

CAPÍTULO III



MARCO METODOLÓGICO

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con los planteamientos de Chávez (2007 p.133), el tipo de investigación se establecerá en función del tipo de problema que se desea solucionar, los objetivos que se pretenden lograr y la disponibilidad de los recursos.

La investigación se realizó con el propósito de “Diseñar un manual de identidad corporativa para la proyección de la imagen de Esimeca C.A. el municipio Maracaibo estado Zulia”. Así mismo, se consideró proyecto factible debido a que se brindó una solución al problema que presentaba la organización objeto de estudio, en relación a la carencia de un Manual de Identidad Corporativa.

De igual manera, Balestrini (2001, p.8) resaltó que los proyectos factibles proponen la formulación de modelos y sistemas para la solución de los problemas planteados por diversas realidades organizacionales. En este sentido Arias (2006, p. 17) estableció que el proyecto factible es un problema

de tipo práctico, generalmente determinado por una necesidad donde se trazan objetivos de acción como tareas, actividades, procesos, hace mucho énfasis en la justificación del proyecto, formula propuestas de acción y/o modelos operativos como alternativa de solución. Así mismo, el método utilizado en la investigación fue catalogado como descriptivo, debido a que es necesario la obtención de información referente al manejo que se tiene con la identidad e imagen corporativa de Esimeca C.A., ésta se obtendrá por medio de la recolección de datos directos de fuentes primarias, para así buscar una solución al problema para el mejor desarrollo de la organización.

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2006 p.102) establecen que un estudio descriptivo es aquel que busca especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

Del mismo modo, Bavaresco (2006, p.26) indica que las investigaciones descriptivas, consisten en describir y analizar sistemáticamente los fenómenos estudiados, sobre la realidad (Individuos, Comunidades).

Finalmente la investigación es de campo ya que la información se obtendrá de forma directa en Esimeca C.A., a través de encuestas aplicadas al Gerente y a los empleados en el área de comunicación corporativa.

De acuerdo con esto Bavaresco (2006, p. 28) indica que la investigación de campo se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de

estudio, ello permite el conocimiento más a fondo del problema por parte del investigador.

Igualmente, Arias (2006, p. 31) definen que la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.

2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación estuvo enfocada al diseño transversal de investigación no experimental.

Para los autores Hernández, Fernández y Baptista (2003, p.267) definieron, diseño no experimental como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no se hace variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar el fenómeno tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

También, Hernández, Hernández y Baptista (2003, p. 270) un diseño transversal recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su

propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, (o describir comunidades, eventos, fenómenos o contextos)

3. POBLACIÓN

Balestrini (2001, p. 137) definió la población como un universo que puede estar referido a cualquier conjunto de elementos de los cuales se pretende indagar y conocer su características.

Por su parte, para Bavaresco (2006, p.91) la población es la totalidad de los elementos que forman un conjunto.

Para la realización de esta investigación se tomó como población a todo el personal de Esimeca C.A. entre los cuales se cuenta con:

(a) El Gerente de Esimeca C.A.

(b) Los empleados (público interno) comprendido por (76) personas entre ellos 12 Aprendices, 27 en el área Administrativa y 37 Obreros que laboran en Esimeca C.A (Ver cuadro 3)

(c) Para el público externo la población estuvo conformada por (7) empresas clientes y otras (5) proveedores, siendo estas los clientes más importantes para Esimeca C.A. (Ver cuadros 4 y 5)

Cuadro 3
Distribución del Público Interno

CARGO	No. de Sujetos
GERENTE GENERAL	1
EMPLEADOS	76
TOTAL	77

Fuente: Esimeca C.A (2012)

En virtud de que la población de Esimeca C.A. es finita y accesible ya que se integró por menos de 80, se consideró aplicar un censo poblacional.

Cuadro 4
Distribución del Público Externo

CLIENTES	No. de empresas
Pdvsa	1
Chevron	1
Bp	1
Sincor	1
Cemex de Venezuela	1
Vencemos	1
Tecnoconsult	1
TOTAL	7

Fuente: Esimeca C.A (2012)

Cuadro 5
Distribución del Público Externo

PROVEEDORES	No. de empresas
Ingeniería en prevención y detección de falla C.A	1
Técnica Maracaibo C.A	1
Asociación de industriales metalúrgicos de minerales de Venezuela	1
Aga Gas C.A.	1
BJ seguridad y custodia patrimonial	1
TOTAL	5

Fuente: Esimeca C.A (2012)

En efecto, según Bavaresco (2006, p. 120) El censo poblacional se utiliza cuando la muestra es restringida o cuando la intensión del investigador así lo exige.

Así mismo para Tamayo (1993, p. 64) El censo poblacional es una muestra en la cual entran todos los miembros de la población.

4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En la presente investigación se utilizó la técnica de recolección de datos, dirigidos a la población objeto de estudio, esta sirvió para dar a conocer la medición y el conocimiento de lo que se investigo.

Así mismo, para Arias (2006 p.67) se entiende que las técnicas son el procedimiento o forma particular de obtener datos o información.

De igual manera para Bavaresco (2006 p.95) estas técnicas conducen a la verificación del problema planteado. Cada tipo de investigación determinó las técnicas a utilizar y cada técnica estableció sus herramientas, instrumentos o medios que fueron empleados.

Por lo tanto en este estudio se aplicó la técnica encuesta para obtención de información debido a que éste, es el mejor método para recabar los datos que se requieren en dicha investigación.

Así mismo, para Bernal (2000 p.172) la encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde más credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas.

De igual manera para Arias (2006 p.72) una encuesta es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos, o en relación con un tema en particular.

4.1. INSTRUMENTO(S)

En este sentido los instrumentos de recolección de datos se aplicaron en un momento en particular con la finalidad de obtener los resultados que se requieren.

Por su parte, para Arias (2006 p.69) un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información.

Mientras tanto para Balestrini (2001 p.145) los instrumentos de recolección de información son un conjunto de técnicas que permitirán cumplir con los requisitos establecidos en el paradigma científico, vinculados a el carácter específico de las diferentes etapas de este proceso, investigativo y especialmente referidos al momento teórico y al momento metodológico de la investigación.

En este sentido, en la presente investigación se aplicaron dos (2) cuestionarios 1. Dirigido a los empleados que consta de 9 preguntas con alternativas cerradas (Ver Anexo A), 2. Otro dirigido a los clientes y proveedores compuestos por 5 preguntas utilizando alternativas de respuestas cerradas (Ver Anexo B) y una entrevista que consta de 30 preguntas dirigidas al Gerente General de Esimeca Martin Pérez en el municipio Maracaibo Estado Zulia. (Ver Anexo C)

Así mismo, para Arias (2006 p.74) el cuestionario es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador,

De la misma manera, para Bavaresco (2006 p.100) el cuestionario consiste en un instrumento, herramienta o medio que recoge información (directa, por el (la) encuestador (a) e indirecta por correo).

En efecto para Bernal (2000 p.173) la entrevista es una técnica orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideran fuente de información.

De igual manera para Arias (2006 p.73) la entrevista, más que un simple interrogatorio es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente

determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida.

4.2. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

Por su parte para Arias (2006 p.79) la validez del cuestionario significa que las preguntas o ítems deben tener una correspondencia directa con los objetivos de la investigación. Es decir, las interrogantes consultarán sólo aquello que se pretende conocer o medir. (Ver Anexo D)

De igual manera, para Bernal (2000 p.218) la validez indica el grado con que pueden inferirse conclusiones a partir de los resultados obtenidos.

Así mismo, la presente investigación fue validada por el Comité Académico de la Facultad de Humanidades y Educación, quienes comprobaran la pertinencia de los ítems con las variables, dimensiones e indicadores.

De esta manera, Bernal (2000 p.218) conceptualiza la confiabilidad se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios.

$$r_{tt} = r_{C1C2} = \frac{\sum (X_{C1})(X_{C2}) / N - (\bar{X}_{C1})(\bar{X}_{C2})}{(S_{C1})(S_{C2})}$$

Donde: N= Número de sujetos

X_{C1} = Producto de los Puntajes de la Primera Prueba

X_{C2} = Producto de los Puntajes de la Segunda Prueba

\bar{X}_{C1} = Media Aritmética del Producto de los Puntajes de la Primera Prueba

\bar{X}_{C2} = Media Aritmética del Producto de los Puntajes de la Segunda Prueba

S_{C1} = Desviación estándar del Producto de los Puntajes de la Primera Prueba

S_{C2} = Desviación estándar del Producto de los Puntajes de la Segunda Prueba

$$r_{tt} = \frac{(269)(266)/10 - (26.0)(26.6)}{(4.01)(3.89)} = \frac{7.84}{15.62} \quad r_{tt} = 0,50$$

Este resultado indica que el cuestionario empleado tiene una confiabilidad numérica de 0,50 estando ubicada entre 0,41 y 0,60, siendo este el rango válido, por lo que sus resultados tienen una moderada probabilidad de ser confiables (la proximidad al 1 denota la máxima confiabilidad), de acuerdo al siguiente baremo:

Cuadro X. Baremo para la interpretación de la Confiabilidad

BAREMO	INTERPRETACION
0,81 a 1,00	Muy Alto
0,61 a 0,80	Alto
0,41 a 0,60	Moderado
0,21 a 0,40	Bajo
0,01 a 0,20	Muy Bajo

Fuente: Adaptación de Ruiz (1998)

5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS

Chávez (2007, p. 187), define que la tabulación de los datos es una técnica que utiliza el investigador para procesar la información recolectada, la

cual le permitirá lograr la organización de los datos relativos a una variable, indicadores e ítems. (Ver anexo E).