

## **METODOLOGÍA**

### **3.1 Introducción**

Dentro de este capítulo, se va a especificar la metodología que va a ser empleada para obtener la información que se necesita para la elaboración de la presente tesis. Se especificarán los elementos necesarios para poder llevar a cabo el análisis de comunicación interna dentro de las cinco escuelas de la Universidad de las Américas, Puebla y desarrollando los objetivos que fueron mencionados en el capítulo uno de esta tesis.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2002) podemos resumir que los pasos para la metodología son el identificar el planteamiento del problema, el objetivo general y específicos, el tipo de investigación, el diseño de investigación, selección de la muestra, recolección de datos, análisis de datos y presentación de reporte de investigación.

Al poner en marcha un análisis de Comunicación Interna lo primero que se debe hacer es observar el entorno que rodea al posible ámbito de aplicación de dicho análisis, definiendo lo que se pretende conseguir, los problemas y las necesidades que existen, para más tarde definir cómo se va a conseguir lo que se pretende alcanzar (diseño del proyecto) y poder en una fase última ejecutarlo y hacer las aportaciones de mejora al mismo, dicho análisis necesita de una investigación previa de la comunicación, y comunicación interna.

Mediante el desarrollo del estudio de comunicación interna se pretende establecer un nuevo concepto de comunicación interna para el personal dentro de la organización. Se pretende mostrar como un elemento de marketing interno fundamental para la organización, en el sentido que permite a las personas que participan en el

estudio, conocer los conceptos más importantes que forman parte de la misma organización.

Por otra parte el análisis de la Comunicación Interna también podría ser una herramienta para el cambio en el sentido de que influye sobre el clima dentro de la organización, es decir puede llegar a hacer cambiar el clima, el cual repercute directamente sobre la organización debido a que puede hacer que en la organización, el trabajo sea más efectivo o no. Además supondría una herramienta para el cambio porque apoya su uso, en el sentido de que su puesta en marcha permite el conocimiento de la cultura de la organización o la resistencia al cambio de los empleados. Y estos conocimientos podrían resultar clave para lograr el cambio en la organización. Lo que se busca con el desarrollo de este análisis es que los profesores de tiempo completo, de las escuelas en las que se encuentra dividida la Universidad de las Américas encuentren su ventaja competitiva, a través de elementos innovadores.

### **3.1.1 Objetivo General**

Con el presente trabajo se pretende diagnosticar la comunicación interna en la Universidad de las Américas, Puebla, que permita realizar un análisis, sobre la comunicación interna actual y hacer propuestas de mejora.

### **3.1.2 Objetivos específicos**

- ≡ Determinar la comunicación actual de la Universidad de las Américas.
- ≡ Conocer los tipos de información que existen actualmente en la institución.
- ≡ Conocer el estado de los actuales medios de comunicación empleados.
- ≡ Conocer las características de la comunicación.
- ≡ Proponer un plan de acción, para mejorar la comunicación interna en la institución.

### 3.2 Tipo de estudio

Existen cuatro tipos de investigación que son: exploratoria, descriptiva, correlacional y causal. (Hernández, et al, 2002)

El propósito de la investigación es desarrollar una herramienta para diagnosticar la comunicación interna de una organización, aplicado a los profesores de tiempo completo que forman parte de las cinco escuelas de la Universidad de las Américas, Puebla, por lo tanto se ha determinado que el estudio será de tipo descriptivo.

Este estudio, se define como *descriptivo*, ya que como se menciona en Hernández, et al, (2002) los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que someta a un análisis. También mide distintos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, se selecciona una serie de cuestiones y se recolecta información sobre cada una de ellas para describir lo que se investiga.

Las razones por las cuales se a elegido que el estudio sea descriptivo, es debido a que se va a hacer una medición de variables para el estudio como son: La comunicación, las barreras de comunicación, las herramientas de comunicación y el tipo de comunicación. Esto nos va a ser útil para determinar como es que un programa de comunicación interna afecta o mejora el desarrollo de los trabajadores dentro de la organización.

Un buen programa de comunicación interna de tipo descriptivo, puede promover o ser un instrumento para la mejora del rendimiento al considerar los siguientes elementos: la interactividad que se produce en la interpretación del proceso comunicativo, la negociación entre los participantes en la situación de comunicación y el impacto de los factores sociales y el entorno, lo cual podría tener como consecuencias por ejemplo la promoción de prácticas entre los empleados o sistemas de formación que las promuevan ayudado el propio programa de comunicación interna por el diseño del trabajo y los sistemas de evaluación del desempeño.

Este tipo de estudio incluye indicadores de medición de satisfacción que no son resultado de lo que la gente quiere o no, si no que suelen ser resultado de lo que se ha observado que es necesario hacer o sobre qué aspectos es necesario incidir. Sirve de elemento integrador entre las distintas áreas de la organización ya que promueve la interacción entre ellas a través de la comunicación. (Hughes, 1986).

### **3.3 Fuentes de Datos**

#### **3.3.1 Datos Primarios**

Los datos primarios para la investigación del estudio de comunicación interna fueron:

- 1) En primer lugar, se aplicaron 72 encuestas de preguntas cerradas de opción múltiple a los profesores de tiempo completo (**Anexo 1**) que pertenecían a las cinco escuelas de la Universidad de las Américas, Puebla.
- 2) Como las encuestas fueron realizadas en persona, gracias a ello, se pudo obtener aportaciones sobre aspectos importantes de la comunicación en la Universidad, por lo que esto nos ayudó a establecer el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación.
- 3) La observación hacia los profesores mientras realizaban la encuesta fue de gran ayuda, ya que se pudo observar actitudes que nos ayudaron para los objetivos de la investigación.

#### **3.2.2 Datos Secundarios**

Las *fuentes internas* están disponibles en la organización para la cual se lleva a cabo la investigación. Todas las organizaciones recolectan datos internos como parte de sus operaciones normales. Se registran los datos de costos, se presentan informes contables, se registran las actividades publicitarias y de promoción y se elaboran investigaciones de desarrollo y de calidad en el servicio; estas son algunas de las fuentes internas de las organizaciones disponibles para propósito de la investigación.

Las *fuentes externas* provienen de un conjunto de fuentes, tales como publicaciones gubernamentales, datos de asociaciones comerciales, libros, boletines, informes y publicaciones periódicas las cuales están disponibles a un costo mínimo ó en forma gratuita en las bibliotecas.

El estudio realizado contó con las siguientes fuentes de datos:

- 1) *Las fuentes de datos secundarios internos* fueron la intranet de la Universidad de donde se obtuvo la información sobre las cinco escuelas y el departamento de recursos humanos de donde se obtuvo el dato del número de profesores de tiempo completo que laboran en la universidad.
- 2) *Las fuentes de datos secundarios externos* para esta investigación fueron: libros con referencia al tema de investigación, revistas con artículos especializados en el tema de comunicación, tesis y artículos en Internet.

### **3.4 Diseño de la investigación**

Hernández et al. , (1998) mencionan que existen dos tipos de diseño de investigación la experimental y la no experimental ( p. 187).

La investigación será de tipo no experimental. Una investigación no experimental es observar los fenómenos tal y como son en su contexto natural, para después proceder con el análisis. (Hernández, 1998).

Las variables van a ser analizadas en un momento específico y no a través del tiempo, su tipo es transversal; como señala Hernández (1998), los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

### **3.5 Selección de la Muestra**

Las muestras se dividen en dos grandes ramas: las muestras no probabilísticas y las muestras probabilísticas. (Hernández 1998).

Para el desarrollo de este estudio se determinó el uso de una muestra probabilística, ya que en esta todos los miembros de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos. Esto se obtiene definiendo las características de la población, el tamaño de la muestra y a través de una selección aleatoria y/o mecánica de las unidades de análisis. (Hernández et al 1998).

La principal ventaja de las muestras probabilísticas es que puede medirse el tamaño de error en las predicciones. (Kish, 1965). Las muestras probabilísticas son esenciales en los diseños de investigación por encuestas en las que se pretende hacer estimaciones de variables en la población. La precisión de los estimados depende del error de muestreo.

De acuerdo con Hernández (1998) para una muestra probabilística necesitamos de dos cosas: determinar el tamaño de la muestra ( $n$ ) y seleccionar los elementos muestrales, de manera que todos tengan la misma posibilidad de ser elegidos.

La población era de 280 profesores de tiempo completo, dato obtenido del departamento de recursos humanos de la universidad, en base con este número se obtuvo una muestra de 72 personas para ser encuestadas, la manera en que se obtuvieron los datos fue a través de una fórmula probabilística (**Anexo 2**), para determinar con precisión algunos de los datos de la fórmula se ocuparon tablas de distribución, (**Anexo 3**)

### **3.6 Recolección de Datos**

Según Hernández et al, (1998) la recolección de datos implica:

a) Seleccionar uno o varios métodos o instrumentos disponibles o desarrollarlos, tanto cuantitativos como cualitativos, dependiendo del enfoque del estudio, del planteamiento del problema y de los alcances de la investigación.

b) Aplicar el ó los instrumentos de medición.

C) Preparar las mediciones obtenidas o datos levantados para analizarlos correctamente.

### 3.6.1. Los Instrumentos

El instrumento que se utilizará para la recolección de los datos de la presente tesis es el cuestionario (**Anexo 1**). Que fue aplicado de acuerdo a los datos obtenido para la muestra a 72 profesores de tiempo completo de las cinco escuelas que conforman la Universidad de las Américas.

El cuestionario esta formado por 12 preguntas cerradas o de opción múltiple, incluyendo preguntas de tipo *escala Likert* en donde Hernández et al. (1998) dice que se refieren a un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide al sujeto que externe su relación eligiendo una de las opciones de la escala según sea el caso. Y la pregunta 13 que se refería a las sugerencias que se podían hacer sobre el tema.

### 3.6.2. Cuestionarios

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o varias variables a medir (Hernández 1998). El uso de cuestionarios en investigación supone que:

1. El investigador debe partir de objetivos de estudio perfectamente definidos
2. Cada pregunta es de utilidad para el objetivo planteado por el trabajo.
3. El investigador debe estructurar las preguntas teniendo en mente siempre los objetivos del trabajo.
4. El que contesta está dispuesto y es capaz de proporcionar respuestas fidedignas.

Los cuestionarios son los instrumentos más utilizados para la recolección de datos por que su naturaleza, suele ser el instrumento menos caro, además de que puede

ser aplicado a un gran número de personas simultáneamente y esto ayuda a un ahorro de tiempo.

De acuerdo con López A. (1982), existen ciertos aspectos que hay que considerar al momento de realizar un cuestionario y son:

#### Confiabilidad.

Una pregunta es confiable si significa lo mismo para todos los que la van a responder. Se puede confiar en una escala cuando produce constantemente los mismos resultados al aplicarla a sujetos similares. La confiabilidad implica consistencia

El investigador debe asegurarse que el tipo de persona a quien se le van a hacer las preguntas tenga la información necesaria para poder responder. El asegurar la respuesta de los que se les aplique el cuestionario redundará en resultados confiables.

Un cuestionario largo es demasiado cansado y las preguntas finales se responden sin entusiasmo, lo cual le resta confiabilidad.

#### Validez.

Una pregunta es válida si estimula información exacta y relevante. La selección y la redacción influyen en la validez de la pregunta. Algunas preguntas que son válidas para un grupo de personas, pueden no serlo para otro grupo.

Entre menos tenga que reflexionar el sujeto, más válida será la respuesta. La validez implica congruencia en la manera de plantear las preguntas.

#### Diseño del cuestionario.

El título del trabajo debe estar al inicio del cuestionario. Hay que incluir instrucciones breves, pero incluirlas. Es conveniente usar una tipografía diferente a la de las preguntas.

Al inicio deben colocarse preguntas interesantes, no amenazantes. Los puntos importantes deben ir cercanos al inicio del cuestionario, después de las preguntas interesantes. Hay que numerar las preguntas.

Es importante agrupar las preguntas en secciones lógicas. Debe haber una categoría para cada posible respuesta, pues si se omite una opción, se forzaría al que responde a contestar de una manera que no refleje su respuesta. Por eso en ocasiones se necesita abrir una opción de "otros" con un renglón amplio para dejar esa parte de la pregunta abierta. También, a veces, es necesario incluir una opción de "no sé", pues si no existe ésta, el sujeto puede seleccionar cualquier respuesta simplemente para no dejarla en blanco.

Una redacción pobre influye en el resultado y también en la calidad de las respuestas obtenidas. El sujeto no debe tener que adivinar lo que se quiso preguntar. La pregunta debe estar escrita en lenguaje claro. La palabra cuestionario asusta o intimida al que va a responder. Encuesta es mejor.

Las preguntas deben estar redactadas para no ofender al sujeto. Hay que utilizar lenguaje común y corriente. No especializado. No deben usarse palabras vagas ni palabras ambiguas o que tengan varios significados.

No se debe abreviar Hay que ser sutil para cambiar de una sección a otra. La formulación correcta de una pregunta es una tarea muy difícil, por lo tanto hay que hacerlo con cuidado.

### **3.7 Análisis de Datos**

El análisis de datos nos permitirán poder capturar los resultados obtenidos del instrumento aplicado, analizar las preguntas con respecto a nuestros objetivos específicos para llegar a las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Para analizar el cuestionario (**Anexo 1**) se capturaron las respuestas en paquete Excel, se llevaron a cabo las gráficas y se analizó cada una de ellas. Con esto se podrá dar a conocer los resultados y conclusiones a las que se llegó al aplicar la herramienta.