

“MODELO DE MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA LA CERTIFICACIÓN DE LA NORMA BASC EN NAVIERAS DE GUAYAQUIL”

CAPÍTULO 1

1.1. Antecedentes

Desde la época colonial, Ecuador buscaba comercializar sus recursos naturales, en especial los productos del sector agrícola, dando paso a la utilización del transporte terrestre y marítimo, siendo este último medio el más común en el siglo XVI, al construir balsas para vivir y comercializar en el país. Tanto fue el crecimiento del transporte marítimo, en especial en 1764, cuando se estableció el primer astillero en la ciudad de Guayaquil para la fabricación de grandes barcas comerciales (Dirección Nacional de los Espacios Acuáticos, 2010), y así comenzar las exportaciones de productos como el cacao, el café y otros en países europeos. De esta manera el transporte fluvial se convierte en un medio de desarrollo y crecimiento del país al determinar el futuro comercial de Ecuador (Iturralde, 2012), desarrollo y crecimiento que son claramente observados en la actualidad, ya que en el siglo XXI, se manejan alrededor de 81,5 por ciento del comercio internacional del país, que equivale a 42 millones de toneladas en mercadería solo en buques (Logacho, 2013). El manejo de grandes volúmenes de cargas en este tipo de transporte provocó el nacimiento de las agencias navieras las que tienen grandes barcas y ofrecen la comercialización a través de contenedores para diferentes productos, y sirven como nexo entre medianas y grandes empresas con países importadores.

Asimismo, en el siglo XVI, al comenzar la comercialización global por medio de la vía fluvial, aparece el contrabando para evitar el pago de impuesto. Se podía contrabandear en pequeñas balsas desde textiles, licores, tabaco hasta otras mercancías. Del siglo XVII al XVIII, aumentó el tamaño de los barcos y del comercio ilícito a países europeos sin mayor control, en especial con mercaderías

como: azúcar, algodón, tabaco y cacao por su encanto en países como Holanda, Inglaterra y Francia, lo cual provocó su incremento al pasar de los años (Rosati, 1996). Es así que poco a poco fue creciendo el delito de contrabando en Ecuador hasta llegar al siglo XIX; en particular en los años 80, donde hubo la necesidad de que la Capitanía de Guayaquil (CAPUIL) combatiera las actividades ilícitas, al construir ocho retenes ubicados a lo largo del golfo de Guayaquil, Posorja e Isla Puná (Cuvi, 2011). Posteriormente en el siglo XX, continua el tráfico a pesar de los diversos esfuerzos para disminuir estos actos, tanto así que el país implementó en el 2011 un método de recompensas por información sobre transgresiones por contrabando, al igual que la creación de un control de contenedores para rastrear la mercadería mediante GPS con un chip que controla el producto desde el puerto de salida hasta el puerto de llegada para garantizar que no haya ninguna manipulación. Pero este tipo de delito no da tregua, ya que a finales de agosto del 2012, tan solo \$14 millones en mercadería de contrabando ha sido detectada ingresando ilegalmente al Ecuador, cantidad que supera la estimada a finales del 2011 (Hoy, 2012).

Este tipo de contravenciones ha afectado el comercio y las relaciones entre las entidades involucradas, provocando que posibles acuerdos en exportaciones fallen al no dar seguridad, indicando que el cargamento esté completamente libre de contrabando. Es así que en 1996 se crea una organización anti-contrabando llamada BASC (Business Alliance For Secure Commerce) en los Estados Unidos, cuando la empresa Norteamericana Mattel Inc. presento la propuesta ante el Comisionado de Servicios de Aduana de los Estados Unidos en San Diego, California, con el objetivo de implementar mecanismos y tácticas que ayuden a evitar actos ilícitos, de esta manera se impulso el comercio seguro a través de reglas y procedimientos de seguridad que involucra a varias organizaciones públicas y privadas (World BASC Organization, 2010), de esta manera las normas BASC se afianzaron como modelo mundial de los programas de cooperación, mediante la asociación entre el sector empresarial, aduanas, gobiernos y organismos internacionales,

manteniendo su objetivo BASC pronto se expande a varios países, los cuales se denominan capítulos nacionales.

De esta manera Ecuador con entidades como empresas privadas, gobierno y en especial la aduana, han adoptado las normas BASC, las cuales fueron implementadas en 1999, con la ayuda de instituciones nacionales como Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) y Policía Antinarcóticos (BASC Pichincha, 2012), las cuales fueron pioneras al ayudar con el ingreso de las normas al país, en especial en la cadena logística, de esta manera empezando sus operaciones oficialmente en el año 2000, estableciendo BASC en cuatro ciudades las cuales son Guayaquil, Pichincha, Azuay y Umiña (Manta), en la actualidad cuenta con más de 550 empresas afiliadas en todo el país, lo cual ha permitido a aquellas instituciones afiliadas a esta organización, estar respaldadas al momento de realizar una actividad comercial internacional, puesto que al momento de ser miembro de esta organización tiene que cumplir con estrictos estándares, procedimientos y auditorias constantes para lograr una certificación y por ende respaldo internacional. (WBO, 2010).

Este sistema de gestión en comercio exterior ha generado gran avance en el proceso de comercialización desde su creación hasta la fecha, por la confianza generada y por sus estándares de funcionamiento interno, estimulando cada vez más a ser miembros, y para eso aquellas entidades que estén ligadas a las operaciones logísticas deben seguir normas estrictas para su manejo, difusión e implementación interna de forma ágil y segura, lo cual puede llevar varios meses para su adaptación completa, al no tener una correcta comunicación interna. Asimismo desde que apareció el BASC en Ecuador en 1999, no todas las entidades de la cadena logística, en especial las agencias navieras, han podido aplicar las normas de forma rápida, y han presentado inconvenientes al implementarlas eficazmente, incluso se puede notar que organizaciones internacionales como WBO considera la comunicación extremadamente importante, al punto de tener un departamento exclusivo para la comunicación

interna y externa, método que también es aplicado por capítulos BASC, como el de Perú, que ha designado un área destinada para la estrategia de comunicación (BASC Perú, 2010), incluso ciertas empresas como consolidadoras tienen áreas de logística con estrategias de comunicación definidas. Entonces se puede percibir que ciertas entidades ligadas al BASC, tienen una falla en la comunicación, que generaría la falta de agilidad y eficiencia.

1.2. Descripción del Problema

Desde el siglo XIX hasta la actualidad, Ecuador ha luchado contra los diferentes riesgos que tienen los gobiernos y empresas al exportar o importar cargas, cualquiera que sea el medio de transporte a utilizar, es así que el riesgo más trascendental es el narcotráfico, que cada vez busca nuevas formas de transportar su materia prima, debido a que abren nuevas rutas para evitar ser decomisados, y así enviar droga a los países más rentables (Herredia, 2010), por esta consecuencia, las actividades de comercio exterior, en especial las realizadas por la vía marítima se ven afectadas. De esta manera, las navieras de Guayaquil se encuentran con la inmensa necesidad de implementar normas de seguridad para minimizar los contrabandos, y de esta manera, coadyuvar a que el país no se vea afectado con la disminución de su participación comercial internacional, por lo que se buscan los medios más efectivos para asegurar y disminuir los riesgos, y es así que surgen las normas BASC (Business Alliance For Secure Commerce) en Ecuador, con la finalidad de que las entidades afiliadas tengan el aval de esta organización internacional, y cuenten con una serie de servicios como: capacitaciones, auditorias y controles continuos, cuyo proceso requiere de la colaboración de toda la organización en evaluación.

Al dar paso a esta norma en las navieras de Guayaquil, tanto para obtener la certificación por primera vez como la continuidad de la acreditación, se

presentan nuevos procesos operacionales y administrativos, de los cuales las empresas no se encuentran completamente facultadas para sobrellevar y mucho menos el personal, es así que se detecta que existen falencias comunicacionales dentro de las organizaciones no han permitido una ágil implementación y correcta transmisión interna de las normas.

Al registrarse una fallida comunicación en la organización, se manifiestan errores como: sobrecarga de información, falencias en la comunicación ascendente y descendente, mensajes confusos, falta de confianza del personal, falta de liderazgo y el mal uso del lenguaje.

Se puede determinar que con una errada comunicación, el talento humano puede sentir que el cumplir con estas normas de forma idónea, es una situación de dificultad, lo que provocará el rechazo o barreras para una eficaz implementación de las normas, y a su vez provocará atraso en las gestiones de las empresas, al ejecutar los estándares.

Asimismo, uno de los procesos que presenta dificultades al implementar las normas es al difundir a los colaboradores las políticas de seguridad y objetivos de seguridad, ya que no tienen los medios correctos para la difusión puesto solo cuentan con carteles o correos para el conocimiento de los mismos, los cuales los correos son guardados y las carteleras no tienen la debida atención, de esta manera nadie en la organización conoce las políticas u objetivos en su totalidad, puesto es necesario para conseguir la acreditación anual BASC que los colaboradores sepan siempre estos. Otra dificultad en este tipo de entidades es al momento de dar a conocer a los clientes que certificados internacionales tienen las navieras, puesto el proceso general es que el encargado del departamento de Seguridad envíe vía correo electrónico que certificado cuenta la empresa pero solo si esta lo solicita y no cuenta con un departamento o personal encargado que se encargue de dar a conocer a los clientes antiguos u los clientes potenciales que certificados tiene.

Una complicación en la comunicación es en el instante que BASC internacional hace auditorías a los capítulos nacionales y verifica la seguridad sobre la información que tiene las navieras para evitar la filtración de información de los clientes de la empresa y de procesos internos, ya que solo un departamento debe de guardar esa base de datos.

También un proceso esencial en las navieras es generar un ambiente de camarería siendo la comunicación clave para un constante intercambio de información entre los colaboradores, puesto se presentan casos de corrupción de parte de los colaboradores al ser pagados por transportistas para obviar información, y esto se da al no tener actividades constantes para que los colaboradores nuevos y antiguos se conozcan entre ellos para evitar estos acontecimientos, y el entorno profesional no hay suficiente confianza entre departamentos para reportar alguna anomalía que pueda presentarse con algunos de los clientes y esto posteriormente afecte la certificación en las agencias.

Uno de los mayores inconvenientes es no contar con un departamento o área encargada de la comunicación de la naviera en especial en el proceso de la generación de un calendario de reuniones donde se verifiquen los indicadores de cumplimiento de gestiones de cada departamento, y la organización de capacitaciones para mejorar los indicadores, mejorar falencias existente en la organización y reforzar el conocimiento de las normas BASC antes de las auditorias anuales.

Con lo manifestado, se puede observar que al no contar con un modelo de estrategia de comunicación definido en las navieras o cualquier organización de este tipo, la implementación de estándares se torna dificultoso, situación de la que posteriormente se derivarán otros inconvenientes que perjudicarán a estas empresas y nos les permitirá obtener la certificación de sus labores, por los inconvenientes manifestados en el plano comunicacional.

1.3. Alcance y Delimitación del Objeto

Para llevar a cabo esta investigación se han considerado los alcances y las delimitaciones que se pueda tener, es así que se ha determinado las siguientes áreas de acción:

- El área geográfica de estudio estará enfocada en la ciudad de Guayaquil, pues según la CAMAE (Cámara Marítima del Ecuador) existen Agencias Navieras ubicadas en la ciudad.
- El desarrollo de este trabajo se basará con información relevante de los últimos cinco.
- Se realizarán encuestas al personal de las agencias navieras con la finalidad de conocer las necesidades e inconvenientes en el área de comunicación, al momento de ejecutar proyectos de implementación y difusión de las Normas BASC.

1.4. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las necesidades de comunicación en las agencias navieras, para que la implementación de las normas BASC sea eficaz?
- ¿Cuáles son los errores comunicacionales que dificultan una adecuada implementación de las normas BASC en una agencia naviera?
- ¿Qué modelo comunicacional es el recomendado para que una naviera pueda implementar de forma eficiente las normas BASC?

- ¿De qué manera puede verse afectada la comunicación entre personal de las navieras al momento de adoptar e implementar las normas BASC?
- ¿Cómo afecta la falta de comunicación en el proceso organizacional de una naviera, y de manera especial en el manejo y difusión de las normas BASC?
- ¿Qué beneficios se obtendrían al desarrollar un modelo de comunicación en las navieras al momento de adoptar y aplicar las normas BASC?
- ¿Cómo se podría modificar el sistema de comunicación interno de una naviera al introducir las normas BASC, utilizando un adecuado modelo estratégico de comunicación?
- ¿Qué tiempo tomaría difundir y manejar las normas BASC en las navieras con un modelo de comunicación eficiente?
- ¿Qué importancia tendría implementar un área de comunicación en las navieras que manejan las normas BASC?

1.5 . Objetivo General

Presentar modelo estratégico de comunicación que permita un adecuado manejo y difusión de las normas BASC en las navieras de la ciudad de Guayaquil.

1.6. Objetivos Específicos

- Conocer el diagnóstico de la comunicación interna de las Navieras de Guayaquil que estén certificadas con las normas BASC.

- Determinar adecuados lineamientos en la comunicación organizacional para minimizar el filtro de información confidencial en las navieras.
- Establecer el tipo de comunicación organizacional idóneo para el correcto manejo de información entre el personal de las navieras.

1.7. **Justificación**

Ecuador al ser un país con una gran variedad de productos de alta calidad tales como el café, el cacao, el banano y flores que son reconocidos internacionalmente, y por ende con alta demanda en todas partes del mundo, surge la necesidad de exportar grandes cantidades de los mismos a diferentes destinos, teniendo como efecto el uso buques que puedan transportar más de 42 millones de toneladas en carga cada año solo en te tipo de barcas (Logacho, 2013), debido a esta gran demanda surgen las navieras en el país que ofrecen el servicio de llevar cargas pesadas en sus barcos, ya sea por contenedor o carga suelta, convirtiéndose en el principal medio de transporte de carga pesada para largos destinos y al convertirse en un medio de transporte indispensable y frecuente no solo para las entidades comerciales sino para el contrabando y el narcotráfico que ven como un medio de transporte de drogas y demás, siendo el principal motivante de la creación de organizaciones como el BASC que con sus normas, pueden certificar que las entidades acreditadas cumplen con las condiciones para la comercialización y otorga confianza a las compañías relacionadas.

Las empresas certificadas con las normas BASC, garantizan que las entidades que sean miembros de esta organización cumplen con todos los requisitos como: capacitaciones, exigencias, estándares, control de procesos operativos y desempeño laboral en las diferentes áreas de una organización afiliada especialmente en el área administrativa (World BASC Organization,

2010); estas normas pueden acreditar a varias entidades que van desde empresas navieras, seguridad, agentes de aduana, consolidadoras, aerolíneas, aeropuertos, transportadoras, etc., de esta manera, desde 1999 BASC está en Ecuador, contando con cuatro capítulos, ubicados en Guayaquil, Pichincha, Azuay y Umiña. (BASC Pichincha, 2012), por esta razón, la autora de este trabajo decidió abordar el estudio de este tema, porque al ser las normas BASC un medio de certificación reconocido internacionalmente, otorgar seguridad y control de las operaciones a las entidades involucradas, las cuales tienen la premisa de una correcta difusión de las normas en su organización, evitando el atraso en las certificaciones, que se cumplan los estándares, exigencias y capacitaciones a todo el personal, y esto se logra mediante el uso de un adecuado modelo comunicacional, el cual debe de estar acorde a sus necesidades, llevando a cabo una implementación rápida de las normas, es por este motivo en específico que la autora decidió introducir un modelo de comunicación organizacional para correcta introducción del BASC.

Las navieras de la ciudad de Guayaquil manejan alrededor del 90 por ciento del tráfico de contenedores del Ecuador, siendo el 72 por ciento de importaciones y el 63 por ciento de exportaciones en mercaderías, esto demuestra que existe un gran número de compañías en el puerto principal, que según la Cámara Marítima del Ecuador por sus siglas CAMAE, la mayoría de las agencias navieras del país se encuentran en esta ciudad, razón por la que se seleccionó a las navieras de esta metrópoli, porque ofrecen un área extensa para estudiar y en su mayoría han pasado por el proceso de certificación BASC, y conocen cuáles son los principales inconvenientes en la afiliación e implementación de las normas, sobre todo a nivel de la comunicación interna, la cual puede producir lentitud al momento de la implementación de las normas, desacuerdo con el personal al no tener una adecuada difusión de los estándares a cumplir, errores al momento de aplicar las normas, entre otros. Esto genera un ineficiente proceso de comunicación, situación que conllevó a la autora a la idea de desarrollar un modelo con estrategias de comunicación, para ser aplicado en las navieras que entre sus objetivos tengan la implementación de la certificación BASC.

Para llevar a cabo este estudio y obtener resultados óptimos, se utilizará un método cualitativo no experimental exploratorio, que es idóneo para el tipo de investigación que se desea realizar, al otorgar herramientas metodológicas como encuestas para el personal de las navieras de Guayaquil y estadísticas para el análisis de los resultados.

Trabajos citados

Ansedo, P. (mayo de 2010). *Universidad Da Coruña*. Recuperado el 28 de agosto de 2013, de <http://www.xente.mundo-r.com/ansede/comunica.pdf>

BASC Perú. (2010). *Basc Perú*. Obtenido de <http://www.bascperu.org/comunicaciones>

BASC Pichincha. (2012). *BASC Pichincha*. Recuperado el 26 de Julio de 2013, de BASC Pichincha: http://www.basc-pichincha.org/index.php?option=com_content&view=article&id=583&Itemid=612

Cardona, M. (2009). *Pontificia Universidad Javeriana*. Recuperado el 28 de agosto de 2013, de <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis210.pdf>

Cuvi, A. (Noviembre de 2011). *Camara Maritima del Ecuador*. Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de <https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=12&cad=rja&ved=0CCkQFjABOAo&url=http%3A%2F%2Fwww.camae.org%2Ffiles%2FInformar%2FA%25C3%25B1o%25202011%2Fnoviembre%2FART%25C3%258DCULO%2FCAPUIL.doc&ei=WyUgUrnOD8W1sQSgkYDoDw&usg=AFQjCNE4Atlna>

Dirección Nacional de los Espacios Acuáticos. (2010). *DIRNEA*. Recuperado el 28 de 08 de 2013, de http://www.dirnea.org/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=65

Herredia, L. (2010). (Instituto Ecuatoriano de Economía Política) Recuperado el 2013 de Julio de 26, de http://www.ieep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3569:luis-herreria-bonnet&catid=40:economisa-y-derecho&Itemid=101

Herredia, L. (S.F). *Instituto Ecuatoiano de Economía Política*. Recuperado el 2013 de Julio de 26, de Instituto Ecuatoiano de Economía Política: http://www.ieep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3569:luis-herreria-bonnet&catid=40:economisa-y-derecho&Itemid=101

Hoy, D. (03 de Octubre de 2012). *Diario Hoy*. Obtenido de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/contrabando-suma-14-millones-de-mercaderia-562927.html>

Iturralde, D. O. (2012). El comercio exterior del Ecuador: análisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad. *Observatorio de la Economía Latinoamericana* , Número 173.

Logacho, D. (11 de 05 de 2013). *Comunidad de Comercio Exterior en Ecuador*. Recuperado el 28 de 08 de 2013, de Comunidad de Comercio Exterior en Ecuador: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/transporte-mar-timo-ecuador>

Ordoñez, D. (2012). El comercio exterior del Ecuador: análisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad. *Observatorio de la Economía Latinoamericana* , Número 173.

Rosati, H. (1996). *Pontificia Universidad Católica de Chile*. Recuperado el 28 de Agosto de 2013, de http://www7.uc.cl/sw_educ/historia/america/index.html

World BASC Organization. (S.F de 2010). *World BASC Organization*. Recuperado el 25 de Julio de 2013, de World BASC Organization: <http://www.wbasco.org/espanol/historia.htm>

CAPÍTULO 2: MARCO REFERENCIAL

1.1. MARCO TEÓRICO

1.1.1. BASC a nivel mundial

BASC es una asociación empresarial internacional fundada en 1996, sin fines de lucro, la cual fue creada cuando una empresa Norteamericana decidió presentar la propuesta ante el Comisionado del Servicio de Aduana de los Estados Unidos en San Diego, California, con el propósito de implementar mecanismos y procedimientos que ayudaran a evitar ser utilizados por organizaciones ilícitas para el transporte de narcóticos o el contrabando, de esta manera su objetivo fue facilitar, agilizar y promover el comercio seguro bajo la colaboración de gobiernos y organismos internacionales.

Se la conoce como World BASC Organization, la cual se constituyó bajo las leyes del estado de Delaware, Estados Unidos de América, cuya alianza creada por esta institución, sirve como respaldo a nivel internacional al garantizar que aquellas entidades que estén debidamente certificadas, pueden realizar actividades seguras con cualquier empresa internacional.

Para lograr el máximo objetivo que es garantizar un comercio seguro, esta organización se establece basada en estándares y procesos de seguridad durante toda la cadena logística.

BASC, se ha consolidado como modelo mundial de los programas de cooperación, gracias a la asociación exitosa entre el sector empresarial, aduanas, gobiernos y organismos internacionales que lograron fomentar procesos y controles seguros, es por eso que desde su fundación en 1996 hasta la actualidad, ha crecido constantemente al estar acorde al desarrollo comercial internacional, tanto es así que se ha extendido a varios países, como: Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana y Venezuela donde el país miembro con mayor crecimiento y un alto porcentaje de empresas acreditadas es Colombia con el 57%, seguida de Perú con 20% y Ecuador con un 11%. (Cruz, 2010)

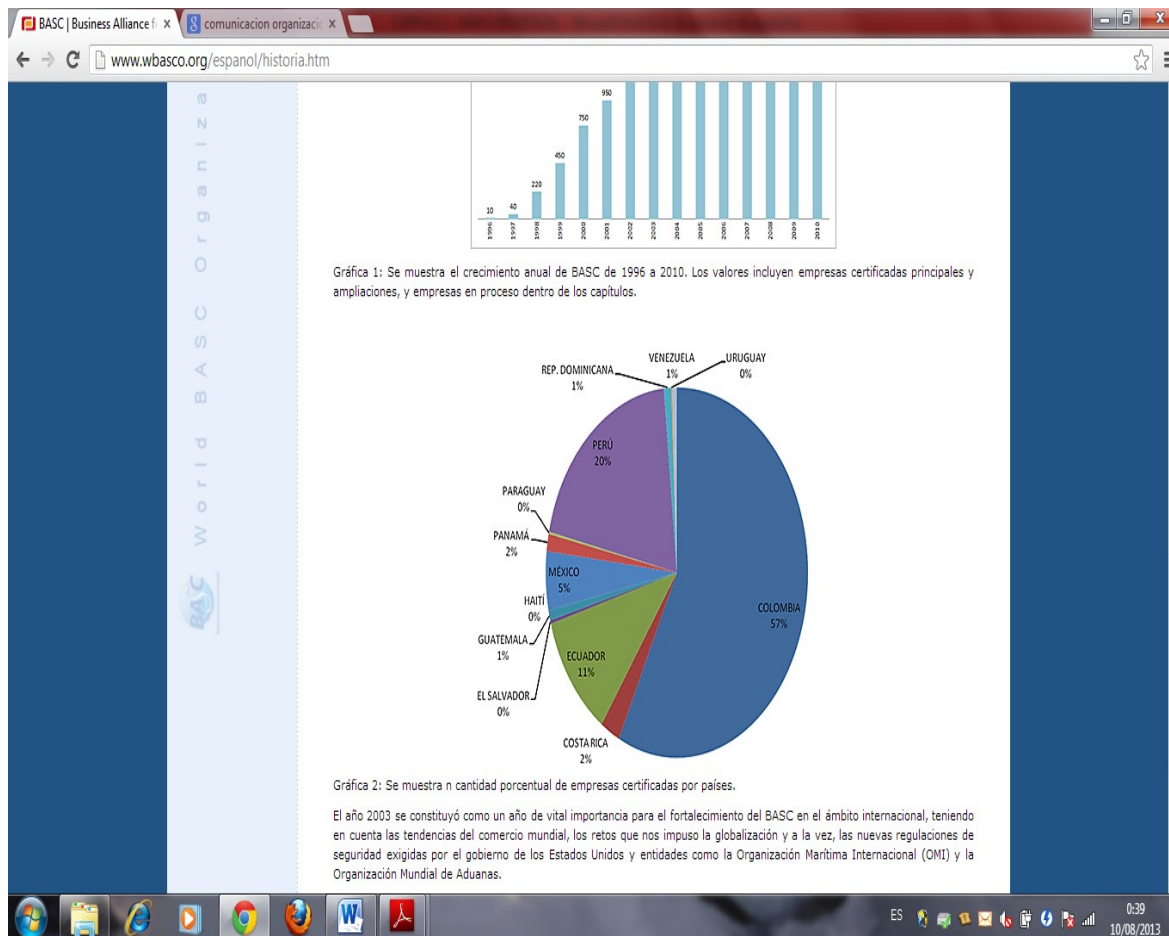


Gráfico # 1: Evolución y Crecimiento en la Cantidad Porcentual de Empresas Certificadas por países.

Fuente: World BASC Organization. (2010).

1.1.2. Estructura Organizacional

Como toda empresa, a pesar de no tener fines de lucro, tiene su propio orden organizacional, donde se determinan los capítulos en los países a nivel mundial para indicar cuál es su nivel jerárquico global.

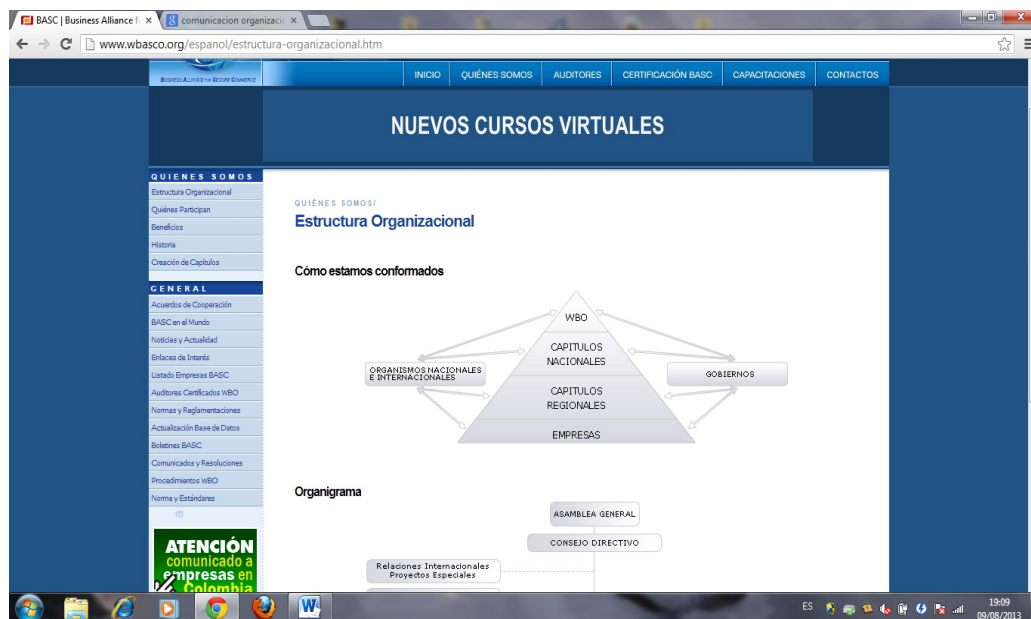


Figura 1 Estructura Organizacional BASC.

Fuente: World BASC Organization. (2010)

Recuperado de: <http://www.wbasco.org/espanol/estructura-organizacional.htm>

Se puede observar una estructura jerárquica dividida en niveles que tienen como tope máximo a la organización WBO, seguida por los capítulos, los cuales son las subdivisiones de esta organización internacionalmente, es así que hay capítulos nacionales, es decir, los países certificados con las normas BASC a nivel mundial y bajo los cuales se encuentran los capítulos regionales, que son las ciudades certificadas de cada país acreditado, y finalmente, las empresas. Es así que se observa una estructura estricta, donde cada nivel tiene que trabajar en conjunto con organizaciones internacionales y los respectivos gobiernos.

1.1.2.1. Organigrama

Esta organización está constituida por tres principales áreas jerárquicas, que son la Asamblea General, que es la cabeza de la organización, que es presidida por el Consejo Directivo, que es la segunda área, y posteriormente el Consejo Directivo con sus respectivas divisiones que son: capacitación, administración y comunicación.

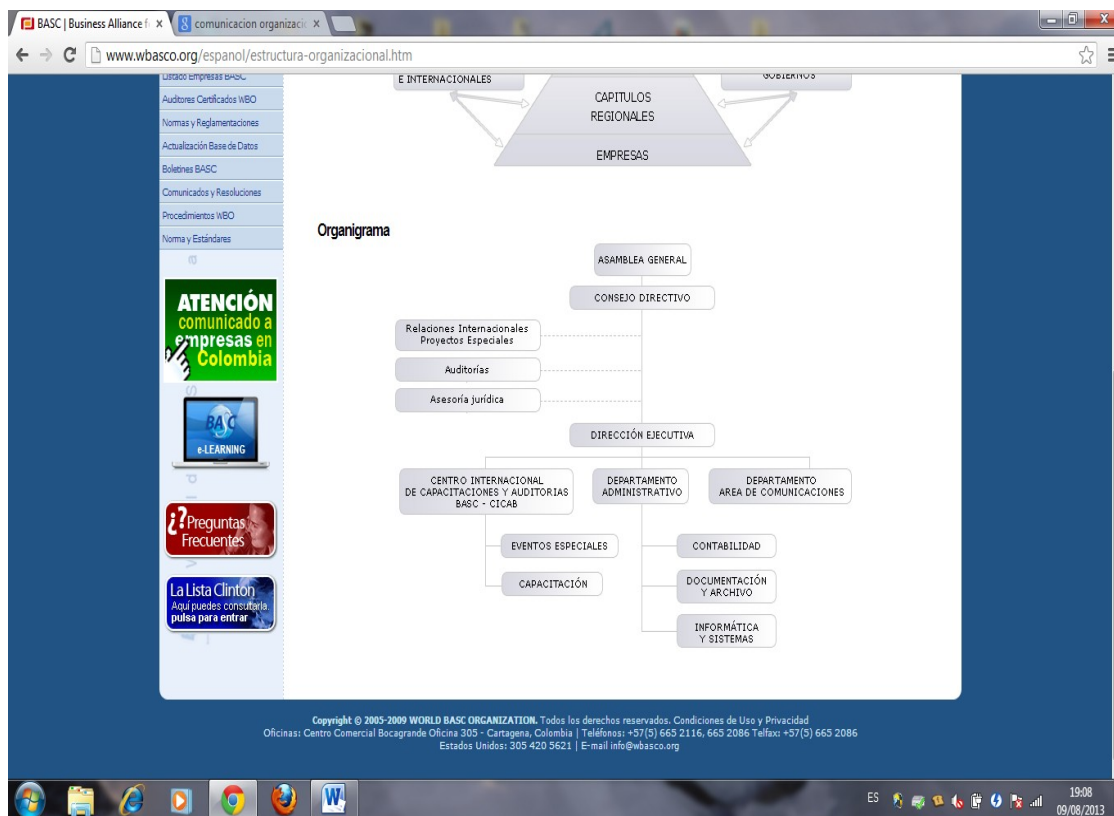


Figura 2 Organigrama BASC.

Fuente: World BASCO Organization.(2010)

Recuperado de: <http://www.wbasco.org/espanol/estructura-organizacional.htm>

Como se puede apreciar en la figura # 2 Organigrama BASC, World BASCO Organization posee un departamento de comunicación, que es el encargado de coordinar todas las acciones comunicacionales los países afiliados.

1.1.3. BASC Ecuador

En 1999 se implementaron las normas BASC en Ecuador, con el objetivo de brindar seguridad y confianza a los importadores, minimizando los riesgos que puede existir durante el proceso de exportación a otros países, es así que instituciones como CORPEI, CAE, Policía Antinarcóticos y varios empresarios privados, apoyaron la ejecución de este proyecto en el país.

Los principales objetivos son otorgar certificaciones a aquellas empresas que manejen el Sistema de Gestión de Control y Seguridad BASC de forma adecuada y brinden capacitaciones continuas a las organizaciones afiliadas minimizando la probabilidad de actividades ilícitas (BASC Pichincha, 2012).

1.1.3.1. Capítulos

Al ser Ecuador un país miembro, se lo conoce como un capítulo en BASC, y asimismo el país se divide en cuatro capítulos regionales, los cuales son:

- ❖ Azuay
- ❖ Guayaquil
- ❖ Pichincha
- ❖ Umiña, Manabí.

1.1.3.2. Áreas de acción

BASC permite que varias áreas de acción en la cadena logística al momento de una exportación, puedan ser miembros certificados para garantizar la seguridad al momento de que el comprador realice la importación.

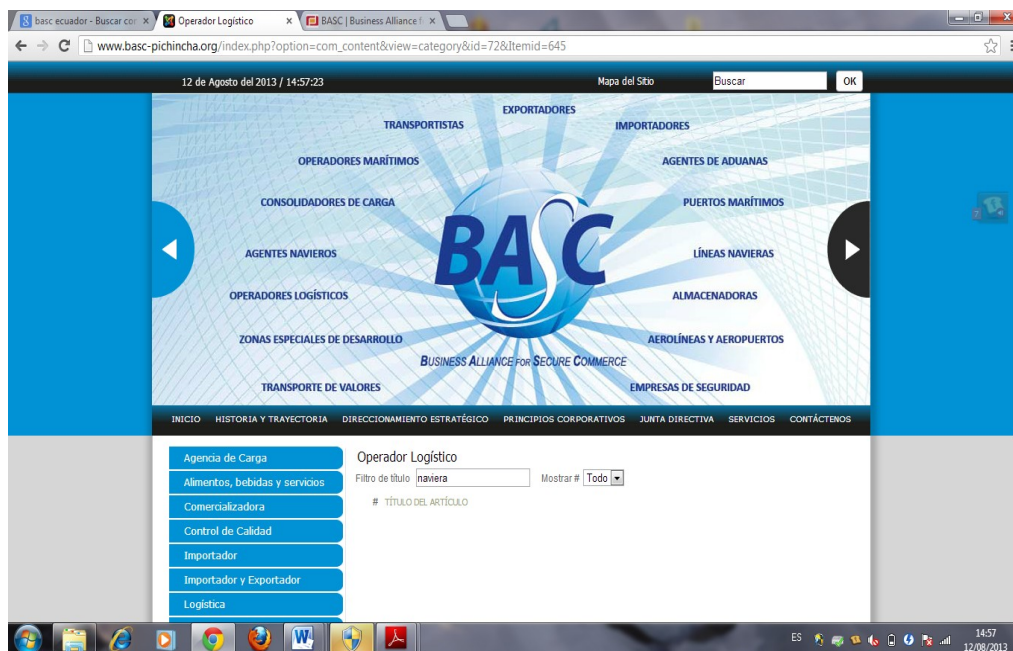


Figura 3 Actores de BASC

Fuente: BASC Pichincha.(2012)

Recuperado de: http://www.basc-pichincha.org/index.php?option=com_content&view=category&id=72&Itemid=645

En la figura # 3, se pueden observar las diferentes áreas en que las empresas pueden certificarse, que incluyen a las compañías de seguridad, los operadores logísticos y a los transportadores, es decir, todas aquellas entidades que forman parte de la cadena logística como las navieras, puertos, consolidadoras, almacenadoras, agentes de aduana, transportistas, entre otros, los cuales forman partes del proceso de importación y exportación.

1.1.4. Beneficios BASC en Ecuador

Los principales beneficios que ofrece BASC Ecuador a las cuatro ciudades afiliadas son:

- ❖ Confianza para las autoridades
- ❖ Prestigio al ser miembro de World BASC Organization (WBO)
- ❖ Certificación del Sistema de Gestión en control y Seguridad
- ❖ Facilidad de contacto con autoridades del comercio exterior

- ❖ Disminución de costos en los procesos
- ❖ Asesorías
- ❖ Capacitación

1.1.5. Comunicación y Normas BASC

WBO tiene un departamento de comunicación que es el encargado del intercambio de información entre esta organización y las empresas afiliadas y los países miembros.

Para ejecutar una correcta comunicación cumplen con los siguientes puntos (Business Alliance for Secure Commerce, 2012):

- ❖ Mantener una comunicación abierta y efectiva de información sobre control y seguridad en el comercio internacional.
- ❖ Lograr la participación y el compromiso de accionistas, directivos, empleados y asociados de negocios.

Estas son las únicas y ultimas premisas comunicacionales establecidas por las normas BASC, las cuales rigen al departamento de comunicación del WBO.

1.1.6. Aplicación comunicacional de las normas BASC

Para aplicar una comunicación idónea en los capítulos BASC nacionales y regionales, se establecieron parámetros de comunicación y estrategias de difusión que se destacan (BASC-PERU, 2012):

- ❖ Utilizan medios de comunicación como prensa para dar a conocer la importancia de la seguridad

- ❖ Dar a conocer las actividades de la organización
- ❖ Realizar seminarios
- ❖ Interrelación entre las empresas asociadas en cada capítulo
- ❖ Atención de consultas y reclamos
- ❖ Publicaciones

1.1.7. Sistemas de Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional es la transmisión de información por medio de señales verbales y no verbales que se transmiten dentro de una organización (Ansede, 2010). Para llevar a cabo una comunicación eficiente y eficaz, tanto personal como interpersonal en una organización, se la divide en las siguientes áreas:

- ❖ Formal: se divide en descendente, ascendente y horizontal
 - Descendente: se da la comunicación entre el superior y el inferior para mantener una jerarquía.
 - Ascendente: es la comunicación que va desde el subordinado hasta el superior
 - Horizontal: ocurre entre sujetos de un mismo nivel jerárquico, es entre emisor y receptor.
- ❖ Informal o Gravipe: la comunicación informal es la que no utiliza los medios convencionales o estándares, por lo general se da por internet, chat entre otros.
- ❖ Grupos: realizan una comunicación radial donde una persona interactúa y se comunica con las demás. (Ansede, 2010)

1.1.8. Importancia de la Comunicación Organizacional

La comunicación dentro de una organización es muy importante, ya que aporta a la ejecución más eficiente de los objetivos de una empresa.

Cada vez es más significativo tener una buena comunicación entre los directivos y sus subordinados, lo que conlleva la creación de un ambiente laboral más idóneo y las labores se tornan más eficientes, la toma de decisiones son más acertadas y la planificación de proyectos conlleva mejor coordinación, así como otras tantas actividades que permitirán el constante crecimiento de la organización; Todas estas acciones pueden apoyarse con la ejecución de seminarios, programas y cursos de comunicación, donde los colaboradores y directivos se interrelacionan y se crean espacios de mejor comunicación que está relacionada con un desarrollo más efectivo, evitando el fracaso de las instituciones.

1.1.9. Redes de la Comunicación

Las redes de comunicación son las formas en que fluye la información dentro de una organización, las cuales pueden ser:

- ❖ **Redes centralizadas:** una o varias personas distribuyen la información a los demás individuos (Coto, 2011).
- ❖ **Redes descentralizadas:** Coto (2011) menciona que la comunicación distribuye la información entre sus miembros sin un individuo que controle su repartición.
- ❖ **Redes formales:** es establecida por la organización, con la intención de hacer llegar la información necesaria en el orden adecuado.

- ❖ **Redes informales:** es la comunicación familiar entre individuos, para relacionarse.

1.1.10. Medios de Comunicación

Las empresas cuentan con diversos medios de comunicación para poder transmitir información de una persona a otra aunque estén en diferentes áreas o departamentos, de esta manera tenemos los siguientes medios (Forrero & García, 2012):

- ❖ Videos
- ❖ Teléfono
- ❖ Correo electrónico
- ❖ Teleconferencias
- ❖ Radio
- ❖ Cartas de diversos formatos; ejemplo: memorando.
- ❖ Recados escritos y a través de terceros.
- ❖ Tableros de noticias y avisos (Carteleras).
- ❖ Reportes
- ❖ Revistas y periódicos internos.
- ❖ Panfletos y circulares.
- ❖ Reuniones o juntas administrativas de trabajo, capacitación e integración.
- ❖ Reuniones informales planeadas (desayunos, almuerzos, etcétera).
- ❖ Investigaciones sobre el clima organizacional, auditorías de comunicación y encuestas de actitudes.

Con el pasar de los años los medios de comunicación han evolucionado e ido cambiando, en especial para las empresas, tanto así que son indispensables al momento de comunicarse entre diferentes niveles jerárquicos, incluso entre

empresas o sucursales ubicadas en diferentes países, donde los medios más utilizados son el correo electrónico y teleconferencias.

1.1.11. Proceso de Comunicación

El proceso de comunicación está conformado por el envío y recepción de información, tales como ideas, hechos, pensamientos, entre otros, de forma verbal o escrita, de una persona a otra (Monroy & Restrepo, 2010).

De igual manera el proceso de comunicación en una organización es la fluidez de información entre cada uno de los niveles de una empresa desde los gerenciales hasta los subordinados (Gómez, 2011), como ejemplo, que los empleados sigan las políticas de la compañía y los gerentes puedan expresar correctamente sus requerimientos.

Una organización establece procesos determinados a la hora de comunicarse entre colaboradores de diferentes departamentos y niveles, para así generar: fluidez, eficiencia y pro actividad, en el ambiente laboral, en especial en la elaboración de proyectos o implementación de reglamentos.

Cuando una empresa posee procesos claros y definidos, es porque tienen un esquema comunicacional analizado y detallado para cada cargo en la entidad.

1.1.11.1. Elementos de la Comunicación

Para llevar adecuadamente un proceso comunicacional se debe de contar con los elementos de comunicación, a lo cual tenemos los esenciales y estos son:

❖ **Emisor:** La persona quien transmite la información deseada.

❖ **Receptor:** La persona quien recibe la información.

- ❖ **Codificación:** Es el proceso de convertir las ideas del emisor en símbolos de lo que espera comunicar.
- ❖ **Mensaje:** Es el resultado del proceso de codificación de la idea transmitida.
- ❖ **Canal:** El medio que se utiliza para enviar el mensaje del emisor al receptor.
- ❖ **Decodificación:** Es la interpretación del mensaje recibido por el receptor.
- ❖ **Retroinformación:** Es la respuesta que da el receptor al mensaje recogido.
- ❖ **Ruido:** es cualquier factor o elemento que distorsione la información, estos se clasifican en ruido exterior, estos son los ruidos físicos como voces o el timbre de un teléfono; ruido fisiológico, comprende a la discapacidad auditivas o de enviar o recibir un mensaje; y el ruido psicológico, los deseos internos del emisor o receptor como el egoísmo, el miedo, hostilidad y preocupación (Seijas, 2012).

1.1.12. Enfoque de la Comunicación

Las organizaciones en el proceso de comunicación tienen enfoques conceptuales a seguir, entre los cuales tenemos (Forrero & García, 2012):

- ❖ **Enfoque mecánico:** la comunicación es descendente y formal, donde la relación entre gerente y subordinado es limitada.

- ❖ **Enfoque Psicológico:** la comunicación estimula la participación, motivación y confianza entre los trabajadores.
- ❖ **Enfoque Sistémico:** la comunicación es multidireccional entre las diferentes áreas de una organización, al promover la retroalimentación con la información.
- ❖ **Enfoque Simbólico-Interpretativo:** utiliza la comunicación para fomentar las buenas relaciones entre colaboradores, al compartir experiencias.
- ❖ **Enfoque Control Estratégico:** utilizan la comunicación como medio de control en la organización.

1.1.13. Barreras de la Comunicación

Los procesos de comunicación en las organizaciones tienen que enfrentar diversas barreras para poder efectuar una correcta difusión de información, esto ocurre cuando los medios utilizados tienen algún obstáculo, es así que tenemos las siguientes perturbaciones (Satz, 2009):

- ❖ **Barreras Semánticas:** es cuando el receptor al dar una información utiliza alguna palabra con un significado que no corresponda.
- ❖ **Barreras Físicas:** es cuando los medios utilizados como revistas, radio, televisión, cine, etc., transmiten la información de forma incompleta.
- ❖ **Barreras Fisiológicas:** surge cuando un individuo presenta daño orgánico como de audición o visión, ocasionando interferencia en la comunicación.

- ❖ **Barreras Sicológicas:** depende de la percepción de cada ser humano al momento de receptar información, provocando alguna reacción emocional.

Para implementar una correcta comunicación organizacional es esencial tomar en cuenta este tipo de barreras que se presentan en una empresa, para así evitar comunicacionales huecas, filtración de información, lenguaje inadecuado y medios con falencias de transmisión, si se controla este tipo de inconvenientes la difusión de información interna sería eficiente y si se realiza con retroalimentaciones a los colaboradores.

1.1.14. Comunicación Estratégica

Francisco Javier Garrido comprende a la estrategia de comunicación como “un marco ordenador que integra los recursos de comunicación corporativa en un diseño de largo plazo, conforme a objetivos coherentes, adaptables y rentables”, se puede concluir que es la formulación de estrategias o directrices utilizando los recursos de la comunicación empresarial existentes para la aplicación en empresas con el fin de obtener resultados a largo plazo. (Garrido, 2001)

Dentro de una organización que tiene una comunicación estratégica está comprendida por componente normativo y unificador, donde primer componente busca evitar la transformación en la ejecución de soluciones o en la utilización de símbolos en una entidad, mientras el segundo componente es buscar relación en los mensajes que da la empresa.

1.1.15. Estrategia de Comunicación Corporativa

La estrategia corporativa, marca y lobby, se desarrolla cuando la empresa quiere posesionarse o crear una pretendencia ya está con la marca, una asociación o una forma de darse a conocer como una entidad distinta a los demás (Bic Galicia, 2009). Asimismo, esta comunicación corporativa se dará al

determinar los objetivos claros sobre las necesidades a resolver de la compañía, para que así implementar un proceso comunicacional. De esta manera, a la estrategia de comunicación corporativa se la considera como la fuente de los cambios de gestión de las comunicaciones de la empresa, la cual se la observa de la siguiente manera (Garrido, 2001):

1. Estará centrada en el receptor.
2. Hará coherentes e integradas las decisiones de la empresa, en búsqueda de soluciones de comunicación.
3. Definirá objetivos, responsabilidades y plazos.
4. Buscará optimizar recursos y tenderá hacia el logro de utilidades.
5. Tenderá a la creatividad e innovación.

Para desarrollar una estrategia de comunicación corporativa se debe plantear dos líneas de trabajo, estas son líneas de análisis y líneas de diseño estratégico.

1.1.15.1. Línea de análisis

Se compone de (Garrido, 2001):

- **Determinación del Stakeholder mix:** la determinación de los Stakeholder, el cual estará compuesto por un grupo que se relaciona con la empresa, ya sea por vínculos o relaciones.
- **Discurso Comparado:** donde se determina la competencia directa e indirecta de la empresa.
- **Diferencia Conceptual:** conceptos que solo la empresa que lo aplica pueda manejar en el tiempo, no obstante son conceptos que también son manejados por la competencia y en el mercado.
- **Análisis de notoriedad:** es el estudio sobre la apreciación que el entorno tiene sobre la compañía.
- **Análisis de notabilidad:** es un estudio evaluativo que busca conocer las cualidades sobre el servicio, producto y empresa, lo cual es evaluado por los cliente.

Con los elementos de esta línea se puede determinar la relación entre el cliente y la empresa, es decir la percepción que tienen sobre una entidad.

1.1.15.2. Línea de diseño estratégico

La línea de diseño estratégico está conformada por (Garrido, 2001):

- **Target:** la selección de los clientes principales de la empresa.
- **Finalidad:** es la creación y diseño de la estrategia de comunicación, siendo claro y específico.
- **Responsabilidad:** está compuesto por las plataformas tácticas como: recursos humanos, relaciones públicas, publicidad y marketing, los cuales deben ser utilizados con el fin de desarrollar comunicación.
- **Objetivos económicos:** se expresan de acuerdo a las decisiones de inversión y de egreso de la empresa, cuyos resultados son medidos por las cifras de ventas, cifras de retención o mejoras y mercado.
- **Objetivo de comunicación:** son claros y coherentes, ya que al combinarse con los objetivos económicos aseguran el éxito.
- **Inversión:** es el presupuesto asignado para la realización de la estrategia.
- **Cronograma:** es la planificación con tiempos y plazos, para llevar acabo la estrategia.
- **Mix de medios:** la selección de medios y soporte, para dar soluciones creativas.
- **Indicadores:** para medir los resultados de una estrategia para evaluar su efectividad.

Los elementos de la línea está enfocada en los pasos para elaborar una estrategia, cada uno de estos dan un orden, para determinar y llevar acabo la mejor táctica dentro de una empresa.

1.1.16. Auditorias de comunicación

Una forma como intervenir en una empresa, con el objetivo de saber si el sistema de comunicación de una empresa es adecuado, esto se lleva a cabo para generar la comunicación idónea entre colaboradores, y en consecuencia con los clientes. Francisco Javier Garrido (2001) determina a la auditoría de comunicación como “un método de diagnóstico del funcionamiento comunicacional de la empresa”.

Hay elementos claves para mantener una comunicación exitosa entre colaboradores y entre autoridades y colaboradores, la cual se compone de intranet, evaluaciones, stakeholders, comunicación con clientes y notabilidad de la empresa. Para realizar una auditoría en la comunicación las empresas utilizan instrumentos y técnicas mediante un análisis de los resultados, y estos son (Garrido, 2001):

- Entrevista.
- Cuestionarios.
- Análisis de redes y mensajes.
- Focus Groups.
- Observación.
- Análisis de soportes de comunicación (cualitativo y cuantitativo).

Todas estas técnicas ayudan a la empresa a definir donde está el inconveniente y solucionarlo, y si este no lo tuviere solo mejorará la comunicación empresarial, ya existente.

1.1.17. Cultura corporativa

La cultura corporativa se desarrolla conforme a las necesidades y políticas determinadas en cada organización, es decir cada empresa tiene su propia cultura y no se repite, ya que está compuesto de reglamentos que definen el comportamiento y el rol a seguir de los colaboradores (Garrido, 2001).

La comunicación dentro de la cultura es importante al determinar la interacción entre los colaboradores, autoridades e incluso con los clientes, ya que

al tener un rol determinado pueden cumplir con éxito la función a realizar dentro de la organización, lo cual da como resultado una mejor apreciación sobre una empresa.

2.1 MARCO CONCEPTUAL

- ✓ **Actos ilícitos:** Actividades que están en contra de la ley.
- ✓ **BASC:** Business Alliance for Secure Commerce.
- ✓ **Exportación:** Acción de enviar productos a un destino en específico que se encuentre fuera del país de origen.
- ✓ **Importación:** Acción de recibir productos desde un destino.
- ✓ **Líneas Navieras:** Agencias de transporte marítimo dedicadas a la actividad de exportar e importar productos de sus clientes.
- ✓ **Norma BASC:** Reglas que permiten ajustar y controlar la seguridad de una empresas con fines comerciales.
- ✓ **Puerto Marítimo:** Estación terrestre la cual está ubicada en la ribera del mar, donde tienen instalaciones que permiten la correcta operatividad para el proceso de almacenamiento de barcos de actividad comercial.
- ✓ **Sustancias estupefacientes:** Sustancia que calma dolor y provoca sueño, sensación placentera de relajación y alucinaciones; puede crear adicción.
- ✓ **Sustancias psicotrópicas:** Sustancia que altera el comportamiento de animales y de seres humanos.

2.2 MARCO LEGAL

En Ecuador existen ordenanzas que se enmarcan a la actividad de comunicación y comercio exterior, cuyo objetivo es regular las operaciones mediante el uso de leyes, es así que tenemos las siguientes:

➤ LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN

Art. 4.- Contenidos personales en internet.- Esta ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet.

Art. 17.-Derecho a la libertad de expresión y opinión.-Todas las personas tienen derecho a expresarse y opinar libremente de cualquier forma y por cualquier medio, y serán responsables por sus expresiones de acuerdo a la ley.

➤ LEY ORGÁNICA DE ADUANA

Art. 30.- Cruce de la Frontera Aduanera.- El ingreso o salida de personas, mercancías o medios de transporte, al o del territorio nacional se efectuará únicamente por los lugares y en los días y horas habilitados por el Directorio de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.

Todo medio o unidad de transporte que ingrese al territorio aduanero queda sujeto al control de la Corporación Aduanera Ecuatoriana y se dirigirá por la vía habilitada a la bodega de almacenamiento temporal.

Art. 57.- Tránsito Aduanero.- Tránsito aduanero es un régimen por el cual las mercancías son transportadas bajo control aduanero, de una oficina Distrital a otra del país o con destino al exterior.

Art. 83.- Son delitos aduaneros:

- a) La entrada de mercancías al territorio aduanero, o la salida de él sin el control de la Administración Aduanera;
- b) La carga o descarga de mercancías de un medio de transporte sin control de la administración aduanera;
- c) El lanzamiento de mercancías de un medio de transporte, eludiendo el control aduanero;
- d) La modificación del estado de las mercancías entre el punto de franqueamiento de la frontera aduanera y el Distrito de destino;
- e) La utilización no autorizada de un lugar, puerto o vía no habilitado para el tráfico internacional de mercancías salvo los casos fortuitos o de fuerza mayor;
- f) El abandono de mercancías en lugares contiguos o cercanos a las fronteras;
- g) La venta, transferencia o el uso indebido de mercancías importadas al amparo de regímenes suspensivos de pago de impuestos, o con exoneración total o parcial, sin la autorización previa del Gerente competente;

- h) La tenencia o movilización de mercancías extranjeras sin la documentación que acredite su legal importación;
- i) La falta de presentación del manifiesto de carga total o la tenencia de mercancías no manifestadas a bordo de un transporte internacional;
- j) La falsa declaración aduanera respecto del tipo, naturaleza, peso, cantidad, valor, origen y procedencia de las mercancías, cuando la diferencia de los tributos causados exceda del diez por ciento;
- k) La falsificación o alteración de los documentos que deben acompañarse a la declaración aduanera;
- l) La sustitución de mercancías para el aforo físico;
- m) La violación de sellos o precintos u otras seguridades colocadas en los medios y unidades de transporte;
- n) La salida de mercancías de las bodegas de almacenamiento temporal o de los depósitos, sin el cumplimiento de las formalidades aduaneras;
- o) La ejecución de actos idóneos inequívocos dirigidos a realizar los actos a que se refieran los literales anteriores, si éstos no se consuman por causas ajenas a la voluntad del infractor; y,
- p) La falsa declaración sobre los valores del flete y del seguro relacionados con el tipo, naturaleza, peso, cantidad, valor, origen y procedencia de las mercancías.

➤ **LEY DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES (LEXI)**

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos productivos del País y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población.

Art. 4.- El Estado asegurará la necesaria coherencia entre las políticas de comercio exterior y las políticas fiscal, arancelaria, monetaria, crediticia, cambiaria y de desarrollo económico - social y los correspondientes regímenes normativos.

2. CAPÍTULO 3: METODOLOGÍA

2.1. Formulación de hipótesis

- Si no se desarrolla una adecuada estrategia de comunicación en la organización, podría generar inconvenientes durante el proceso de implementación de las agencias navieras.
- Si se implementará una estrategia de comunicación en las agencias navieras para difundir los objetivos de certificación, sería posible generar

una cooperación del personal durante y después del proceso de certificación para lograr una exitosa implementación del BASC.

- Si las navieras aplican una comunicación organizacional adecuada podría ayudar en la planificación, construcción y estabilización de una organización eficiente y eficaz, que se rija bajo las normas BASC.
- Si la estrategia de comunicación se centrara en la estabilidad de los colaboradores, lo cual podría facilitar a que el personal de la organización asimile los procesos rápidamente.

2.2. Diseño de la investigación

2.2.1. Tipo de Investigación

3.

Para realizar este trabajo se selecciono el método no experimental o ex post-facto, el cual es idóneo en esta investigación, puesto que las variables contenidas dentro de este proyecto no sufrirán ninguna manipulación, por el contrario, serán asimiladas en su estado natural.

Asimismo, el estudio ex post-facto hace alusión a situaciones “después del hecho”, basándose en que primero se da el hecho y después se analiza las causas y consecuencias. De esta manera se puede realizar una resolución sobre cómo resolver el hecho ([Bernardo J. y Caldero J, 2000] (Cancela, Cea, Galindo, & Valilla, 2010)).

Este método no experimental es apropiado para este trabajo porque tiene las siguientes características (Dirección General de Educación Superior Tecnológica, 2008):

- Apropiado cuando por razones prácticas, económicas o éticas, no es posible realizar experimentos.
- Proporciona información útil sobre la naturaleza del problema.
- Ayuda en la búsqueda de las posibles relaciones causales que pueden determinarse por estudios ex post facto se benefician considerablemente de técnicas estadísticas.
- Se puede seleccionar uno o más derivaciones, y así buscar las posibles causas, relaciones y sus significados.

De esta manera, la investigación no pretende realizar experimento alguno en las agencias navieras que han implementado las normas BASC, por lo contrario, se busca conocer cuál sería la estrategia de comunicación idónea para este tipo de entidades, pero antes se determinarían las falencias de comunicación existentes.

El método no experimental o ex post facto se lo clasifica en: los estudios descriptivos, los estudios de desarrollo, los estudios comparativos y los estudios correlacionales. Esta investigación se la considera dentro del estudio de desarrollo, ya que el objetivo principal de este tipo de estudio, es describir cómo se desenvuelven las variables durante un periodo de tiempo, es así que se trabajara sobre las agencias cuya variable de tiempo está definida por la fallida comunicación en el proceso de implementación de las normas.

Asimismo, el estudio de desarrollo se clasifica en: estudios longitudinales, estudios transversales, estudios cohortes y estudios comparativos y causales, de esta manera, la presente investigación se la clasificará como un estudio transversal, porque recolectará datos en un solo momento, describiendo variables y analizando su incidencia en un tiempo dado.

Debido a lo indicado, el presente trabajo concuerda con el tipo de investigación plantada, puesto que intenta conocer si los inconvenientes en la

implementación de las normas BASC está sujeta a una errada comunicación en las agencias.

3.1.1. Novedad y Viabilidad

3.1.1.1. Novedad

La novedad en esta investigación es que el tema a tratar no tiene duplicidad, ya que si se compara con otras propuestas de comunicación en las entidades navieras, no hay alguna con una propuesta similar, que presenta un manual de comunicación para este tipo de empresas.

De esta manera evitamos repeticiones inútiles y nos basamos en una nueva oferta, que puede ser posteriormente valiosa para cualquier naviera en el país, si quiere llevarla a cabo o mejorar la comunicación organizacional de estas entidades.

3.1.1.2. Viabilidad

De acuerdo con la información recabada y conocimientos adquiridos sobre la situación comunicacional en algunas navieras de la ciudad de Guayaquil y el planteamiento del problema, se puede indicar que la investigación es viable, logrando lo siguiente:

- Se cuenta con la colaboración de los Jefes de Recursos Humanos de 10 navieras de la ciudad, quienes autorizarán la ejecución de encuestas a los trabajadores.
- Las 10 navieras han pasado por un proceso de acreditación con BASC y pueden generar información valiosa sobre las consecuencias y causas de una mala comunicación organizacional.
- Se dispone de tiempo para la toma de cuestionario y análisis de los mismos.

Para ratificar la viabilidad de trabajo se tiene que tomar en cuenta los recursos humanos, materiales y financieros, de la siguiente manera:

- **Talento Humano**

El grupo de participantes que intervendrán en esta investigación está formado por un total de 80 personas quienes son colaboradores de las empresas navieras y cumplen con diferentes funciones dentro de esas entidades.

La experiencia de sus profesiones y su participación en las diferentes organizaciones dedicadas al comercio exterior, ayudarán a orientar el proyecto sobre la realidad que se vive durante el proceso de certificación BASC de las agencias navieras.

- **Recursos y Medios de Trabajo**

Para llevar a cabo esta investigación se requiere:

- ✓ Medios electrónicos: se necesitara de correo electrónico para enviar los cuestionarios a los colaboradores de las navieras y programa para la tabulación y creación de gráficos para representar los resultados.
- ✓ Medio de transporte: es preciso el uso de un vehículo, de preferencia particular para realizar las visitas a los jefes de los departamentos de talento humano para confirmar el envío de los cuestionarios.

- **Recursos Financieros**

El proyecto requiere del siguiente presupuesto:

Actividades	\$ destinados
Viáticos para las visitas a las navieras (gasolina)	45,00
Internet	20,00
Papel	10,00

Impresión	25,00
Total	\$ 100,00

- **CRONOGRAMA DE TRABAJO**

El cronograma a cumplir es el siguiente:

ACTIVIDADES	DURACION (MES - SEMANAS)															
	Agosto				Septiembre					Octubre				Nov.		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Realización																
del	X	X														
anteproyecto																
Ajuste del																
anteproyecto -			X	X	X	X	X	X	X	X	X					
plan de trabajo																
Cuestionario a																
la muestra de												X	X			
estudio																
Procesar los													X			
datos																
Analizar														X		
resultados																
Elaborar															X	X
Informe Final																
Entregar																X
Informe Final																

3.1.2. Conceptualización y Operacionalización de las variables

3.1.2.1. Conceptualización de las variables

Las variables de esta investigación están basadas en los elementos reguladores claves para la implementación del BASC en las navieras, de las cuales tenemos:

- **Estrategia de comunicación**

Es una acción a tomar en el área de la comunicación, para llegar a un objetivo dentro de una organización. El objetivo principal es establecer una estrategia de comunicación en las navieras para la implementación adecuada de las normas.

- **Seguridad de la organización**

Ausencia de peligro en el ambiente laboral en una organización. Tiene como meta garantizar la seguridad en las entidades, otorgando confidencialidad sobre la información recibida por los clientes y procesos internos.

- **Sistema de administración**

Procedimientos que sirven de ayuda para orientar a los miembros de una organización a una meta establecida. Tiene como fin reorganizar la administración de una empresa, si no cuenta con un departamento encargado de la comunicación organizacional, estableciendo una difusión oportuna de políticas y normas BASC.

- **Comunicación**

Es un proceso en el que se transmite información a una o más persona. Esta variable ayuda a determinar el tipo de comunicación de una organización y como poder mejorar la misma.

3.1.2.2. **Operacionalización de las variables**

Son indicaciones que proporcionan la medición de una variable dentro de la investigación, cuyo objetivo es obtener la mayor información posible de las variables determinadas en este trabajo, a través de los cuestionarios que serán enviados a los colaboradores de las navieras en la ciudad de Guayaquil

- **Estrategia de comunicación**

Se mide con un indicador de gestión, para medir el impacto de la estrategia de comunicación que se utiliza dentro de una organización, si esta lo tuviese.

- **Sistema de administración**

Mediante la evaluación de procesos departamentales, el indicador muestra como cada departamento del área administrativa ha experimentado la implementación de las normas.

- **Comunicación**

Retroalimentación al personal de los procesos y actividades difundidas, a través de este indicador verificar el impacto de recibir una retroalimentación de las normas, y a su vez como una organización sin una capacitación puede verse afectada.

3.2. Población y Muestra

La población en las investigaciones está enfocada en el conjunto de individuos que tienen una o varias características en común, se encuentran en un mismo espacio y varían en el transcurso del tiempo. Asimismo, en un trabajo se puede tener más de una población, lo cual dependerá de la complejidad y variedad de los objetos a estudiar (Silva, 2011).

Para determinar la muestra en esta investigación se determinó la población a estudiar, en este primer lugar se ha considerado a las agencias navieras en la ciudad de Guayaquil, una vez establecido la población, la muestra que se seleccionará serán aquellos empleados de las agencias navieras donde se han implementado las normas BASC. De esta manera, la muestra que fue seleccionada debe de contener las características de la población (Silva, 2011).

Características de la muestra

Las características que se han considerado son las siguientes:

- Las encuestas se ejecutarán en las navieras que hayan implementado las normas BASC.
- Solo se realizara las encuestas al personal del área administrativa de las Agencias Navieras.

Tipo de Muestra

El tipo de muestra a utilizar será por conveniencia, la cual se centra en el uso de la muestra disponible, es común que en estudios nuevos, hay que describirla bien y hacer una extrapolación cuidadosa a la población elegida, para que pueda estar representada por la misma muestra, generalmente es utilizada para hacer estudios específicos sobre las mismas (Morales, 2012), es decir, que la muestra estaría compuesta por los sujetos con características más provechosas al estudio, ya que se escoge a los individuos de estudio más parecidos para participar en la investigación.

Tamaño de la muestra

La muestra de estudio estará comprendida por 10 agencias navieras de la ciudad de Guayaquil. El promedio de colaboradores en las navieras es de 80 empleados, de los cuales se encuestarán solo a 20 pertenecientes a aéreas administrativas, ya que estos estuvieron en constante contacto durante y después de la implementación de las normas BASC.

3.3. Instrumentos y herramientas de la investigación

Como se ha mencionando a lo largo de este capítulo, a la muestra se aplicarán cuestionarios, los cuales serán enviados vía correo electrónico por los jefes de talento humano a los colaboradores de las navieras donde se les indicara un plazo máximo de pago, estas preguntas están direccionados a conocer cuáles son las causas de fondo que provoca una fallida comunicación.

El cuestionario que se ha creado contiene 18 preguntas, basadas en la investigación realizada en el marco teórico y las hipótesis, todas con el fin de dar respuesta a la inquietud, y conocer la mejor estrategia de comunicación a implementar.

Se escogió el tipo de pregunta más conveniente de acuerdo al tipo de investigación, es por eso que se seleccionaron: las preguntas cerradas y las preguntas de opción múltiple.

- **Cuestionario**

Al cuestionario se lo considera como un elemento básico en encuestas o entrevistas, está conformado por una serie de preguntas, ya sean directas o indirectas, las cuales permiten una o varias variables, a través de la valoración de los resultados obtenidos (Ferrer, 2010).

Las preguntas directas son aquellas que están ligadas a los objetivos del investigador y las indirectas no, es por eso que se selecciono las preguntas directas en este cuestionario, a su vez se escogió las preguntas cerradas para determinar la cantidad de variantes y las encuestas de selección donde el encuestado elige entre varias opciones la respuesta preferida.

3.4. Procedimientos de la investigación

Para realizar este cuestionario se trabajará con una aplicación estadística conocida como escala de Lickert, la cual va del 1 al 5, este estilo fue desarrollado por Rensis Linckert a principios de los años treinta, que consiste en que se pida al sujeto que seleccione uno de cinco puntos de una escala, ya mencionada, en la cual se aprecia la afirmación o juicio de una pregunta (Pecorelli, Ramírez, Dubon, & Errazuriz, 2010).

Es un proceso auto-administrado en la cual los encuestados seleccionan la opción que consideren correcta y se le otorga un cuestionario con la respectiva escala. Se prefirió este tipo de técnica y escala debido a que es la más común, sin provocar confusión a los encuestados, además la misma se ajusta a los parámetros planteados son de menor a mayor.

Codificación de las respuestas.

La codificación de los cuestionarios se realizará a través de la sumatoria de los resultados obtenidos por los encuestados en cada pregunta, luego se obtendrá un total y un rango de respuesta con mayor totalidad de acuerdos en cada pregunta.

Fiabilidad de los resultados.

Para tener la certeza que la interpretación de los datos es correcta, se realizará un análisis de fiabilidad, mediante el Índice de Posición (IP), el cual ayuda a cuantificar la posición de las opiniones según la pregunta (Ortiz, s.f)

Para ejecutar este análisis se tomará como ejemplo el trabajo titulado “Material y Método” documento perteneciente al trabajo de Tesis de Rocio Ortiz sobre el Análisis de las Políticas de Seguridad Alimentaria de Colombia, porque sirve como modelo de análisis cualitativo para cada pregunta del cuestionario, el cual utiliza las mismas opciones que se proponen como elección en la encuesta de este trabajo

Donde los rangos serian de 0 al 5, donde los valores cercanos a 0 son negativos y superiores a 0 positivos, lo cual permite comparar la posición de la opinión de los encuestados, mediante una escala simétrica.

El índice de posición (IP) se constituye de la siguiente forma:

$$I = M - \frac{1}{k-1}$$

k

$$M = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^k n_i$$

i=1

Donde *n* simboliza el número de colaboradores, que han valoraron cada pregunta, cuya valoración la hicieron en una escala ordinal compuesta por los valores 1, 2, 3, 4 y 5 respectivamente.

$$(1n_1 + 2n_2 + 3n_3 + 4n_4 + 5n_5)$$

K es el # total de clases (las opciones cualitativas del 1 al 5). Para el análisis, se pueden usar diferentes definiciones, tales como por las cinco categorías “totalmente en desacuerdo”, “parcialmente en desacuerdo”, “neutral”, “parcialmente de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”, la cual utilizamos, otra utiliza tres (3) categorías (A veces, ó Parcialmente, ó En algunas ocasiones) y finalmente otras que solo utiliza dos (2) categorías son dicotómicas cuyas respuestas son "si" y "no". (Ortiz, s.f)

$$M = \frac{1}{n} (1n_1 + 2n_2 + 3n_3 + 4n_4 + 5n_5)$$

Donde *n* = # de informadores que respondieron la pregunta y *n_i* = las clases o categorías. El promedio de puntos M, por entrevistado se mueve entre uno (1) y cinco (5). El valor mínimo se alcanza solo cuando todos los informadores caen en la clase superior 5, y el mínimo cuando todos están en la última clase inferior 0.

Cuestionario de Comunicación Organizacional

Instrucciones: El presente cuestionario tiene una lista de preguntas, lea cuidadosamente cada una de ellas y elija la respuesta que mejor convenga. Por solo dé una respuesta a cada pregunta y no deje ninguna en blanco.

**Toda información que se obtenga será manejada confidencialmente.
Gracias por su colaboración**

1. ¿Se presentaron inconvenientes comunicacionales en la naviera al momento de implementar el BASC?

- **5** (Siempre)
- **4** (Frecuentemente)
- **3** (Algunas veces)
- **2** (Ocasionalmente)
- **1** (Nunca)

2. ¿Se vio afectada la comunicación entre el personal de la naviera al momento de adoptar e implementar las normas BASC?

- **5** (Siempre)
- **4** (Frecuentemente)
- **3** (Algunas veces)
- **2** (Ocasionalmente)
- **1** (Nunca)

3. ¿Se les permitió hacer retroalimentación acerca de la información que recibieron sobre las normas BASC?

- **5** (Siempre)
- **4** (Frecuentemente)
- **3** (Algunas veces)
- **2** (Ocasionalmente)
- **1** (Nunca)

4. ¿Recibió toda la información que necesita sobre las normas BASC para poder realizar eficientemente su trabajo?

- **5** (Siempre)
- **4** (Frecuentemente)
- **3** (Algunas veces)
- **2** (Ocasionalmente)
- **1** (Nunca)

5. **¿Cuál fue el error comunicacional que dificultó más una adecuada implementación de las normas BASC en la naviera?**

- 5 (filtración de información)
- 4 (poca camaradería entre los colaboradores)
- 3 (omitir información)
- 2 (lenguaje poco entendible)
- 1 (medios de comunicación obsoletos)

6. **¿Cómo calificaría la comunicación interna de su organización durante y después de la implementación BASC?**

- 5 (Excelente)
- 4 (Muy Buena)
- 3 (Buena)
- 2 (Regular)
- 1 (Mala)

7. **¿Qué tiempo tomó difundir y manejar las normas BASC en su organización?**

- 5 (25 – 30 meses)
- 4 (19 – 24 meses)
- 3 (13 – 18 meses)
- 2 (7 - 12 meses)
- 1 (0 - 6 meses)

8. **¿Usted utiliza lineamientos en la comunicación organizacional para minimizar el filtro de información confidencial en las navieras?**

- 3 (Si)
- 2 (No)
- 1 (No sabe)

9. **¿En su organización tienen un departamento o área de comunicación?**

- 3 (Si)
- 2 (No)
- 1 (No sabe)

10. **¿En la naviera tienen algún tipo de comunicación organizacional para el correcto manejo de información entre el personal de las navieras?**

- **3 (Si)**
- **2 (No)**
- **1 (No sabe)**

11. **¿Su organización cuenta con un modelo estratégico de comunicación? si su respuesta es SI menciónelo.**

- **3 (Si)** _____
- **2 (No)**
- **1 (No sabe)**

12. **Usted piensa que la comunicación organizacional fue rígida durante el proceso de implementación BASC?**

- **3 (Si)**
- **2 (No)**
- **1 (No sabe)**

13. **¿Se vio modificado el sistema de comunicación interno de su organización al introducir las normas BASC?**

- **3 (Si)**
- **2 (No)**
- **1 (No sabe)**

14. **¿Usted cree que las capacitaciones y la información recibida en la naviera fue suficiente para asimilar el BASC en su organización?**

- **3 (Si)**
- **2 (No)**
- **1 (No sabe)**

15. **Usted piensa que la comunicación organizacional fue rígida durante el proceso de implementación BASC?**

- **3 (Si)**
- **2 (No)**
- **1 (No sabe)**

16. ¿Qué tipo de red de comunicación tienen en su organización para que fluya la información?

- 5 (Redes Formales)
- 4 (Redes Informales)
- 3 (Redes Centralizadas)
- 2 (Redes Descentralizadas)
- 1 (No sabe)

17. Si selecciono un tipo de red comunicacional indique si es efectivo o no

- 2 (Si)
- 1 (No)

18. Enumere 3 necesidades de comunicación en su organización que ese presentaron al momento de implementar el BASC

- 3 _____
- 2 _____
- 1 _____