

**SEMIÓTICA COMO HERRAMIENTA
DE COMUNICACIÓN INTERNA**
Caso: Área de Pintura en
Ford Motor de Venezuela S.A



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

SEMIÓTICA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Caso: Área de Pintura en Ford Motor de Venezuela S.A

**Tutora:
M. Sc. María E. Páez**

**Autora:
Ing. Beatriz Rossato**

San Diego, Diciembre 2.014



**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL PODER POPULAR PARA LA EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

SEMIÓTICA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA

Caso: Área de Pintura en Ford Motor de Venezuela S.A

Tutora:
M. Sc. María E. Páez
C.I. 16.152.846

Autora:
Ing. Beatriz Rossato
C.I. 18.350.293

San Diego, Diciembre 2.014

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
MAESTRÍA GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
SEMIÓTICA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA
Caso: Área de Pintura en Ford Motor de Venezuela S.A

Ing. Beatriz Rossato 18.350.293
M.Sc. María E. Páez 16.152.846

El mundo de la comunicación abarca innumerables aspectos, muchos de ellos visibles y percibidos fácilmente, mientras que hay otro rango de objetos cuyos significados no están tan a simple vista, y es allí donde la semiótica da razón a su existencia. El objetivo general fue analizar la importancia de la semiótica como herramienta de comunicación interna, en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A, este estudio está adscrito a la línea de investigación: Planificación y comunicación estratégica corporativa, y el propósito de este estudio fue demostrar que en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela se usan herramientas semióticas para el manejo de información, sin que los involucrados estén conscientes de su importancia, ni de su uso como herramienta. La investigación estuvo enmarcada en un modelo cuantitativo, ya que tiene como base un tipo de pensamiento deductivo; el tipo de investigación, es descriptivo porque ayuda a deducir las variables independientes. El diseño de la investigación es de campo, ya que se recogieron los datos de la realidad, y no experimental transeccional, porque se buscaron las correlacionales causales, entre dos o más variables, en un grupo de personas, en un determinado espacio; en cuanto a la recolección de datos se realizó a través de un cuestionario que se aplicó a la población que es la misma muestra: 11 personas. Los resultados del cuestionario evidenciaron que el uso de signos/símbolos, minimiza el tiempo de recolección y análisis de datos, garantizando reportes oportunos a la gerencia.

Palabras claves: Comunicación Interna, Semiótica, Signos, Símbolos.

UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
MASTER IN MANAGEMENT OF THE ORGANIZATIONAL
COMMUNICATIONS
SEMIOTICS AS A TOOL OF INTERNAL COMMUNICATION
Case: Paint area of Ford Motor de Venezuela S.A

Eng. Beatriz Rossato 18.350.293
M.Sc. María E. Páez 16.152.846

The world of communication includes many aspects, many of them easily visible and perceived, while there is another range of objects whose meanings aren't at seen first view, and that's where semiotics give reason for its existence. The general objective was analyzing the importance of semiotics as a tool for internal communication, in the paint area of Ford Motor de Venezuela SA, this study is attached to the research line: Planning and strategic corporate communications, and the purpose of this study was to demonstrate that in the paint area of Ford Motor de Venezuela, semiotic is used as a tool for information management, without the stakeholders are aware of its importance, or its use as a tool. The research was framed in a quantitative model, which is based on a type of deductive thinking; the type of research is descriptive because it helps to deduct the independent variables. The design of the research is a field research, since the data were taken from reality, and also experimental non-transectional, because correlational causal sought between two or more variables in a group of people, in a given space; in terms of data collection, it was performed using a questionnaire that was applied to the population, which is the same sample: 11 people. The questionnaire results showed that using signs / symbols, minimizes time data collection and analysis, ensuring timely reporting to management.

Keywords: Internal Communication, Semiotics, Signs, Symbols.



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACÁDEMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Mediante la presente hago constar que he leído el Proyecto de Trabajo de Grado, elaborado por la ciudadana: Rossato Pérez, Beatriz Iliana, titular de la Cédula de Identidad número V-18.348.293, para optar al grado académico de Magíster en Gerencia de la Comunicación Organizacional, cuyo título es: Semiótica como herramienta de Comunicación Interna. Caso: Área de Pintura en Ford Motor de Venezuela S., adscrito a la Línea de Investigación: Planificación y comunicación corporativa.

Y declaro que acepto la tutoría del mencionado trabajo de grado, durante su etapa de desarrollo, hasta su presentación y evaluación por el jurado evaluador que se designe; según las condiciones del Reglamento de Estudios de Postgrado de la Universidad José Antonio Páez.

Firma

C.I. N° 16.152.846

San Diego, Febrero 2014



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACÁDEMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

AUTORIZACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, M.Sc. María Eugenia Páez, titular de la Cédula de Identidad número V-16.152.846, en mi carácter de tutora del Trabajo de Grado titulado: Semiótica como herramienta de Comunicación Interna. Caso: Área de Pintura en Ford Motor de Venezuela S, adscrito a la Línea de Investigación: Planificación y comunicación estratégica corporativa, presentado por la ciudadana Beatriz Iliana Rossato Pérez, titular de la Cédula de Identidad número V-18.348.293.

Hago constar que he dirigido el proceso de investigación correspondiente, leído el contenido del informe escrito y considero que el mismo reúne los requisitos exigidos para ser evaluado por el jurado que se designe, por lo cual autorizó a entrega de un ejemplar ante la Coordinación del Programa de Maestría en Gerencia de Comunicación Organizacional.

En San Diego, a los _____ días del mes de Diciembre de 2014.

Firma del Tutor

C.I.: 16.152.846



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACÁDEMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

PLAN DE TUTORÍAS DEL TRABAJO DE GRADO

Nro	Tema	Fecha	Tutora	Estudiante
01	Definición del título	06-05-13		
02	Definición del problema	08-05-13		
03	Revisión de objetivos	22-05-13		
04	Revisión de objetivos	06-06-13		
05	Revisión Capítulo I	29-06-13		
06	Capítulo II	09-07-13		
07	Aspectos Administrativos	14-08-13		
08	Proyecto	11-09-13		
09	Marco Metodológico	15-10-13		
10	Bases Teóricas	30-10-13		
11	Bases Legales	01-11-13		
12	Tipo de Investigación	28-11-13		
13	Diseño de investigación	15-12-13		
14	Muestra y Población	08-02-14		
15	Cuestionario	22-02-14		
16	Análisis de Datos	03-03-14		
17	Gráficos	05-04-14		
18	Referencias Consultadas	08-05-14		
19	Capítulo IV	13-05-14		
20	Capítulo IV	24-06-14		
21	Capítulo IV	21-07-14		
22	Conclusiones	03-08-14		
23	Recomendaciones	10-10-14		
24	Resumen	11-10-14		
25	Revisión general	12-10-14		

Observaciones: _____

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	5
EL PROBLEMA.....	5
1.- Planteamiento del Problema	5
2.- Objetivos	9
2.1.- General	9
2.2.- Específicos.....	9
3.- Justificación.....	10
4.- Delimitaciones	12
CAPÍTULO II.....	14
MARCO TEÓRICO	14
1.- Antecedentes de la Investigación.....	14
2.- Bases Teóricas.....	19
2.1.- Comunicación:	20
2.1.1.- Emisor.....	22
2.1.2.- Receptor	22
2.1.3.- Mensaje	23
2.1.4.- Canal	23
2.1.6.- Ruido	24
2.2.- Comunicación Interna:	25
2.3.- Rol del Comunicador Interno.....	27

2.4.- Gestión estratégica de la comunicación interna en los objetivos organizacionales	28
2.4.- Signos	35
2.5.- Símbolo	36
2.6.- Función afectiva de la Comunicación	37
2.7.- Semiótica.....	40
2.8.- Semiótica Organizacional.....	43
2.9.- Enfoques Semióticos.....	45
2.9.1.- Enfoque desde la Productividad.....	46
2.9.2.- Enfoque desde la Seguridad Industrial.....	46
2.9.3.- Enfoque desde la Calidad	47
2.9.4.- Enfoque Ambiental	49
3.- Bases Legales	51
3.1.- La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela	51
3.2.- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT)	52
3.3.- Ley para las personas con Discapacidad.....	54
3.4.- Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.....	55
3.5.- COVENIN 2260-80.....	56
3.6.- COVENIN 187-92.....	56
4. Sistema de Variables.....	56
CAPÍTULO III.....	60
MARCO METODOLÓGICO	60
1.- Enfoque de la Investigación	60

2.- Tipo de Investigación.....	61
3.- Diseño de la Investigación.....	62
3.- Población y Muestra	64
4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos	66
4.1.- Validez del instrumento	68
4.2.- Confiabilidad del instrumento	70
5.- Técnica de procesamiento y análisis de datos	73
CAPÍTULO IV.....	76
ANÁLISIS DE LOS DATOS	76
CAPÍTULO V.....	96
MAS ALLÁ DEL ANÁLISIS	96
1.- Una visión más allá de la semiótica.....	97
2.- Oportunidades de mejora	98
3.1.- Manual de Significados	99
3.2.- Plan de comunicación efectiva entre supervisores y supervisados	99
CAPÍTULO VI.....	102
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
1.- Conclusiones	102
2.- Recomendaciones.....	103
REFERENCIAS CONSULTADAS.....	104
Impresas.....	104
Electrónicas	106

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Proceso de Comunicación	21
Figura 2 Codificación / Decodificación	24
Figura 3 Ruido en la Comunicación	25
Figura 4 Comunicación Interna en cualquier entorno: Hogar o industria .	26
Figura 5 Definición de Semiótica	40
Figura 6 Signos y Símbolos comunes en la comunicación	42
Figura 7 Parte de un proceso del área de Pintura	48
Figura 8 Algunos símbolos usados para identificar material peligroso	51
Figura 9 Población y Muestra	64
Figura 10 Triangulación	75
Figura 11 Herramientas del Management aplicadas a éste estudio	91
Figura 12 Enfoques semióticos.....	93
Figura 13 Triangulación: Cuestionario, Comunicación Interna y Semiótica	95

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Operacionalización de variables	59
Cuadro 2 Comité de Expertos.....	69
Cuadro 3 Baremo para la interpretación del coeficiente de confiabilidad	71

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario.....	111
Anexo 2 Cálculo de Confiabilidad del Instrumento.....	112
Anexo 3 Validación del Instrumento.....	113
Anexo 4 Formato de Recolección de Datos en Ford	114
Anexo 5 Manual de Significados Propuesto	115
Anexo 6 Evidencias del Estudio.....	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Visión global de la gerencia.....	77
Gráfico 2 Manejo de todos los tipos de comunicación	78
Gráfico 3 Medios empleados por los supervisores para comunicar.....	80
Gráfico 4 Identificación de signos	81
Gráfico 5 Símbolos definidos	83
Gráfico 6 Manual de significados de signos/símbolos	84
Gráfico 7 Estandarización de significados de signo/símbolo	86
Gráfico 8 Signos/Símbolos son conocidos por toda la planta	87
Gráfico 9 Ítems del cuestionario a evaluar	88

ÍNDICE DE DIAGRAMAS

Diagrama 1 Propuesta de Plan de comunicación efectiva.....	101
--	-----

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolló del interés por la semiótica y la comunicación interna en las organizaciones, teniendo en consideración, que éstos dos ejes se entrecruzan a lo largo de los diferentes capítulos que la constituyen de una forma enriquecedora. La investigación hace foco en una problemática concerniente a la comunicación organizacional por un lado, pero también en el de una determinada perspectiva semiótica.

Cualquier persona al escuchar la palabra “semiótica” en un contexto empresarial le puede resultar extraña, sin embargo, y aunque no está entre los vocablos que forman parte de la jerga habitual, el término cada vez va adquiriendo más importancia a medida que las organizaciones se hacen más complejas y van asumiendo retos más enriquecedores.

La palabra semiótica se relacionaba con una ciencia que estudia la vida de los signos en el marco de la vida social, pero más adelante se definió como una teoría general de los signos; y fue alrededor de 1.995 que se empezó a hablar de la aplicación de la semiótica en las organizaciones, enfocada en sistemas de información, ya que éstos sistemas han convertido a las organizaciones actuales en un conjunto ordenado de signos, donde, en lugar de “tocar” una realidad, ésta es representada por símbolos que, a su vez, son representados por otros símbolos, y así hasta un número “n” de veces.

Como consecuencia de ello, las organizaciones han generado un lenguaje de signos electrónicos, cada vez más alejados de una realidad

tangible, ya que la movilidad del signo es mucho más elevada que la de la realidad que representa, y este es el fenómeno principal que ha suscitado el interés en la semiótica desde el ámbito organizacional.

En el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela se usan herramientas semióticas para el manejo de información, pero no se le da la importancia que amerita, es más, ni siquiera se conocen en planta los conceptos alusivos a dicha metodología: comunicación a través de signos. A medida que han pasado los años, ha sido imperativa la creación de mecanismos que faciliten el manejo oportuno de datos, ya que horariamente se deben generar reportes a través del balanced score card (indicadores de gestión).

El planteamiento general, toma a la semiótica como un conjunto de operaciones capaces de intervenir en los procesos de significación en una organización, para intentar establecer así, algunas posibles aplicaciones. Ello implica pensar, además, en cuestiones que no tienen que ver directamente con la semiótica, sino con el estudio y análisis de aspectos vinculados a los procesos de comunicación interna (en relación a lo formal e informal, como foco problemático).

Todo esto quiere decir, que lo semiótico reposa sobre una problemática comunicacional, atendiendo a lo planteado por muchos enfoques que proponen a la semiótica como un conjunto de prácticas, saberes, y operaciones, que pueden ser puestas a disposición de otras disciplinas: la comunicación en este caso. Analizar la importancia de la semiótica como herramienta de comunicación interna, en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A, es el objetivo general del presente estudio, el cual será el motor que impulsará toda la

investigación, basada en teorías y análisis de datos. El trabajo presentado a continuación, está estructurado en seis capítulos:

En el Capítulo I se desarrolló la problemática relacionada con el uso de la semiótica como herramienta de comunicación interna en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela, así como también se explicó su contextualización, planteamiento, y una serie de objetivos orientados a demostrar la viabilidad de esta investigación. Posteriormente se presentó la justificación del análisis planteado y las posibles delimitaciones que enmarcan este estudio.

Luego en el Capítulo II se describieron los antecedentes que sustentan la investigación, basados en estudios similares realizados en Venezuela y en otros países donde se demuestra que la semiótica puede ser usada como herramienta para diferentes fines. En las bases teóricas se explicó la importancia de la teoría de Eco como uno de los principales pilares semióticos, así como también, se estableció la relación con la comunicación interna que ayudó a la argumentación de cada uno de los planteamientos; para finalizar se nombraron las bases legales y la operacionalización de cada una de las variables.

En el mismo orden de ideas, el Capítulo III estuvo destinado a la definición del tipo de investigación, marco metodológico, el cual es de tipo descriptivo, ya que identifica características de la población de investigación, y comprueba la asociación entre variables de investigación. También se define la población, que en este caso es la misma muestra; el cuestionario, como instrumento de recolección de datos, y la validez y confiabilidad del instrumento, así como el procesamiento de datos.

El Capítulo IV estuvo compuesto del análisis de los resultados, donde se muestran gráficas con análisis y resultados asociados a las teorías de ésta investigación, y finalmente se demostró con una triangulación de teorías, que la semiótica sin duda alguna es una herramienta eficiente para gestionar procesos mediante un correcto flujo de comunicación interna.

El Capítulo V se llamó “más allá de un análisis”, el cual, explicó la postura de la investigadora y un aporte adicional al estudio. El Capítulo VI detalló las conclusiones y recomendaciones que resultaron luego de hacer un análisis global de todo el contexto, y por último estuvieron las 52 referencias bibliográficas, las cuales sirvieron de apoyo al trabajo presentado, así como los anexos que evidencian cada uno de los análisis realizados.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.- Planteamiento del Problema

Mundialmente, las organizaciones están conformadas por personas y procesos que se encuentran alineadas a un objetivo, en consecuencia, comparten patrones de comportamiento, creencias y valores comunes entre sus miembros, los cuales se ven materializados en políticas, normas, manuales, entre otros, que corresponden con la dimensión simbólica, ya que marcarán las próximas conductas de esa población, donde sus comportamientos estarán regidos por lo que está establecido como verdadero.

Gran parte de los integrantes de las áreas de trabajo, emiten comunicaciones internas al resto de la organización a través de la dimensión interpersonal, y cada líder hace lo propio desde la dimensión persona; de una forma u otra, todos los miembros de una empresa mantienen activa la comunicación interna: codificando, decodificando y recodificando mensajes, para construir (o destruir) la visión de la organización, lo que representa que el comunicarse de forma acertada construye (con un presente estratégico) un mejor futuro para la empresa y sus miembros.

La semiótica, en principio, tiene su comienzo en el momento en el que el hombre se interroga acerca del sentido del mundo, en cómo

interpretar la realidad y comunicarla a través de algún medio, los signos son estudiados en relación con la sociedad donde se produce, con la cultura, con el pensamiento del cual son mediadores.

Según lo expresado por Eco (2011) citado por Saussure: “La semiótica estudia los signos en el marco de la vida social” (p.19), y es por ello que hoy en día se analizan desde otro punto de vista los signos que usan los trabajadores cotidianamente, porque seguramente fueron creados para minimizar alguna tarea prevista.

La semiótica se puede plantear como un modelo de hacer comunicación en cualquier contexto, sin desconocer las peculiaridades de cada disciplina, la semiótica aporta a todas y a cualquiera de ellas una reflexión crítica de cómo y porqué se produce la significación (jurídica, social, psicológica, arqueológica, pedagógica, comunicativa, laboral, entre otras).

Parafraseando lo descrito Ibid. (2011), la semiótica es un modelo de comunicación a través de signos, la cual se puede adoptar a cualquier circunstancia, generando significados derivados de una razón, abriendo posibilidades de percepción de los fenómenos sociales del entorno; también se puede decir que es un proceso de producción, interpretación y conversión de significados. (p. 19)

Investigaciones recientes hablan sobre la aplicación de la semiótica en las organizaciones, como la realizada por Oropeza y otros (2008), lo cuales explican que la mayoría de las organizaciones presentan problemáticas en el área de la comunicación organizacional, y en la perspectiva semiótica, por lo que hacen énfasis, en el uso de la semiótica

peirceana en las relaciones entre procesos formales e informales de la comunicación interna, estableciendo alcances y limitaciones para establecer planes de mejora. (p. 4)

En el mismo orden de ideas, en la Universidad de Chile, el semiólogo Andacht (2013) en un seminario hizo una presentación de "Lo Real, lo Auténtico, lo Imaginario: Signos, Vida Cotidiana y Representación", en el cual da a conocer los trabajos de Peirce, además del uso de terminologías muy especializadas, explicando la importancia de estudiar la semiótica a través del análisis de cosas de la vida cotidiana, dentro y fuera de las organizaciones con el propósito de ir fortaleciendo la comunicación interna en las organizaciones. (s.p)

En Venezuela, la identificación de los modelos de comunicación ha avanzado considerablemente, se ha afianzado una de las formas no verbales de comunicación más común, pero menos conocida, como la comunicación a través de signos, la cual va adquiriendo importancia en el ámbito organizacional, mientras que las mismas se van haciendo mucho más complejas.

Actualmente, en el interior de las organizaciones se ha generado un lenguaje de signos electrónicos cada vez más alejados de una realidad tangible, ya que la movilidad del signo es mucho más elevada que la de la realidad que representa, este es el fenómeno que ha suscitado el interés en la semiótica desde el ámbito de las organizaciones, así como muchos otros factores que realzan la importancia de los mismos.

Parafraseando lo expuesto en La Universidad del Zulia (2012) por el Dr. Víctor Fuenmayor, durante el VII Congreso Venezolano

Internacional de Semiótica “Cotidianidad, Educación y Comunicación”, se explicó de que ya Venezuela está iniciando su participación activa en el mundo de la investigación de significado de signos y símbolos, y que ya se están identificando oportunidades en las organizaciones a nivel semiótico, donde los mismos trabajadores comienzan creando mecanismos de comunicación para facilitar las tareas. (s. p)

Dentro de esta situación, se encuentra Ford Motor de Venezuela S.A, pues, a pesar de ser una empresa reconocida a nivel nacional e internacional no se ha determinado la importancia de la semiótica en los procesos de comunicación interna, para el análisis oportuno de datos, diariamente se manejan una serie de formatos que controlan diversos aspectos del balanced score card, el cual, es un cuadro de indicadores que permiten la generación oportuna de un informe gerencial, para la toma de decisiones en cuanto a volúmenes de producción se relaciona.

En el área de Pintura de Ford, se llevan reportes horarios complejos, que involucran una serie de datos que combinándolos generan un informe de gestión, que a su vez alimenta el balanced score card, con el cual se toman las decisiones de flujo y modelos de unidades horariamente, garantizando la continuidad operativa del negocio de forma global. Cada valor recolectado debe ser analizado por el ingeniero del área, para velar que las metas fueron cumplidas, y de no serlo, se deben generar planes de acción para evitar la recurrencia y para recuperar las unidades perdidas en la hora anterior.

El reporte no oportuno de la información puede generar amonestaciones y paradas de tiempos prolongados, lo que se traduce en pérdidas en dólares (unidades perdidas), ya que el personal asignado a

cada estación es calculado en base a los minutos disponibles versus los carros que deben producirse según los requerimientos de mercadeo, que a su vez, viene de los concesionarios. De acuerdo a lo planteado, surgen las siguientes interrogantes:

- ¿Se tienen identificados los signos y símbolos empleados en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A?
- ¿Están definidos cada uno de los signos y símbolos empleados en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A?
- ¿Contribuye el uso de signos y símbolos como herramienta en la comunicación interna del área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A?

2.- Objetivos

2.1.- General

- Analizar la importancia de la semiótica como herramienta de comunicación interna, en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A

2.2.- Específicos

- Identificar los signos y símbolos empleados como herramienta de comunicación interna, en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A

- Comprender el uso de signos y símbolos mediante teorías semióticas, como herramienta de comunicación interna.
- Demostrar el uso de la semiótica como herramienta para el desarrollo organizacional del área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A

3.- Justificación

Las empresas manufactureras están constantemente en busca de la mejora continua, por lo que Ford Motor de Venezuela S.A no puede quedar atrás, constantemente trabaja en optimizar los procesos de fabricación con los recursos existentes. Desde el punto de vista social, ésta investigación promueve el trabajo en equipo y fortalece la comunicación interna entre los miembros de la organización, a través del uso de la semiótica en la generación de datos para informes de gestión (balanced score card).

Analizando las condiciones actuales de Ford, la misma revela el uso de un conjunto ordenado de signos, el cual consiste en sustituir una realidad tangible por indicadores que la representen y que sean más fáciles de manejar que la realidad misma; es decir, con el uso de signos y símbolos a la hora de hacer reportes ayudan a la transcripción de la información garantizando que los volúmenes de producción no se vean afectados por el tiempo empleado.

El diseño e implementación de símbolos y signos en Ford, representan diferentes conceptos, lo cuales ha generado interés en otros grupos de trabajo que comparan sus tiempos de respuesta y la agilidad

para la generación de informes oportunos a la gerencia, así como también la curiosidad para implementarlos en sus áreas

La innovación de la comunicación semiótica ha generado una innumerable cantidad de ventajas al proceso productivo y al personal del área, ya que son reconocidos como uno de los equipos más creativos y veloces con el manejo de información; es importante connotar, que los signos y símbolos fueron una herramienta diseñada e implementada por los trabajadores de la línea, los cuales identificaron que éste método es el más rápido y efectivo para de manejo de datos y aprovechamiento de tiempo.

En el caso particular de las cabinas de Pintura, los signos representan los modelos de las unidades y los colores que deben ser pintados por cada área, y al combinarlos se genera el reporte horario, el cual debe traducirse y comunicarse al supervisor. En el 90% de las áreas de pintura, es usado el método manual de recolección de datos, es decir, con una hoja y lápiz y al final del día se archiva en una carpeta, lo cual limita la toma de decisiones oportunas, así como también la confiabilidad de los datos y a su vez el reporte a la gerencia.

Otro aspecto relevante, es que el uso de signos y símbolos minimiza considerablemente el tiempo de ciclo del operador que lleva el control de parámetros en la línea, anteriormente debía anotar completamente el nombre del modelo, color, defecto de la unidad, y eso representa aproximadamente 1.5 minutos por unidad, mientras que a la hora de colocar un signo que representa la combinación de toda la información, sólo invierte entre 0,4 a 0,6 minutos por unidad; aunado a

ello, está que no todos los trabajadores tienen un nivel educativo acorde con la escritura y la agilidad a la hora de escribir.

Desde el punto de vista académico, el trabajo de grado está adscrito a la línea de investigación “Planificación y comunicación estratégica corporativa” en la Universidad José Antonio Páez, el cual servirá como bases teóricas a futuras investigaciones, concernientes al tema de: semiótica y comunicación interna. Desde la perspectiva personal, ésta investigación fortalecerá los conocimientos de la autora, en conceptos y metodologías relacionados a semiótica y comunicación interna, así como también el desarrollo de análisis de datos, conexas con técnicas de recolección de datos, entre otros.

4.- Delimitaciones

Delimitar una investigación tiene que ver con el enfoque de interés, donde se deben especificar los alcances y límites, es decir, hacer de un estudio de gran dificultad, a una realidad concreta y fácil de manejar, tal como lo cita Sabino (2008), indicando que delimitar una investigación tiene que ver con “especificar en términos concretos nuestras áreas de interés en la búsqueda, establecer su alcance y decidir las fronteras de espacio, tiempo y circunstancias que le impondremos a nuestro estudio. (...) Es más fácil trabajar en situaciones específicas que generales.” (p. 59)

Dada la explicación del autor mencionado, el desarrollo de la presente investigación se desarrolló en la organización Ford Motor de Venezuela S.A ubicada en la avenida Henry Ford, Zona Industrial Sur, Valencia Estado Carabobo, específicamente en el departamento de

Pintura, formada por trece (13) grupos de trabajo aproximadamente, y un grupo de supervisores. Para el estudio actual, sólo se contó con una muestra de diez (10) trabajadores y un (1) supervisor, los cuales formaron parte del grupo de trabajo que utiliza la semiótica como herramienta de comunicación interna.

En la delimitación teórica – temática, se basó en la variable semiótica como herramienta de comunicación interna en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A, considerando los siguientes autores: Andacht (2013), Eco (2011), Steinberg (2008), González (2012), Pérez (2009), entre otros. Este proyecto se enmarcó en el uso de la semiótica en la comunicación interna en las organizaciones.

En la delimitación espacial poblacional, la población para la investigación objeto de estudio, estuvo integrado por los trabajadores, supervisores del área de Pintura de Ford Motor de Venezuela, S.A. En cuanto a la delimitación temporal con respecto a la variable de estudio, se desarrolló de Mayo 2013 hasta Septiembre 2014, es decir, se contó con dieciséis (16) meses para el desarrollo y validación de la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El presente capítulo describe las bases teóricas que fundamentan la investigación, tal como lo menciona Ibañez (2006) “el lector debe reunir los estudios, consignarlos organizadamente y explicar de qué forma se relacionan con su investigación” (p.163); con lo que realza que la investigación debe estar sustentada por trabajos que avalen el objeto de estudio, a tal efecto se indican antecedentes hasta el momento relacionados con la variable: la semiótica como herramienta de comunicación interna.

1.- Antecedentes de la Investigación

González (2012) realizó una tesis para optar al grado de Doctor en Comunicación para la Universidad Nacional de La Plata en Argentina, titulado como: “Aplicaciones de la semiótica peirceana al estudio de la comunicación interna organizacional. El caso de las relaciones entre los procesos de comunicación formal e informal en el Museo de La Plata”, cuyo objetivo general fue analizar la relación de procesos formales e informales de la comunicación interna del caso seleccionado, desde la perspectiva semiótica peirceana.

El autor se basó en las teorías de la semiótica, y recolectó la información a través de la observación directa, y entrevistas al personal

del Museo, donde se establece que los procesos de comunicación y organización del Museo intenta avanzar desde una perspectiva crítica, que permita el enriquecimiento de la organización en su gestión cultural, y no para el aprovechamiento de unas pocas personas; haciendo que la semiótica pueda considerarse de manera tal, que permita poner el foco en fenómenos comunicacionales en las organizaciones, especialmente en la comunicación interna.

Dicha investigación desea reflexionar acerca de la comunicación interna de un museo, a partir de las primeras aproximaciones al campo de estudio, y a su vez describe que la relación entre semiótica y comunicación es casi inevitable, prácticamente inescindible, ya que pensar en un proceso de significación implica necesariamente acercarse al proceso comunicacional y ningún proceso de comunicación estará escindido de su posibilidad de generar interpretación, por lo tanto se puede considerar en él, otro proceso: el semiótico.

Otra similitud con la investigación, es que trabaja con la posibilidad de vincular la semiótica y la comunicación, como una herramienta metodológica, lo cual describe y analiza el uso de signos y símbolos como un plan de mejora continua en los procesos de una organización, creando condiciones óptimas en el levantamiento y análisis de datos. La teoría implicada en la investigación concluye que es la semiótica peirceana la que permite generar mejoras tangibles en la empresa.

Otálvaro (2012) de la Universidad Nacional de Colombia, hizo una tesis para optar a Magister en Comunicación y Medios, titulada “Semiótica y crítica de la comunicación urbana: el escenario dominical de la carrera Séptima en Bogotá”, la cual tuvo por objetivo general indagar sobre los

significados de la apropiación dominical y sobre los procesos de comunicación en los que se comparten esos significados.

La investigación, tiene como base la teoría crítica, la semiótica y la fenomenología, y el método de recolección de datos fue a través de la observación directa, analizando cada uno de los signos realizados en las calles, y a su vez se tomó una muestra, y se aplicó un cuestionario dicotómico con un intento de entender la cultura desde un fragmento de la ciudad.

El estudio planteado, explica que las personas constantemente están creando representaciones gráficas (signos y símbolos) sin darse cuenta, en las que expresan sus ideas y liberan tensiones de la cotidianidad; hacer y usar signos ayuda a las personas a estimular el cerebro y además reduce los tiempos de gestión en tareas administrativas, por lo que las personas que han decidido usarlas son más sonrientes.

En el mismo orden de ideas, Benítez (2011), de la Universidad Nacional de Colombia, para optar a Magister en Educación con énfasis en Lenguajes y Literaturas, realizó una tesis titulada como: “Un análisis semiótico del concepto de competencia laboral: el caso del Sena.”, la cual tuvo como objetivo general elaborar un análisis semiótico del concepto de competencia laboral: el caso del Sena.

La tesis se desarrolló en el análisis del discurso de competencias laborales encontrando transformaciones de cómo se concibe el concepto, el sujeto, las normas que preceden su actuación, el significado y el actuar mismo; de igual manera, realza la importancia de los significados y la

forma en que los mismos de una u otra forma ayudan con el desenvolvimiento laboral en cada uno de las funciones que desempeñan los trabajadores, esto último a través de un cuestionario dicotómico.

Herranz (2009), escribió un artículo para la Revista de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, titulado “La comunicación interna en la universidad. Investigar para conocer a nuestros públicos”, la cual tuvo como objeto, el análisis empírico de la comunicación interna de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, entendida desde la percepción de sus públicos, así como del uso que se hace de los diferentes canales y herramientas que están en funcionamiento.

El método de obtención de información fue mediante un cuestionario, donde se utilizaron esencialmente preguntas dicotómicas, de forma de obtener los resultados precisos y poder realizar un análisis detallado de la problemática planteada. La relación existente entre el artículo de la revista y la presente investigación, está en el análisis de la comunicación interna como herramienta para conocer las personas que conforman la universidad, de tal manera de aplicar las metodologías a emplear durante los diversos procesos de la misma, dependiendo de los tipos de público.

Vidales (2009), escribió un artículo para la Universidad de Guadalajara de México, titulado “La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir”, el cual sintetiza varias etapas en la relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación; buscando como objeto el análisis de la transmisión de valores de los adultos a los jóvenes, esto mediante símbolos y signos en las calles de la comunidad.

Inicialmente explicó los retos epistemológicos que han enfrentado los estudios de la comunicación al incorporar el punto de vista semiótico a su reflexión teórica, y la forma en que el concepto de comunicación se usó y conceptualizó desde la semiótica, posteriormente presentó la importancia de la biosemiótica para los estudios de la comunicación y, por último explicó una propuesta de la semiótica de la comunicación: un modelo teórico de integración preliminar entre la semiótica y la teoría de la comunicación.

Dentro del marco metodológico, se aplicó un cuestionario donde se busca entender, la importancia de la transmisión de valores para lograr una convivencia armónica, a través del desarrollo de las capacidades dialógicas, de consenso y comunicación; ya que constantemente existen cambios y modos de vida en las diversas culturas, donde ha de existir el respeto como uno de los valores elementales de la sociedad.

La similitud de la investigación con el presente estudio, tiene que ver con la relación de la semiótica con la comunicación, y de las estrategias que se pueden lograr uniendo éstos términos de forma práctica en todos los ámbitos, cuando existe una comunicación efectiva se pueden lograr todos los objetivos planteados, construyendo relaciones ganar/ganar.

Steinberg (2008), de la Universidad de Buenos Aires, realizó un estudio para la III Jornadas "Peirce en Argentina" titulado como: "Semiótica de las Organizaciones", el cual tiene como objetivo general describir el modo en que la semiótica puede ser aplicada como una herramienta de análisis del funcionamiento de una organización en

particular. El estudio se encuadró en las conceptualizaciones de Peirce, enfoque semiótico que concibe que cada población establezca una verdad pública, la cual será definida como el conjunto de proposiciones que se toman por verdaderas.

El caso analizado, remite a una organización de 1800 empleados, perteneciente al sector industrial, del cual el gerente del Dpto. de RR.HH tiene bajo su cargo directo a 30 personas, en la cual se aplicó un cuestionario dicotómico de satisfacción a los clientes internos, entrevistas y grupos motivacionales, de forma de obtener la mayor cantidad de datos posibles.

La investigación descrita, aportó tópicos para este estudio, por cuanto abordaron elementos relevantes a la semiótica y comunicación interna, resaltando la importancia del uso de símbolos y signos para motivar al personal y mantener un clima organizacional agradable, lo cual depende desde el nivel más alto en la organización hasta el más bajo, e hizo énfasis en que todos los integrantes de la organización pudieron desde el inicio ser generadores de ideas de solución.

2.- Bases Teóricas

Parafraseando a Sampieri y otros (2008) sugieren que la ejecución de las bases de diversas teorías y conceptos relevantes de la investigación, radica en dar un enfoque coordinado y coherente que pueda integrar la investigación en un ámbito donde cobre sentido el objeto de estudio. Las consideraciones y el carácter teórico-práctico del proceso de conocimiento, son la base teórica en un conjunto de conocimientos,

con el objeto de ofrecer una conceptualización adecuada de los términos utilizados. (p. 47)

El desarrollo teórico de la investigación, tiene como base principal a la semiótica como teoría base, tal como lo explica González (2012) “es un conjunto de operaciones capaces de intervenir en los procesos de significación en una organización, para intentar establecer así, algunas posibles aplicaciones” (p. 7), lo que quiere decir, que tiene que comprender aspectos que no se relacionan directamente con la semiótica, sino con el estudio y análisis de aspectos relacionados a los procesos de comunicación interna.

Integrar a la semiótica como una metodología competente para hacer valoraciones, significaciones, sentidos, resulta una contribución metodológica concreta e importante, al momento de pensar en investigaciones en comunicación interna. La presente investigación, va sobre los procesos de comunicación interna dentro de las organizaciones, buscando aportar una nueva visión sobre la semiótica, en lo concerniente a su entendimiento, explicación, interpretación e investigación; así como la creación de una alternativa metodológica rigurosa.

2.1.- Comunicación:

La comunicación es primordial para todo individuo que vive en comunidad o labora en una organización y siente la necesidad de expresar algún sentimiento, ya sea inherente a su puesto de trabajo o interpersonal; en este sentido, para las organizaciones también es imprescindible la comunicación, ya que debe hacer que su público interno

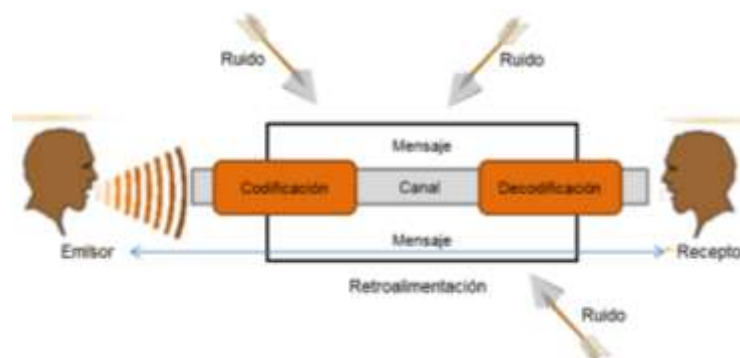
esté alineado a los objetivos organizacionales y cómo pueden ayudar a lograrlos.

La comunicación va más allá de lo que significa su proceso del emisor y receptor por medio de un canal, comprende el sistema cultural de las personas y sus respuestas frente a los estímulos que reciben. Brandolini y otros (2008), indica que la comunicación es:

El proceso a través del cual se le otorga sentido a la realidad. Comprende desde la etapa en el que los mensajes fueron emitidos y recibidos, hasta que alcanzaron a ser comprendidos y reinterpretados desde el punto de vista de la recepción. (p. 9)

Lo descrito por la autora quiere decir, que la comunicación es un proceso mediante el cual se emite un mensaje a un receptor, y da una respuesta o retroalimentación desde su punto de vista. En el modelo de comunicación intervienen diferentes elementos, tales como: emisor, receptor, canal, mensaje, respuesta, ruido, barreras, entre otros, representados por la figura 1.

Figura 1 Proceso de Comunicación



Fuente: Rossato (2013)

2.1.1.- Emisor

Lo explicado por Pérez (2009) “el emisor tiene la función de codificador, ya que debe tener la capacidad de constituir el mensaje de tal forma que el receptor lo pueda decodificar” (p. 32), también debe operar sólo con un mismo sistema de lenguaje entendible y que en sí mismo se compone en un canal de información. A parte del lenguaje, el emisor debe estar en la capacidad de poner su mensaje en un canal que sea del acceso del receptor, perceptor y observador, sin estas dos características (lenguaje común y canal de comunicación) no existe un emisor.

2.1.2.- Receptor

Es quien decodifica un mensaje recibido por un canal de parte del emisor, el cual da retroalimentación de la información recibida. Es aquella persona a quien va dirigida la comunicación, el cual, usa un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos utilizados por el emisor; es decir, descodifica el mensaje que recibe del emisor.

Lo explicado por Planas (2011), “el receptor es todo sujeto con capacidad de recibir (de ahí receptor) e interpretar un mensaje, sea de cualquier índole el mensaje y código” (p. 56), el cual puede ser empleado para su materialización y los canales elegidos para su transporte; lo importante dentro de la comunicación es que el emisor y el receptor usen el mismo código.

2.1.3.- Mensaje

Es el objeto de la comunicación, según Concha (2006), el mensaje “está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal determinado o medio de comunicación (...) para transmitir un mensaje” (p. 71); lo que quiere decir, que el mensaje es un conjunto de caracteres que se transfieren entre un emisor y un receptor como un fin.

2.1.4.- Canal

En los términos comunicacionales, el canal se refiere al medio por el cual se transmiten las señales que contienen la información (mensaje), las cuales pretenden ser intercambiadas entre un emisor y receptor. Los canales pueden ser personales o masivos: los personales son aquellos en donde la comunicación es directa (voz a voz), puede ser entre dos o varios, mientras que los canales masivos pueden ser escrito, radial, televisivo e informático.

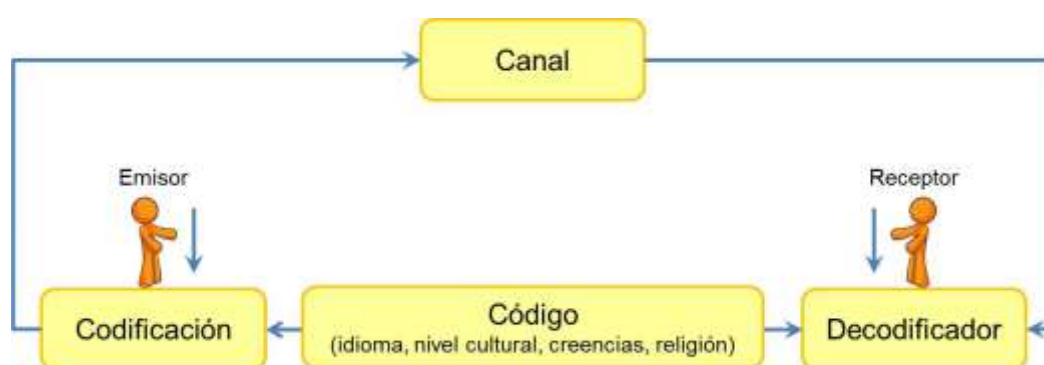
Por su parte, Galindo (2008) indica que el canal “es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de la información emisor y receptor” (p. 55) los canales son definidos por varios campos de aplicación: telecomunicación, electricidad, entre otros; en éste caso, el canal es el medio por el que se transmite una información.

2.1.5.- Codificación y Decodificación

Parafraseando lo mencionado por Rojas (2008), la codificación se refiere al proceso en el que el emisor convierte el mensaje en signos que

puedan ser recibidos y entendidos por el receptor, mientras que la decodificación es cuando el receptor convierte los signos que le llegan, en un mensaje; de esta manera los signos son asociados a las ideas que el emisor trató de comunicar. (s. p)

Figura 2 Codificación / Decodificación



Fuente: Rossato (2013)

2.1.6.- Ruido

Es todo elemento, físico o psíquico, que provoca una pérdida o distorsión en el contenido o forma del mensaje, como por ejemplo: fatiga del emisor, ambigüedad, opacidad del canal, debilidad de la señal, mala comprensión o posesión del código, distracción, locura, prejuicios, entre muchos otros, tal como lo muestra la figura 3, el ruido tiene que ver con todo lo que modifica el mensaje que llega al receptor. Según lo dicho por Concha (2006), “el ruido es toda señal no deseada que se mezcla con la señal útil que se quiere transmitir” (p. 12).

Figura 3 Ruido en la Comunicación



Fuente: Rossato (2013)

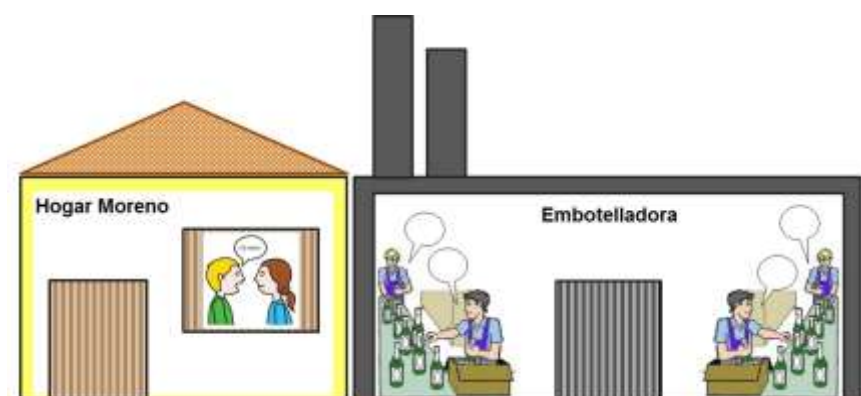
2.2.- Comunicación Interna:

Todas las organizaciones han sido creadas sobre la base de la comunicación, la cual se manifiesta como elemento integrador de cualquier actividad humana. FEAPS es un movimiento español asociativo abierto a la ciudadanía que defiende los derechos de las personas con discapacidad intelectual o del desarrollo y de sus familias, y ha creado una revista, donde define la comunicación interna y amplía todo lo concerniente a la misma. FEAPS (2012) define la comunicación interna, como:

Un fenómeno que ocurre en todas las organizaciones, ya sea de forma natural o intencionada. Se trata de un conjunto de pautas que determinan la relación entre todas las personas y grupos que componen las organizaciones (...). La comunicación interna está relacionada con todo lo que “se cuece” dentro de la organización. (p. 19)

Del concepto mencionado, se puede decir, que la comunicación interna es el proceso de intercambiar información dentro de una organización, sin importar el nivel jerárquico, pero resaltando que el principal receptor es el trabajador. La comunicación interna es un proceso esencial que permite mantener interrelacionada e integrada a la empresa, la misma debe tener carácter transversal, es decir, implica a todos los componentes del negocio en todos los procesos internos de gestión y a todos los niveles.

Figura 4 Comunicación Interna en cualquier entorno: Hogar o industria



Fuente: Rossato (2013)

Tal como se observa en la figura 4, la comunicación interna puede existir en cualquier entorno, ya sea en el hogar o en una empresa; dentro de una organización la comunicación interna debe fluir por todos los niveles organizativos, asegurando la participación de todos, y la respuesta a los mensajes que intenta transmitir, es decir, se debe mantener la transversalidad; éste tipo de comunicación considera en primer lugar al público interno, para unificar significados, proporcionar claridad y sentido de trabajo, generando a su vez, pertenencia y preparando a cada empleado como un vocero de la organización a la cual pertenece.

En el mismo orden de ideas, Andrade (2005) define la comunicación interna como

“el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación, que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales” (p. 32)

Por lo que se puede decir, que la comunicación interna es una función estratégica, ya que se ha convertido en una competencia esencial en la gestión de las empresas. La comunicación interna en una empresa, tiene que ver con la circulación de información ascendente, descendente y lateral, mediante reuniones presenciales o el uso de soportes analógicos y digitales, dirigida a los componentes de una organización.

2.3.- Rol del Comunicador Interno

Parafraseando lo explicado por Brandolini y otros (2008) el rol de un comunicador interno es desarrollar estrategias integrales, y detectar oportunidades en la comunicación entre los miembros de una organización, las áreas y entre los diferentes niveles de mando, para ello se ponen en marcha cuatro pasos fundamentales: el diagnóstico, la planificación, la ejecución del plan y su seguimiento. (p. 23)

Las realidades de las organizaciones se encuentran en procesos de cambio continuo, y el plan debe ajustarse a las modificaciones, es por

ello que el comunicador interno también debe poseer ciertas características y competencias por el rol que desempeña, tales como:

- Habilidad para crear relaciones efectivas (que inspiren confianza y respeto), tener una visión holística de la organización, y gestionar la comunicación de manera transversal.
- Saber identificar líderes y facilitadores de la comunicación entre los miembros de la organización, saber escuchar, innovador, creativo, intuición.
- Habilidad para interpretar la realidad, oratoria, redacción, para formar a otros comunicadores, perfil de líder, competencia a nivel gestión de la organización, es decir, debe conocer la realidad de la empresa, sus productos, entre otros.

Las estrategias que el comunicador interno desarrolla responden a un doble sentido: uno en función del desarrollo y optimización de los canales de la comunicación interna, y el otro a fin de promover un cambio cultural a largo plazo; labor que logrará cumplir haciendo uso de sus competencias y habilidades.

2.4.- Gestión estratégica de la comunicación interna en los objetivos organizacionales

Las nuevas tendencias de la comunicación hacen ver más allá de lo que siempre se ha manejado, ésta teoría explicada por Álvarez-Nobell (2011), está orientada al buen manejo de la comunicación interna en las organizaciones en pro del cumplimiento de objetivos. La Gestión Estratégica de la Comunicación Interna (GECI) se ha transformado en un

vector de competitividad fundamental dentro de los nuevos escenarios organizacionales, pero son escasos los profesionales de la comunicación que evalúan el aporte de su accionar. (p. 11)

El desarrollo de la teoría tuvo por objetivo determinar los vínculos específicos de la GECl con los objetivos generales de la organización, validando las principales lógicas de management (control total de calidad, seis sigma, valor económico agregado, benchmark, presupuesto base cero, y cuadro de mando integral) y sus tendencias de medición, así como los métodos y las herramientas usadas en los casos de éxito de la GECl. Lo que se espera lograr con la presente teoría es la relación de la comunicación interna en el logro de metas organizacionales.

La comunicación en las organizaciones forman parte de un fenómeno característico de las empresas de fin de siglo y de un contexto ceñido por la incorporación de nuevas tecnologías, que ha modificado procesos comunicativos en torno al mundo digital, haciéndolos cada vez más sistémicos. Pero la comunicación sigue siendo la fuente de planificación, gestión y evaluación de los flujos de información interpersonales y mediatizados que atañen al público (interno y externo), en relación directa con las metas empresariales y el sector social del cual forman parte.

Álvarez-Nobell (2011) indica que partiendo del axioma explicado por Watzlawick (1981) que dice “tanto si se lo propone o no, la organización siempre comunica” (p. 12), por lo que la gestión estratégica de la comunicación se transforma en un vector de competitividad fundamental dentro de los nuevos escenarios organizacionales y forma parte de los procesos de gestión integral; de manera que los aportes de la

comunicación a la organización pueden y necesitan ser medidos como otras actividades realizadas por la misma.

Comenta el autor, que se está frente a un nuevo axioma propio, porque la comunicación interna se ha convertido en un elemento dinamizador y de soporte de las estrategias de cualquier empresa. Es el corazón de la coordinación de tareas y de la canalización de esfuerzos y recursos hacia los objetivos que se persiguen, además que permite reafirmar la propia identidad y transmite el conjunto de valores compartidos por los miembros del negocio.

Afirmar que la comunicación interna por sí sola aumentará el valor de las organizaciones, resulta un enunciado muy atractivo pero también insuficiente, porque realmente los que manejan las empresas no operan sus enunciados supuestos, sino que buscan metodologías que permitan medir su retorno sobre la inversión (ROI), partiendo de la base de que hay que medir para saber cómo agregar valor.

En los procesos de medición de la GECl en función a los objetivos de una organización, se debe procurar: 1) analizar la lógica (estrategias, métodos y lenguajes) utilizada en management para controlar y medir resultados de gestión; 2) identificar los diferentes aspectos (variables y herramientas) de la medición de la gestión de la comunicación, enfocándose en aquellos aplicables a la GECl, y 3) señalar la aplicación para la GECl de los métodos de medición del management que ayuden a demostrar sus aportes a los objetivos organizacionales.

La estrategia metodológica consistió en un abordaje teórico de la temática con un diseño de investigación de carácter exploratorio basado

en una revisión de estudios y tendencias sobre medición de las gestiones organizacional y comunicacional, con el objeto de lograr un análisis transversal que las vincule. En el desarrollo se presentó una síntesis de conceptos producto del análisis documental y teórico, y la descripción de casos prácticos, seleccionando una muestra compuesta por textos que versaban de métodos de medición del management y la GECl, junto a una serie de 40 casos testigos (ganadores del premio Eikon a la excelencia en comunicación organizacional).

El management aporta diversas formas de acción para mejorar la comunicación organizacional, está basado en cuatro funciones esenciales:

- **Planear.** Tiene que ver con prever y decidir, así como definir objetivos y modos de acción.
- **Organizar.** Definir la estructura que comprende relaciones, responsabilidades y decisiones.
- **Dirigir.** Selección y capacitación, comunicación, motivación, liderazgo y conformación de equipos y resolución de conflictos.
- **Controlar.** Fijar resultados, patrones o normas además de obtener información sobre los procesos que se desarrollan en la empresa, determinando acciones correctivas en aquellos procesos en los que se han detectado fallas.

Centrándose en el proceso de control de gestión, el cual se define como el proceso mediante el cual la dirección de la organización asegura

los recursos y el empleo eficaz y eficiente de los mismos en el cumplimiento de los objetivos fijados, y que cómo toda herramienta de gestión tiene como fin formular, y en lo posible marcar objetivos para posteriormente medir resultados. Son innumerables los modelos que el management aporta para hacer realidad un buen proceso de gestión de la comunicación interna:

- **Control total de calidad**, es uno de los principios de la gerencia japonesa, que busca mejorar constantemente el desempeño en todos los niveles de cada área funcional de una empresa, usando todos los recursos humanos y de capital disponibles. Es una estrategia destinada a servir a la gerencia para alcanzar mayor competitividad y rentabilidad. Esta metodología exige que el problema de estudio sea cuantificado en los siguientes principios:
 - ¿Es aplicada a toda la organización, con la participación de la totalidad de los empleados?
 - ¿Hace énfasis en la educación y el entrenamiento de las personas?
 - ¿Usa las actividades del círculo de calidad como herramienta fundamental?
 - ¿Hace auditoría de sus procesos?
 - ¿Aplica métodos estadísticos?
 - ¿Emplea un sistema para la recolección y evaluación de datos?

- **Valor económico agregado** (EVA por su sigla en inglés). Es un método simple y flexible cuya virtud radica en ser un sistema de medición del rendimiento basado en datos reales y no en

proyecciones. Además, el EVA es la esencia de un sistema de incentivos que hace que los directivos se pongan en el lugar de los accionistas y que sean recompensados por los comportamientos que aumentan la rentabilidad y penalizados por sus fracasos.

Los programas generan y ofrecen el desarrollo de los recursos humanos, pues incorporan un valor que hasta hace poco estaba oculto en las empresas y que al ser motivado, reacciona positivamente. Una de las ventajas del EVA consiste en ayudar a identificar las áreas de la gestión donde se crea o se destruye valor, para modificar los planes necesarios y cambiar esa realidad por una más favorable y eficiente.

- **Seis Sigma.** Éste modelo implica tanto un sistema estadístico como una filosofía de gestión, que pone en primer lugar al cliente, y usa hechos y datos para impulsar mejores resultados. Los esfuerzos de Seis Sigma se dirigen a mejorar la satisfacción del cliente (Interno o Externo), reducir las no conformidades y minimizar el tiempo de ciclo. Seis Sigma significa Seis ceros: cero defectos, cero stocks, cero averías, cero plazos, cero papeles y cero accidentes.
- **Benchmark.** Es un proceso continuo de medida de los productos, servicios y actividades en relación con los competidores considerados superiores. Este método constituye la búsqueda de las mejores prácticas de las empresas que conducen a un óptimo rendimiento, cooperando con la determinación de estándares relacionados a: satisfacción de los clientes (interno / externo), motivación, satisfacción, rentabilidad, entre otros. Es una

oportunidad para que la organización aprenda de experiencias de otras, de lograr excelencia copiándose del mejor.

- **Presupuesto base cero.** Es un sistema que somete toda actividad a un escrutinio anual de costos y resultados, obligando a generar posibles alternativas de reemplazo para finalmente proceder a la aprobación de las mejores opciones. Es un proceso de control que requiere la total y detallada justificación de las erogaciones a partir de su origen (vale decir: se parte de cero), y no como incrementos de presupuestos anteriores.
- **Cuadro de mando integral.** Es más que un sistema de medición práctico u operativo, ya que busca aclarar, traducir la visión y la estrategia; sirve para comunicar y vincular los objetivos e indicadores estratégicos así como planificar, establecer metas y alinear las iniciativas estratégicas dentro de un aumento de retroalimentación y formación estratégica. El cuadro de mando es una herramienta de control periódica que provee de información esencial para evaluación y guía de la gestión.

Las teorías de management lo que buscan es optimizar los procesos para tener una mejor productividad en todas las áreas. Particularmente en este estudio, se puede analizar la influencia del control de calidad total, six sigma, benchmarking y el cuadro de mando integral en el uso de signos y símbolos en el proceso de pintura, ya que los mismos son una herramienta de gestión, buscando minimizar los tiempos de ciclo en el manejo de indicadores dedicando más tiempo a la calidad de las unidades.

2.4.- Signos

Los signos existen en todo lugar donde se dé la relación triádica: signo, significado e interpretante; los signos son transmisores de información, y la misma no necesariamente es gestionada por el personal, sino que suelen vivir a la deriva de su propia naturaleza y sus propios procesos.

Para Saussure, mencionado por Eco (2011) “el signo es la unión de un significado y un significante, y por ello, (...) quedarían excluidos de este campo muchos fenómenos que actualmente se llaman “semióticos” o son de su competencia” (p. 19). Dicha definición, relaciona el concepto de signos como una relación de significados y significantes generados por necesidades en las organizaciones o personales, excluyendo fenómenos que no tengan relación con signos sino como señales.

Lo dicho por Ibid. (2011), el signo es una representación gráfica con la que puede emitirse un mensaje, y para que ése proceso exista deben estar presentes tres elementos formales de la tríada a modo de soportes y relacionados entre sí:

- 1) El representamen: es lo que se denomina el signo como elemento inicial de toda semiosis, es la representación de algo. Es el signo en sí mismo, es una realidad teórica y mental, el cual no debe considerarse como un objeto.

- 2) El interpretante: tiene que ver con la idea del representamen, es lo que produce en la mente de la persona; tiene que ver con el pensamiento del receptor.
- 3) El objeto: es aquello a lo que alude el representamen, es el objeto de la denotación formal del signo en relación con los otros componentes del mismo. (p. 19)

Por su parte, Concha (2006), define el signo como “una díada, es decir, un compuesto de dos elementos íntimamente conexos entre sí: la representación sensorial de algo (el significante) y su concepto (el significado), ambas cosas asociadas en nuestra mente”. (p. 101); lo mencionado por el autor refleja que el signo es la representación de algo con un significado, y ambos generan el concepto.

2.5.- Símbolo

Es la representación visible de una idea, con atributos asociados por una convención socialmente aceptada, también se conoce como que es un signo sin semejanza ni contigüidad, que solamente posee un vínculo convencional entre su significante y su denotado, además de una clase intencional para su designado. Los símbolos son pictografías con significado propio, muchos grupos tienen símbolos que los representan.

La diferencia de los signos con los símbolos, es que los signos pueden ser comprendidos por los seres humanos y animales, mientras que los símbolos solo son comprendidos por humanos, otro aspecto, es que los signos son específicos, los símbolos en cambio poseen un

significado más amplio. Eco (2011), indica que Saussure emplea la palabra símbolo para

Designar al signo lingüístico, o más exactamente lo que nosotros llamamos el significante. Hay inconvenientes para admitirlo, debido a nuestro primer principio [lo arbitrario del signo]. Lo característico del símbolo es no ser nunca completamente arbitrario; no está vacío, hay un rudimento de lazo natural entre significante y significado. El símbolo de la justicia, la balanza, podría ser reemplazado por cualquier otro, por un carro, por ejemplo. (p. 105)

Lo que quiere decir que el signo es completamente arbitrario o inmotivado (no tiene ningún vínculo natural con la realidad), aunque ambos, signo y símbolo, comparten la convencionalidad, y ésta se ubica en diferente gradación. Guiraud (1997) y otros semiólogos, también se suman a Saussure en concebir que el símbolo «representa» una cosa en virtud de una correspondencia analógica, por el reconocimiento de su naturaleza icónica.

2.6.- Función afectiva de la Comunicación

En una situación de comunicación no solo interviene el contenido de la información que se está transmitiendo, sino también las imágenes de uno y otro interlocutor que se van conformando durante su transcurso. En las relaciones interpersonales aquellos que se comunican se van formando una imagen del otro aún sin proponérselo, así como también una imagen de cómo es percibido el emisor por esa otra persona, por lo general esto se relaciona a comentarios como “Me da la impresión de que le caí antipático a...”, o “Hubo feeling con...”, o “Me inspira confianza”.

A todo esto se le relaciona con percepciones, lo que piensa el emisor o el receptor del otro, de la posible empatía que existe entre los dos, relación que hará posible el logro o no de acuerdos. Las percepciones pueden ser muy reales e influir sensiblemente en el transcurso del proceso comunicativo.

La manera en que se organizan las percepciones está muy permeada por experiencias pasadas, es decir, a lo largo de la vida cada individuo va formando patrones de aceptación y de rechazo hacia las personas, ya sea por características, cualidades, tipos, modales, etc. que se tienden a aceptar, y que propician ya sea un acercamiento o un rechazo, que genere lejanía o predisposición negativa. Por lo cual se afirma que TODO comunica, desde la apariencia externa del otro, su forma de comportarse en la comunicación, las ideas que va aportando durante la misma, etc. va dando información para conformar una imagen de esa persona.

La percepción es definida por Brigas (2012) como “la imagen que se forma con ayuda de la experiencia y necesidades, resultado de un proceso de selección, organización e interpretación de sensaciones” (p. 41). Lo que quiere decir el autor, es que la percepción depende de lo que cada individuo piense, basado en sus experiencias anteriores, puede ser subjetiva, selectiva y temporal, y se compone de dos tipos de inputs: Inputs internos y Sensaciones.

Los límites semánticos que separan la sensación y la percepción es difícil de distinguir, y en ocasiones se usa cualquier de los dos conceptos de forma errada, de hecho, algunos autores consideran ambos conceptos como pasos del mismo proceso de extracción de información

que conducen a un desarrollo cognitivo. Realmente, la sensación se produce, cuando alguno de los sentidos detecta un estímulo concreto, y traslada la información al cerebro, mientras que la percepción tiene lugar cuando el individuo es consciente del estímulo, o sea, cuando conoce las cualidades y relaciones del mismo; por lo que la percepción implica un grado mayor de complejidad.

Hay personas que conforman imágenes de las personas muy rápido, a lo mejor por ser menos reflexivas, o por ser muy rápidas en su observación, mientras que hay otras que son más cautelosas. También están las personas muy rígidas y poco dadas a modificar una imagen aun teniendo nueva información, es por ello que existe el famoso proverbio que dice “Jamás existe una segunda oportunidad de producir una buena primera impresión”.

Es en este momento cuando aparecen los signos y símbolos, cada persona al observarlos puede percibir un significado diferente, dependiendo un poco de sus experiencias pasadas, prejuicios, entre otros factores; por lo que es recomendable que a la hora de usar signos y símbolos en un mensaje, los mismos sean claros y expresen lo mismo para todas las personas; si son compuestos, lo mejor es desplegar claramente su significado para que la percepción de los individuos al verlo sea el mismo.

Lugo (2008) explica que “la comunicación tiene diferentes componentes estructurales y funcionales. Estructurales porque distinguen lo informativo, interactivo y perceptivo, y funcionales porque evidencia funciones afectivas, informativas y reguladoras” (p. 5). Por lo que, la

percepción influye en la comunicación directamente, y más cuando se habla de signos y símbolos.

2.7.- Semiótica

La creación de la semiótica moderna se le adjudica a Charles Sanders Peirce, perspectiva que, aunque propone el abordaje de los signos, establece algunas diferencias epistemológicas de base con la semiología, identificándose a la corriente francesa iniciada principalmente por Saussure, pero en la definición de Peirce, es incluido en el dominio de la semiótica unos fenómenos que en el ámbito de Saussure quedarían excluidos y con ello resuelve una objeción que se ha formulado con frecuencia a la aventura semiótica, por lo que puede concluirse que la perspectiva de Peirce es más amplia que la de Saussure.

Magariños (2008) indica que la semiótica se constituye como una herramienta que “proporciona un enfoque y un conjunto de instrumentos que la sitúan como un método preciso y eficaz para explicar el proceso de producción, comunicación y transformación del significado” (p. 233), lo que quiere decir que es una forma de comunicarse de forma efectiva.

Figura 5 Definición de Semiótica



Fuente: Rossato (2013)

Dicha representación, se basa en el concepto de signo como unión de un significante con un significado, desde el momento en que incluso los síntomas tienen características idénticas al signo de Saussure. Luego de la comparación de conceptos de Pierce y Saussure, Eco (2011) indica que la semiótica:

“(...) perfila aquella entidad oscura que es el <<sentido>> no ha de inducir a confundirla con la semántica, que tradicionalmente se ocupa (o finge ocuparse) del sentido o del <<significado>>. La semiótica debe abarcar también aquellos procesos que, sin incluir directamente el significado, permiten su circulación.” (p. 22)

De la comparación realizada por el autor, la semiótica puede decirse que es el estudio de todos los procesos culturales como procesos de comunicación, que tiende a demostrar que bajo los procesos culturales hay sistemas; la dialéctica entre sistema y proceso afirma la dialéctica entre código y mensaje, incluye la relación entre los sistemas y proceso, por lo que se puede asemejar al proceso comunicacional existente en una organización, a través de signos y símbolos generando vínculos importantes con el personal.

La semiótica estudia todos los procesos culturales y procesos de comunicación, compuestos por símbolos y signos, donde aún no está claro si en los procesos de comunicación intervienen solamente los signos o éstos están inmersos en los sistemas. Niño (2013) define la semiótica como una “ciencia humana que estudia el origen, formación y razón de ser de los signos y códigos, los símbolos y la comunicación en general en el contexto social y cultural” (p.300).

De las definiciones antes señaladas de semiótica se puede explicar, que la semiótica se ocupa de signos, sistemas sgnicos, procesos comunicativos, funcionamientos lingüísticos, fundamentales en la transmisión de información en cualquier organización o sistema, con un fin o propósito previamente establecido. Algunos signos y símbolos comunes en la comunicación son los mostrados en la figura 6.

Figura 6 Signos y Símbolos comunes en la comunicación



Fuente: Rossato (2013)

Lo semiótico yace sobre una problemática comunicacional, atendiendo a lo planteado por muchos enfoques que proponen a la semiótica como un conjunto de prácticas, saberes y operaciones que pueden ser puestas a disposición de otras disciplinas: la comunicación interna en este caso. Es decir, que se considera a la semiótica como una metodología y no como una ciencia, según Magariños (2008) “(...) no dispone de un objeto diferencial que le dé especificidad (...), sino que es un conjunto de conocimientos y operaciones que permiten generar las significaciones” (p.154)

Dentro de las orientaciones peirceanas, Magariños (2008) considera que la semiótica como disciplina, se refiere a la capacidad cognitiva de que dispone la humanidad, como facultad, es decir, la relaciona como un conjunto de conceptos y operaciones, que le permiten a un investigador explicar la significación que adquiere un determinado fenómeno en una sociedad. (p. 162) Desde este punto de vista, la semiótica puede considerarse de manera tal, que permite enfocarse en fenómenos comunicacionales en las organizaciones.

Los enfoques en comunicación interna, implican procesos complejos, y obligan a enfocarse en una perspectiva no instrumental, abierta y capaz de considerar los contrastes interpretativos, que redundan en la posibilidad de un abordaje de la problemática organizacional en un sentido amplio; todo esto, permite problematizar a la comunicación en las organizaciones desde una perspectiva de investigación, y no sólo de intervención a nivel utilitarista o de gestión.

2.8.- Semiótica Organizacional

Teniendo como base que toda realidad existe, se conoce y se comunica mediante el lenguaje, y que la necesidad humana de transformar en materia de signos es inefable (integrarlo como parte de un sistema de signos compartidos), es importante para la estructuración simbólica lo ya existente. Éste carácter germinal del signo en la configuración de la experiencia humana del mundo es también extendida al ámbito organizacional.

Por lo que resulta comprensible, catalogar a la organización como una compleja suma de espacios simbólicos comunes al entorno psíquico,

donde se crean nuevos significados entre y para los miembros de dicho entorno, dicho de otra forma, tiene que ver con una red comunicativa donde se gestan imaginarios sociales indispensables en la consolidación de la cultura y la identidad corporativa. Oropeza y otros (2008) explica que una semiótica organizacional,

(...) se podría emplazar como una perspectiva conceptual y metodológica que habilitará la teorización, comprensión y trabajo de campo organizacional (...) entender a la empresa desde la perspectiva del sentido, es decir, desde la articulación de discursos pragmática y semánticamente orientados, acercaría al investigador a una nueva orientación conceptual para la comprensión de la dimensión humana de las organizaciones en un entorno complejo (p. 48)

Lo que quiere decir que, las empresas ya se están orientando a la complejidad, es decir, a usar medios para comunicarse más allá de los tradicionales, haciendo que las investigaciones (de cualquier problemática) puedan entenderse mejor, teniendo presente la complejidad de las organizaciones.

Percibir a la organización como una realidad simbólica, sustentada y cimentada en el lenguaje, exige al investigador disipar los límites disciplinares y extender sus horizontes imperativos; surgiendo la necesidad de caracterizar los signos y los procesos de significación corporativa dentro de lo que puede denominarse semiótica organizacional. Llanos y otros (2011) expresa que la semiótica organizacional

Nace de la aplicación de los constructos semióticos sobre la creación, transformación y actualización de signos corporativos, y su representación simbólica como parte de los

procesos comunicativos que tienen lugar entre sus públicos (internos y externos). (...). La semiótica organizacional tiene que ver, con el acercamiento a procesos de semiosis en cualquier tipo de agrupación, que tenga estructuras propias para establecer comunicaciones mediante sistemas sígnicos, y cuya representación demande una interpretación materializada en la imagen que evoca y recrea la sociedad de ésta. (p. 13)

Lo explicado por el autor, tiene que ver con el sentido que tiene la organización, percibiendo si el sistema de signos que la componen, ayuda o no a las relaciones comunicativas y puede servir de base a la cultura. De ahí la importancia que tiene para la organización lograr una buena imagen en su público, pues éste es quien hace una representación mental o imaginaria de ella, más allá de la materialidad de sus edificaciones o de su presencia física en el mercado.

La semiótica organizacional cada vez adquiere más relevancia, Ibid. (2011) indica que ésta “busca comprender que la organización como creación humana, es en sí misma un signo” (p. 6). La semiótica usa un procedimiento heredado de la lingüística estructural: la conmutación, que es el uso de la relación de presuposición recíproca entre el plano de la expresión y el plano del contenido de un conjunto signifiante, entre su signifiante y su significado.

2.9.- Enfoques Semióticos

Todas las organizaciones usan la semiótica aunque no lo reconozcan, partiendo de la base de que todo comunica; a menudo utilizamos signos/símbolos para tomar anotaciones o para explicar algo mediante un power point, y es allí que se aplica ésta teoría. Desde un

enfoque sociosemiótico la semiótica es considerada una disciplina tanto de reflexión sobre el sentido de las cosas, como una metodología de análisis. A continuación se desarrollan algunos enfoques:

2.9.1.- Enfoque desde la Productividad

Basándose en el concepto de productividad definido por Schroeder (2011), como “la relación que existe entre los insumos y los productos de un sistema productivo (...) ‘Mayor producción, mismos insumos, la productividad mejora’ o también se tiene que ‘Menor número de insumos para misma producción, productividad mejora” (p. 533), puede decirse que la productividad es la forma de lograr los objetivos marcados en el tiempo estimado (o menos), usando los mismos o menos recursos que los previamente planificados, tratando de conseguir que las tareas que componen el proyecto o tarea de nivel superior estén lo más alineadas y estructuradas posible.

Teniendo como base la definición de productividad, la semiótica es una herramienta que puede ayudar a lograr que un proceso sea más productivo; el uso de símbolos/signos minimiza en gran proporción los tiempos empleados para la ejecución de una tarea. La semiótica puede generar valor añadido a las organizaciones, ya que se dedica a distinguir y jerarquizar un cierto número de niveles homogéneos de descripción, es decir, a través de un solo símbolo puede sistematizar un gran proceso.

2.9.2.- Enfoque desde la Seguridad Industrial

La semiótica puede contribuir a dominar la evolución o la adaptación de un "mensaje" a los distintos medios tanto desde el punto de

vista de su contenido como desde su expresión, llegando a una identificación de las cualidades de forma, volumen o ritmo que constituyan un significante de un mensaje no verbal, tal como es necesario para el área de Seguridad Industrial dentro de una empresa Manufacturera.

La seguridad industrial dentro de las organizaciones está enmarcada en el cumplimiento de ciertas normas, reglamentos, principios, legislación que se establecen a objeto de evitar los incidentes, accidentes y enfermedades en el ambiente de trabajo, por lo que es obligatorio según INPSASEL (Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales), tener publicados en el áreas símbolos alusivos a la prevención de riesgos, algunos de ellos están plasmados en la Figura 6 del presente estudio.

La norma COVENIN 187-92 expresa en el apartado 7.2 que “la presentación de los símbolos deberá ser lo más simple posible y deben eliminarse los detalles que no sean esenciales, y su dimensión deberá ser proporcional al tamaño de la seña a fin de facilitar su percepción y comprensión” (p.3), con esto se evidencia que el Gobierno Venezolano hace que las organizaciones usen la semiótica para lo concerniente a seguridad industrial, con el objetivo de prevenir incidentes, accidentes y enfermedades en el entorno laboral.

2.9.3.- Enfoque desde la Calidad

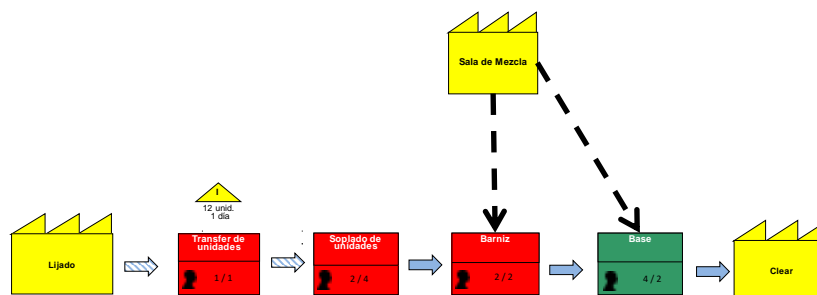
Cada día los procesos dentro de las organizaciones son más rigurosos con sus resultados finales, y es por llo, que algunas organizaciones como Ford, se certifican con ISO (Organización Internacional de Normalización según sus siglas en inglés) 9001, lo cual

garantiza que los productos que genera son de buena calidad. La norma ISO 9001 “Sistemas de Gestión de la calidad” indica todos los requisitos que debe tener una organización para poder estar certificado.

Es una norma internacional, con un enfoque basado en procesos, tal como lo menciona en el apartado 0.2 que dice “Esta norma internacional promueve la adopción de un enfoque basado en procesos cuando se desarrolla, implementa y mejora la eficacia de un sistema de gestión de la calidad, para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos” (p. vi), así como también busca la productividad de los procesos optimizando a su vez la satisfacción de los clientes finales.

En el apartado 4.1.a hace mención a que todos los procesos deben ser claros “La organización debe determinar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización” (p. 1), por lo que todo proceso de producción debe estar argumentado con diagramas de proceso, lo que se traduce en el uso de signos y símbolos. A continuación en la figura 7, se muestra una parte genérica del proceso de pintura:

Figura 7 Parte de un proceso del área de Pintura



Fuente: Ford Motor de Venezuela (2014)

En la figura 7 se muestran algunos de los símbolos y signos empleados, donde:

- El triángulo amarillo con una “I” significa centro de almacenamiento.
- La flecha azul significa proceso continuo
- La flecha de rayas azules significa proceso de transferencia de unidades.
- Las cajas representan una operación dentro el proceso:
 - Si es roja No agrega valor
 - Si es verde Agrega valor
 - Si es amarillo No agrega valor pero es necesaria
- Las cajas amarillas con triángulos en la parte superior representa a los clientes internos.
- Las rayas punteadas significan que surten material crítico para la continuidad del proceso.

Con todo esto se evidencia, que el uso de signos y símbolos en Ford Motor de Venezuela se ha usado en todos sus procesos y áreas, ya sea para lograr la certificación ISO 9000, así como para comunicar internamente los procesos que realiza y las mejoras que está desarrollando para ser cada vez más productivos en las tareas que ejecuta.

2.9.4.- Enfoque Ambiental

Ante el reconocimiento global de los desequilibrios causados sobre el entorno natural, surgió como una alternativa para el logro del desarrollo humano sostenible, emprender la estrategia de la educación ambiental en todos los niveles y sectores. ISO 14001 y 14004 son normas

internacionales que establecen pautas para que las empresas se certifiquen como “empresas responsables con el medio ambiente”.

En la norma ISO 14001 en el apartado A.5.4.d explica que las organizaciones deben llevar un control de registros de inspección, mantenimiento y calibración de equipos, por lo que ésta afirmación incurre directamente en el uso de signos y símbolos, ya que al calibrar un equipo automáticamente el equipo se marca con un signo, para que cualquier persona del área esté al tanto de que es un equipo apto (calibrado) y puede ser utilizado.

La norma ISO 14004 establece en el apartado 1 el objeto y campo de aplicación, indicando que “Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora de un sistema de gestión ambiental y su coordinación con otros sistemas de gestión” (p. 1), por lo que hace énfasis en el control de los procesos, y para ello es importante tenerlos plasmados en un diagrama de flujo, en el que se usan signos y símbolos para detallar los aspectos relevantes, tal como se mostró en la figura 7.

Por último, la norma COVENIN 3060:2002 explica el manejo de los materiales peligrosos dentro de las empresas, especialmente si es una manufacturera automotriz, donde usa pintura, barniz, entre otros, se debe estar pendiente de que los envases con materiales químicos tengan los símbolos correspondientes, ya que dependiendo del material el manejo del producto varía. Por ejemplo, hay algunos productos químicos que son explosivos, por lo que su manejo debe ser rápido y bajo temperatura controlada. A continuación se muestran algunos símbolos usados y recomendados por la norma, en la figura 8:

Figura 8 Algunos símbolos usados para identificar material peligroso



Fuente: COVENIN 3060:2002 (2014)

3.- Bases Legales

Existen una serie de disposiciones legales que regulan los procedimientos de determinados procesos, entre éstas disposiciones legales se encuentra la Constitución de la República, Leyes Orgánicas, sus Reglamentos, Normas, entre otras; con el objeto de sustentar y fortalecer la investigación se toma como referencia, en lo que respecta al ámbito legal, un conjunto de normas vigentes en el país, entre las cuales están:

3.1.- La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en su artículo 57 expresa que: "(...) toda persona tiene derecho de expresar libremente sus pensamientos, sus ideas u opiniones de viva voz, por escrito o mediante cualquier otra forma de expresión, y de hacer uso para ello de cualquier medio de comunicación y difusión". (p. 9) Lo que puede interpretarse como: toda la población del territorio nacional están

en la libertad de comunicarse libremente, expresando sus ideas, respetando su forma de pensar. Así mismo, el artículo 58 cita:

La comunicación es libre y plural, y comporta los deberes y responsabilidades que indique la Ley. Toda persona tiene derecho a la información oportuna, veraz e imparcial, sin censura, de acuerdo con los principios de esta Constitución, así como el derecho de réplica y rectificación cuando se vean afectados directamente por informaciones inexactas o agraviantes. (p. 9)

El artículo mencionado, hace énfasis en que los venezolanos son libres de expresarse, y deben ser informados de forma oportuna, veraz e imparcial, por lo que se concierne con todo lo relacionado con comunicación interna efectiva en las organizaciones, a través de cualquier medio (símbolos, signos, entre otros).

3.2.- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT)

El artículo 11 de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (2005), numeral 3, establece que:

La Política Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo deberá incluir, entre otros, los siguientes aspectos: La formación, educación y comunicación en relación con la promoción de la seguridad y salud en el trabajo, y la prevención de los accidentes y las enfermedades ocupacionales, así como la recreación, utilización del tiempo libre, descanso y turismo social, para el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores y trabajadoras y sus familiares como valor agregado al trabajo. (p. 11)

Éste artículo hace mención de la comunicación interna en las organizaciones, en el caso particular de la seguridad y salud en el trabajo,

así como el manejo de tiempo libre, en general explica condiciones que deben realizarse y acatarse dentro y fuera de una organización, en la misma Ley, está el artículo 43, numeral 5, la cual indica que:

En el ejercicio de las competencias atribuidas al delegado o delegada de prevención, éstos están facultados para: Realizar visitas a los lugares de trabajo y a las áreas destinadas a la recreación y descanso, para ejercer la labor de vigilancia y control de las condiciones y medio ambiente de trabajo, pudiendo, a tal fin, acceder a cualquier zona de los mismos y comunicarse durante la jornada con los trabajadores, sin alterar el normal desarrollo del proceso productivo. (p. 39)

Lo descrito en el artículo anterior, también realza la comunicación interna en la empresa, en este caso, por el o la delegada de prevención hacia los trabajadores y todo el nivel jerárquico, para velar por las condiciones actuales de trabajo y proponer mejoras.

Un artículo relevante para las organizaciones es el que hace referencia que los trabajadores deben estar informados y entrenados en todas las tareas que desempeñe, ya que es parte de las responsabilidades de la empresa, así como también es parte del derecho y deber de los que allí laboran. Para reforzar lo explicado, se nombra textualmente lo indicado en el artículo 53, numeral 1, lo cual indica que

Los trabajadores y las trabajadoras tendrán derecho a desarrollar sus labores en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el pleno ejercicio de sus facultades físicas y mentales, y que garantice condiciones de seguridad, salud, y bienestar adecuadas. En el ejercicio del mismo tendrán derecho a: Ser informados, con carácter previo al inicio de su actividad, de las condiciones en que ésta se va a desarrollar, de la presencia de sustancias tóxicas en el área de trabajo, de los daños que las mismas puedan causar a su salud, así como los medios o medidas para prevenirlos.

3.3.- Ley para las personas con Discapacidad

El artículo 19 de la Ley para las personas con Discapacidad (2006), establece que:

(...) El Estado reconoce la lengua de señas Venezolanas como parte del patrimonio lingüístico de la nación y en tal sentido, promoverá su planificación lingüística a través de los organismos competentes. (p. 11)

Éste artículo establece que el lenguaje a través de señas se reconoce como un sistema lingüístico, por lo que indica que iniciará la planificación con los organismos del estado, para hacer que en todo el territorio nacional estén identificadas las señas, cosa que afianza el presente estudio que tiene como objetivo la semiótica como herramienta de comunicación interna.

En el mismo orden de ideas, el artículo 54 numeral “p” de la misma Ley, indica que se debe “garantizar la investigación, estandarización, registro y promoción de la lengua de señas venezolana” (p.14), por lo que está acorde con la investigación, ya que en Ford se manejan diversos tipos de señas para comunicarse internamente, los cuales están en proceso de descubrimiento e investigación.

Estos artículos de la Ley para las personas con discapacidad, están acorde con lo planteado en la presente investigación, ya que el gobierno ya está evaluando la posibilidad de estandarizar señas para garantizar la comunicación entre todos los Venezolanos, y en el caso

particular de Ford se están creando métodos de comunicación (signos/símbolos) para garantizar que todo el personal pueda comunicarse entre sí, con o sin discapacidad; la estandarización de dichos métodos permitirá dar cumplimiento a lo establecido en la Ley.

3.4.- Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos.

El artículo 19 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos (2011), establece que:

“Los mensajes que sean difundidos a través de los servicios de televisión (...) deberán presentar subtítulos, traducción a la lengua de seña venezolana u otras medidas necesarias que garanticen la integración de personas con discapacidad auditiva, haciendo especial énfasis en los programas culturales y educativos e informativos.” (p. 3)

Por lo que, el Gobierno Venezolano evidencia su interés para que todas las personas, sin importar sus limitaciones físicas puedan entender la información que transmiten los medios de comunicación, siendo ésta una de las futuras tendencias que deben considerarse tanto en las organizaciones como en las comunidades. La comunicación mediante símbolos y signos cada vez es más utilizada, no solo para comunicar, sino para llevar controles de información en puestos de trabajo, análisis de datos, entre otros.

3.5.- COVENIN 2260-80

La Norma establece que dentro de los requisitos para operar una planta manufacturera está el uso de símbolos / signos para identificar los riesgos dentro del entorno de trabajo, con el objetivo de que los trabajadores estén atentos y evitar algún accidente, incidente o enfermedad ocupacional. En el apartado 3.3 de la norma, define la Seguridad Industrial como: “el conjunto de principios leyes, criterios y normas formuladas cuyo objetivo es el de controlar el riesgo de accidentes y daños, tanto a las personas como a los equipos y materiales que intervienen en el desarrollo de toda actividad productiva” (p. 2)

3.6.- COVENIN 187-92

La norma 187-92 explica todo lo relacionado a los símbolos y signos que deben usarse para prevenir cualquier incidente, accidente o enfermedad ocupacional, ya sea dentro de una organización o fuera. La norma define señal de seguridad como “es la señal que, a través de la combinación de una forma geométrica, color, un símbolo y/o un texto proporciona una información determinada, relacionada con la seguridad” (p. 1), posteriormente explica el significado por forma y color y deja las pautas para el plan de comunicación dentro del desarrollo de cualquier actividad.

4. Sistema de Variables

Bernal (2010) indica que un sistema de variables “consiste en el desglosamiento de las variables, en aspectos sencillos, que permiten la mayor aproximación para poder medirla” (p. 285), tiene que ver, con todo

lo que se va a medir, controlar y estudiar en un estudio, atendiendo el hecho de que ella varía.

Siendo la variable, el elemento que se va a medir, controlar y estudiar en una problemática planteada, Tamayo y Tamayo (2008), indican que la “variable mide una dimensión o ámbito de la realidad, que se comporta como un conjunto finito y relacional o comparativo de alternativas”. (p. 25), mientras que Bernal (2010) señala que “conceptualizar una variable es definirla, para clarificar qué se entiende por ella y operacionalizarla, significa traducir las variables a indicadores que son aspectos o situaciones específicas de los fenómenos”. (p. 286). Namakforoosh (2005) explica el concepto y diferenciación entre variables dependientes e independientes de la siguiente manera:

La variable que el investigador desea explicar se considera como la variable dependiente. La variable que se espera que explique el cambio de la variable dependiente es referida como la variable independiente; es decir, la variable dependiente es el resultado esperado de las variables independientes. A las variables dependientes también se les conoce como variables de criterio y a las variables independientes, como variables predictivas (p. 66).

Por lo tanto, es importante antes de iniciar una investigación, que se conozca y se diferencien cuáles son las variables que se desean medir, la manera en que se hará, y que tipo de variables son. En el mismo orden de ideas, Álvarez (2008), indica que una variable independiente es “aquella donde el investigador puede manipular ciertos efectos; en otras palabras supone la causa del fenómeno estudiado” (p. 59). Lo que quiere decir, que una variable independiente es la que el investigador modifica a su voluntad para indagar si sus cambios generan o no cambios en las otras variables.

Mientras que la variable dependiente, es la que toma diversos resultados dependiendo de los cambios que sufre la variable independiente, esto es explicado por Ibid. (2008) como “el efecto producido por la variable independiente, es decir representa lo que se quiere determinar en forma directa en la investigación” (p. 60).

Es relevante considerar en los estudios, la conceptualización operacional de las variables en estudio, o como algunos investigadores lo llaman la Operacionalización de las Variables, parafraseando lo explicado por Arias (2012) puede decirse, que es la definición conceptual y operacional de las variables de la hipótesis, atravesando un nivel abstracto a uno concreto y particular, para poder observarla, medirla o manipularla, con el fin de contrastar la hipótesis.

En otras palabras, la operacionalización tiene que ver con el proceso de llevar una variable, desde un nivel abstracto a un plano más concreto, su objetivo esencial es estrechar al máximo el significado que se le da a una variable en una determinada investigación, también puede decirse, que tiene que ver con el entendimiento del proceso como una manera de explicar cómo se miden las variables que se han elegido; las variables deben clasificarse en dimensiones, y éstas a su vez en indicadores que permitan la observación directa y la medición.

A continuación se presenta el cuadro 1 “Operacionalización de variables”, teniendo en cuenta que la variable independiente es la semiótica, y la variable dependiente es la comunicación interna; tomando como teoría base a la semiótica, con el objeto de lograr el análisis de la semiótica como herramienta de comunicación interna. Caso: Área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A.

Cuadro 1 Operacionalización de variables

Objetivo General	Analizar la importancia de la semiótica como herramienta de comunicación interna, en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A				
Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Ítem	Instrumento
Comunicación Interna	FEAPS (2012) define la comunicación interna como un conjunto de pautas que determinan la relación entre todas las personas y grupos que componen las organizaciones. (p. 19)	Características	Visión	1	Cuestionario
			Tipos	2	
			Influencia	3	
		Uso	Medios	4	
			Herramientas	5	
		Importancia	Motivación	6	
			Participación activa	7	
Semiótica	Niño (2013) define la semiótica como una ciencia humana que estudia el origen, formación y razón de ser de los signos y códigos, los símbolos y la comunicación en general en el contexto social y cultural. (p. 300)	Signos y Símbolos	Innovación	8	
				9	
			Características	10	
				11	
			Procedimiento	12	
		Uso	Producción	14	
			Globalización	15	
			Tiempo de respuesta	16	
			Relaciones	17	
		Importancia	Creatividad	19	
			Flujo de información	20	
				21	
			Gestión de indicadores	22	
	23				

Fuente: Rossato (2013)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico de la investigación, tiene que ver con los pasos a seguir desde que empieza, hasta que finaliza la investigación; por lo que, en este contexto se establece un conjunto de actividades que permiten el abordaje de la realidad, a través de la utilización de una serie de métodos, técnicas y procedimientos que garanticen su validez científica, de tal forma que estas herramientas se adapten a las especificaciones del objeto de estudio, esto parafraseado de Ibáñez (2006) (p. 35)

1.- Enfoque de la Investigación

La investigación está enmarcada en un modelo cuantitativo, Sampieri y otros (2008), indica que éste tipo de investigación “usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 5), lo que quiere decir, es que tiende a ser altamente estructurada, de forma que el investigador especifica las características primordiales del diseño antes de obtener un solo dato.

Éste tipo de investigación, tiene como base un tipo de pensamiento deductivo, que va desde un comportamiento acotado de una particularidad individual a uno global; tiene que ver con el modelamiento que define cómo se hace cada cosa, transformándolo en un enfoque más rígido, enmarcado en una cierta manera de hacer las cosas.

2.- Tipo de Investigación

Hay gran variedad de propuestas relacionadas a la clasificación de los tipos de investigación, por lo que se debe seleccionar aquella que por su flexibilidad y amplitud acceden de forma rápida y expedita alternativas de investigación en armonía con las características que definan de manera general los rasgos propuestos. Se consideró un tipo de investigación descriptiva, sobre la cual Tamayo y Tamayo (2008), afirma que:

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, institución o cosa se conduce o funciona en el presente (p. 58).

Lo que quiere decir, que la investigación descriptiva identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos entre variables de estudio, es decir, la descripción descriptiva usa criterios sistemáticos que acceden poner de manifiesto la estructura de los fenómenos en estudio.

Éste tipo de investigación, ayuda a instaurar comportamientos específicos mediante el manejo de técnicas específicas de recolección de información; así, el estudio descriptivo identifica características, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, así como también, descubre y comprueba la asociación entre las variables analizadas, como lo indica Bavaresco (2008), quien considera que los estudios descriptivos “persiguen el conocimiento de las características de

una situación dada, plantea objetivos y formula hipótesis sin usar laboratorios”. (p. 19)

Parafraseando lo dicho por Arias (2012), los estudios descriptivos permiten calcular independiente las variables, aun cuando no se enuncie hipótesis alguna, ya las mismas se mencionan en los objetivos de la investigación. El tipo descriptivo hace énfasis sobre conclusiones dominantes, o cómo una persona, grupo o cosa, se conduce en el presente; tal es el caso del presente estudio, en donde se ubica en un período específico y en un momento presente (p. 12); además la descripción, registro, análisis e interpretación de un fenómeno ocurrido en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A.

3.- Diseño de la Investigación

Parella y otros (2010), expresan que el diseño de la investigación “se refiere a la estrategia que adopta el investigador para responder al problema, dificultad o inconveniente planteado en el estudio” (p. 80). De acuerdo a esto, esta investigación se basa en un diseño no experimental, ya que trabaja sobre las realidades del hecho, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta.

En ésta investigación se seleccionaron una serie de elementos que influyen en la comunicación interna, midiéndolos cada uno de ellos independientemente, para diagnosticar la situación actual; dentro de los diseños no experimentales, atendiendo a Hernández y otros (2006), corresponden a “(...) su dimensión temporal o al número de momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan los datos(...), los diseños

no experimentales se pueden clasificar en transeccionales y longitudinales” (p. 191).

Por lo tanto, los diseños transeccionales, son aquellos que se proponen la descripción de las variables, tal como se manifiestan y el análisis de éstas, tomando en cuenta su interrelación e incidencia; en los diseños transeccionales la recolección de los datos se efectúa sólo una vez y en un tiempo único. De acuerdo, a lo anterior la presente investigación se ubicó en el diseño no experimental transeccional, ya que se buscaron las correlacionales causales, entre dos o más variables, en un grupo de personas, en un determinado espacio temporal, lo cual permitirá el logro del objetivo general planteado.

Otra de las clasificaciones de los diseños de investigación es la relacionada con la toma de datos, y en ésta investigación los mismos se recolectarán directamente en la organización a través de un cuestionario, por lo que el diseño de investigación es de campo, tal como lo explica Tamayo y Tamayo (2008):

Es cuando los datos se recogen directamente de la realidad, por lo cual los denominamos primario, su valor indica que permiten cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas. (p. 110)

Explicando lo mencionado por los autores, el diseño no experimental, tiene que ver con la indagación empírica y sistemática en la que el investigador no posee control directo de las variables independientes, ya que sus manifestaciones ya sucedieron o simplemente son inherentemente no manipulables. Se hacen inferencias sobre las

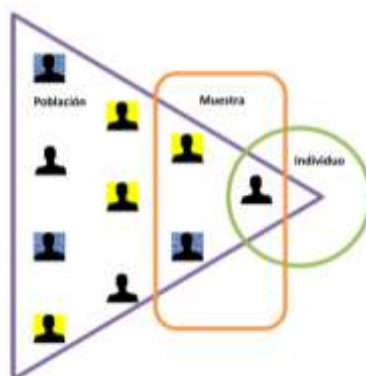
relaciones entre las variables, sin intervención directa, de la variación concomitante de las variables independiente y dependiente; mientras que una investigación de campo se refiere a que los datos fueron tomados directamente de la realidad.

3.- Población y Muestra

La recolección y manejo de datos de por sí no tienen sentido si no se consideran o se relacionan dentro del contexto en el que se trabajan, por lo tanto es indispensable comprender los conceptos de población y de muestra para entender mejor su significado en la investigación que se lleva a cabo.

Para comenzar con las definiciones de población y muestra, se hace una representación gráfica, donde visualmente se puede dar una idea de lo que representa cada uno de los conceptos, siendo la población lo macro, la muestra lo meso y el individuo lo micro; en el caso de la investigación presente, solo se hará mención de la población y muestra.

Figura 9 Población y Muestra



Fuente: Rossato (2013)

Una población está determinada por sus características definitorias, y está compuesta por una serie de elementos que posea una característica, también se dice que es un conjunto de individuos de la misma clase, limitada por el estudio. Tamayo y Tamayo (2008), define la población como: “la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 114); entonces se dice que es un conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie determinada de especificaciones.

Sabino (2008), indica que la muestra “es una parte del todo que llamamos universo y que sirve para representarlo” (p. 38), explicando lo mencionado por el autor, la muestra es la que puede determinar la problemática ya que le es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso, tal como lo afirma. Es decir, descansa en el principio de que las partes representan al todo y, por tal, refleja las características que definen la población de la que fue extraída, lo cual indica que es representativa.

Por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra; en éste caso la población que se estudió fueron los trabajadores y supervisores del área de Pintura de Ford Motor de Venezuela, de hecho, la población es la misma muestra debido a que es pequeña y por ende, todos los empleados son sujetos de investigación, el área que usa el sistema de símbolos está compuesto por diez (10) trabajadores y un (1) supervisor.

En vista de que la población es pequeña se tomó toda para el estudio y esto se denomina muestreo censal, Sampieri y otros (2008),

opina que la muestra censal “es aquella porción que representa toda la población”. (p.123). Entonces, la muestra es la que puede determinar la problemática, ya que le es capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso.

4.- Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos

Con el objeto de tener la información necesaria, es muy importante definir con claridad las técnicas e instrumentos de recolección que se utilizaron, ya que estuvieron destinados a conocer las necesidades y así recolectar los datos de la realidad, aplicados a la situación a estudiar, para su posterior análisis; con el fin de analizar las necesidades del objeto estudiado.

Arias (2012) explica que “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información” (p. 53); ejemplos de técnicas, son la observación directa, la encuesta y la entrevista, el análisis documental, de contenido, entre otros. En cuanto a los instrumentos, Hurtado (2010) indica que:

Representan la herramienta con la cual se va a recoger, filtrar y codificar la información (...), los instrumentos están en correspondencia con las técnicas, y la selección de las técnicas a utilizar en una investigación está relacionada con el tipo de indicios que permiten captar el evento de estudio. (p. 153)

Lo que quiere decir que son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información; entre las técnicas e instrumentos de recolección de datos se encuentran los cuestionarios, los cuales son definidos por Hurtado (2010) como: “un conjunto de preguntas

relacionadas con el evento de estudio. Su característica es que tales preguntas pueden ser dicotómicas, de selección, abiertas, tipo escala o tipo ensayo.” (p. 157)

Los cuestionarios son una serie de preguntas que contienen aspectos del fenómeno que se consideran esenciales; permitiendo aislar algunos problemas que interesan principalmente; también reducen la realidad a cierto número de datos esenciales y precisa el objeto de estudio; parafraseando a *Ibid.* (2010), menciona que los cuestionarios tienen algunas características importantes que deben tomarse en cuenta a la hora de su elaboración, como por ejemplo:

- Las preguntas deben estar formuladas de forma directa y clara
- Las preguntas no pueden sugerir una respuesta
- No deben contener una carga moral que induzca a contestar de cierta manera
- Cada pregunta debe interrogar sobre un solo aspecto. (p. 157)

Los cuestionarios deben codificarse, y según Sampieri y otros (2008), la codificación “significa asignarles un valor numérico o símbolo que represente a los datos, ya que es necesario para analizarlos cuantitativamente” (p. 301), lo que quiere decir que cada pregunta debe tener un valor numérico o símbolo para poder analizarlos.

En el caso del presente análisis de los datos se considerará uno (1) para la respuesta afirmativa (si) y cero (0) para la respuesta negativa, de forma de poder contabilizar los datos y analizar los resultados de cada

ítem, y a su vez del cuestionario completo, de forma de generar conclusiones basadas en datos válidos.

El contenido de las preguntas de un cuestionario es tan variado como los aspectos que mide, y se clasifican en cerradas y abiertas. Las preguntas abiertas proporcionan información más amplia y son útiles cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas de las personas o cuando ésta es insuficiente, mientras que las cerradas, contienen categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas.

Un cuestionario de preguntas cerradas contiene categorías o alternativas de respuesta que han sido delimitadas. En esta investigación el instrumento contiene ítems cerrados y se aplica la modalidad dicotómica; es decir; cada interrogante tiene dos opciones para responder: "si" o "no".

Por otro lado, León y Montero, mencionado por Sampieri y otros (2008), "manifiestan que el método descrito es el que consigue mayor porcentaje de respuestas a las preguntas, su estimación es de 80 a 85%. Incluso puede ser superior a esta cifra con una planeación adecuada" (p. 335), lo que quiere decir, que la manera de hacer las preguntas y el entorno donde se realicen son la clave para lograr un cuestionario con respuestas asertivas.

4.1.- Validez del instrumento

La validez del instrumento la define Arias (2012), como "el procedimiento o forma particular de obtener datos información" (p. 55), es

decir, que tiene que ver con el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir, en otras palabras, es la eficacia con que un instrumento mide los datos, para luego aplicarlo a los sujetos de la población. Hernández y otros (2006), señalan que un instrumento es válido:

Si mide lo que en realidad pretende medir. La validez es una condición de los resultados y no del instrumento en sí. El instrumento no es válido de por sí, sino en función del propósito que persigue con un grupo de eventos o personas determinadas (p. 107).

La validez puede efectuarse a juicio de expertos; es decir, con personas de gran experiencia en investigación o largo tiempo de servicio y conocedores del área inherente al problema estudiado. Por lo que, para lograr la validez de los instrumentos aplicados en el presente estudio, se consultó la opinión de tres (03) profesionales con Maestría, y experiencia en la elaboración de cuestionarios y entrevistas, ya que la validez y la confiabilidad no se asumen, se prueban.

Cuadro 2 Comité de Expertos

N°	Área de Experticia	Título
1	Elaboración y aplicación de cuestionarios	Magister en Ingeniería Industrial
2		Magister en Ingeniería Industrial
3		Magister en Ingeniería de Control y Automatización de Procesos

Fuente: Rossato (2013)

Finalmente, con el análisis realizado por los expertos, se obtuvo la validez de contenido y lógica del instrumento de investigación en forma general, al participar la totalidad de los expertos (100%) en la evaluación del Instrumento de Investigación, lo que permitió tener las certezas para avanzar en la implementación del cuestionario.

4.2.- Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad tiene que ver con la capacidad del instrumento para arrojar datos o mediciones que corresponden a la realidad que se pretende conocer, así como a la consistencia de la medición en diversos momentos. Cuando un instrumento es confiable, tiene menos errores presentes en los puntajes obtenidos para un análisis; la estabilidad se relaciona con el grado en que el instrumento permite los mismos resultados en aplicaciones repetidas.

Hernández y otros (2006) indican que “existen diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan fórmulas que producen coeficientes de confiabilidad. Estos coeficientes pueden oscilar entre 0 y 1” (p. 248), donde el coeficiente de 0 significa nula confiabilidad y 1 representa un máximo de confiabilidad (confiabilidad total), en resumen la confiabilidad está dada por una fórmula.

En el cuadro a continuación se describe el baremo para la interpretación del coeficiente de confiabilidad para ambas variables del estudio, donde se muestra el rango y la magnitud a la cual puede ser asignado:

Cuadro 3 Baremo para la interpretación del coeficiente de confiabilidad

Rango	Magnitud
0,81 a 1	Muy Alta
0,61 a 0,8	Alta
0,41 a 0,6	Moderada
0,21 a 0,4	Baja
0,01 a 0,2	Muy baja

Fuente: Hernández y otros (2006)

Se puede decir que una pregunta es confiable, cuando significa lo mismo para todos los que la van a responder, se puede confiar en una escala cuando origina constantemente las mismas respuestas al aplicarla a sujetos similares. La confiabilidad, implica consistencia y el hecho de estar seguros que las personas conocen la información necesaria para poder responder. Existen varios métodos para determinar la confiabilidad de los datos:

- ✓ Método de estabilidad (Test – Retest): consiste en aplicar el mismo instrumento dos veces al mismo grupo después de cierto tiempo, calculando la confiabilidad de antes de la aplicación definitiva del mismo; el coeficiente de Pearson es altamente positivo por lo que es muy confiable. Una de las debilidades es que el tiempo (corto – largo) entre las mediciones puede confundir el coeficiente de confiabilidad).
- ✓ Método de formas alternativas: se entregan dos o más versiones de un mismo instrumento con similar contenido, instrucciones, dificultad y tipo de preguntas, el cual es administrado al mismo grupo en un periodo relativamente corto. Sus debilidades tienen

que ver con la dificultad para obtener dos pruebas paralelas, implica doble trabajo y es confiable solo si la correlación entre los resultados de ambas aplicaciones es positiva.

- ✓ Método de mitades partidas: necesita una aplicación de la medición, específicamente el conjunto total de ítems se dividen en dos mitades equivalentes y se comparan las puntuaciones de ambas. Si el instrumento es confiable los resultados de las dos mitades deben estar muy correlacionadas

- ✓ Medidas de consistencia interna: son coeficientes que estiman la confiabilidad:
 - Alfa de Cronbach: requiere sólo una aplicación del instrumento de medición, y no requiere dividir en mitades los ítems del instrumento, sus valores producen valores que oscilan entre cero y uno.
 - Kuder – Richardson KR-20: Permite calcular la confiabilidad con una sola aplicación del instrumento, no amerita el diseño de pruebas paralelas, y es aplicable sólo en instrumentos con ítems dicotómico, que puedan ser codificados con 1 – 0 (correcto – incorrecto, bien – mal, si – no, entre otros), y se calcula con la siguiente formula:

$$KR-20 = \frac{\text{Nro. Ítems}}{\text{Nro. Ítems} - 1} \times \frac{VT - \sum VI}{VT}$$

Donde,

KR-20: Es el coeficiente de confiabilidad
VT: Varianza total de la prueba
VI: Varianza Individual de los ítems

Merino y otro (2009) indican que “la fórmula KR – 20 es una técnica muy conocida de confiabilidad por consistencia interna, y es un caso especial para ítems dicotómicos desde la formulación del coeficiente alfa de Cronbach” (p. 274); en la práctica es usual encontrar un rango amplio de dificultad en los ítems de un instrumento, por lo que el coeficiente KR – 20 subestimaré la consistencia interna.

Para la presente investigación, la confiabilidad de los instrumentos de medición se determinará mediante el método estadístico Kuder – Richardson KR-20, aplicado a los resultados obtenidos luego de la aplicación de los mismos, dando como resultado 0.9, lo cual demuestra que su confiabilidad es muy alta, lo que quiere decir, que lograr un resultado confiable y consistente significa que el instrumento de medición puede ser aplicado nuevamente al mismo sujeto y producir iguales resultados. El detalle del cálculo se puede revisar en el anexo 2 de la presente investigación.

5.- Técnica de procesamiento y análisis de datos

Los datos para ser procesados y analizados deben sustentarse en teorías y datos estadísticos; el análisis de los datos representa quizás, la parte de una investigación social, en la que es más visible la diferencia entre el enfoque cuantitativo y el cualitativo. Sabino (2008), señala que:

El análisis de los datos no es tarea que se improvisa, como si recién se comenzará a pensar en él luego de procesar todos los datos. Por el contrario, el análisis surge más del marco teórico trazado que de todos los datos concretos obtenidos y todo investigador que domine su tema y trabaje con rigurosidad deberá tener una idea precisa de cuáles serán los lineamientos principales del análisis que habrá de efectuar antes de comenzar a recolectar datos (p. 103).

La cita anterior quiere decir, que los datos son procesados y analizados basados en teorías, la información estadística constituye una herramienta que permite cuantificar (variables) aspectos de la realidad en un momento dado, sobre algún fenómeno o problema determinado, con el objeto de que se puedan inferir conclusiones y que conlleven a tomar decisiones.

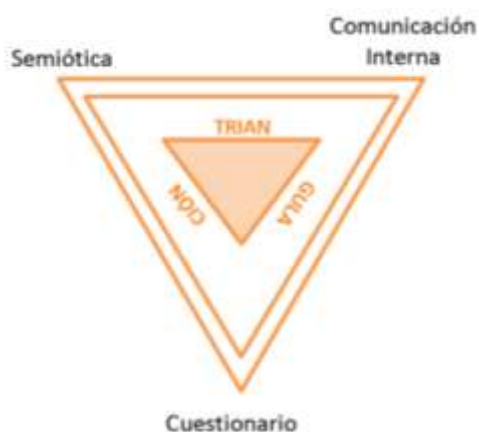
En ésta investigación, se usaron algunos métodos estadísticos, derivados de la estadística descriptiva, con el fin de resumir y comparar las observaciones que se han evidenciado con relación a las variables estudiadas; y al mismo tiempo describir la asociación que pueda haber entre alguna de ellas, desde las perspectivas de las interrogantes planteadas en este estudio.

Al respecto, Palella y otros (2010), señalan que el análisis estadístico “permite hacer suposiciones e interpretaciones sobre la naturaleza y significación de aquellos en atención a los distintos tipos de información que puedan proporcionar” (p. 161), es decir, éste análisis permite demostrar el alcance de los objetivos planteados, a través de la revisión minuciosa de los datos.

Por otra parte, como herramienta de análisis se hizo una triangulación del cuestionario, las teorías planteadas por Eco (2011) de semiótica, como medio de comunicación a través de signos / símbolos, y de la comunicación interna explicada por FEAPS (2012), la cual tiene que ver con las maneras de transmitir un mensaje dentro de una organización; validando que existe sinergia entre las teorías mencionadas, generando una importancia representativa a nivel organizacional, tal como puede detallarse en la figura 10.

En el mismo orden de ideas, Arias (2012) hizo un análisis de los diversos usos de la triangulación de teorías, y la definió como “la evaluación de la utilidad y el poder de probar teorías o hipótesis rivales” (p. 6), analizando conceptos en conjunto, determinando su relación o injerencia, tal como es el caso de la semiótica y la comunicación interna.

Figura 10 Triangulación



Fuente: Rossato (2014)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS DATOS

Una vez recogidos los datos a través del cuestionario aplicado (Anexo 1), se procedió a realizar el análisis de los datos, en el que se determinó la forma y las herramientas de análisis estadístico pertinente, para dar respuesta a las interrogantes de la investigación, y así generar conclusiones y recomendaciones; para afianzar lo explicado, Hurtado (2010), indica que “el propósito del análisis es aplicar un conjunto de estrategias y técnicas que le permiten al investigador obtener el conocimiento que estaba buscando, a partir del adecuado tratamiento de los datos recogidos.” (p. 181).

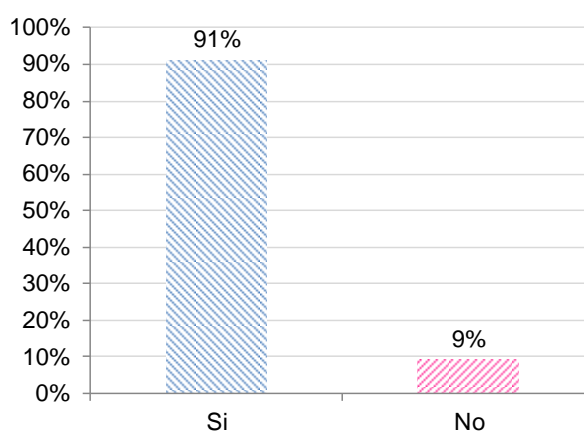
El cuestionario fue diseñado e implementado por la investigadora a los once (11) miembros que integraron la población de estudio; el instrumento fue diseñado en base a los objetivos planteados en la investigación, en los cuales se busca analizar la importancia de la semiótica como herramienta de comunicación interna, en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A.

Los datos recolectados se plasmaron en gráficos de barra, con el objeto de proveer una visión más clara y entendible de los mismos, así como el análisis de cada una de las preguntas del cuestionario. De los 23 ítems que conforman el cuestionario, hay 15 que fueron respondidos en su totalidad en el 100%, lo que se puede decir, que están de acuerdo con el planteamiento de la pregunta, el resto de las preguntas (8) difieren o varían de la respuesta, las cuales se presentan a continuación:

Ítem 1

¿Considera que la gerencia tiene una visión global de lo que sucede en su área?

Gráfico 1 Visión global de la gerencia



Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	91%
No	1	9%
Total	11	100%

Fuente: Rossato (2014)

Del gráfico 1 puede observarse que el 91% de la población considera que la gerencia de Ford Motor de Venezuela S.A tiene una visión global de lo que sucede en el área de trabajo, mientras que el 9% está en desacuerdo. Por lo que se puede decir, que los trabajadores están conformes con la gestión que desempeña la Gerencia de la empresa, de acuerdo a las decisiones que toma que afectan al grupo de trabajo.

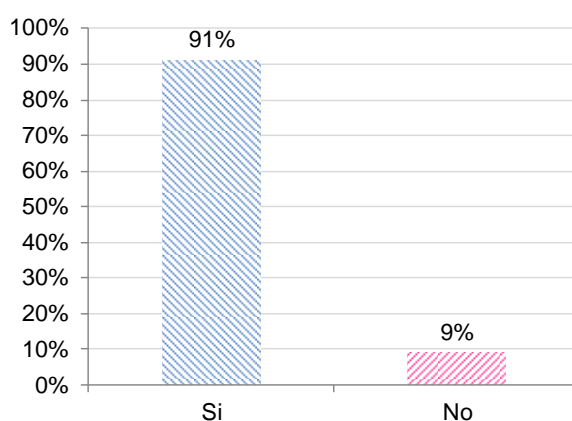
Estos resultados sustentan la teoría del management, donde uno de sus elementos estaba relacionado con el cuadro de mando integral, el cual recoge toda la información de la compañía aclarando la visión y la estrategia organizacional con el fin de evaluar la gestión del proceso. De

igual forma, esto concuerda con el enfoque a la productividad, desde el punto de vista semiótico, ya que al utilizar los signos y símbolos en los procesos para mejorar la gestión de los datos, están los trabajadores optimizando su tiempo de ciclo al realizar las operaciones.

Ítem 2

¿Ud. cree que en su área se manejan todos los tipos de comunicación? (hacia arriba, hacia abajo, entre compañeros, interna, externa, entre otros)

Gráfico 2 Manejo de todos los tipos de comunicación



Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	91%
No	1	9%
Total	11	100%

Fuente: Rossato (2014)

Del gráfico 2 puede observarse que el 91% de la población considera que en su entorno se manejan todos los tipos de comunicación, mientras que el 9% difiere de lo planteado; lo que quiere decir que, en el área se mantiene la comunicación ascendente, descendente, interna, externa, formal e informal con todo el personal del área.

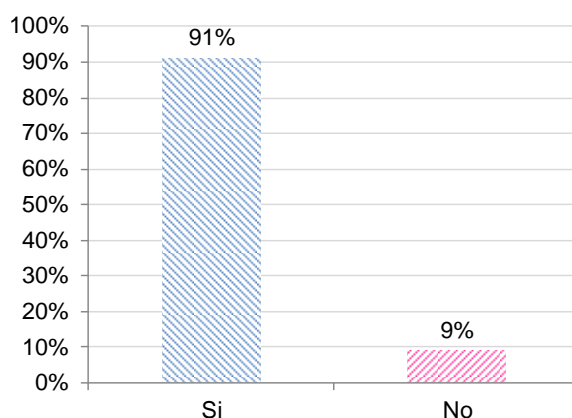
Con los resultados se puede concluir que los trabajadores se sienten conformes con los mecanismos de comunicación que usa la empresa, sabiendo que el uso de signos y símbolos está inmerso dentro de este proceso. El enfoque de calidad a nivel semiótico, explica que siempre hay que buscar oportunidades de mejora para optimizar los procesos, y es por ello que surge éste tipo de comunicación en los trabajadores.

Dentro de las etapas del management, el benchmark es una herramienta que ayuda a la constante búsqueda de mejores prácticas con el fin de optimizar los procesos, y es por ello que la comunicación semiótica, adquirida de forma ambigua, es decir, adoptaron el uso de signos y símbolos comunes, para maximizar el tiempo productivo. En este caso se dice que es benchmark, ya que tomaron patrones de signos y símbolos conocidos para desarrollar su proceso.

Ítem 4

¿Cree ud. que los medios empleados por los supervisores para comunicar información interna son efectivos?

Gráfico 3 Medios empleados por los supervisores para comunicar



Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	91%
No	1	9%
Total	11	100%

Fuente: Rossato (2014)

Del gráfico 3 puede observarse que el 91% de la población considera que los medios empleados por los supervisores para comunicarse internamente son efectivos, mientras que el 9% indica lo contrario. En conclusión, los trabajadores están de acuerdo con la manera que usan los supervisores, para transmitir la información.

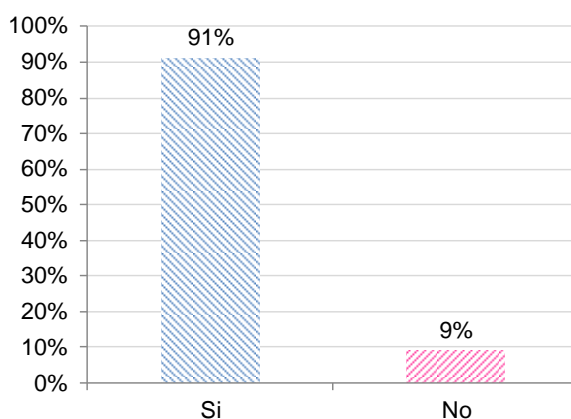
A pesar de que los trabajadores están conformes con el método de comunicarse, innovaron con un nuevo sistema, por lo que hicieron un benchmark de signos y símbolos para comunicarse y poder generar reportes de una manera más eficiente, conllevando a su vez a trabajar más en la calidad de las unidades impulsando mejores resultados en cuanto al acabado final del producto.

Con el manejo de información mediante signos y símbolos se pueden obtener resultados de forma más rápida, por lo que a la hora de desarrollar un proyecto six sigma sería más fácil el desarrollo de la fase de “definición” donde se identifican los posibles hallazgos que generan una problemática.

Ítem 9

¿Están identificados los signos en el lugar de trabajo?

Gráfico 4 Identificación de signos



Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	10	91%
No	1	9%
Total	11	100%

Fuente: Rossato (2014)

Del gráfico 4 puede observarse que el 91% de la población considera que los signos si están identificados en el lugar de trabajo, mientras que el 9% indica lo contrario. La mayor parte de los trabajadores indican que conocen los signos usados en el área sin ningún inconveniente.

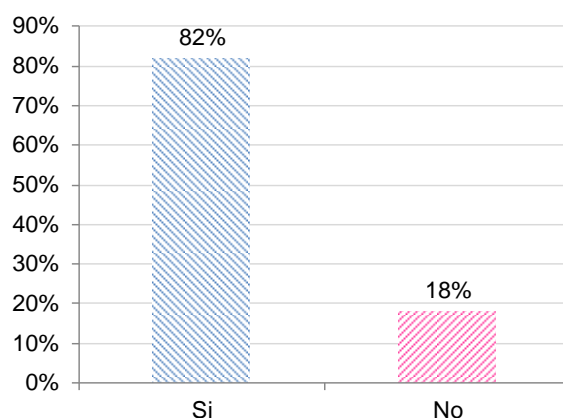
Los signos están identificados en su lugar de trabajo, ya que ellos mismos los desarrollaron, es más desde el enfoque de seguridad industrial y ambiente tienen en el área todas las señalizaciones concernientes al desarrollo de sus funciones, por lo que constantemente están recibiendo y dando información mediante signos y símbolos.

En cuanto al management, es fundamental la gestión de la comunicación que tiene el grupo de trabajo, ya que gracias al Desarrollo de los signos se pueden mantener actualizados de forma constante y correcta el cuadro de mando integral, validando que la gestión del equipo de trabajo está acorde con la visión y estrategia de la empresa.

Ítem 10

¿Tienen definidos los significados de los símbolos empleados en el área de trabajo?

Gráfico 5 Símbolos definidos



Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	82%
No	2	18%
Total	11	100%

Fuente: Rossato (2014)

En el gráfico 5 puede identificarse, que el 82% de la población afirma que los símbolos empleados en el área de trabajo están definidos, mientras que el 18% no está de acuerdo con lo planteado. Por lo cual se evidencia, que es necesario hacer un despliegue detallado de los significados de los símbolos, de manera de que toda la población maneje el concepto adecuado.

Los símbolos están identificados y desplegados en su lugar de trabajo, porque los mismos trabajadores los desarrollaron para identificar tareas propias del proceso, mejorando la productividad del equipo. Es importante connotar, que las personas de la empresa están familiarizadas con comunicación semiótica, ya que todas las áreas poseen avisos

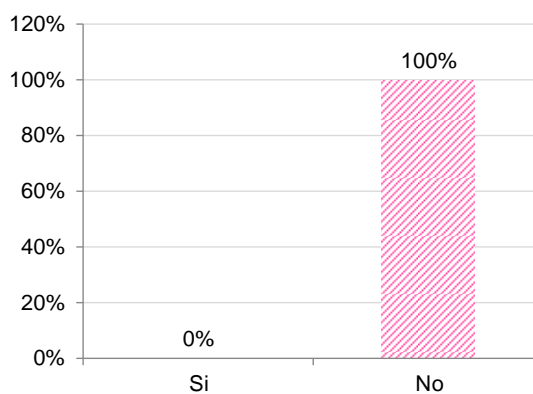
concernientes al desarrollo de sus funciones en materia de seguridad industrial y la gestión ambiental, por lo que continuamente están recibiendo y dando información mediante signos y símbolos.

Según la teoría del management, es muy importante la gestión de la comunicación interna del grupo de trabajo, ya que gracias al Desarrollo de los signos / símbolos pueden mantener actualizado de forma constante y correcta su cuadro de mando integral, validando que la gestión del equipo de trabajo está acorde con la visión y estrategia de la empresa, pudiendo con esto detectar posibles anomalías en las que puedan desarrollar planes de acción para optimizar los procesos.

Ítem 12

¿Existe algún manual de significados de signos/símbolos en su lugar de trabajo?

Gráfico 6 Manual de significados de signos/símbolos



Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0%
No	11	100%
Total	11	100%

Fuente: Rossato (2014)

Del gráfico 6, se puede inferir que ningún trabajador está de acuerdo con la pregunta planteada, ya que indican que no existe un manual, donde estén especificados los significados de los signos/símbolos empleados en el área de trabajo. Lo que demuestra que es de suma importancia el desarrollo de un manual de significados de los símbolos y signos empleados en el área de trabajo, esto también servirá de apoyo para futuros trabajadores que deseen entrenarse en el área.

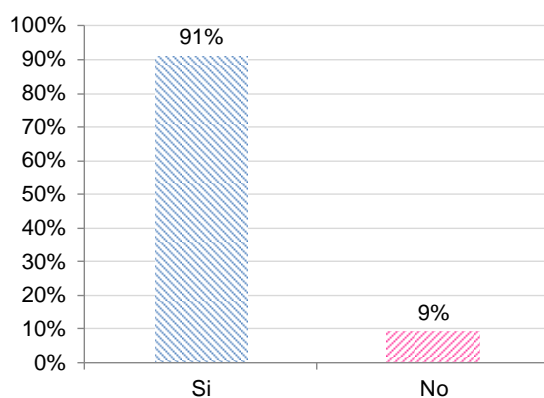
Dentro de la teoría del management, es importante la documentación de todas las mejoras que se realicen en especial si son de ésta índole, ya que los signos y símbolos son enriquecedores para la gestión de la comunicación siempre y cuando todos conozcan su significado correcto y los usen apropiadamente. Sin esta documentación, puede perderse en el tiempo su secuencia, por lo que puede afectar a la calidad del área, la gestión de indicadores mediante el cuadro de mando integral, y proyectos six sigma.

Ésta idea, puede documentarse y así desplegarla por el resto de los equipos de trabajo, sirviendo de benchmark (mejores prácticas) para optimizar el rendimiento de su gestión, así como la cooperación con la determinación de estándares. Según un enfoque de calidad, serviría como parte de las acciones para mejorar los procesos, según lo pide la norma ISO 9000 / 14000, por lo que estarían un paso más adelante del resto de las áreas. Sería también interesante validar el uso de la comunicación semiótica de seguridad industrial y ambiental e integrarla al plan de comunicación interna, de manera de que los signos y símbolos sean conocidos por todos los trabajadores.

Ítem 13

¿Están estandarizados los significados por signo/símbolo empleados en su lugar de trabajo?

Gráfico 7 Estandarización de significados de signo/símbolo



Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	91%
No	1	9%
Total	11	100%

Fuente: Rossato (2014)

Del gráfico 7 puede observarse que el 91% de la población considera que los signos/símbolos están estandarizados en el lugar de trabajo, mientras que el 9% indica lo contrario. La mayor parte de los trabajadores indican que conocen los signos usados en el área, pero es necesario documentar este método de comunicación interno y si es posible usarlo de benchmark y desplegarlo al resto de las áreas, ya que los resultados de tiempo y calidad (productividad) tienen una tendencia continua a la mejora.

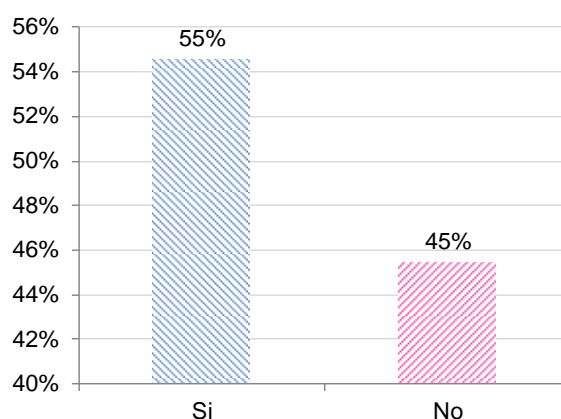
Es importante realzar que los signos / símbolos de seguridad y ambiente están estandarizados, y además validados por el sistema de gestión ISO 9000 / 14000, por lo que sería conveniente incluir ésta

comunicación semiótica desarrollada por los trabajadores dentro de los procedimientos internos, y mostrarlos como “plan de productividad”, ya que minimizan tiempo de ciclo y maximizan la calidad en el desarrollo de sus tareas.

Ítem 15

¿Los signos/símbolos usados en el grupo de trabajo, son conocidos por toda la planta?

Gráfico 8 Signos/Símbolos son conocidos por toda la planta



Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	6	91%
No	5	9%
Total	11	100%

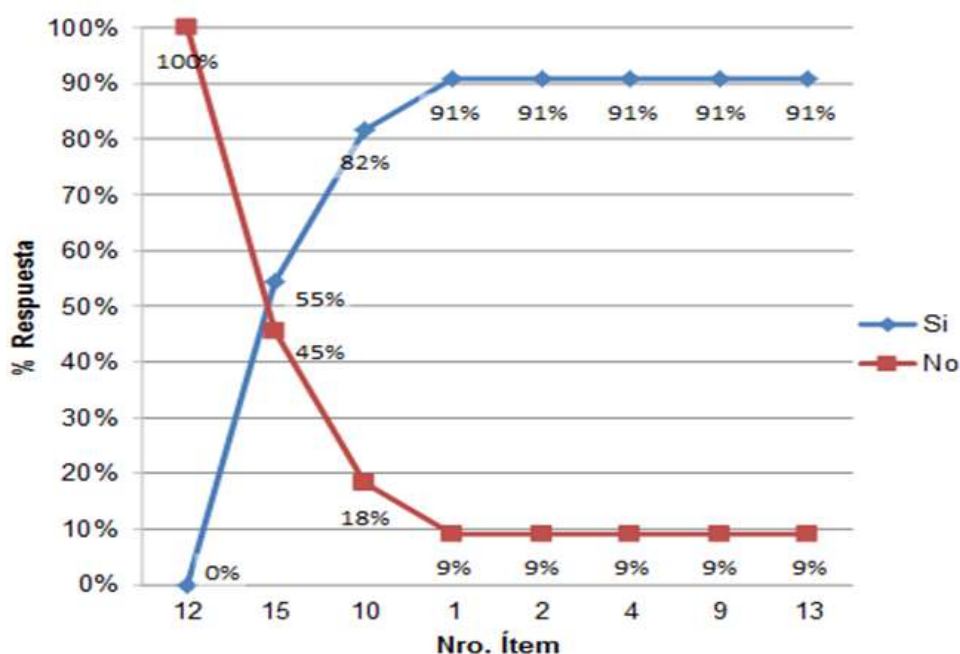
Fuente: Rossato (2014)

Del gráfico 8 puede observarse que la mayoría de la población, en este caso el 55%, considera que los signos/símbolos son conocidos por toda la planta, mientras que el 45% indican lo contrario. Más allá de mostrar el desarrollo de la comunicación semiótica del grupo de trabajo por cuestiones de productividad, es recomendable hacer el despliegue por razones de seguridad industrial, ya que cualquier persona ajena al área

(Gerente) puede ir a buscar algún reporte y si no hay un responsable de área, puede que no entienda o no consiga la información que necesite.

Por lo general los ingenieros de manufactura y procesos están constantemente desarrollando proyectos six sigma, con el fin de eliminar o minimizar los 8 desperdicios, buscando la optimización de los procesos de manufactura y calidad. La base para el desarrollo de proyectos es el cuadro integral de mando, por lo que es imprescindible que siempre este actualizado con los indicadores de cada área, especialmente los de calidad y ausentismo, con los que se hace relación a la productividad de las operaciones.

Gráfico 9 Ítems del cuestionario a evaluar



Fuente: Rossato (2014)

Para concluir, el gráfico 9 muestra los ítems del cuestionarios en los que el personal no estuvo de acuerdo en su totalidad, es decir, 8 de

los 23 ítems fueron contestados diferente al 100% del sí, siendo el ítem 12 con mayor influencia, ya que el uso de signos/símbolos si influye de forma positiva la comunicación interna, pero hay una oportunidad de mejora enfocada en la elaboración de un manual de significados. El ítem 15, indica que un 45% de la población manifiesta que los signos/símbolos no son conocidos por toda la planta, lo que puede limitar el flujo efectivo de comunicación.

El 18% de la población indica que no están definidos todos los signos/símbolos empleados en su área de trabajo, según el ítem 10 del cuestionario; mientras que los ítems 1, 2, 4, 9 y 13 fueron contestados en un 91% a favor de las preguntas planteadas, lo que indica una buena tendencia, es importante evaluar el 9% que detecto oportunidades de mejora, en cuanto a la visión de la gerencia a los grupos de trabajo, el manejo de todos los tipos de comunicación, los medios empleados por los supervisores para comunicarse, la significación de los signos/símbolos y la estandarización de los mismos.

Tomando en consideración las teorías del management, son congruentes con éste estudio las siguientes:

- Control total de Calidad. Ya que constantemente los supervisores del área conjuntamente con sus equipos de trabajo buscan optimizar los procesos, para que los resultados de calidad sean los mejores. Uno de los indicadores que se evalúa es el FTT (Bien a la primera vez = First-Time-Through Capability), y se hace de forma horaria, por lo que las acciones se toman de forma inmediata, y es por ello, que es importante tener los datos disponibles en cualquier momento.

- Six Sigma. Para el desarrollo de planes de mejora de calidad y/u otras áreas (Seguridad industrial, ambiente, moral, entrega, etc), se gestiona por la metodología de mejora de procesos, centrada en la reducción de la variabilidad de los mismos, consiguiendo reducir o eliminar los defectos o fallos en la entrega de las unidades.
- Benchmark. En la planta de ensamblaje de Ford Motor de Venezuela hay un Sistema de gestión denominado FPS (Ford Production System), dentro del cual está inmerso el plan de Benchmarking, con el buscar las mejores prácticas y su aplicarlas a los procesos, es más hay un objetivo por grupo anual. Sería interesante incluir la comunicación semiótica como una herramienta de gestión, de manera que otros grupos de trabajo e incluso otras plantas Ford puedan usarlo.
- Cuadro de Mando Integral. Actualmente cada grupo maneja su score card en el que tiene una serie de indicadores, los cuales tienen establecidos un objetivo por elemento (Seguridad, Calidad, Entrega, Costos, Moral, Ambiente y Mantenimiento). Para el logro de esas metas, cada equipo de trabajo debe plantearse una serie de estrategias por elemento, con el objeto de optimizar los procesos y estar siempre con un pie delante de los cambios.

Todas estas herramientas del management tienen como objetivo principal, optimizar los procesos mediante el manejo de indicadores, ya que teniendo los datos se pueden tomar decisiones de una manera más oportuna y eficiente, tal como se muestra en la figura 11:

Figura 11 Herramientas del Management aplicadas a éste estudio



Fuente: Rossato (2015)

En cuanto a los enfoques desde el punto de vista semiótico, se puede concluir que la comunicación mediante signos y símbolos resulta muy interesante, particularmente en las áreas en las que aún no se utilizan y que pueden emplearse sin requerir cambios de mayor envergadura. Desde un enfoque basado en la productividad, la semiótica podría dar un vuelco a la gestión de datos, ya que ahorraría tiempo y headcount, especialmente en procesos muy manuales que requieren de auditoría.

Para este caso, la productividad se encuentra relacionada con el uso de signos / símbolos en sustitución de la recolección de datos de forma manual, es decir, cada vez que pasa una unidad por la estación de trabajo se debe registrar el tipo, modelo, color, etc., que se traduce en un tiempo que no agrega valor a la unidad, mientras que si con un solo símbolo se representa todo el contenido, el tiempo de ciclo sería menor, así como también beneficiaría a los supervisores teniendo la información

de manera directa, sin esperar a que termine la hora de producción para que carguen los datos al sistema.

Desde el enfoque a la calidad, Ford Motor de Venezuela se preocupa porque las unidades sean las mejores, dentro de los estándares de calidad establecidos por la corporación bajo la norma ISO 9000. Uno de los indicadores cruciales para el proceso es el FTT, ya que las unidades deben salir bien a la primera vez, porque si hay algunos defectos en la superficie, la unidad debe reprocesarse (por 2da o 3era vez, dependiendo del caso), lo cual acarrea retrabajos y tiempos que no agregan valor a la unidad.

Desde un enfoque ligado a la Seguridad Industrial, las normas COVENIN conjuntamente con la legislación Venezolana exige que las empresas, tengan desplegadas en las áreas donde se desarrollan las operaciones todos los símbolos y signos alusivos a la prevención de riesgos de seguridad y salud laboral, por lo que desde los inicios, los trabajadores ya están familiarizados con este tipo de comunicación no verbal, lo importante y realzante sería incluir en un manual, todos los tipos de signos y símbolos usados, explicando muy detalladamente el propósito.

Las normas COVENIN también hacen énfasis en que todos los productos químicos (y otros) estén correctamente identificados dentro de las instalaciones, ya que por cuestiones de manejo y uso, los trabajadores deben conocer los productos que utilizan para desarrollar sus tareas, y es por ello que el uso de signos y símbolos es vital.

Actualmente todos los productos, contienen símbolos que muestran si el material es tóxico, inflamable, corrosivo, etc., por lo que es recomendable incluir dentro del manual todos los signos usados en material ambiental también. Las normas ISO 14000 relacionadas a la gestión del medio ambiente enfatizan que todos los procesos continuamente tienen oportunidades de mejora, por lo que anualmente auditan a las empresas en busca de validar las innovaciones que realice, siendo este punto un extra para afianzar el cumplimiento de las políticas. Todo lo explicado de los enfoques, se muestra en el figura 12:

Figura 12 Enfoques semióticos



Fuente: Rossato (2014)

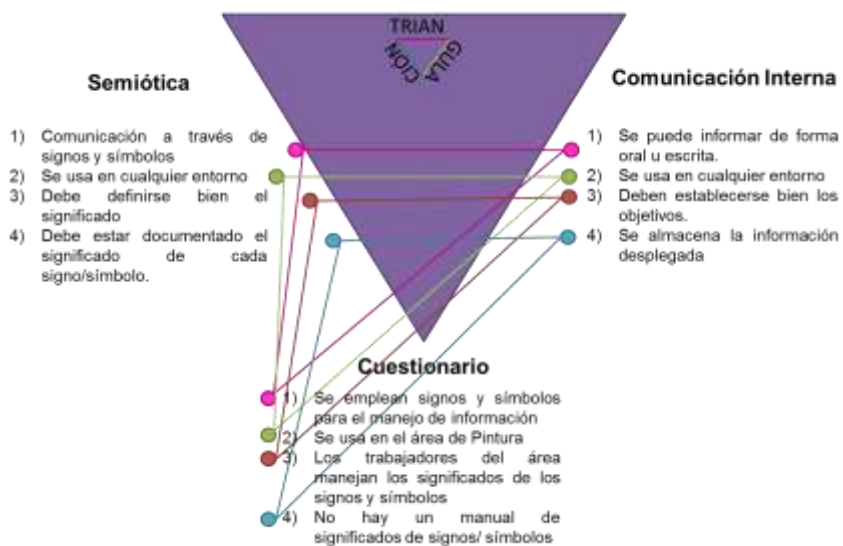
En el mismo orden de ideas, se triangularon las teorías de comunicación interna y semiótica para demostrar la importancia que tienen ambas, con respecto al caso planteado en Ford Motor de Venezuela. Parfraseando lo indicado por FEAPS (2012), la comunicación interna tiene que ver con un conjunto de pautas que determinan la relación entre todas las personas y grupos que componen las organizaciones. (p. 19), mientras que Niño (2013) define la semiótica

como una “ciencia humana que estudia el origen, formación y razón de ser de los signos y códigos, los símbolos y la comunicación en general en el contexto social y cultural” (p.300).

Con dichos conceptos, y análisis de las teorías planteadas en el Capítulo II, se encuentran algunas semejanzas que tienen ambas teorías, una de ellas, es la relación que tienen con el uso en las organizaciones y que sirven para mantener un agradable ambiente de trabajo, ya que la comunicación interna ayuda a garantizar que los trabajadores estén al tanto de todo lo que sucede en la empresa, mientras que el uso de comunicación a través de signos/símbolos minimiza los tiempos de ciclo, lo que también hace que los empleados se sientan a gusto con las tareas que desempeñan.

La comunicación interna se puede manejar de forma oral y visual, pero en el caso de Ford Motor de Venezuela, la mayor parte de la información es circulada a través de trípticos con información escrita, por lo que se puede emplear el uso de la semiótica para desplegar la información. El manejo de información debe tener un propósito claro, así como también deben estar bien definidos los signos y símbolos empleados en un flujo de información; ésta explicación está detallada en la triangulación realizada en la figura 13.

Figura 13 Triangulación



Fuente: Rossato (2014)

Uno de los resultados relevantes de la investigación, es que actualmente se carece de un manual de significados de los signos y símbolos empleados, a pesar de que la mayor parte de la población del área de pintura manifiesta conocerlos. Toda la información manejada en las áreas y en la organización como tal, es archivada, ya que según la legislación venezolana se debe tener evidencia de que los trabajadores están informados y que además han sido entrenados en la tarea que desempeña.

Un manual facilitaría la modificación, creación y manejo de información de símbolos / signos empleados en los informes de gestión de la organización; ya que continuamente surgen ideas para cambiar o añadir información, y no se generan históricos, lo que puede acarrear como consecuencia que en unos años un supervisor o trabajador nuevo, no conozca la información manejada en ese momento y se pierda la secuencia.

CAPÍTULO V

MAS ALLÁ DEL ANÁLISIS

El uso de la semiótica ha ido evolucionando en el pasar del tiempo, por lo que cada vez hay más personas que consciente o inconscientemente, se comunican a través de signos//símbolos optimizando los procesos generales de la vida, desde un aviso publicitario en la calle hasta un formato de recolección de datos en una gran empresa automotriz. Luego de analizar la importancia que tiene la semiótica en las empresas del siglo XXI, se puede confirmar que sí juega un papel importante el uso de signos/símbolos en el quehacer diario, y más aún como parte del proceso de comunicación interna.

El programa de Maestría de Gerencia en la Comunicación organizacional, ha fortalecido a la investigadora en hacer un análisis más allá de lo planteado en el Capítulo IV, que va enfocado en esa milla extra que hace ver la diferencia entre el análisis de datos y la identificación de oportunidades de mejora, que harán que la organización pueda desempeñarse de forma esbelta en sus procesos, tomando como base que la mayor parte de las empresas automotrices trabajan con la filosofía Six Sigma.

Con todo lo descrito, se evidencia que cada uno de los objetivos planteados fueron cumplidos a cabalidad, demostrándose la importancia que tiene la semiótica como herramienta de comunicación interna en el área de pintura de Ford Motor de Venezuela; éste Capítulo, está relacionado con un enfoque que va más allá de lo tradicional, y que

explica la visión de la autora en base al estudio realizado, dividido en varias secciones:

1.- Una visión más allá de la semiótica

La semiótica tiene su comienzo en el momento en el que el hombre se interroga acerca del sentido del mundo, y de cómo interpretar la realidad y comunicarla mediante algún medio, destacando que la semiología, como también se le denomina, estudia los signos en relación con la sociedad donde se produce, con la cultura, con el pensamiento del cual son mediadores. Saussure nombrado por Eco (2011) indica que “la semiótica estudia los signos en el marco de la vida” (p.19), por lo que se puede concluir que la semiótica es simplemente la comunicación mediante signos con un fin específico.

Para la investigadora, la comunicación semiótica tiene que ver con el crecimiento social del entorno, en el cual se intercambia información a través de signos/símbolos en cualquier idioma, raza o creencia. En Ford Motor de Venezuela S.A. se diseñó un formato de recolección de información en el 2012 aproximadamente, planteado por los trabajadores con la ayuda de signos/símbolos, para minimizar los tiempos de recolección, análisis y envío de información a los supervisores de forma horaria.

Desde el momento de la implementación del formato, se han insertado poco a poco, más signos/símbolos, inicialmente solo se llevaba con signos el control de unidades, luego se insertó el color de las unidades y por último el control de paradas; por el momento el formato usado es el indicado en el Anexo 3 del presente estudio. Cada vez que se

pregunta en el área por la comunicación semiótica, es increíble observar la admiración del grupo con la herramienta innovadora, la cual ha evidenciado una gran cantidad de ventajas organizacionales.

Con todo lo explicado, se ha observado que cada vez más, se validan acciones que benefician y hacen más fácil el quehacer diario, ya que no solo ayuda en el hogar, en la comunidad, sino que también la industria ha impulsado su uso, poco a poco va evolucionando y desarrollando más ideas y teorías que la sustentan.

2.- Oportunidades de mejora

Luego de la aplicación del cuestionario, se detectaron oportunidades de mejora orientadas a la elaboración de un manual de significados de signos/símbolos empleados (ítem 9, 10, 12 y 13), despliegue de signos/símbolos usados en el área de Pintura (ítem 15) y un plan de comunicación efectivo entre supervisores y supervisados (ítem 1, 2 y 4), con los cuales se desea optimizar la comunicación interna en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A.

Éstas, son solo propuestas que hace la investigadora, para el desarrollo de acciones, en función de promover una gestión orientada a la mejora continua del área de Pintura, la cual fue evaluada en cuánto a comunicación interna y semiótica, recalando que las propuestas planteadas son sólo recomendaciones y que no son parte del tema de estudio del trabajo de grado, simplemente es un aporte adicional.

3.1.- Manual de Significados

Como parte de las oportunidades, se propone la ejecución de un manual de significados, orientado al despliegue oportuno y claro de todos los signos/símbolos empleados, ya que pueden existir dentro de planta, otras áreas que manejen información parecida, pero que no conozcan éste sistema de información a través de la semiología.

El manual sería un protocolo comunicacional de la organización, siendo el mismo un aporte extra como avance para las nuevas Leyes enfocadas a las personas con discapacidad, lo que permitiría aumentar la versatilidad de las áreas y ampliar el abanico de opciones a la hora de realizar ingresos de personal. En el Anexo 5 se adjunta una posible propuesta para el desarrollo del mismo con el personal del área, el desarrollo completo del manual puede ser objeto a otro trabajo de investigación, así como éste estudio puede servir de antecedente a futuras investigaciones pertinentes con los objetivos planteados.

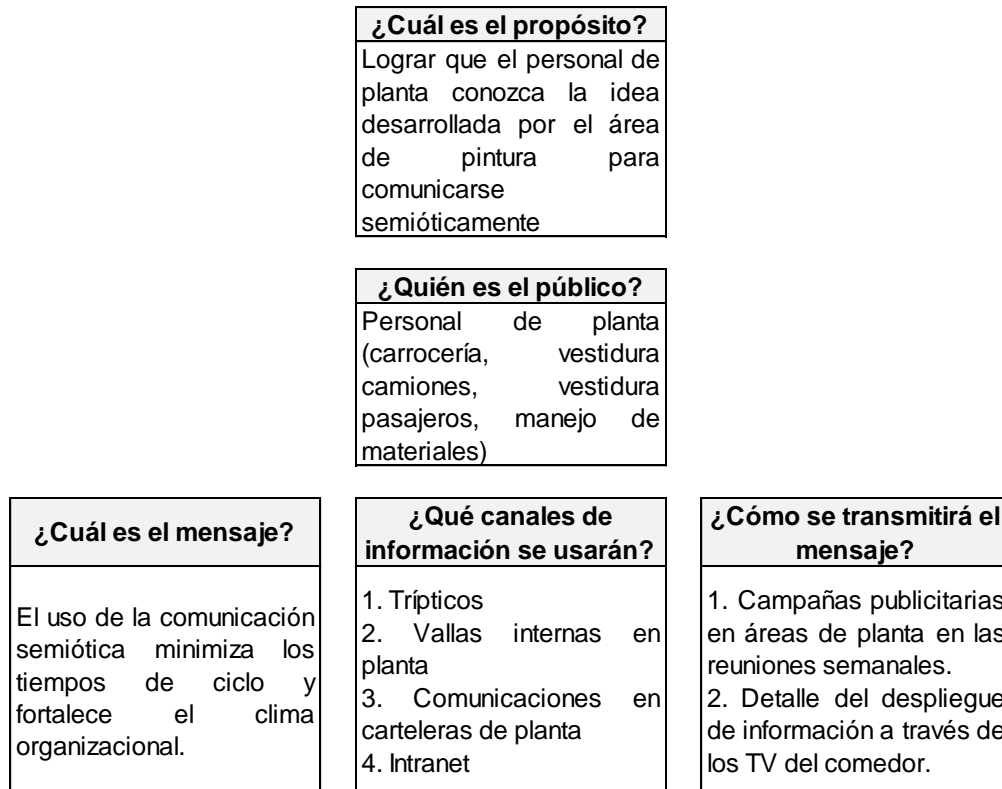
3.2.- Plan de comunicación efectiva entre supervisores y supervisados

Cuando existe una comunicación que logra el propósito de inmediato, mediante buenas destrezas y formas de expresarse, se dice que es una comunicación efectiva, algunos autores, como Rodríguez (2005), la definen como “la forma de comunicar un mensaje y que el mismo sea entendido perfectamente por el receptor” (p.75), lo cual significa que el único mensaje que cuenta es el que se entiende, no el que realmente se pretendía hacer entender.

Para lograr una comunicación efectiva, se deben concertar mecanismos que avalen que el mensaje que se desea transmitir llegue correctamente al receptor, y que a través de la retroalimentación se pueda aseverar el éxito de mensaje transmitido, de igual manera se debe conocer el proceso de la comunicación de una manera integral, para que la transmisión del mensaje, involucre elementos de integración e interacción que ayuden a la construcción de una visión compartida, orientada a los esfuerzos de los objetivos organizacionales y personales.

Inicialmente deben establecerse los objetivos de la organización, para poder fijar las mejores estrategias de comunicación entre los diferentes niveles jerárquicos de la empresa, ya que sólo a través de la comunicación efectiva es posible crear una visión compartida que enlace los intereses personales y organizacionales de las personas. Entonces, la comunicación se convierte en un elemento fundamental de la planeación estratégica para lograr la integración y la interacción del capital humano.

Diagrama 1 Propuesta de Plan de comunicación efectiva



Fuente: Rossato (2014)

Con todo lo expuesto y planteado por la investigadora, se busca dar respuestas claras a los objetivos planteados, así como también realzar el “valor agregado” que ha generado el presente estudio, conociendo éste concepto como todo aquello que da un extra a la empresa, o por lo cual un cliente está dispuesto a pagar.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.- Conclusiones

- La semiótica en las organizaciones es una herramienta de comunicación interna muy importante, lo cual se comprobó a través de la aplicación de un cuestionario en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A.
- Con la aplicación del instrumento se constató que el uso de signos/símbolos, minimiza el tiempo de recolección y análisis de datos, lo que garantiza que horariamente se reportan toda la información requerida por la gerencia.
- El uso de signos/símbolos ayuda al cumplimiento de la Ley, para la inclusión de personas discapacitadas a puestos de trabajo.
- Se logró identificar, que la principal oportunidad de mejora se evidencia a nivel de documentación, es decir, no hay un manual de significados o una fábrica visual que indique la respuesta exacta de cada signo o símbolo en el área de trabajo.
- El personal del área diseñó e implementó el formato de control de unidades, y hace que el mismo se mantenga y vaya evolucionando en el tiempo, acción que enaltece el grupo de trabajo, fortaleciendo el compromiso con el área y a su vez con la organización.

2.- Recomendaciones

- Continuar el análisis e investigación de los diversos signos, símbolos, acrónimos y comunicación a través de señas realizadas en las diferentes áreas de pintura, y de la planta en general.
- Desplegar a los supervisores la importancia que tiene la semiótica en las organizaciones, especialmente en áreas donde se requiere tener la información veraz y oportuna.
- Estandarizar a través de un manual de significados los signos/símbolos empleados en las áreas, así como desplegar la existencia del mismo, para que la planta los conozca, de forma que si surge una oportunidad laboral en el área, pueda tomarse de referencia a las personas que ya manejen los significados.
- Ayudarse con fábrica visual para el proceso de aprendizaje al personal nuevo ingreso, garantizando un entrenamiento oportuno y eficaz del significado de cada signo/símbolo.
- Verificar el flujo de comunicación actual, especialmente la comunicación interna del área de Pintura, ya que algunos trabajadores manifestaron a través del cuestionario que no estaban claros los tipos de comunicación que existen en el área, así como también cuestionaron la visión global que tiene la gerencia del área.
- Analizar la semiótica aplicada en las cabinas de pintura, ya que no sólo existen signos y símbolos, sino también prevalece la comunicación a través de señas.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Impresas

1. Álvarez, W. (2008) *La Naturaleza de la Investigación*. Venezuela: BIOSFERA
2. Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica*. Venezuela: Sexta Edición, Episteme.
3. Andrade, H (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, Disciplina y Técnica*. España: 1º Edición, Editorial Netbiblo
4. Balestrini, M. (2003). *¿Cómo se Elabora el Proyecto de Investigación?*. Venezuela: Consultores Asociados
5. Bavaresco, A. (2008). *Las técnicas de la investigación*. Venezuela: Octava Edición, Imprenta Internacional C.A.
6. Bernal, C (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Colombia: 3era Edición, Pearson Educación.
7. Brandolini y otros (2008). *Comunicación Interna*. Argentina: Editorial Crujia.
8. Brigas, A (2010). *Psicología. Una ciencia con sentido humano*. México: 1era Edición, Editorial ESFINGE.
9. Concha, M. (2006). *Comunicación*. Venezuela: Vadell Hermanos
10. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)
11. Eco, U. (2011). *La estructura ausente. Introducción a la Semiótica*. España: 3era edición, Lumen
12. Galindo, L. (2008). *Comunicación, ciencia e historia*. España: Mc Graw Hill.
13. Guiraud, P. (1997). *La semiología*. México: Siglo Veintiuno Editores.

14. Hernández y otros (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw – Hill Interamericana.
15. Hurtado, J. (2010). *El proyecto de investigación. Comprensión holística de la metodología y la investigación*. Venezuela: Primera reimpresión, Quirón.
16. Ibáñez, B. (2006). *Manual para la elaboración de tesis*. México: 2da edición, Trillas.
17. *Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos*. Gaceta Oficial Nro. 39.610 del 07 de febrero de 2011.
18. *Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo* (2005)
19. Lugos, R (2008). *Comunicación Afectiva*. Colombia: ECOE Ediciones.
20. Magariños, J. (2008). *La Semiótica de los bordes. Apuntes de metodología semiótica*. España: Comunicarte.
21. Méndez, C. (2003). *Metodología, diseño y desarrollo del Proceso de Investigación*. Colombia: McGraw – Hill.
22. Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la Investigación*. México: 2da Edición, Limusa.
23. Niño, V. (2013). *Semiótica y Lingüística*. Colombia: Quinta Edición, ECOE.
24. Palella y otros (2010). *Metodología de la Investigación cuantitativa*. Venezuela: Fedupel
25. Pérez, Ch. (2009). *Las estrategias de comunicación interna en las Universidades*. Tesis de Maestría, Universidad del Zulia, Venezuela.
26. Planas, L. (2011). *Comunicación interna y opinión ética de los empleados de soluciones de futuro, Caracas, 2010*. Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello.

27. Rodríguez, D. (2005). *Diagnóstico Organizacional*. México: 6ª edición, AlfaOmega Grupo Editor.
28. Sabino, C. (2008). *El Proceso de la Investigación*. Venezuela: Panapo.
29. Sampieri y otros (2008). *Metodología de la Investigación*. México: 5ª edición, Mc Graw Hill.
30. Schroeder, R (2011). *Administración de Operaciones: Conceptos y Casos Contemporáneos*. México: Mc Graw Hill.
31. Tamayo y Tamayo, M. (2008). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa.

Electrónicas

32. Andacht, F. (2013). *Lo real, lo auténtico y lo imaginario*. (Artículo de Revista de la Universidad de Chile, en línea), disponible en: <http://www.uchile.cl/noticias/91733/fernando-andacht-habla-sobre-lo-real-lo-autentico-y-lo-imaginario> (Consultada: 2013, Noviembre 15)
33. Álvarez-Nobell, A (2011). *Aportes de la gestión estratégica de comunicación interna a los objetivos de la organización*. (Documento en línea), disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/pacla/v14n1/v14n1a02.pdf> (Consultada: 2015, Abril 01)
34. Arias, M. (2012). *La triangulación metodológica: sus principios, alcances y limitaciones*. (Revista electrónica de la Universidad Veracruzana), disponible en: <http://www.uv.mx/mie/files/2012/10/Triangulacionmetodologica.pdf> (Consultada: 2014, Marzo 05)

35. Benítez, S. (2011). *Un análisis semiótico del concepto de competencia laboral: el caso del Sena*. (Tesis de Magister de la Universidad Nacional de Colombia en línea), disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/4383/1/SayraLilianaBen%C3%ADtezArenas.2011.pdf> (Consultada: 2013, Noviembre 29)
36. COVENIN 187:92. *Colores, Símbolos y dimensiones para señales de seguridad*. Disponible en <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/187-92.pdf> (Consultada: 2013, Octubre 19)
37. COVENIN 2260:80. *Programa de higiene y seguridad industrial. Aspectos Generales*. Disponible en <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/2260-88.pdf> (Consultada: 2013, Octubre 19)
38. COVENIN 3060:2002. *Materiales peligrosos. Clasificación, símbolos y dimensiones de señales de identificación*. Disponible en: http://www.intt.gob.ve/repositorio/biblioteca/normas_tecnicas_COVENIN/materiales_peligrosos/3060%20-2002%20MatPel%20Clasificaci%C3%B3n%20simbolos%20y%20dimensiones%20de%20identificacion.pdf (Consultada: 2013, Octubre 19)
39. FEAPS (2012) *Guía de buenas prácticas de comunicación interna. Cuadernos de buenas prácticas FEAPS*. (Revista en línea), disponible en: www.feaps.org/biblioteca/libros/documentos/comunicacion_interna.pdf (Consulta: 2013, Diciembre 05)
40. González, C. (2012). *Aplicaciones de la semiótica peirceana al estudio de la comunicación interna organizacional. El caso de las relaciones entre los procesos de comunicación formal e informal en*

- el Museo de La Plata*. (Documento en línea), disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/26464> (Consulta: 2013, Octubre 29)
41. Herranz, J (2009). *La comunicación interna en la universidad. Investigar para conocer a nuestros públicos*. (Revista Latina de Comunicación Social 64 – 2009, de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, en línea), disponible en: http://www.revistalatinacs.org/09/art/23_822_30_Valladolid/Herranz_et_al.html (Consulta: 2013, Octubre 15)
42. ISO 9001 – 2008. *Sistemas de Gestión de la calidad – Requisitos*. Disponible en: <http://farmacia.unmsm.edu.pe/noticias/2012/documentos/ISO-9001.pdf> (Consulta: 2013, Octubre 05)
43. ISO 14001 – 2004. *Sistema de Gestión Ambiental – Requisitos con orientación para su uso*. Disponible en: http://evlt.uma.es/documentos/medioambiental/legislacion/ISO_14001_2004.pdf (Consulta: 2013, Octubre 05)
44. ISO 14004 – 2004. *Sistema de Gestión Ambiental – Directrices generales sobre principios, sistemas y técnicas de apoyo*. Disponible en: http://evlt.uma.es/documentos/medioambiental/legislacion/ISO_14004_2004.pdf (Consulta: 2013, Octubre 05)
45. Llanos y otros (2011). *El papel de la semiótica en las organizaciones: una aproximación a la semiótica organizacional*. (Revista de la Universidad EAN de Colombia en línea), disponible en: <http://bdonline.ean.edu.co/index.php/revistai/article/view/652/652> (Consulta: 2014, Febrero 01)

46. Merino, C y otro (2009). *Modificación Horst al Coeficiente KR – 20 por Dispersión de la Dificultad de los Ítems*. (Artículo en línea de la Revista Interamericana de Psicología, de la Universidad Privada San Juan Bautista, Lima, Peru), disponible en: http://www.academia.edu/1007432/Modificacion_Horst_al_Coeficiente_KR_-_20_por_dispersion_de_la_dificultad_de_los_Items. (Consultada: 2013, Diciembre 15)
47. Oropeza y otros (2008). *Organizaciones complejas, semiótica y cultura*. (Revista de la Universidad Autónoma del Estado de México en línea), disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10504702> (Consulta: 2013, Noviembre 18)
48. Otálvaro, A. (2012). *Semiótica y crítica de la comunicación urbana: el escenario dominical de la carrera Séptima en Bogotá*. (Tesis de Magister de la Universidad Nacional de Colombia), disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/8774/3/angelapatriciatoalvarootalora.2012.Parte1.pdf> (Consulta: 2013, Diciembre 02)
49. Rojas, P. (2008). *Diagnóstico del estado situacional de la comunicación interna en Amanco-Costa Rica*. (Revista académica de la Universidad de Costa Rica, Volumen 27, número 1), disponible en: <http://www.revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7133> (Consultada: 2013, Diciembre 03)
50. Steinberg, L. (2008). *Semiótica de las Organizaciones*. (Documento en línea), disponible en: <http://www.unav.es/gep/III/PeirceArgentinaSteinberg.html> (Consulta: 2013, Junio 02).

51. Universidad del Zulia (2012). *La semiótica venezolana es referente en el mundo*. (Documento en línea), disponible en: http://www.agenciadenoticias.luz.edu.ve/index.php?option=com_content&task=view&id=3529&Itemid=159 (Consulta: 2013, Junio 03)
52. Vidales, C. (2009) *La relación entre la semiótica y los estudios de la comunicación: un diálogo por construir*. Universidad de Guadalajara. México (Documento en línea), disponible en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/comso/n11/n11a3.pdf> (Consulta: 2014, Abril 31)

Anexo 1 Cuestionario

CUESTIONARIO

Antes de iniciar el cuestionario es importante aclarar el significado de algunos conceptos, como por ejemplo: 1) visión global de la gerencia, lo cual se refiere a que la gerencia conozca todos los aspectos/impactos buenos o no del área, no debe estar limitada a sus actividades y metas en particular sino a un entorno GLOBAL. 2) Participación activa, se refiere a que no sólo hay que aportar ideas sino que hay que desarrollarlas, es un poco más allá de aportar información, tiene ue ver con involucrar a otros y hacer que se desarrolle la idea.

Lea cuidadosamente cada una de las preguntas, y por favor marque con una equis "X"

*Una sola respuesta, sólo tiene 2 opciones (Si / No),

*Recuerde no dejar ninguna pregunta en blanco,

*Conteste cada pregunta sinceramente, reflejando la situación actual.

Objetivo General: Analizar la importancia de la semiótica como herramienta de comunicación interna, en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A

Pregunta	Si	No
1 ¿Considera que la gerencia tiene una visión global de lo que sucede en su área?		
2 ¿Ud. cree que en su área se manejan todos los tipos de comunicación? (hacia arriba, hacia abajo, entre compañeros, interna, externa, entre otros)		
3 ¿La comunicación interna en su área, tiene una influencia positiva en usted?		
4 ¿Cree ud, que los medios empleados por los supervisores para comunicar información interna son efectivos?		
5 ¿Considera que las herramientas de comunicación desarrolladas por el grupo son las adecuadas (signos/símbolos)?		
6 ¿Se siente usted satisfecho con el manejo de la comunicación interna de su área?		
7 ¿Considera que su participación activa ayuda a mejorar la comunicación interna?		
8 ¿Considera que el uso de signos y símbolos es una idea innovadora para comunicarse?		
9 ¿Están identificados los signos en tu lugar de trabajo?		
10 ¿Tienen definidos los significados los símbolos empleados en el área de trabajo?		
11 ¿Considera que las características de los signos y símbolos usados en su área son las mejores?		
12 ¿Existe algún manual de significados de signos/símbolos en su lugar de trabajo?		
13 ¿Están estandarizados los significados por signo/símbolo empleados en su lugar de trabajo?		
14 ¿Fue fácil la producción (generación) de símbolos y signos para comunicarse?		
15 ¿Los signos/símbolos usados en el grupo de trabajo, son conocidos por toda la planta?		
16 ¿Considera que el tiempo de respuesta es mejor al usar signos y símbolos para comunicarse?		
17 ¿Considera que los signos/símbolos mejoran las relaciones comunicacionales entre sus compañeros?		
18 ¿Ud. cree que sus compañeros se sienten a gusto con el uso de símbolos/signos?		
19 ¿Considera que los signos y símbolos diseñados pueden mejorarse?		
20 ¿Considera ud. que el uso de signos y símbolos mejora el flujo de comunicación entre el grupo y la gerencia?		
21 ¿Considera que el tiempo que invierte al transcribir la data al sistema de gestión de indicadores, es más rápido a través de la lectura de un sistema de signos y símbolos?		
22 ¿Ud. considera que el uso de símbolos y signos ayuda en la gestión de indicadores de su área?		
23 ¿El formato usado con signos/símbolos es archivado?		

¡Gracias por su tiempo!

Fuente: Rossato (2014)

Anexo 3 Validación del Instrumento

Por favor evaluar cada una de las preguntas, según las interrogantes planteadas en la parte derecha. **Gracias por su tiempo.**

Fecha		Experto												
							Nombre Apellido / Celular							
							Título							
							Universidad							
Objetivo General		Analizar la importancia de la semiótica como herramienta de comunicación interna, en el área de Pintura de Ford Motor de Venezuela S.A					Firma							
Variable	Definición	Dimensión	Indicadores	Pregunta	Nro	¿Es congruente con la temática?		Redacción		¿Se recomienda modificar?		Observaciones		
						Si	No	Clara	Confusa	Si	No			
Comunicación Interna	FEAPS (2012) define la comunicación interna como un conjunto de pautas que determinan la relación entre todas las personas y grupos que componen las organizaciones. (p. 19)	Características	Visión	¿Considera que la gerencia tiene una visión global de lo que sucede en su área?	1									
			Tipos	¿Ud. cree que en su área se manejan todos los tipos de comunicación? (hacia arriba, hacia abajo, entre compañeros, interna, externa, entre otros)	2									
			Influencia	¿La comunicación interna tiene una influencia positiva en usted?	3									
		Uso	Medios	¿Cree ud. que los medios empleados por los supervisores para comunicar información interna son efectivos?	4									
			Herramientas	¿Considera que las herramientas de comunicación desarrolladas por el grupo son las adecuadas?	5									
		Importancia	Motivación	¿Se siente usted motivado con la comunicación interna de su área?	6									
			Participación activa	¿Considera que su participación activa ayuda a mejorar la comunicación interna?	7									
Semiótica	Niño (2013) define la semiótica como una ciencia humana que estudia el origen, formación y razón de ser de los signos y códigos, los símbolos y la comunicación en general en el contexto social y cultural. (p. 300)	Signos y Símbolos	Innovación	¿Considera que el uso de signos y símbolos es una idea innovadora para comunicarse?	8									
			Características		¿Están identificados los signos en tu lugar de trabajo?	9								
					¿Tienen definidos los significados los símbolos empleados en el área de trabajo?	10								
					¿Considera que las características de los signos y símbolos usados en su área se entienden claramente?	11								
			Procedimiento	¿Existe algún manual de significados de signos/símbolos en su lugar de trabajo?	12									
		Uso		¿Están estandarizados los significados por signo/símbolo empleados en su lugar de trabajo?	13									
			Producción		¿Fue fácil la producción (generación) de símbolos y signos para comunicarse?	14								
				Globalización	¿Los signos/símbolos empleados son conocidos por toda la planta?	15								
			Tiempo de respuesta		¿Considera que el tiempo de respuesta es mejor al usar signos y símbolos para comunicarse?	16								
					¿Considera que los signos/símbolos mejoran las relaciones comunicacionales entre sus compañeros?	17								
			Relaciones		¿Ud. cree que sus compañeros se sienten seguros en el desempeño de su trabajo con el uso de símbolos/signos?	18								
					¿Considera que los signos y símbolos diseñados pueden mejorarse?	19								
			Importancia	Flujo de información	¿Considera ud. que el uso de signos y símbolos mejora el flujo de comunicación entre ud. y la gerencia?	20								
Gestión de indicadores		¿Considera que el tiempo que invierte al transcribir la data al sistema de gestión de indicadores es más rápido a través de la lectura de un sistema de signos y símbolos?		21										
		¿Ud. considera que el uso de símbolos y signos ayuda en la gestión de indicadores de su área?		22										
		¿El formato usado con signos/símbolos es archivado?	23											

Fuente: Rossato (2014)

Anexo 4 Formato de Recolección de Datos en Ford

Lider Área		CONTROL DE UNIDADES											
		DÍA=				DÍA=				DÍA=			
HORA	Color / Total / Modelo	Parada / Tiempo	Total (min)	Color / Total / Modelo	Parada / Tiempo	Total (min)	Color / Total / Modelo	Parada / Tiempo	Total (min)	Color / Total / Modelo	Parada / Tiempo	Total (min)	
6:30 a 7:00	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7:00 a 7:30	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ALMUERZO													
11:30 a 12:30	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
TOTALES	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	P= G=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	d= R=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	b= A=	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Fuente: Ford (2013)

Anexo 5 Manual de Significados Propuesto



1. Definición de propósito

Describir los significados de todos los signos/símbolos empleados en los diferentes formatos usados en las áreas de trabajo de Ford Motor de Venezuela, con el fin de garantizar que todo el personal de la planta maneje el mismo significado, y pueda dar y recibir un mismo mensaje.

2. Referencia a Normativa Legal o Corporativa

- Ley para las personas con Discapacidad (2006), específicamente en los artículos 19, y 54 numeral “p”
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (2005), especialmente el artículo 11 numeral 3, artículo 43, numeral 5 y artículo 53, numeral 1
- Normativa corporativa referente al uso y manejo de documentos.

3. Formularios Usados

Se describen y nombran los formatos usados en planta, a los cuales se les asigna un código para mejor seguimiento, y para que se

puedan ubicar de manera rápida para cualquier auditoria, o entrenamiento de nuevos trabajadores.

Por ejemplo:

F01 – Control de unidades

4. Definiciones Importantes

- Signo: Es la unión de un significado y un significante, simbolizado a través de una representación gráfica.
- Símbolo: Es una representación gráfica de un significado.
- Comunicación: proceso de intercambio de información.

5. Significado de los Símbolos/Signos usados por área

Fiesta	○	F350	∞	Conveyor	≠	EPP	↙
Ecosport	⊗	F250 RC	→	Horno	H	Filtros	↘
Explorer	□	Caja F250 RC	↑	Delegados	>	Lluvia	∩
Cargo 815	△	F250 CC	←	Sindicato	<	Otros	X
Cargo 1721	▽	Caja F250 CC	↓	Plata Galactico	P	Gris Antracita	G
Blanco	b	Azul Cancum	A	Negro	d	Rojo Malvec	R

6. Revisiones del manual

Fecha	Descripción	Elaborado por	Autorizado por
06-mar-14	Creación del Manual	B. Rossato	C. Aponte
Firmas			
Firmas			

Anexo 6 Evidencias del Estudio





UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
VICERRECTORADO ACADÉMICO
DIRECCIÓN GENERAL DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

VEREDICTO

Nosotros, miembros del jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado presentado por la ciudadana **BEATRIZ ILEANA ROSSATO PÉREZ** cédula de identidad **N° 18.348.293**, titulado: "LA SEMIOTICA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN INTERNA. CASO ÁREA DE PINTURA EN FORD MOTOR DE VENEZUELA S.A.", elaborado bajo la supervisión de la tutora, Prof. Maria Eugenia Páez Pineda, cédula de identidad N° 16.152.846, adscrito a la línea de investigación: Planificación y Comunicación Estratégica, para optar al grado académico de **Magister en Gerencia de la Comunicación Organizacional**, estimamos que el mismo reúne los requisitos académicos para ser considerado como: **APROBADO MENCIÓN HONORIFICA**.

<u>NOMBRE, APELLIDO</u>	<u>C.I.</u>	<u>FIRMA DE JURADO</u>
Prof. Ronmel Rangel (Presidente)	5.974.068	
Prof. Eddy Riera de Montero (Miembro)	2.574.166	
Prof. Indira Medrano (Miembro)	8.474.651	

En San Diego, a los veinte (20) días del mes de mayo del año dos mil dieciséis (2016).-

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego. Estado Carabobo, Venezuela, Teléfonos: (0241) 8714240 (Master)
8710903 postgrado@ujap.edu.ve