veintiuno vemos como las organizaciones, no han logrado comunicarse efectivamente con los mandos medios y subordinados, que permitan mejorar la rentabilidad y productividad,

Recomendaciones

Se recomienda hacer:

- Un Organigrama para delimitar nivel de mandos
- Un Manual de procesos de cada area y asisganacion de responsabilidad.

Bibliografía y citas

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacionnal interna*. Madrid: Gesbiblo.
- Andreasen, A. (2006). *Social Marketing in the 21st Century*. Londres: Sage Publications.
- Asociación Interdisciplinar José de Acosta. (1992). *La comunicación*. Madrid: Editorial Gráfica Ortega.
- Barkley, E., Cross, P., & major, H. (2005). *Collaborative learning techniques*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson.
- berrigan, f. J. (1981). *La comunicación comunitaria*. paris: unesco.
- Berrigan, F. (1981). *La comunicación comunitaria: Cometido de los medios de comunicación comunitaria en el desarrollo*. Madrid: UNESCO.
- Bonals, J., & Sánchez, M. (2007). *Manual de asesoramiento psicopedagógico*. Barcelona: Editorial Graó.
- Cash, A. (2002). *Psicología para dummies*. Bogotá: Norma.
- Cohen, G. (1991). *La naturaleza de la función directiva*. Madrid: Díaz santos.
- El lenguaje de la vida. (s.f.). *Blog de el lenguaje de la vida*. Recuperado el 4 de noviembre de 2010, de Sitio web de comunicación:
www.ellenguajedelavida.blogspot.com
- El Universo. (10 de septiembre de 2010). *El Universo*. Recuperado el 15 de Octubre de 2010, de Sitio web el periódico El universo:
<http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1361A&m=2160>
- El Universo. (24 de Octubre de 2008). *www.el-universo.net*. Recuperado el 2 de Junio de 2012, de www.el-universo.net: http://www.el-universo.net/especiales/barrios/martha_de_roidos.html
- Eyssautier, M. (2006). *Metodología de la investigación: desarrollo de la inteligencia*. México: Thomson.
- Fernández, T., & García, A. (2001). *Medios de Comunicación, Sociedad y Educación*. Castilla: Colección Humanidades.
- Ferrer, G. G. (2005). *Investigación comercial*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Festinger, L., & Katz, D. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Paidós.

- García, J. (1998). *La comunicación interna*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Guerra, R. (9 de Noviembre de 2008). *Blog de Roberto Guerra*. Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de Blog de Roberto Guerra:
<http://robertoguerra.wordpress.com/2008/11/09/%E2%80%9Cgestion-y-autogestion-en-la-cultura-en-revista-foco-n%C2%BA-76/>
- IICA. (1892). *Teoría y Proceso de la Comunicación*. Guatemala: IICA.
- Koontz, H., & O'Donnell, C. (1998). *Principio de la administración moderna*. New York: McGraw Hill.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing. Octava edición*. México: Pearson educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Marketing. Octava edición*. México: Pearson educación.
- Kotler, P., & Roberto, E. L. (1992). *Marketing social: Estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Langevin, L. (2000). *La Comunicación: Un arte que se aprende*. Bilbao: Grafo. S.A.
- León, A. (2005). *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. México: UMUSA.
- Longo, F. (2004). *Merito y flexibilidad*. Barcelona: Paidós.
- Marín, L. (1992). *Sociología de la empresa*. Madrid: Ibérico europea.
- Mintzberg, H., Quinn, J., & Voyer, J. (1997). *El proceso estratégico: Conceptos, contextos y casos*. Naucalpan de Juárez: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Moreno, L. (1996). *Intercambio Social Y Desarrollo Del Bienestar*. Madrid: Bouncopy.
- Pérez, L. (1995). *Marketing social: Teoría y práctica*. Madrid: Pearson Prentice Hall.
- Ramírez, T. (2004). *Cómo realizar el proyecto de investigación*. Caracas: Contexto editores.
- Rey, F. (2003). *Técnicas de resolución de problemas*. Madrid: FC editorial.
- Robbins, S. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. En S. Robbins, *Comportamiento Organizacional* (págs. 571-579). México: Pearson.
- Sabino, C. (2005). *El proceso de la investigación*. Caracas: Panapo.
- Schiffman, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson educación.

Shumpeter, J. (1976). Capitalism, socialism, democracy. En J. Shumpeter, *Capitalism, socialism, democracy* (págs. 132-133). New Jersey: George Allen & Unwin.

Taylor, S., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.

week, B. (1994). Council of communication management. *Bussines week* , 8.

ANEXOS

ANEXO 1

1.- ¿Qué importancia tiene un departamento de Control y Comunicación interna?

- a. Mucho
- b. Poco
- c. Nada

2.- ¿Cree necesario un departamento de Control y Comunicación Interna?

- a. Si
- b. No

3.- ¿Actualmente tiene claro el nivel de mandos de la organización?

- a. Si
- b. No

4.- ¿Cuándo tiene clara las ordenes de acuerdo a su superior?

- a. Rara vez
- b. Algunas veces
- c. Casi siempre
- d. Nunca