



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Departamento de Administración de Empresas**

**Tema: Gestión de la calidad**

**Subtema: Gestión de la calidad en la comunicación empresarial**

**Seminario de graduación para optar al título de Licenciadas en Administración de Empresas**

**Autores:**

**Bra. Jessicka del Carmen Gaitán Baldioceda**

**Bra. Idalia Margarita Conde Gómez**

**Tutora: Msc. Ana María Sánchez Morraz**

**Managua, Noviembre del 2017**

## Índice

Dedicatoria.....	i
Agradecimiento.....	ii
Valoración del docente.....	iii
Resumen.....	iv
Introducción.....	1
Justificación.....	3
Objetivos.....	4
Capítulo 1: Generalidades de gestión de calidad en la comunicación empresarial.....	5
1.1.    Conceptos de gestión de la calidad y calidad total utilizados en la comunicación empresarial.....	5
1.1.1.    La calidad desarrollada como una herramienta en la comunicación empresarial.....	8
1.2.    Gestión de calidad en los conceptos básicos de comunicación empresarial.....	9
1.2.1.    Gestión de la calidad y su relación con los tipos de comunicación.....	11
1.2.2.    La gestión de la calidad en los flujos de la comunicación.....	13
1.2.3.    Evaluación de gestión de la calidad en las estructuras de comunicación básica y su impacto en la comunicación empresarial.....	15
1.3.    Políticas de gestión de la calidad en la comunicación empresarial.....	17

1.4.	Las TICs en la gestión de calidad en la comunicación.....	18
	Capítulo 2: Gestión de la calidad y su efecto en la comunicación interna y externa en la organización.....	21
2.1.	Objetivos y funciones de la gestión de calidad en la comunicación empresarial.....	21
2.2.	Importancia de la comunicación interna y externa en la gestión de calidad.....	23
2.3.	Como utiliza un líder la gestión de calidad en la comunicación empresarial.....	26
	2.3.1. Rol de la dirección en la gestión de calidad en la comunicación.....	28
	Capítulo 3: Gestión de calidad de las relaciones laborales en la empresa.....	32
3.1.	Las relaciones laborales desarrolladas con gestión de calidad en las empresas.....	33
3.2.	Gestión de calidad en los círculos de calidad en las relaciones laborales.....	35
3.3.	La gestión de la calidad y la mejora de la comunicación en las relaciones laborales.....	37
	Capítulo 4: Implementación de modelos normativos para la gestión de calidad en la comunicación empresarial.....	40
4.1.	Normas ISO 9000 y su aplicación en la comunicación.....	40
4.2.	La comunicación con la norma ISO 9001.....	44
	4.2.1. Importancia de planificar la comunicación.....	47
	4.2.2. Elementos del plan de comunicación.....	51
4.3.	Visión de la comunicación con la norma ISO 14001.....	53

Conclusiones.....57

Bibliografías.....58

## DEDICATORIA

*Quiero dedicar este trabajo muy importante para mí, primeramente, a mi padre celestial por brindarme fuerzas y sabiduría para salir adelante, a mis padres terrenales. Mi madre; Ana de los Ángeles Baldicceda López, por estar a mi lado siempre brindándome su apoyo y su amor incondicional y a mi padre; Víctor Manuel Gaitán que siempre me apoyo en todo momento.*

---

*Jessicka del Carmen Gaitán Baldicceda*

*Le dedico este trabajo de seminario de graduación a Dios, a mi madre Idalia Margarita Aragón y a mi hija Solangel Velázquez Conde.*

---

*Idalia Margarita Conde Gómez*

## *AGRADECIMIENTOS*

*Agradecemos primeramente a Dios por brindarnos sabiduría para realizar este trabajo de seminario de graduación y a todas las personas que estuvieron apoyándonos en el transcurso de todos estos años de vida estudiantil, como lo son nuestros familiares, maestros y amigos.*

---

*Jessicka del Carmen Gaitán Baldioceda*

---

*Idalia Margarita Conde Gómez*

## **Valoración del docente**

En cumplimiento del Arto. 49 del Reglamento de Régimen Académico Estudiantil Modalidades, plan 2013, que dice:

“El docente Tutor realizará evaluaciones sistemáticas tomando en cuenta la participación y desempeño del estudiante, informe de avance y la calidad de la propuesta de investigación. Esta evaluación tendrá un valor de 50 puntos de la nota final que deberá ser entregada al Director de Departamento, una semana previa al acto de defensa del Seminario de Graduación”.

El suscrito instructor de Seminario de Graduación sobre el Tema General: Gestión de la calidad, hace constar que las bachilleras: Idalia Margarita Conde Gómez, carnet No. 13-20072-8 y Jessicka del Carmen Gaitán Baldioceda, carnet No.12-04521-0, han culminado satisfactoriamente su trabajo de seminario de graduación, con el subtema: “Gestión de la calidad en la comunicación empresarial”, obteniendo la calificación de 45 puntos.

Sin más a que hacer referencia, firmo la presente a los cuatro días del mes de diciembre de dos mil diecisiete.

---

**Msc. Ana María Sánchez Morraz**  
**Tutora**  
**Seminario de Graduación**

## **Resumen**

Un factor clave para lograr el éxito en las empresas es la comunicación, por tanto es de suma importancia poner en practica la gestión de la calidad en la comunicación, considerando el hecho de que sirve como herramienta fundamental para mejorar las relaciones de la empresa tanto internas como externas, así mismo es un elemento que favorece el desarrollo de las ventajas competitivas, en otras palabras, la comunicación es la esencia de la actividad organizativa, para tal efecto la gestión de calidad en la comunicación facilita el logro de los objetivos y metas establecidas, haciendo uso de modelos normativos de gestión de calidad.

El propósito de este trabajo es plantear la gestión de la calidad en la comunicación empresarial, según conceptos, funciones, influencia de la inserción de la gestión de la calidad en las relaciones laborales y la utilización de sus sistemas de calidad como lo son las normas ISO 9000, 9001 y 14001, mediante la teoría científica expuesta por los expertos para proporcionar un soporte bibliográfico a nuevos investigadores. En este trabajo se emplearon técnicas de investigación de diferentes libros de diversos autores que abordan el tema, para lograr una mejor comprensión.

La investigación documental es la base principal y metodológica de diversas fuentes bibliográficas, que se utilizó para la recopilación de datos.

## Introducción

La presente investigación sobre gestión de la calidad en la comunicación permite la adaptación a los cambios del entorno y crea una oportuna difusión de la información a todas las partes interesadas de la empresa de una manera eficaz y eficiente, si se establece un vínculo entre la organización y los públicos metas se marcará una ventaja competitiva que generará mayor rentabilidad, aumentará el grado de satisfacción del cliente y promoverá la estabilidad en el desempeño de las labores.

La gestión de la calidad en la comunicación son los métodos que ayudarán a las organizaciones que deseen cumplir con sus metas y objetivos fijados, puesto que permite mejorar las relaciones entre empleadores y colaboradores, lo que significa alcanzar, el buen funcionamiento de la empresa a nivel competitivo en el mercado.

Este documento también servirá como base teórica a otros investigadores que quieran profundizar sobre el tema. El propósito de esta investigación documental es proporcionar los diversos factores que abarcan la gestión de la calidad en la comunicación empresarial, para que permita a las organizaciones implementar esta herramienta de manera satisfactoria.

Para la elaboración de este documento se recopiló información proveniente de fuentes únicas como libros de diferentes autores expertos en el tema, el cual consta de cuatro capítulos:

En el primer capítulo se presentan las generalidades de gestión de la calidad en la comunicación empresarial; conceptos de gestión de la calidad y calidad total utilizados en la comunicación empresarial, gestión de la calidad en los conceptos básicos de comunicación, políticas de gestión de la calidad en la comunicación empresarial, las TICs en la gestión de la calidad en la comunicación empresarial. En el segundo capítulo se explica; objetivos y funciones de la gestión de la calidad en la comunicación, como utiliza un líder la gestión de la calidad en la comunicación empresarial. En el tercer capítulo se hace énfasis en señalar las relaciones laborales desarrolladas con gestión de la calidad en las empresas, gestión de la calidad en los círculos de calidad en las relaciones laborales, la gestión de la calidad y la mejora de

la comunicación en las relaciones laborales. Y en el cuarto capítulo se indica; la norma ISO 9000 y su aplicación en la comunicación, la comunicación con la norma ISO 9001, visión de la comunicación con la norma ISO 14001.

## Justificación

La presente investigación documental tiene como finalidad el conocer sobre la gestión de la calidad en la comunicación empresarial, donde se referencia el punto de vista teórico el cual permite complementar el desarrollo profesional y organizacional, a través de una diversidad de autores, respecto al tema de gestión de la calidad en la comunicación empresarial. Teniendo en cuenta q es un proceso clave en cualquier empresa y su implementación es una decisión de mucha relevancia para las organizaciones.

Desde el punto de vista práctico este estudio proporcionará información completa aplicable a las empresas, servirá como fuente de consulta para los estudiantes universitarios en las diferentes asignaturas que involucren este tópico y también a profesionales, organizaciones y demás personas que necesiten profundizar sobre el tema, y la forma en que se implementa gestión de la calidad en la comunicación empresarial.

Según la perspectiva metodológica el resultado de la investigación interpretara la utilidad de la gestión de la calidad en la comunicación empresarial, lo cual servirá de base para futuros investigadores que pretendan profundizar en algunos de los aspectos específicos que aquí se abordan y podrán aplicarlo en alguna empresa en particular. La base principal de este documento es la investigación documental, llevada a cabo a través de la diversidad de libros de diferentes autores, referentes al tema, la información recopilada fue clasificada y ordenada de acuerdo al esquema del trabajo, haciendo uso de una de las principales herramientas como lo es la computadora que se utilizó para hacer el levantado de texto.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Plantear la gestión de la calidad en la comunicación empresarial, por medio de la teoría científica expuesta por los expertos para soporte bibliográfico a nuevos investigadores.

### **Objetivos Específicos**

1. Presentar las generalidades de gestión de calidad y calidad total, mediante la teoría basada en los expertos, para la debida comprensión de su importancia en las organizaciones.
2. Explicar la gestión de la calidad y su efecto en la comunicación interna y externa en la organización, con la ayuda de los conocimientos previos existentes en las relaciones causales, para conocer de forma clara y precisa reacción en ellas.
3. Señalar la relevancia de la gestión de la calidad en las relaciones laborales en la empresa, a través del desempeño de los colaboradores para el mejoramiento de sus relaciones.
4. Indicar la importancia de la implementación de modelos normativos para la gestión de la calidad en la comunicación empresarial, gracias a la inserción de estos sistemas en el ámbito empresarial, para el manejo de su existencia en el mundo moderno.

## **Capítulo 1: Generalidades de gestión de calidad en la comunicación empresarial**

La calidad tiene que ver con la capacidad de una organización para adaptarse a los requerimientos de sus usuarios, este planteamiento elemental en la actualidad ha generado cambios profundos en los enfoques de gestión de la organización en donde la organización ha pasado de centrarse en el producto a centrarse en el cliente.

Otros cambios que han traído los modelos de calidad a la gestión corporativa tienen que ver con que plantean la información como recurso vital de la organización para adaptarse al mercado y establecen la necesidad de la participación, de contar con el capital humano, sus conocimientos y sus aportes para generar mejoramiento continuo.

La comunicación se convierte en un facilitador indispensable de esa gestión de adaptación en donde debe brindarse una estructura para el apropiado flujo de información ascendente del cliente, horizontal entre las áreas. (Aguilera, 2008, p.2)

### **1.1. Conceptos de gestión de la calidad y calidad total utilizados en la comunicación empresarial**

Gestión de la calidad es una herramienta aplicada para la planificación, la ejecución y la evaluación de los procesos empresariales. El incremento de la competitividad está dirigido a una cultura de calidad en el proceso directivo de una organización, en todas sus áreas funcionales.

La gestión de calidad existe desde hace mucho tiempo atrás, es una larga trayectoria en la evolución que se ha venido dando alrededor de este tema y de la calidad como tal. Se ve reflejada a través de procesos dentro de los cuales abarca a todos los recursos humanos con los que cuenta la organización, por medio de ellos valora sus costes y rendimiento de cada actividad realizada en la empresa en su entorno globalizado, los beneficios que reporta la mayor calidad se refleja en el desarrollo de las empresas, al incrementar la productividad, el rendimiento y la

competitividad, disminuir los gastos, el tiempo y el uso de los recursos, mejorando la calidad del producto y de los servicios para el cliente y beneficiando también al personal empleado, la estabilidad económica, social y el nivel de vida.

La gestión de la calidad abarca el conjunto de acciones encaminadas a planificar, organizar, y controlar la función de calidad en una empresa. Esta tarea consta de los siguientes aspectos: definir las políticas de calidad de la empresa en relación con los principios empresariales y en función de la naturaleza del negocio, establecer objetivos claramente definidos, acordes con la políticas de la empresa, realizar la planificación en base a los objetivos anteriores, estableciendo las estrategias y los recursos necesarios, definir la organización con las funciones y responsabilidades para que se lleve a cabo la planificación, seleccionar y formar al personal para cada puesto de trabajo, motivar a la gente para el logro de los objetivos y controlar el desarrollo del programa estableciendo las medidas correctoras necesarias. (Lloréns y Fuentes, 2005, p.39)

En el ámbito empresarial, las organizaciones exigen una orientación prioritaria hacia la mejora de la calidad. Entre dichos lineamientos cabe, señalar que debe de existir una positiva relación, entre la Gestión de la Calidad y los resultados organizativos. La gestión de la calidad implica tanto el despliegue de políticas, como la construcción de sistemas de aseguramiento de calidad, estandarización, entrenamiento y educación, administración de costos y círculos de calidad.

La gestión de la calidad se ha convertido actualmente en la condición necesaria para cualquier estrategia dirigida hacia el éxito competitivo de la empresa, (...). El proceso de difusión ha revelado una fructífera aproximación de la gestión de la calidad al resto de funciones empresariales y directivas, que se ha plasmado en la integración de sistemas de gestión varios. Gestión de la Calidad ha ido en aumento. Desde que se iniciara su divulgación en el mundo industrial, durante los ochenta y noventa del siglo XX, la gestión de la calidad ha ido extendiéndose cual mancha de aceite al resto de sectores, obteniendo gran influencia en los servicios y dentro de ellos en los servicios públicos (como la sanidad y la educación) que han hecho bandera de la calidad. (Delgado, 2008, p.26)

La gestión de calidad es un conjunto de métodos útiles de forma aleatoria, puntual y coyuntural para diferentes aspectos del proceso administrativo, no es más que saber aplicar normas y procesos en una determinada área o en un determinado sector de la empresa, tanto externo como interno. Para desarrollar esta acción la organización debe contar con una buena comunicación dentro y fuera, para cumplir a cabalidad con sus planes y objetivos fijados.

Gestión de la calidad es tanto una estrategia como un proceso. La concepción de la gestión de la calidad total como una filosofía de dirección deja claro que no puede confundirse con un programa de calidad, que necesariamente ha de tener un principio y un fin.

El desarrollo de la gestión de calidad total puede beneficiarse de la organización de proyectos que vinculen liderazgo, participación, compromiso, cooperación y aprendizaje dentro del marco de una visión compartida por los miembros de la organización

El concepto de gestión de la calidad sufre una evolución importante pasando de la simple idea de realizar una verificación de calidad, a tratar de generar calidad desde los orígenes, dándole paso a la gestión de calidad total como una nueva filosofía.

La gestión de calidad total se debe implementar de manera continua en las organizaciones y fundamentalmente involucrar a todos sus recursos humanos de manera directa desde la alta dirección hasta los niveles jerárquicos más bajos que existen en ella, puesto que ellos son la clave del éxito de la organización, mediante planes de gestión de calidad en la comunicación empresarial, de la misma manera, se conoce que la comunicación es la herramienta vital que posee toda organización e implementarla con una excelente gestión de calidad hace que una empresa sea exitosa en el ámbito internacional. (Camisón, Cruz y González, 2006, p.23-90).

Con gestión de calidad total, la calidad sigue ampliando sus objetivos a todos los departamentos de la empresa, involucrando a todos los recursos humanos liderados por la alta dirección y aplicándose desde la planificación y diseño de

productos y servicios, dando lugar a una filosofía de la forma cómo gestionar una empresa; con ello la calidad deja de representar un coste y se convierte en un modo de gestión que permite la reducción de costes y el aumento de beneficios. (Cuatrecasas, 2010, p.18)

La gestión de calidad total es una filosofía así como un conjunto de principios rectores que representa el fundamento de una organización en constante mejoramiento. La gestión de calidad total consiste en la aplicación de métodos cuantitativos y recursos humanos para mejorar el material y los servicios suministrados a una organización, los procesos dentro de la organización, y la respuesta a las necesidades del consumidor en el presente y en el futuro. La gestión de calidad total integra los métodos de administración fundamentales con los esfuerzos de perfeccionamiento existentes y los recursos técnicos en un enfoque corregido, orientado al mejoramiento continuo. (Imai, 1992, P.90)

#### **1.1.1. La calidad desarrollada como una herramienta en la comunicación empresarial**

El enfoque técnico de la calidad, bien plasmado en el control estadístico de procesos de comunicación, parte de un concepto de la gestión de la calidad como un conjunto de métodos, utilizables puntual y aisladamente para el control en la comunicación que debe existir en una organización. Los cambios que supone la implantación de un sistema de calidad en la comunicación. La comunicación empresarial debe ser responsabilidad de todo un equipo de trabajo en base a la gestión de la calidad de la misma que lleve a cabo la integración de factores y técnicas necesarias para su aplicación brindándole los medios y recursos adecuados a toda la empresa.

El éxito de la calidad en la comunicación empresarial dentro y fuera de una empresa depende del correcto entendimiento entre las diferentes partes de la misma igualmente generara el mejor desempeño que una organización puede poseer, por tal razón gestionar una comunicación de calidad eleva al más alto nivel de competencia existente tanto nacional como internacional.

La gestión de la calidad total supone la implantación de una serie de principios y la utilización de una serie de herramientas y técnicas para conseguir la mejora de los procesos de la organización. (Camisón et al., 2006, p.106)

A nivel competitivo, una mala imagen debido a la falta de calidad puede provocar pérdida para la empresa y conseguir recuperar la imagen perdida puede llegar a ser muy complicado y costoso en tiempo y dinero. Por tal motivo es imprescindible mejorar, controlar y, sobre todo prevenir la mala calidad. La calidad reduce costes y aumenta los beneficios. Aunque la obtención de calidad represente por sí misma una inversión determinada, la disminución de los enormes costes de control.

La calidad requiere de mucha dedicación e interés de parte de las empresas y aún más cuando se trata de aplicarla en la comunicación, en busca de una buena aplicación de calidad en los procesos de comunicación y sus requerimientos dentro de la misma, por tanto no existirá pérdida de productos mal elaborados, de dinero, de recursos humanos, de materia prima y de tiempo.

Un ejemplo claro de ello es una empresa manufacturera, como lo es una empresa textil que se dedica a la elaboración de prendas de vestir, para damas, niños y caballeros; en este tipo de fábricas se ve mucho lo que es la ejecución de planes de gestión de calidad en lo que son los procesos de producción de las prendas dado que tienen que implementar continuamente la gestión de calidad para no incurrir en gastos extraordinarios y así poder cumplir en tiempo y forma con sus metas y pedidos. Aquí la gestión de calidad inicia desde la compra de materia prima hasta el empaque y etiquetado de las prendas, claro todo esto se logra aplicando gestión de calidad fundamentalmente en la comunicación. (Cuatrecasas, 2010, p.27)

## **1.2. Gestión de calidad en los conceptos básicos de comunicación empresarial**

La comunicación empresarial es un factor de mucho poder en las empresas u organizaciones por que hace posible la cohesión e identidad de sus miembros, constituye a su vez, la identificación y selección de los medios eficaces para lograr

los objetivos propuestos. La necesidad de una buena gestión de la calidad en la comunicación en una organización se ve reforzada cuando se observa las múltiples ventajas que se derivan de ella, tanto para la organización como para los miembros de la misma.

La comunicación es el intercambio de información y la transmisión de significados, es el elemento vital de una organización, este proceso de comunicación proporciona una forma de desarrollar la comprensión entre las personas a través de un intercambio de hechos, opiniones, ideas, actitudes y emociones. También enlistan una serie de afirmaciones del porque es necesaria la comunicación en la organización: Conduce a una mayor efectividad, ayuda a que las personas sean tomadas en cuenta, aumenta el compromiso con la organización, logra mejores relaciones y entendimientos entre colegas, jefes y subordinados, así como las personas dentro y fuera de la empresa. (Piñuel y Lozano, 2006, p.50)

La comunicación empresarial se define como un conjunto de técnicas y actividades para facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización y sus medios. Por lo tanto, la excelencia en la comunicación empresarial, debe ser la meta de toda empresa, con respecto a esta, implementar una gestión de calidad óptima para establecer acciones que conlleven a disminuir la incertidumbre sobre la información que circula dentro y fuera de la organización, desarrollando flujos directos con todos y cada uno de los recursos humanos que se relacionan entre sí. La práctica de esta les brinda a los colaboradores un ambiente de confianza y seguridad laboral.

La comunicación, como ningún otro elemento de la organización, juega un papel protagónico dentro de lo que se considera la gestión general corporativa. Gran parte de la gestión organizacional está basada en proceso de comunicación tanto interno como externo. Las habilidades comunicativas del vocero institucional, los atributos de la imagen, las dimensiones de reputación son algunos de los aspectos que reflejan si la gestión es adecuada y cuál es el perfil y el rol de la organización dentro de la comunidad.

La práctica de una buena comunicación es el eje transversal y fundamental en una organización por tal razón debe ir de la mano con la gestión de la calidad, para que la empresa pueda cumplir sus objetivos y metas establecidas. Sin comunicación las empresas no existirían y parte del universo pasaría desapercibido ante la eminente importancia de lo que significa la comunicación empresarial, la que a su vez cumple muchos roles en las organizaciones y también es utilizada en todos los departamentos de ella, uno de los roles más importantes que posee la comunicación es informar y hacerlo de una manera clara y precisa es ahí donde entra en juego la gestión de la calidad en la comunicación empresarial. (Guzmán, 2007, p.167)

La gestión (planeamiento, organización, operaciones y control) de los recursos (humanos y físicos) que tienen que ver con el apoyo a sistemas (desarrollo, mejoría y mantenimiento) y servicios (procesamiento, transformación, distribución, almacenamiento y recuperación) de la información (datos, textos, voz e imagen) para una empresa.

Es el proceso dentro del segmento de la gestión de información que sirve al interés corporativo. Se persigue asociar la información para beneficio de la organización en su totalidad mediante la explotación, desarrollo y optimización de los recursos de información generalmente se manifiestan en las metas y objetivos corporativos. Por tanto, la gestión de recursos de información, es el vínculo gerencial que conecta los recursos de información corporativos con las metas y objetivos de la organización. La empresa como tal es un sistema de tipo artificial pues es de hecho una creación humana. (Gómez, 2008, p.43-55)

### **1.2.1. Gestión de la calidad y su relación con los tipos de comunicación**

La comunicación es una fuente esencial en las empresas y tiene como principal objetivo contribuir al logro de los resultados organizacionales, que fortalece la identificación de los colaboradores con la empresa, proporcionándoles información relevante, suficiente y oportuna reforzando su integración, y generando en ellos una imagen favorable de la organización.

La comunicación interna es el intercambio planificado de mensajes dentro del seno de una empresa. El objetivo principal, consiste en establecer un conjunto de procesos de transmisión de información, que permitan conseguir los objetivos de la empresa y de las personas. Este objetivo, plantea a su vez, los siguientes aspectos: el desarrollo y mantenimiento de las relaciones interpersonales, la facilitación de las relaciones entre la empresa y las personas que la integran, la elaboración de la información que recibirá el personal de la empresa respecto a los objetivos de la organización y finalmente, la orientación y desarrollo de la información para la motivación del comportamiento de los trabajadores. (Ruiz, 2010, p.30)

La capacidad que posee el ser humano para comunicarse con sus semejantes a nivel superior es una de las diferencias radicales con el resto de las especies, cabe destacar que la comunicación fuera de la empresa; es el conjunto de mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios todo esto logrado gracias a la gestión de la calidad bien desarrollada.

La distinción entre comunicación externa e interna en una organización viene establecida por el tipo de público al que se dirigen. La comunicación externa está dirigida principalmente a la comunicación con los medios de comunicación, accionistas, clientes, proveedores, etc. En definitiva, es la imagen que la empresa proporciona a los distintos públicos externos, que forman parte del entorno de la organización.

La comunicación se encuentra dividida a nivel global, tanto dentro y fuera de las empresas, por tal razón es necesario gestionar una comunicación de calidad a nivel externo de la organización, el cual es muy esencial para el funcionamiento adecuado de la misma. Por otro lado, se encuentra el nivel interno que también es igual de importante, por tanto, si estos dos niveles logran alcanzar un equilibrio natural esto será un éxito para la organización. (Guzmán, 2007, p.15)

### **1.2.2. La gestión de la calidad en los flujos de la comunicación**

Dentro de una empresa es indispensable que la comunicación fluya en distintas vías, para que esta sea ejecutada de una forma adecuada se debe utilizar la gestión de calidad, desde un nivel jerárquico menor a uno más alto, así como los niveles jerárquicos de los lados. Normalmente se ha contemplado con mayor fuerza a la comunicación de forma descendente, pero en la actualidad se conoce ampliamente que, en caso de que en la organización solamente fluya la información del nivel jerárquico superior a uno inferior, existirán problemas de comunicación de gran impacto en la empresa.

En la comunicación se estiman flujos los cuales son de suma importancia dentro del proceso de comunicación gestionada para alcanzar sus objetivos. Los flujos de la comunicación son tomados en cuenta a partir de la estructura comunicacional a nivel interno dentro de las organizaciones entre los que encontramos; comunicación descendente, ascendente, horizontal y oblicua.

**Comunicación Descendente:** este tipo de comunicación se presenta en los niveles jerárquicos altos y con dirección específica hasta los niveles de jerarquía inferiores generalmente esta comunicación se puede apreciar en las organizaciones cuya autoridad es centralizada y sumamente autoritaria.

**Comunicación ascendente:** esta comunicación se presenta cuando los colaboradores (subordinados) transmiten información a sus jefes. Es decir, esta información fluye en niveles inferiores a niveles de jerarquía superior.

**Comunicación Horizontal:** esta permite la coordinación del trabajo, la planificación de actividades y, además de satisfacer las necesidades individuales, es esencial para favorecer la interacción de las personas que se encuentren en un mismo nivel.

**Comunicación oblicua:** es la necesidad de la coordinación intergrupala, debido a una urgencia por parte del emisor para conseguir una respuesta del receptor. (Ruiz, 2010, p.67)

Los flujos logran que gestión de la calidad en la comunicación, garantice un proceso más ágil y satisfactorio al momento de pasar una información para que sea un mensaje comprensible y veraz. Desde luego hay que implementar acciones de mejora basados en gestión de calidad para que la organización cuente con un buen soporte en el proceso de comunicación tanto jerárquica como lineal, por consiguiente, estas acciones se pueden llevar a cabo mediante capacitaciones o charlas a todo el personal de la organización.

Se vive en una sociedad de organizaciones, donde los seres humanos tienen que mantenerse en constante comunicación. Por lo tanto, las organizaciones son un grupo de individuos los cuales trabajan en conjunto para lograr un fin en común, como lo es cumplir a cabalidad con los objetivos y metas fijadas por la empresa. La forma de comunicarse de los individuos de la organización no solo redundan en la misma en su conjunto, sino también en cada una de las personas que la componen. (Palacios y López, 1995, p.7-25)

Una organización está unida a su ambiente tanto por insumo así también como por sus productos. El trabajo comunicacional dentro de las organizaciones debe concebirse como el flujo de datos que sirven a los procesos de comunicación e interconexión de la organización.

La comunicación se debe reflejar en todos los procesos y relaciones que ejecute la organización para que a través de ese todos los recursos humanos de la empresa se sientan identificados y motivados para ejercer su labor y obtener los resultados deseados.

Cumplir con sus objetivos el cual uno de los más importantes es permitir el alineamiento del esfuerzo de todos sus integrantes, cuando la comunicación es eficaz, tiende a promover un mejor desempeño y satisfacción en el trabajo.

La preocupación por la calidad es tan antigua como la sociedad, sin embargo en cada momento histórico el concepto de calidad ha sido distinto. Las sociedades y las personas han evolucionado cada una a su ritmo y han demandado cosas distintas con características diferentes. (Kómova, 2015, p.7)

### **1.2.3. Evaluación de gestión de la calidad en las estructuras de comunicación básica y su impacto en la comunicación empresarial**

Toda empresa genera o produce “información”, de manera que, es importante recordar los elementos básicos de la comunicación. Los sistemas de comunicación están compuestos por tres elementos principales como lo es; transmisor, medio o canal de comunicación y receptor en cuanto a su vez poseen sus funciones así mismo refieren sus definiciones.

El Transmisor pasa el mensaje al canal en forma de señal. Para lograr una transmisión eficiente y efectiva, se deben desarrollar varias operaciones de procesamiento de la señal. La más común e importante es la modulación, un proceso que se distingue por el acoplamiento de la señal transmitida a las propiedades del canal, por medio de una onda portadora.

El Canal de Transmisión o medio es el enlace eléctrico entre el transmisor y el receptor, siendo el puente de unión entre la fuente y el destino. Este medio puede ser un par de alambres, un cable coaxial, el aire, etc. Pero sin importar el tipo, todos los medios de transmisión se caracterizan por la atenuación, la disminución progresiva de la potencia de la señal conforme aumenta la distancia. (Ongallo, 2007, p. 13)

La función del Receptores extraer del canal la señal deseada y entregarla al transductor de salida. Como las señales son frecuentemente muy débiles, como resultado de la atenuación, el receptor debe tener varias etapas de amplificación. En todo caso, la operación clave que ejecuta el receptor es la demodulación, el caso inverso del proceso de modulación del transmisor, con lo cual vuelve la señal a su forma original.

Estos elementos son esenciales dentro del proceso de comunicación sino se lleva a cabo una buena comunicación con estos conectores no existirá una comunicación fluida y de manera formal, se debe hacer uso de la gestión de la calidad a través de un proceso de acciones de mejora continua y así lograr una comunicación de calidad, la calidad es el principal actor entre estos elementos. Cada

uno cumple su función establecida porque sin la ayuda de un médium el ser humano no podría comunicarse y estos elementos son el médium para establecer una comunicación formal con el ambiente en el que se vive.

Los sistemas o estructuras de comunicación no son complejos, pero si uno no está funcionando bien, todos están mal, por esa razón se hace uso de la gestión de la calidad. Son un conjunto de elementos interrelacionados que operaran para lograr un objetivo común, en las cuales constan de un número de individuos, grupos o departamentos de cada uno de los cuales es un subsistema.

Estas estructuras se encuentran directamente relacionadas una con otra, y al no funcionar en ambos la comunicación y su objetivo se pierde totalmente lo cual es muy grave para una empresa, es por ello que se debe mantener una gestión de calidad en la comunicación para que las organizaciones la ejecuten desde sus inicios, puesto que a medida que pasa el tiempo y crecen las organizaciones e ira avanzando notablemente. (kómová, 2015, p.18)

Cada persona es una unidad básica dentro de las estructuras de comunicación que participa en los diferentes equipos de trabajo, lo cual puede ser parte de una o más organizaciones cuando se refiere al ambiente externo de la empresa, cada uno debe de tener la posibilidad de ser escuchado e incluido en las decisiones de la organización aumentando así el nivel de participación y pertenencia al reconocer cada una de sus acciones. Existen dos tipos de estructuras o sistemas que se desarrollan a través de la gestión de calidad.

Sistema de Comunicación Operacional, que “transmite” datos sobre actividades y operaciones relacionada con tareas concretas dentro de la organización, desde la generación y diseminación de dichos datos, a través de cualquiera de los procesos.

Sistema de Comunicación Normativa; es la que transmite a los miembros de la organización aquellas normas, ordenes e instituciones que tienen por finalidad regular sus funciones materiales de elaboración de la información.

Estas estructuras cumplen a cabalidad con su objetivo fijado, siempre y cuando las organizaciones lo implementen mediante la gestión de calidad en la comunicación, a nivel global, porque tratan de ubicar de manera ordenada a todos los colaboradores de las organizaciones, de acuerdo a sus actividades asignadas, por ende se hace necesario utilizarlos. (Palacios y López, 1995, p.8-32)

### **1.3. Políticas de gestión de la calidad en la comunicación empresarial**

La Política de Calidad es la línea de acción de una organización para la mejora de sus procesos internos, en el cual se encuentra sumergida la comunicación empresarial, aplicando las debidas políticas de gestión de calidad.

El despliegue de la política se refiere al proceso de introducir las políticas en toda la compañía, desde el nivel más alto hasta el más bajo. La dirección debe establecer objetivos claros y precisos que sirvan de guía a cada persona y asegurar de tal forma el liderazgo para todas las actividades dirigidas hacia el logro de los objetivos.

Un importante aspecto del despliegue de la política es su prioridad. El establecimiento de la prioridad es una parte inherente del diagrama de Pareto, con frecuencia utilizado en las actividades del círculo del control de calidad y este mismo concepto se aplica también en el despliegue de las metas. Debido a que son limitados los recursos que pueden movilizarse, es esencial que se asignen prioridades. Una vez que se ha hecho esto, puede desplegarse una lista cada vez más clara y específica de las medidas y planes de acción en los niveles inferiores de la administración. (Imai, 1992, P.28)

La importancia de la calidad en una organización, muchos expertos han querido definirla haciendo uso de políticas que aún no son definitivas, por ello cada organización la ejecuta según su percepción o concepto que tenga para la implementación de una política para lograr el bienestar de la organización y de todos sus colaboradores, ayudándola a mantenerse en el nivel de competitividad necesario nacional o internacionalmente.

La Política de Calidad es el resultado de la conjunción de varios factores. No es algo que se defina de manera aislada. Para empezar, cada organización debe tener claros sus propósitos en esta materia, que por lo general tienen como sentido último las mejoras de los productos o servicios y de la satisfacción de sus clientes.

Gestión de la calidad en la comunicación empresarial se tiene que aplicar de manera constante, en todas las direcciones de la empresa. Por ende, la Política de Calidad en la comunicación no sólo demuestra el compromiso de cada organización en esta materia.

La tarea de la empresa es valorar y establecer todas las medidas necesarias para que el ambiente laboral sea muy satisfactorio y provechoso para la organización, de esta manera debe establecer las políticas necesarias en todas las áreas que se necesite. (Cuatrecasas, 2010, p.38)

#### **1.4. Las TICs en la gestión de calidad en la comunicación**

Las TICs; son técnicas de información y comunicación las cuales también, se encuentran entrelazadas dentro del proceso de comunicación organizacional, los medios tecnológicos sobre los cuales o a través de los cuales se difunden los mensajes. Estas técnicas proporcionan aquello que añade valor a la organización puesto que se encuentran al día con el mundo tecnológico. Toda la tecnología moderna de la comunicación puede resumirse en un cierto número de raíces griegas. (...) es un conjunto de aparatos designados por combinaciones no sistemáticas, por otro lado, de estas raíces el que constituye lo que es la tecnocracia.

Las TICs y los nuevos medios son para las organizaciones un problema meramente tecnológico y de infraestructura de sistemas, en las mismas circunstancias las herramientas tecnológicas actualmente se encuentran en constantes cambios y cada vez son más indispensables para el desarrollo de las empresas y de la comunicación por lo que ahí es donde se emplea la gestión de calidad para garantizar el aprovechamiento de estas para la organización. (Escarpit, 1981, p.159)

La introducción de nuevas tecnologías siempre ha producido cambios radicales en las empresas, es un hecho a toda luz evidente que nuevas tecnologías de comunicación están cambiando la manera de ser (la cultura) y la manera de comunicarse en las organizaciones. La organización moderna está experimentando cambios radicales a la introducción de nuevas tecnologías.

El uso y apropiación de las nuevas tecnologías de comunicación han constituido en herramientas para la competitividad. Las tecnologías de información y comunicación se refieren a todos los instrumentos, procesos y soportes que están destinados a optimizar la comunicación. (Baldelomar y Castro, 2011, p.30-31)

Sin la ayuda de un médium, el ser humano no puede comunicarse y dispone de dos sistemas emisores, el sistema motor y el sistema fónico, y de tres canales de recepción; canal táctil, canal visual y el canal auditivo, de la cual se desprende las técnicas de información y estas vienen a hacer el trabajo más fácil y rápido a todas las organizaciones, puesto que existen muchas maneras de informar a todas las personas a las que sea dirigida la información.

Desde una visión muy ligera las TICs se encuentran relacionadas en la comprensión de muchos aspectos comunicativos. Por tecnologías de información se entiende el conjunto de herramientas informáticas y telemáticas que permiten la manipulación de información.

Las TICs también son una herramienta muy importante en el desarrollo de la organización, puesto que ayudan a la empresa en su desempeño comunicacional, para esto la gestión de calidad juega un papel determinante, posteriormente una parte de la comunicación en el abordaje de las tecnologías de información y comunicación ayuda a que los expertos de la comunicación pueden y deben abordar un sin número de actividades que les son propias de acuerdo con su área de formación profesional.

Estas van desde aquellas relacionadas con la comprensión de los aspectos comunicativos de las TICs hasta las relativas a los medios y sus contenidos, es por esto su vital importancia en las organizaciones, aunque cabe considerar, por otra parte, que estas tecnologías no actúan por sí mismas, sino que también trabajan en conjunto y de la mano con las acciones de mejora continua las cuales son impulsadas por la gestión de la calidad en la organización. (Guzmán, 2007, p.199)

## **Capítulo 2: Gestión de la calidad y su efecto en la comunicación interna y externa en la organización**

Las empresas tienen para la comunicación corporativa una doble perspectiva: la interna y la externa. La primera plantea todo lo relativo a la conexión requerida entre los miembros de una determinada estructura para acometer metas comunes y la segunda se refiere a la vinculación de la organización con el entorno en el que desarrolla sus actividades, con el fin de alcanzar a un determinado nivel de rentabilidad económica y social.

La gestión de la calidad en la comunicación empresarial cobra importancia, pues por medio de esta se da la implementación oportuna de las normas en el proceso de intercambio de mensajes entre los integrantes de la organización y así también entre los públicos metas. (Guzmán, 2006, p.10)

### **2.1. Objetivos y funciones de la gestión de calidad en la comunicación empresarial**

La gestión de la calidad en la comunicación empresarial tiene el fin de conducir a la mejora continua de la comunicación, estableciendo vínculos entre una organización y su público, del mismo modo tiene que ver con la gestión de las percepciones, una eficaz y oportuna difusión de la información, una imagen corporativa positiva y una relación positiva con todas las partes interesadas. No existe una buena comunicación externa sin una buena política de comunicación interna; dos caras de una misma moneda que se mantienen unidas en su planteamiento, entre la comunicación externa y la comunicación interna además debe existir una alta integración, los dos sistemas de comunicación son interdependientes y es necesario gestionarlos de una manera coordinada.

Los objetivos de la gestión de la calidad en la comunicación tienen que ser coherentes con la política de la calidad, la cual debe ser conocida y comprendida por todo el personal, por consiguiente el compromiso de mejora continua, optimizar el proceso de orientación de información y sus logros están definidos en una serie de objetivos que tienen que poder medirse.

Al aumentar el sentimiento de pertenencia en los trabajadores de la empresa y se sientan identificados con la organización, entonces resulta que mejoran las relaciones laborales, transmiten una imagen positiva hacia fuera, en efecto sólo si los empleados conocen los entramados de la compañía, su misión, su filosofía, sus valores, su estrategia y sus objetivos, se sentirán realmente parte de ella y, por lo tanto, estarán más dispuestos a trabajar en beneficio de la misma. (Summer, 2006, p.109)

En algunas ocasiones, no es posible establecer una meta porque existe poca información como para saber en qué punto se encuentra la organización. En este caso se debe primero realizar las mediciones para determinar el “donde estamos” y así poder establecer el “a dónde vamos”. Lo recomendable para esto es que se tenga, como mínimo, tres mediciones consecutivas. (Mateo, 2010, p.80)

La principal función de la comunicación es apoyar estructuralmente el proyecto empresarial, cualquiera que sea la orientación de la organización, la gestión de la calidad posibilita la efectividad del proceso. Informar a los clientes tanto internos como externos sobre los objetivos organizacionales de modo que no solo se conozca, sino que sea entendido, es una manera integral de hacer una gestión exitosa, así mismo, se identifican con las ideas y objetivos de la compañía y lucharán porque su esfuerzo colabore con el éxito de la misma.

En un primer momento, la información acerca de la visión, la misión, los objetivos y las políticas organizativos en materia de calidad deben difundirse por todos los niveles jerárquicos, secciones, departamentos y divisiones, puesto que solo los empleados informados y concienciados pueden comprometerse positivamente con la mejora de la calidad.

La comunicación es un medio de alinear a las personas con los objetivos de la organización enfocándolas hacia las prioridades de desarrollar la comprensión del papel que cada uno debe jugar en la mejora de la calidad y de comprometer en hacer correctamente las cosas correctas. (Camisón et al., 2006, p.306)

Cuando una persona trabaja en una empresa sólida, preocupada por los problemas sociales y que transmite una buena imagen social; en cierta medida se siente también realizada en su consideración social, incrementándose asimismo su sentimiento de pertenencia. Crear compromiso y pertenencia de los colaboradores hacia los programas sociales de la empresa.

La imagen que transmite una empresa a la sociedad condicionará la satisfacción de ciertas necesidades de status y prestigio de sus empleados, en efecto el compromiso de los empleados es la llave maestra para la puesta en escena de la estrategia empresarial, igualmente la comunicación interna juega un papel preponderante en la organización para facilitar y fortalecer el involucramiento. De esta forma, contribuye a que todos los miembros entiendan cómo pueden ser parte del logro de los objetivos de la empresa, es decir que la comunicación sirve como un proceso constante de integración. (Guzmán, 2006, p.101)

## **2.2. Importancia de la comunicación interna y externa en la gestión de calidad**

La comunicación ha adquirido creciente protagonismo en el ámbito de la gestión empresarial, ha cobrado dimensión y trascendencia, dada la profundidad de las transformaciones que conlleva en el ejercicio de las prácticas empresarias, como así también de las teorías y concepciones que las sustentan, por consiguiente gestionar la calidad en la comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar la labor de las organizaciones. En las organizaciones la gestión de la calidad en la comunicación va más allá: busca comprender las necesidades de los distintos públicos objetivos y darle solución a estas a través del mejor canal de comunicación.

En la organización orientada hacia la calidad, la comunicación es una necesidad absoluta. Además gran parte de la base de la gestión de la calidad se basa directamente en la información compartida.

La información no puede ser compartida eficazmente, si la información disponible no es comunicada en el tiempo preciso y del modo apropiado. Como consecuencia, gran parte del esfuerzo se debe poner en la tarea de mejorar los procesos de comunicación. (Paul, 1997, p.148)

La comunicación es la esencia de la actividad organizativa y es imprescindible para su buen funcionamiento, para tal efecto la gestión de calidad en la comunicación mejora la competitividad de la organización, su adaptación a los cambios del entorno, facilita el logro de los objetivos y metas establecidas, satisface las propias necesidades y la de los participantes, coordina y controla las actividades y fomenta una buena motivación, compromiso, responsabilidad, implicación y un buen clima integrador de trabajo. Las técnicas y actividades en la comunicación organizacional están encaminados a facilitar y agilizar el flujo de mensajes al interior y exterior de la organización, de tal manera que se podría influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos para cumplir con los objetivos planteados.

En las organizaciones la comunicación está considerada como una herramienta estratégica de gestión de calidad y es uno de los principales valores intangibles de las mismas. La comunicación, como ningún otro elemento de la organización, juega un papel protagónico dentro de lo que se considera la gestión general corporativa.

Gran parte de la gestión organizacional está basada en procesos de comunicación tanto internos como externos. En cualquier empresa o institución la comunicación está presente en todas las relaciones que se construyen entre los actores de la organización, sumado a lo expuesto, cualquier idea, por buena que sea, es estéril hasta que se transmite y los demás la comprenden.

La comunicación perfecta, se daría cuando un concepto o idea se transmitiera en forma tal que la imagen mental del receptor fuese exactamente la misma que concibió el emisor y lo anterior solo se logra con buenas prácticas de gestión de calidad en la comunicación. (Guzmán, 2006, p.167)

La información se ha colocado en un buen lugar como uno de los principales recursos que poseen las empresas actualmente, por un lado los entes que se encargan de las tomas de decisiones han comenzado a comprender que la información no es sólo un subproducto de la conducción empresarial, sino que a la vez alimenta a los negocios y puede ser uno de los tantos factores críticos para la determinación del éxito o fracaso de éstos.

A través de la efectiva comunicación se puede informar los planes y estrategias corporativas a los clientes internos y externos, por esta razón la comunicación en las empresas es uno de los puntos más importantes y críticos, pues de esta depende el desarrollo de todas las actividades y proyectos, en este sentido la comunicación toma un rumbo más amplio, dado que no solo relaciona soluciones mediáticas sino que además involucra los procesos de comunicación en la organización y sus referentes relacionales.

En la gestión de comunicación, se puede afirmar, que se es efectivo cuando, con los recursos disponibles logramos la receptividad esperada por parte de las audiencias a las cuales van dirigidas. Cuando se logra la aceptación del mensaje por parte de los públicos objetivos y se incluyen en ellos para que respondan al cambio de actitud deseada, podemos decir que la gestión de comunicación es efectiva (Guzmán, 2006, p.152)

La comunicación empresarial gestionada de forma correcta, propone trabajar sobre algunos objetivos básicos, a saber: modificar el comportamiento de los receptores, consolidar ese comportamiento, provocar una reacción positiva y trabajar con coordinación y coherencia, hoy la comunicación por indicadores le permite a las organizaciones saber en dónde están sus problemas de comunicación y de qué tipo son, puede saber además si las soluciones a implementar deben ser aplicadas en toda la organización o si solo se requieren en una parte de ella.

Una comunicación eficiente es indispensable para lograr una buena reputación de la organización, proyectar una imagen positiva, alcanzar los objetivos propuestos y un clima laboral adecuado con un óptimo grado de eficacia.

Para la comunicación, la eficiencia la relacionamos con el cumplimiento de los objetivos estratégicos, pero además con la pertinencia de los mensajes, la oportunidad, la claridad de los mismos y el impacto de los medios escogidos.

La aplicación de un correcto sistema de comunicación, permite influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los trabajadores de la empresa y los públicos externos, con el fin de cumplir con mayor eficiencia y rapidez los objetivos de la empresa.

En el mundo de las organizaciones no es difícil encontrar que muchas de ellas han fracasado en sus intentos por implementar programas de cambio o estrategias de mejoramiento, en algunos casos porque sus sistemas de comunicación tanto internos como externos han sido muy deficientes o lo que es peor, no han existido. (Guzmán, 2006, p.15-160)

### **2.3. Como utiliza un líder la gestión de calidad en la comunicación empresarial**

Un líder ejerce gestión de calidad en la comunicación a través de la implementación de los estándares y normas estipuladas en las políticas de calidad, también por medio de la capacidad de influir en un grupo para alcanzar determinadas metas, de este modo, los líderes establecen la dirección al desarrollar una visión del futuro, alinean a la gente al comunicar esta visión y la inspiran a superar los obstáculos.

Puede afirmarse que “sin comunicación no puede haber liderazgo”, para gestionar la calidad en la comunicación, los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización, y tienen como responsabilidad crear y mantener un ambiente interno y externo en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

El líder de hoy está obligado a ser un constante agente de cambio, las organizaciones demandan una nueva generación de directivos capaces de cumplir de forma exitosa las tareas directivas, inspirar una visión corporativa y desarrollar con eficiencia los procesos de calidad en la comunicación en la organización. (Gutiérrez, 2001, p.78)

El liderazgo es una parte de la dirección, pero no toda. El liderazgo es la habilidad de convencer a otros para que busquen con entusiasmo el logro de los objetivos definidos. El factor humano es el que une al grupo y lo motiva hacia los objetivos. Las actividades de la dirección, tales como la planificación, la organización y la toma de decisiones, no son efectivos hasta que el líder estimula el poder de la motivación en las personas y las dirige hacia los objetivos. (Lloréns y Fuentes, 2005, p.111)

Cada día se requiere un mayor proceso de control sobre las actividades de comunicación organizacional, para que tanto como quien ejecuta como la misma gerencia de la compañía, puedan tener un referente de la efectividad de las estrategias y programas de comunicación en la empresa. Los líderes efectivos saben que su gente debe estar incluida en el proceso de toma de decisiones de la organización. También están conscientes de que compartir la información reviste enorme importancia para tomar buenas decisiones.

Al realizar gestión en la calidad los líderes establecen el propósito y la orientación de la comunicación, es evidente que un diagnóstico oportuno de la información facilitara la mejor alternativa en la toma de decisiones, ellos también deberán crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda implicarse completamente en el logro de los objetivos de la organización, ya que es razonable concluir que una de las fuerzas que más entorpecen el desarrollo exitoso de los grupos es la falta de comunicación. Al eliminar las barreras, los líderes crean un entorno propicio para sus empleados y para la mejora continua de las actividades diarias que estos llevan a cabo.

La mejora de la interactividad entre la administración y los trabajadores, así como el incremento de la comunicación entre departamentos, dará lugar a soluciones más efectivas para enfrentar los retos implícitos de la creación de un producto o el ofrecimiento de un servicio. (Summers, 2006, p.30-109)

La gestión de la comunicación ocupa un lugar primordial en la dirección estratégica de las organizaciones. La comunicación corporativa efectiva se basa en la estructura de una buena política de comunicación y de coordinación para integrar toda la comunicación que se proyecta.

Es necesaria una relación de socios entre la organización y su gente, aumentar la confianza responsabilidad autoridad y compromiso para servir mejor al cliente. De un lado es necesario saber si la acción de comunicaciones es eficiente, es decir que si los recursos que se están realizando para la gestión son apropiados o si están siendo utilizados de forma óptima y razonable.

La comunicación es pieza nuclear del empowerment; sin su savia a través de la cual llega a los empleados la información crucial sobre los valores, objetivos y planes de la empresa junto a la oportuna para su área de responsabilidad, es imposible mantener el entusiasmo de las personas por las iniciativas en calidad y de motivar a la participación. (Camisón et al., 2006, p.316)

### **2.3.1. Rol de la dirección en la gestión de calidad en la comunicación**

El rol de la alta dirección es un factor clave de éxito en la transferencia de información en la institución, se espera del equipo de dirección que diseñe de forma explícita la misión y la visión de la empresa y que preconice la calidad con un comportamiento visible. Esto, junto con acciones de comunicación y la participación en actividades de reconocimiento y mejora, ayudará a fomentar los principios básicos de la gestión de calidad.

Durante el desarrollo y funcionamiento de la gestión de calidad, la dirección aporta los recursos necesarios para la comunicación, de esta forma el personal de la organización se compromete con sus líderes tanto como éstos demuestran, con el

ejemplo, hacia dónde se dirige la organización. la información y e conocimiento, permitirá, mejorar la capacidad para entender y saber tomar mejores decisiones de carácter personal. (Encinas, 2009, p.26)

La alta gerencia debe idear una estrategia a largo plazo, detallada en estrategias de mediano plazo y estrategias anuales. La alta gerencia debe contar con un plan para desplegar la estrategia, pasarla hacia abajo por los niveles subsecuentes de gerencia hasta que llega a la zona de producción. Como la estrategia cae en cascada hacia las categorías inferiores, el plan debe incluir planes de acción y actividades cada vez más específicas. (Imai, 1992, p.48)

Para satisfacer los requerimientos de calidad adoptados en la comunicación, estos deben ser revisados a intervalos apropiados por la dirección de la empresa para asegurar su efectividad y continuidad. Esta actividad debe incluir la revisión de la política de calidad y los objetivos establecidos. La alta gerencia debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la organización y de que la comunicación se efectúa considerando la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

La función de la dirección están enfocadas primordialmente a la implantación y ejecución del programa de Calidad de comunicación de la empresa en forma activa, y es por tanto, responsable directo del desarrollo y vigilancia de la ejecución de todas las fases del programa, incluyendo los aspectos relativos a personal, materiales, herramientas, manuales, instructivos, registros, que de una u otra forma tenga influencia o relación con las características de calidad de los productos elaborado con la empresa. (Alexander, 2005, p.92)

La alta dirección debe definir por escrito la Política de la Calidad, y debe proveer los medios y recursos necesarios para que ésta se lleve a cabo. La dirección de la empresa debe definir y documentar su política y sus objetivos con respecto a la calidad.

La empresa debe asegurarse que esta política es conocida, entendida e implementada en todos los niveles de la organización. Es responsabilidad de la Alta Dirección que esta política sea entendida y aplicada por todo el personal de la empresa. (Elizondo, 1997, p.15)

Los sistemas de comunicación resultan ser esenciales para el funcionamiento y desarrollo de la organización. La adopción de un sistema de gestión de la calidad (SGC) en la comunicación surge por una decisión estratégica de la alta dirección para tener la capacidad de generar el entendimiento entre las partes interesadas por medio de los procesos de comunicación, motivada por intenciones de mejorar su desempeño, porque están desarrollando un sistema de mejora continua para dar una guía de actuación clara y definida al personal sobre aspectos específicos del trabajo por exigencias del entorno.

A través de su liderazgo y sus acciones, la dirección puede crear un entorno interno en el que el personal se encuentre plenamente involucrado y en el cual un SGC pueda operar eficazmente. Responsabilidad y comunicación de la dirección: asegurarse de que las responsabilidades y la autoridad en el establecimiento, la implantación y el mantenimiento del sistema están definidas y son comunicadas dentro de la organización y asegurar el establecimiento de procesos de comunicación apropiados y eficaces para el SGC dentro de la organización. (Camisón et al., 2006, p.380)

La alta gerencia debe proporcionar evidencias de su compromiso con el desarrollo e implementación del sistema de calidad en la comunicación, así como con la mejora continua de su eficacia. comunicando a la organización la importancia de satisfacer tanto los requerimientos del cliente como los legales y reglamentarios, estableciendo la política de calidad, asegurando que se establezcan los objetivos de la calidad, llevando a cabo las revisiones por la gerencia, y asegurando la disponibilidad de recursos. (Alexander, 2005, p.91)

El liderazgo, el compromiso y la participación activa de la alta dirección son esenciales para desarrollar y mantener un sistema de gestión de la calidad en la comunicación eficaz y eficiente, que permita lograr beneficios para todas las partes interesadas.

La empresa tiene que conservar la información documentada como evidencia de todos los resultados de las revisiones por la dirección. La dirección tiene que revisar el Sistema de Gestión de la Calidad de la empresa a intervalos planificados, ya que se tiene que asegurar la idoneidad, la adecuación, la eficiencia y la alineación continuas con la dirección estratégica de la empresa. La responsabilidad de la dirección con respecto a la documentación: Las políticas de calidad, incluyendo el comportamiento de la dirección ejecutiva con respecto a la calidad, los objetivos de calidad, Los registros de cualesquier problemas relacionado con la calidad del producto, la responsabilidad, la autoridad y las relaciones entre todo el personal que quede comprometido dentro del alcance del sistema administrativo, las responsabilidades y la autoridad del representante de la dirección y las revisiones por parte de la dirección, la frecuencia de las reuniones, el orden del día, las minutas. (Peach, 1999, p.306)

### **Capítulo 3: Gestión de calidad de las relaciones laborales en la empresa**

En las relaciones laborales cabe considerar la aplicación de la gestión de la calidad, en otras palabras, es indispensable que en una empresa se desarrolle de la mejor manera unas excelentes relaciones laborales. Sólo así se tendrá la confianza que todos los objetivos serán alcanzados, por el interés y entusiasmo que presente cada miembro de la organización, es por eso la importancia de una buena gestión de calidad en las relaciones laborales. Es necesario que existan lazos de amistad entre los cargos directivos y sus respectivos colaboradores, pero que se construyan de una manera integral. (Solano y Sánchez, 2015, p.33)

#### **3.1. Las relaciones laborales desarrolladas con gestión de calidad en las empresas**

Las relaciones laborales también conocidas con el termino de relaciones industriales, hace referencia al sistema en el que las empresas, los trabajadores y sus representantes, de manera directa o indirectamente interactúan con el fin de establecer las normas básicas que rigen las relaciones de trabajo, todo esto desarrollado con gestión de calidad para obtener beneficios para la organización y de todos sus integrantes. Asimismo, alude al campo de estudio dedicado al análisis de dichas relaciones laborales. En estas relaciones se ponen en juego simultáneamente intereses públicos y privados que rigen dichas relaciones, mediante la aplicación de la gestión de calidad como un proceso de mejora continua. (Solano y Sánchez, 2015, p.29)

Es indispensable que en una empresa se desarrollen de la mejor manera unas excelentes relaciones laborales. Sólo así se tendrá la certeza que todos los objetivos serán alcanzados, por el interés y entusiasmo que presente cada miembro de la organización.

Las empresas deben propender por crear un ambiente de confianza y optimismo en su interior, lo que ocasionará que los empleados se sientan más comprometidos con la consecución de los objetivos de la compañía y se centren mucho más en sus labores, al tener la certeza que la compañía está haciendo todo lo posible para su bienestar. De esta manera, se conseguirá un mejor desempeño por parte de los trabajadores. (Salinas, 2001, p.5)

En las relaciones laborales siempre tiene que existir un nivel jerárquico que permite ubicar a cada colaborador en su lugar, sin pasar por encima de nadie, es por ello que este tipo de relaciones deben marchar de la mejor manera, dicho de otro modo, todos deben de acatar órdenes y mandatos de los jefes a cargo, pero no de manera grosera y ni ofensiva, todo basado en el respeto, llevando a cabo la implementación de una gestión de calidad con calor humano. Las relaciones laborales son consecuencia de la revolución industrial, cuyos excesos dieron lugar a la creación de los sindicatos como medio de representación de los trabajadores y al desarrollo de las relaciones laborales colectivas. Un sistema de relaciones laborales o industriales refleja la interacción entre los principales actores que lo componen: el Estado, la empresa (empresas grandes o empresas pequeñas), los sindicatos y los trabajadores también pueden participar, esto puesto en práctica a través de la gestión de calidad, implementada en estas relaciones de trabajo. (Lucena, 2007, p.72)

Las relaciones laborales existen desde hace muchos años atrás, debido a esto se puede comprender que dicha interacción ha venido evolucionando notablemente, para beneficio de todos tanto empleador como colaborador, pero siempre utilizando la gestión de la calidad como herramienta primordial. Es aquí donde está entra en juego con el papel principal, como un factor esencial dentro de ellas, por ende, esta gestión de calidad debe de iniciar desde los principales miembros dentro de la organización, (socios o propietarios), también entre los miembros administrativos tiene que existir comunicación fluida basada en el respeto, comprensión, honestidad, y lealtad. Para así poder aplicarla a sus colaboradores asegurando el éxito de sus objetivos y metas establecidas.

Habr  personas con las que será muy fácil laborar, pero también habrá personas con las que será un completo desafío, donde la gestión de la calidad ayudará a regular este tipo de relaciones. Usted solo tendrá que encontrar un equilibrio y recordar a todos que simplemente tienen que trabajar bien juntos. Si hay una persona que genera problemas constantemente, usted deberá reflexionar sobre la mejor manera de hacerle frente. A veces puede que solo se necesite hablar con ellos, o puede que tenga que disciplinarlos para restablecer el equilibrio y las relaciones con los otros empleados (Lares, 1998, p.7).

En este caso al aplicar el proceso de gestión de calidad en dichas relaciones, este lograra que no sea necesario tener que trabajar en un ambiente hostil ya que esta permite relacionarse con las personas que no son tan adaptables al proceso o que se niegan al cambio, a tener que ser flexibles al momento de trabajar en equipo, es ahí donde se gestiona la calidad la que, a su vez ayuda a los trabajadores a que se relacionen entre sí de la manera más sana, educada y sobre todo con mucho respeto. Puesto que es un proceso que regula toda actividad donde se ve involucrado el ser humano.

Existe un Plan de Comunicación que permite la construcción de relaciones entre las personas que hacen parte de los diferentes públicos basado en la implementación de la gestión de la calidad, para que estas no se conciban como interacciones netamente laborales; debido a que cada persona intenta presentar sus diferentes puntos de vista, en temas más diversos y ricos que el objeto social de la Organización, por lo tanto es importante permitir que dichas relaciones enriquezcan el ambiente Organizacional, fomentando la creatividad y el esparcimiento de sus diferentes miembros tanto dentro y fuera de la empresa y esto se lograra únicamente con la utilización de la gestión de calidad en dicha comunicación que existe a través de estas relaciones.

Puede ser un gerente agradable y profesional, pero si tiene problemas para equilibrar la amistad con los asuntos de trabajo, entonces es mejor mantener prudencia y cierta distancia y no pasar mucho tiempo relacionándose con ellos, más allá de lo que al trabajo se refiere. No está de más decir, que como trate a sus empleados y la relación que tenga con ellos, determinara el tipo de empresa que usted está manejando (Chiavenato, 2002, p.15)

La comunicación es un asunto de todos; muchas veces sea mencionada la importancia de la comunicación en las empresas modernas y de tener a todos sus colaboradores motivados, de confiar en ellos y otorgarles todos los medios y facilidades para que realicen sus labores de una manera satisfactoria. Por lo que es importante, recordar algunos métodos que harán que un colaborador se sienta a gusto con su entorno y dé lo mejor de sí para su beneficio y el de la compañía donde colabora, con base a la situación descrita es por eso que se debe implementar un proceso de mejora continua mediante la gestión de calidad para las relaciones laborales en las organizaciones, para que todo funcione de forma normal y satisfactoria para la empresa porque los sistemas de relaciones laborales poco desarrollados suelen ser autoritarias. (Aguirre, 2013, p.57)

### **3.2. Gestión de calidad en los círculos de calidad en las relaciones laborales**

Entre las estrategias empresariales se encuentran las actividades de grupos pequeños, siendo el más común el Círculo de Calidad. Los mismos no sólo persiguen temas atinentes a la calidad, sino también cuestiones relativas a costos, seguridad y productividad.

Un círculo de calidad es un pequeño grupo de trabajadores que realizan tareas semejantes y se reúnen para identificar, analizar y solucionar problemas del propio trabajo, ya sea en cuanto a calidad o a productividad. Los círculos de calidad son grupos de trabajadores con un líder o jefe de equipo que cuenta con el apoyo de la organización de la empresa, cuya misión es transmitir a la dirección propuestas de mejora de los métodos y sistemas de trabajo.

Los círculos de calidad se reúnen para estudiar un problema de trabajo o una posible mejora del producto, pero no basta con identificar los fallos o los aspectos a mejorar. La misión del círculo es analizar, buscar y encontrar soluciones, y proponer la más adecuada a la Dirección. Los círculos de calidad suponen que los trabajadores no sólo aportan su esfuerzo muscular, sino también su cerebro, su talento y su inteligencia. (Imai, 1992, p.177)

Un Círculo de Calidad es un pequeño grupo de empleados que realizan un trabajo igual o similar en un área de trabajo común, y que trabajan para el mismo encargado, que se reúnen voluntaria y periódicamente.

El tamaño mínimo de un Círculo de Calidad suele ser de cuatro miembros y el máximo de quince, siendo el tamaño óptimo de siete u ocho miembros. Un Círculo por encima de quince haría dificultosa y problemática la participación de todos los miembros del grupo, así como la coordinación, dirección y desarrollo de las reuniones de trabajo.

Estos llamados círculos de calidad ayudan a que los colaboradores de las empresas se relacionen un poco más y de manera directa en un clima organizacional agradable. Esta técnica de intervención fue diseñada en el marco de la industria japonesa de principios de la década de los sesenta, en pleno periodo de crecimiento industrial. Entonces fue concebida, básicamente, como un instrumento de control de la calidad contribuyendo a extenderla entre los/as colaboradores/as que ocupaban los niveles inferiores de la estructura organizacional. Tras mostrar su efectividad en Japón, a partir de 1970 la técnica comenzó a aplicarse en otros países.

Los círculos de calidad en la actualidad se han venido desarrollando de manera muy satisfactoria en las organizaciones. Una vez más, la definición de esta variable depende de la estrategia de la empresa, el enfoque de calidad adoptado y la naturaleza del trabajo a realizar.

Cuando las tareas a desempeñar presentan fuertes interdependencias de carácter técnico y social, cuando se desea fomentar una cultura de carácter «familiar» y cuando la organización quiere destacar en aspectos relacionados con la

orientación al cliente, la mejora continua de la calidad o el desarrollo incremental de un producto o servicio. Estos círculos de calidad son una técnica bien diseñada y orientada a lograr la gestión de calidad en los mismos individuos para alcanzar los objetivos fijados por la organización y así lograr el nivel deseado de competitividad a nivel grupal y de la empresa para que sus integrantes comprendan el significado de mantener una comunicación de calidad, en equipo. (Camisón et al., 2006, p.1160-1168)

De hecho, la calidad ha venido adquiriendo nuevos usos, y han sido utilizados como técnica de motivación y de introducción de la participación en el trabajo. Aunque en un principio los Círculos de Calidad fueron diseñados para implementarlos entre los/as colaboradores/as de cuello azul, con el tiempo han ido formándose Círculos de calidad compuestos por trabajadores de cuello blanco que han contado con la participación de secretarios, enfermeros, contables, programadores, profesionales e ingenieros y directivos de las organizaciones.

Aquí radica toda la importancia de la aplicación de gestión de Calidad en la comunicación por que todo se encuentra directamente relacionado. Puesto que estos círculos de calidad en su filosofía asumen que los miembros de una empresa quieren trabajar para un propósito en común, dado que los principales recursos de una organización los cuales son sus miembros poseen el suficiente talento e inteligencia para desarrollar las habilidades necesarias que le permitan desenvolverse adecuadamente en su trabajo. (Aguirre, 2013, p.39)

### **3.3. La gestión de la calidad y la mejora de la comunicación en las relaciones laborales**

La finalidad de la mejora en la comunicación en base a la calidad tiene como principales autores a todos los sistemas de evaluación y control los cuales tienen una triple función de administración y desarrollo de los colaboradores de la empresa.

Saber detectar problemas de calidad en las relaciones establecidas entre los mismos y proponer soluciones; evaluar las necesidades de formación; y facilitar información a los encargados o jefes para que estos a su vez tomen las medidas

necesarias, es parte del proceso de gestión de calidad. Existen ciertos temas que deben ser tratados de la mejor forma por parte de una empresa para evitar que sus colaboradores se sientan con incertidumbre e inseguridad. En primera medida, debe generarse un clima de justicia en todo sentido. Brindándole a cada colaborador lo que merece por su labor realizada y no manipularlo, son estrategias con las cuales un individuo sentirá que vale y es importante para una organización.

Es importante que la empresa otorgue todas las garantías necesarias para evitar que ciertos trabajos o recompensas caigan en manos de individuos que no lo merecen y que no han luchado por salir adelante. (Camisón et al., 2006, p.982)

Vigilar que una labor sea desarrollada por una persona capaz y comprometida con su éxito, es otro factor que mejorará el ambiente de justicia que debe reinar en una compañía, de la misma manera existen la Justicia, confianza y atención; que son las tres características indispensables para generar un alto grado de compromiso por parte de los colaboradores con la empresa.

Se utiliza la gestión de la calidad en estos casos y dicho de otro modo, es importante que los colaboradores se sientan escuchados, sabiendo que pueden expresar las inquietudes, esto generará en los individuos un sentimiento de pertenencia hacia ella, ya que entenderán que hacen parte importante de la misma, lo que ocasionará un mejor desempeño en sus labores y por ende un trabajo más eficiente.

Es indispensable otorgar la mayor confianza los colaboradores en las labores que se les han asignado. Dejar que realicen su trabajo con total libertad e independencia, ocasionará que éste sea hecho de la mejor manera y con todo el agrado posible, derivando esto en mejores resultados tanto para el trabajador como para la compañía.

La gestión de calidad ayuda a la mejora continua de la comunicación en las relaciones laborales, en donde se toma en cuenta a todos los colaboradores de las organizaciones tanto interna y externamente. (Lucena, 2007, p.105)

Haciendo uso de la confianza que la empresa deposita en un individuo, hace que se siente más comprometido para realizar correctamente su labor asignada, se esforzará al máximo para dar su mejor rendimiento, y si todo sale bien, es muy probable que se le asignen nuevos y mejores trabajos y la confianza mutua también crecerá para beneficio de las dos partes involucradas. (Solano y Sanchez, 2015, p.34)

La importancia de la comunicación en las relaciones laborales radica en centrar y lograr que determinados mensajes lleguen a todos los destinatarios pretendidos con la mayor objetividad posible. Así, en función del objetivo a lograr, será fundamental el tiempo, la agilidad y la celeridad en realizar y emitir la comunicación con el mensaje a transmitir.

El trabajo de mantener las mejores condiciones laborales dentro de una empresa, para que la productividad y el desempeño logren los niveles mas elevados, es una tarea ardua y se debe tener la suficiente capacidad para afrontar como también para superar los diferentes conflictos organizacionales y los problemas de comunicación que surgen entre el jefe y sus colaboradores.

Lo que hay que tener en cuenta en las relaciones entre las personas es la mediación, donde diversos factores se ponen en juego como la confianza, la credibilidad y si se refiere a los jefes hay que incorporarles el principio de autoridad, que puede ser un tema de conflicto y que impacta de diferentes maneras entre el equipo de trabajo como también con los mismos jefes. (Ongallo, 2007, p.79)

## **Capítulo 4: Implementación de modelos normativos para la gestión de calidad en la comunicación empresarial**

Como su propio nombre indica, los modelos normativos están compuestos por una serie de normas que regulan el proceso de diseño e implantación del sistema de gestión de calidad de la organización. Por tanto son marcos que brindan consejo y guía sobre cómo operativizar y poner en práctica los principios, los métodos de control, gestión y mejora de la calidad, desde un cierto enfoque.

Un sistema de gestión de la calidad es una estructura operacional de trabajo, bien documentada e integrada a los procedimientos técnicos y gerenciales, para guiar las acciones de la fuerza de trabajo, las responsabilidades, los procedimientos y los procesos, además de la información de la organización de manera práctica, coordinada y que asegure la satisfacción del cliente, sobre dicha base el sistema de gestión de calidad en la comunicación está diseñado para proporcionar el apoyo y el mecanismo necesario para la conducción eficaz de las actividades relacionadas con la calidad en la comunicación. (Camisón at al., 2006, p. 347)

Los sistemas de gestión en la actualidad se han convertido en una eficaz arma en la planeación, distribución y control de los recursos ,ya sean tanto tangibles como intangibles, en los que juega un papel fundamental el desarrollo y aplicación de la información a los procesos de administración, de ahí que cada día se enfatiza en soluciones prácticas a partir de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones en todas las esferas de la sociedad, unido a la necesidad de establecer un orden económico a través de las grandes transnacionales y los diversos factores cambiantes que existen en el mundo actual. (Gómez, 2008, p.60)

### **4.1. Normas ISO 9000 y su aplicación en la comunicación**

Es importante recalcar que el ISO 9000, está compuesto por tres documentos básicos (9000, 9001, 9004), y por una serie de alineamientos de apoyo, estas normas usan descripciones técnicas sin la necesidad de hacer uso de un vocabulario muy elaborado, mirándolo así busca que sea de fácil comprensión para tal efecto es importante el análisis de las relaciones entre conceptos y su independencia en el

contexto que sea utilizado, se quiere demostrar que en las ISO 9000 los requisitos deben ser siempre especificados, es decir, declarados en un documento para efecto de una eficiente comunicación en la organización. (Elizondo, 1997, p.16)

Las normas ISO son establecidas por el Organismo Internacional de Estandarización, y se componen de estándares y guías relacionados con sistemas y herramientas específicas de gestión aplicables en cualquier tipo de organización.

ISO es el acrónimo de la International Organization for Standardization (Organización Internacional de Estandarización), que se fundó en 1946 con el fin de crear un conjunto común de normas para la manufactura, el comercio y las comunicaciones.

Según los funcionarios de la ISO, la organización tomó prestadas las siglas de la palabra griega isos, que significa igual. Por otra parte, isos es la raíz del prefijo iso, como en la palabra isométrico (de igual medida o dimensión) y de isonomía (igualdad de las leyes o de la gente ante éstas). La elección se basó en la ruta conceptual que lleva de la palabra “igual” a “uniforme” y a “norma”.

Las normas ISO son un conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos entre ellos la comunicación. Las normas ofrecen un lenguaje común de comunicación entre las empresas, la administración, los usuarios y los consumidores. Además de establecer un equilibrio socioeconómico entre los distintos agentes que participan en el juego de las transacciones comerciales y de ser el patrón necesario de confianza entre cliente y proveedor.

La alta competencia internacional acentuada por los procesos globalizadores de la economía y el mercado y el poder e importancia que ha ido tomando la figura y la opinión de los consumidores, ha propiciado que dichas normas, pese a su carácter voluntario, hayan ido ganando un gran reconocimiento y aceptación internacional. (Peach, 1999, p.15)

La calidad en la comunicación puede garantizarse si se siguen pautas de actuación de forma estructurada y documentada. Esta norma comprende los conceptos fundamentales relativos a los principios de gestión de la calidad y tiene por objeto la descripción de los fundamentos del sistema de gestión de la calidad, suministrar información y normalizar los términos y definiciones, por lo que va a constituir la base conceptual sobre la que se asientan las normas ISO 9001 e ISO 9004.

Incluye todos los términos fundamentales necesarios para comprender las normas ISO que se desprenden de ella, abarca toda una serie de definiciones relativas a la calidad, a la gestión, a los procesos, a la documentación y a los términos con conformidad a los fundamentos y vocabularios necesarios para la comunicación. (Lloréns y fuentes, 2005, p.224)

Una empresa tiene que establecer de cierta forma lo que quiere comunicar, por lo mismo, resulta muy importante saber realizar la comunicación, además de la aplicación efectiva de los procedimientos y de las instrucciones documentadas del sistema de calidad, para así llevar un control y saber reacciones ante situaciones de estrés. Por lo anterior la ISO 9000 especifica los elementos que componen los procedimientos de las diferentes actividades en la empresa.

Idealmente, los procedimientos documentados en el sistema de calidad deben conformar la documentación básica que se utilizara para la planificación global y para la administración de actividades que tienen impacto en la calidad. Estos procedimientos pueden convertirse en fundamento de los manuales de calidad.

En concordancia con la serie ISO 9000, estos procedimientos deben cubrir todos los elementos aplicables del sistema de calidad de la norma y describir, con tanto detalle como se requiera para el adecuado control de las actividades concernientes, las responsabilidades, autoridades e interrelaciones del personal que gerencia, desempeña, verifica o revisa el trabajo que afecta la calidad, así como las diferentes actividades a desempeñarse, la documentación que se empleará y los controles que deberán aplicarse. (Alexander, 2005, p.59)

Cada procedimiento documentado deberá cubrir una parte o elemento específico del sistema de calidad; por ejemplo, una secuencia de actividades conectadas con más de un elemento del sistema de calidad e interrelacionadas con él, igualmente la cantidad de procedimientos, el volumen de actividades involucradas en cada uno y la naturaleza de su formato y presentación, deben ser determinados por el usuario de esta norma internacional y, usualmente, reflejan la complejidad de la infraestructura física, la organización y la naturaleza del negocio.

Cada organización determina la extensión de la documentación requerida y los medios a utilizar, esto depende de factores tales como el tipo y el tamaño de la organización, la complejidad e interacción de los procesos, la complejidad de los productos, los requisitos de los clientes, los requisitos reglamentarios que sean aplicables, la competencia demostrada del personal y el grado en que sea necesario demostrar el cumplimiento de los requisitos del sistema de gestión de la calidad. (Peach, 1999, p.43)

El objetivo de la documentación en la norma ISO 9000 no es crear una burocracia ni generar una fábrica de papel, sino ayudar a la organización a lograr la calidad exigida (producto), evaluar los sistemas de calidad, lograr un mejoramiento de calidad y mantener las mejoras.

La elaboración de la documentación no debería ser un fin en sí mismo, sino que debería ser una actividad que aporte valor, para estos efectos la documentación debe permitir medir el desempeño, también juega el papel de auditoria ya que proporciona pruebas objetivas de que existe un proceso definido, de que existen procedimientos aprobados y de que los cambios son controlados.

Los sistemas de calidad eficaces toman en consideración las exigencias de todos los grupos involucrados, este concepto va mucho más allá de la simple satisfacción del cliente; estimula a las compañías para que anticipen a las expectativas de las personas involucradas y a que las superen. (Romero, 2016, p.8)

## 4.2. La comunicación con la norma ISO 9001

La norma ISO 9001 propone incrementar la precisión en aspectos de comunicación externa e interna, para que sea mucho más eficiente, se deben establecer canales de comunicación con los que se tenga claro qué, cuándo y con quién realizar la comunicación, por otro lado la calidad se ha convertido en el mundo globalizado de hoy, en una necesidad ineludible para permanecer en el mercado, por ello los sistemas de gestión de la calidad basados en las normas ISO 9001, que reflejan el consenso internacional en este tema, han cobrado una gran popularidad, y muchas organizaciones se han decidido a tomar el camino de documentarlo e implementarlo.

El sistema de calidad de una organización debe ponerse por escrito de manera sistemática, ordenada y comprensible en forma de políticas y procedimientos. La norma exige la existencia de distintos documentos que dan soporte al sistema de gestión de calidad. (Gonzalez, 2012, p.6-9)

La norma indica que es necesario establecer un procedimiento para controlar todos los documentos, tanto internos como externos, que se generan como consecuencia de la implantación del sistema de calidad. La finalidad de este sistema de gestión documental es conseguir que los documentos que se encuentren a disposición de la organización estén actualizados y controlados. (Lloréns y Fuentes, 2005, p.220-231)

Un mal control de los documentos suele perjudicar a las compañías, se explica entonces en la norma que las organizaciones deberán mantener en relación con sus actividades la "información documentada", la cual es la información que debe ser controlada y mantenida por una organización y el medio en el que está contenida.

El objetivo primordial de ISO 9001 no es la descripción exhaustiva de todos los procesos, sino la obtención de los resultados que se planificaron, en efecto la norma exige que exista una lista maestra que identifique todos los documentos que forman parte del sistema controlado de gestión, de modo que sea muy claro cuáles son los documentos específicos que conforman dicho sistema.

El propósito y los beneficios de la documentación del sistema de gestión de calidad son múltiples: proporciona un marco claro de trabajo de las operaciones de la organización, permite una consistencia de los procesos y una mejor comprensión del sistema de gestión de calidad, y proporciona evidencias para el logro de los objetivos y las metas, por esta razón durante el diseño de la documentación del sistema de gestión de calidad, debe centrarse en la eficiencia, y crear procesos y documentos que sean aplicables a su organización.

La documentación del sistema de gestión de calidad debe incluir: declaraciones documentadas de la política de calidad y sus objetivos, un manual de calidad, los procedimientos de documentación requeridos por esta norma internacional, los documentos que requiere la organización para garantizar la planeación, operación y control eficaces de sus procesos y los registros requeridos por esta norma internacional. (Alexander, 2005, p.6)

Todos estos documentos son parte importante del sistema de gestión de calidad, por lo tanto deben considerarse documentos controlados, todo documento controlado debe garantizar que la empresa pueda identificar con precisión los cambios realizados, por esta razón la empresa debe establecer y mantener procedimientos para controlar todos los documentos y datos que se relacionen con esta norma, sumado a lo expuesto, el dimensionamiento de la documentación del sistema de gestión de calidad basado en las necesidades de la organización, es esencial para un sistema de gestión de calidad funcional, así, una documentación estructurada adecuadamente hará sus operaciones mucho más fácil, mientras que la documentación incorrecta le traerá más que problemas.

La documentación debe comprender: declaraciones de una política de calidad y los objetivos de calidad, un manual de calidad, los procedimientos documentados requeridos, los documentos necesarios para asegurar una planeación, operación y control efectivos de los procesos y los registros requeridos. Se necesita un procedimiento o instrucción de trabajo si su ausencia puede afectar en forma adversa la calidad del producto.

El grado de documentación dependerá del tamaño de la organización y tipo de sus actividades, la complejidad de los procesos y sus interacciones y la competencia de los empleados. La norma debe satisfacer los requerimientos contractuales legales y reglamentarios, y la necesidad y expectativa de los clientes y demás partes interesadas. La documentación puede estar en cualquier forma, tipo y medio. (Besterfield, 2009, p.94)

Según ISO 9001 las empresas requieren el desarrollo e implementación de un sistema de calidad documentado, asimismo, estas normas requieren la preparación de un manual de calidad. El manual de gestión de calidad es un documento, de uso interno exclusivamente, que plantea la política de calidad y describe el sistema de calidad de una organización. Es la punta de lanza del sistema de calidad y en él se presentan las líneas directrices del sistema y compromiso de calidad, es también un documento de carácter comercial donde la empresa se presenta a sus clientes, suele estar organizado en capítulos que corresponden con los de la norma ISO aplicable para su fácil verificación y actualización, debe estar aprobado por la empresa formalmente y presenta de forma general las responsabilidades y autoridad relativas a la calidad.

La norma internacional requiere la preparación de un manual de aseguramiento de la calidad, que realice una descripción adecuada de los procedimientos y procesos del sistema de gestión de la calidad y servir como referencia permanente en la implementación y mantenimiento del mismo. El manual de aseguramiento de la calidad como Documento que plantea la política de calidad y describe el sistema de calidad de una organización. Normalmente un manual de aseguramiento de la calidad contiene información no privada y, por lo tanto, podría ponerse a disposición de clientes y terceros, volviendo la mirada hacia atrás, la documentación permite la comunicación del propósito y la coherencia de la acción, Su utilización contribuye a lograr la conformidad con los requisitos del cliente, mejora de la calidad, proveer la formación apropiada, la repetitividad y la trazabilidad, proporciona evidencia objetiva, evalúa la eficacia y la adecuación continua del sistema de gestión de la calidad. (Alexander, 2005, p.60-65)

#### **4.2.1. Importancia de planificar la comunicación**

No hay comunicación organizacional sin un plan de comunicación, para que la comunicación organizacional exista y sea reconocida con pleno derecho como una actividad profesional, tiene que sustentarse en una base metodológica indiscutible además para que la comunicación se considere un objetivo, es indispensable que la empresa la entienda como una técnica capaz de apoyar una dinámica de desarrollo, frente a este escenario no habrá profesionalismo en la comunicación organizacional si no está acompañada de una reflexión profunda sobre el plan de comunicación.

El plan de comunicación le permite a la empresa organizar la organización con respecto al cumplimiento de unos objetivos, basados en una estrategia empresarial, con el fin de proyectar una mejor imagen y mejorar la calidad de las relaciones con el exterior y con los miembros de la empresa.

El documento más ambicioso y estratégico. Suele componerse de tres partes: el estudio de la situación, el objetivo estratégico y las modalidades de la acción correspondiente a este objetivo. Se trata de un documento operacional cuyo propósito no es movilizar ni sensibilizar, sino establecer un marco de referencia para el conjunto de las acciones en comunicación. (Nieves, 2006, p.11)

Un plan de comunicación contribuye a que todos los elementos, concernientes a la consecución y cumplimiento de una estrategia empresarial, se incluyan en un método unificado de acciones teniendo en cuenta todos los actores tanto internos como externos y así permitir la planeación de los medios y los canales que se emplearan para tal efecto.

En el nuevo contexto social debemos comprender que las organizaciones no se encuentran aisladas, ahora más que nunca, están sujetas y relacionadas con su entorno. Por lo general todo lo que la organización dice, hace y piensa está sujeto a un escrutinio público como nunca antes en la historia, por tanto, la importancia de contar con una estrategia, que permita coordinar todas las acciones comunicativas, se vuelve más indispensable que nunca.

Las razones por las que se debe planificar la comunicación dentro de las organizaciones: proporciona el marco general de las acciones, incrementa el valor de la comunicación dentro de la administración, aclara el papel de la comunicación en la actividad de la empresa, abre la oportunidad para el debate interno y puede someter a revisión las decisiones obsoletas, combate la idea de la comunicación concebida como una herramienta, permite el monitoreo, el control y la evaluación, permite la anticipación y el enfoque proactivo, facilita la jerarquización de las prioridades en las acciones programadas, evita las revisiones puntuales y legitima las asignaciones presupuestales en caso de cambio de rumbo. (Libaert, 2006, p.55-63)

La planeación no es un proceso intrincado, costoso ni le exige mucho tiempo a la empresa. Cuando se diseña de una manera ágil y flexible que permita el debate sobre los factores en juego de la comunicación, la planificación ofrece numerosas ventajas.

Los beneficios que aporta la planeación en la comunicación podemos enfocarlos como los beneficios propios para la organización en sí y beneficios para los clientes metas.

Si la planificación es programación, entonces es evidente tienen dos usos o roles. Son a la vez un medio de comunicación y mecanismo de control... ¿Por qué programar la estrategia? La razón más evidente reside en la necesidad de coordinación, para tener la seguridad de que todos en la organización dirigen sus esfuerzos en la misma dirección, lo que suele facilitarse cuando esta dirección se especifica de la manera más precisa posible.

Los planes, tal como surge de la programación estratégica en forma de programas, proyecciones, presupuestos, etc., pueden construir los medios primordiales para comunicar no solamente intenciones estratégicas, sino también lo que cada individuo en la organización debe hacer para llevarlas a cabo. (Torrente, 2002, p.41)

Desde el punto de vista no se puede diseñar la comunicación, sea sobre la empresa o al interior de la misma, sin que se relacione con los fines esenciales de la empresa que son (o deberían ser) sus orientaciones estratégicas por ello se hace necesario decir que una política de comunicación tiene que ser coherente tanto en relación con un contexto y sus objetivos como globalmente, entonces lo importante además de haber formulado un plan de comunicación es haber construido una política de comunicación que incluya principios y orientaciones generales y que, llegando el momento, pueda derivar en planes específicos y entorno a determinadas facetas de la comunicación. Por ejemplo: comunicación sobre un proyecto industrial de la empresa, información sobre eventos personales en el periódico interno de la empresa, instauración de grupos para resolver problemas.

La importancia de contar con una estrategia, que permita coordinar todas las acciones comunicativas, se vuelve más indispensable que nunca antes de elaborar un plan de comunicación, es fundamental que la organización analice y realice un proceso de observación e identificación de objetivos primordiales que se pretenden cumplir, de acuerdo a una determinada estrategia.

El plan de comunicación no debe diseñarse de la nada. Tiene que elaborarse con base en el conocimiento de modelos estratégicos que podrían parecer sin relación directa, pero cuya estructuración opera con un método similar. En paralelo con la elaboración del plan estratégico de la empresa, empiezan a perfilarse las bases iniciales del plan de comunicación y hacerse evidente una lógica. El conocimiento del entorno y de la empresa determina las orientaciones estratégicas. Estas requieren objetivos y estrategias de comunicación que se traducen en elecciones tácticas, es decir en un programa de acción. (Aguilera, 2009, p.72-76)

Las partes de un plan de comunicación radican principalmente en la descripción de la situación, el planteamiento de los objetivos de comunicación, las estrategias de comunicación, identificación de públicos objetivos, mensajes básicos, acciones, calendario o cronograma y presupuesto.

No hay comunicación organizacional sin un plan de comunicación, cuando hablamos de estrategia dentro de la comunicación nos referimos a la planificación y diseño pautado de unas actuaciones y mensajes que permiten alcanzar una meta concreta, en base a esto podemos definir la estrategia de la comunicación como la planificación de la gestión de flujos comunicativos en la organización acorde a sus objetivos y valores, porque comunicar no es solamente emitir información, sino que también consiste en construir un diálogo con aquellos que son receptores y emisores del mensaje.

Su importancia es tal que, va a constituirse en el instrumento que marcará los criterios, políticas y estrategias de comunicación de la institución y que, de ser incorrecta su formulación, provocará una pérdida de imagen y, como consecuencia, una disminución de las ventas de la compañía o un deterioro de su reputación.

La verdadera gestión de la calidad es ante todo un proyecto de cambio en la administración, por lo que los objetivos del plan de comunicación asociado se dedican en primer lugar a apoyar el éxito del proyecto administrativo gracias al papel facilitador que desempeñan las acciones de comunicación. Fundamentalmente, un plan estratégico de comunicación produce beneficios relacionados con la capacidad de realizar una gestión más eficiente, liberando recursos humanos y materiales, así como promoviendo la participación del receptor, para que éste intervenga de manera directa en el proceso. (Mateo, 2010, p.61-67)

Un plan de comunicación permitirá trazar una línea de propósitos que determina el cómo se pretende lograr los objetivos. Esta imperiosa necesidad de comunicar, de transmitir al exterior y al interior de la institución, debe hacerse de forma metódica y sistemática, a través de una correcta planificación y tras un previo análisis de aquellas circunstancias del entorno que pudieran influir en el proceso.

La comunicación no consiste en tan sólo en hacer que la información esté disponible. El plan de comunicación asociado al proyecto de calidad también se encargará de retroalimentar a los actores, tanto internos como externos, gracias a una información puntual de los avances al equipo del proyecto de calidad

Es importante que el proceso de comunicación comprometa a la mayoría de los actores de la empresa, ya que el grado de éxito, en gran medida, dependerá del nivel de participación con que se impliquen. Por último, es necesario comentar que el plan de comunicación es un engranaje que vincula las necesidades y proyecciones de una organización en términos de comunicación.

De acuerdo a lo anterior, se vislumbra como la materialización de las proyecciones de la empresa, y por lo mismo debe involucrar a todos los que hagan parte de ésta y del logro de los objetivos y metas planteadas por la misma; en otras palabras, hacer de la participación activa de los trabajadores un ejercicio efectivo de intracomunicación con sentido estratégico. (Formanchuk, 2002, p.249)

#### **4.2.2. Elementos del plan de comunicación**

El Plan de Comunicación es un instrumento de apoyo al Plan de Negocios de una organización en lo que tiene que ver con la imagen y la identidad corporativa, es un plan de ejecución que guía las actividades de comunicación. Así mismo es un programa detallado con elementos de acción para la construcción del componente de comunicación. (Nieves, 2006, p.16)

Como la auditoria constituye la base del plan de comunicación, su ausencia o sus imperfecciones solo podrán redundar en una estrategia incompleta teniendo en cuenta además que en una auditoría de información se deben establecer también los procesos de control y verificación

Sin una auditoria rigurosa, la comunicación rara vez es pertinente. La capacidad de realizar una auditoria confiable depende de varios parámetros: la relación con el objetivo estratégico, el recuento del conjunto de los factores que tienen un impacto sobre la imagen de la empresa y el diagnostico apoyado en resultados. Así se distinguirá el objeto de la medición de los métodos de evaluación utilizados. (Libaert, 2006, p.107)

El resultado de estos procesos puede consistir en un informe o, incluso, un certificado que confirme que todo es correcto o que incluya recomendaciones de mejora, por considerar hay que tener presente que el mapa de recursos de información, o mapa documental, puede constituir uno de los principales resultados del proceso de la auditoría de información.

Una vez analizado el entorno en el que se desenvuelve y fijados sus objetivos a corto y largo plazo, selecciona las estrategias más adecuadas para lograr esos objetivos y define los proyectos a ejecutar para el desarrollo de esas estrategias.

El objetivo es el elemento central del plan de comunicación. El propósito del análisis previo de la situación es delimitar un objetivo. Las fases siguientes, que definirá el mensaje, los destinatarios y los medios, se desprenden directamente del objetivo. Situado en el centro de la planificación, el objetivo establece una estrategia para el conjunto de las acciones de comunicación, la meta común por alcanzar. Es un acto político con una voluntad determinada que pone en fuego la eficacia de la comunicación organizacional y que requiere, antes de cualquier presentación de sus modalidades, una clara definición de sus componentes. (Romero, 2016, p.133).

La definición de los objetivos del plan de comunicación debe ser definida, ya que tiene que estar, necesariamente, alineados con la estrategia general de la empresa. Sobre el asunto normalmente se establece un objetivo general que, en definitiva, debe coincidir con aquello que básicamente se quiere comunicar, con la imagen corporativa a transmitir; y en una serie de objetivos específicos, concretos y ordenados por prioridades o importancia relativa, en todo caso esto permitirá conducir el desarrollo de la estrategia de comunicación, al tiempo que facilitara la detección de aquellos puntos o etapas en la que habrá que decidir con mayores esfuerzos.

Los registros de calidad deben ser mantenidos para demostrar que se han alcanzado la calidad requerida y la operación efectiva del sistema de calidad, todos los registros deben ser legibles e identificables los registros de calidad deben ser guardados y mantenidos de tal manera que puedan ser fácilmente consultados. Los

documentos también incluyen el mantenimiento de registros de la calidad, como gráficos de diseño, registros de inspección y pruebas, resultados de auditorías, etc., todo lo cual constituye la evidencia de que se cumplen determinados requisitos y de que el sistema de calidad funciona de manera eficaz.

Los registros incluyen informes de inspección, los datos de las pruebas, los informes de calificación, los datos de calibración y todos los documentos que deban controlarse, entre ellos, los dibujos, las especificaciones, los procedimientos e instrucciones de inspección, las instrucciones de trabajo y los planes de calidad, de esta manera los registros de la calidad mostrarán la forma de llenarse o los datos mínimos que lo conforman. Se debe asegurar que los archivos sean adecuados, la integración de la información sobre la calidad de una empresa en los sistemas de control global de gestión continua. (Peach, 1999, p.47)

#### **4.3. Visión de la comunicación con la norma ISO 14001**

La norma ISO 14001 establece la comunicación ambiental en las organizaciones como un requisito fundamental, del mismo modo establece cuáles son las técnicas más utilizadas para determinar qué comunicación ambiental será necesaria para mantener el sistema de gestión ambiental de una forma funcional.

La implementación de este sistema de gestión ambiental a nivel interno es muy importante para realizar una eficiente comunicación, resolver conflictos y coordinar actividades, por ello se debe garantizar que se aporta la información correcta en el momento adecuado. Esta información es necesaria para incrementar la motivación de los empleados, además de favorecer el desempeño ambiental, también se puede animar a que se lleven a cabo los comentarios y sugerencias, esto favorecerá la mejora del sistema de gestión ambiental en la empresa.

Ha integrado los temas ambientales en la formación periódica de la empresa, está estableciendo y se mantiene la comunicación interna entre los distintos niveles y funciones, a través de forma de comunicación que facilitan su comprensión por ejemplo: información reflejada en las distintas áreas así como boletines y afiches, mediante los cuales se motiva y se crea conciencia en el personal respecto de la

gestión ambiental y la necesidad del manejo sustentable de los recursos, se piden sugerencias a través de buzones colocados en áreas comunes, percibiendo así los puntos de vista del personal. (Rodríguez, 2007, p.167-173)

Comunicar de forma interna la información pertinente al sistema de gestión ambiental entre los diferentes niveles y funciones de la empresa promueve la eficiencia, según sea concerniente la empresa se debe asegurar que el proceso de comunicación facilite a las personas que trabajan bajo el control de la empresa a que contribuyan a la mejora continua.

La empresa tiene que comunicar de forma externa la información relevante sobre el sistema de gestión ambiental, debe ser según lo establecido en los procedimientos de comunicación de la empresa y como lo exigen en sus obligaciones de cumplimiento. Es necesario Establecer y mantener procedimientos para la comunicación interna entre los diversos niveles y funciones de la organización; recibir, documentar y dar respuestas rápidas a las comunicaciones pertinentes de las partes interesadas externas.

El Sistema no sólo depende de los individuos, sino que también depende de la comunicación entre ellos, entonces un sistema de gestión ambiental no depende únicamente de la comunicación interna de la organización, sino que también se deben comunicar con el exterior de la organización se ha considerado que la comunicación en la norma ISO 14001 ocupa una labor importante en la gestión de la empresa y su relación con las diferentes partes interesadas. (Vincenzo, 2016, p.167)

Con respecto a la visión general de la comunicación predomina como requisito explícito la obligación de comunicar externamente toda aquella información relevante relacionada con su sistema de gestión ambiental que cubra los requisitos propios y aquellos que han manifestado las partes interesadas.

La comunicación medioambiental es un elemento de difusión hacia todas las personas interesadas de la política y estrategia de la organización en relación con el medio ambiente, así como del impacto sobre el entorno natural y de los resultados y mejoras alcanzados que han sido revelados con los mecanismos de evaluación y

control articulados por la empresa. La comunicación externa incluye esencialmente actividades de creación de imagen de empresa medioambientalmente responsable, para ganar aceptación y legitimidad en su entorno social y geográfico.

La empresa tiene que comunicar de forma externa la información relevante sobre el sistema de gestión ambiental, debe ser según lo establecido en los procedimientos de comunicación de la empresa y como lo exigen en sus obligaciones de cumplimiento, sucede, pues, que, la comunicación externa se realiza esencialmente la que se ofrece a las personas que encuentran afectados por los aspectos ambientales de la organización y el Sistema de gestión Ambiental, en efecto, la política ambiental es una forma de comunicarse externamente. (Camisón et al., 2006, p.508-159)

Las entidades necesitan de una base documental para comenzar con el sistema de gestión medioambiental basado en la norma ISO 14001. Esto no indica que la empresa tenga que modificar radicalmente su manera de trabajar, en este caso la empresa tendrá que redactar de una manera clara y concisa lo que hace respecto a la gestión ambiental, esto es, las actividades que llevan a cabo. y más tarde tendrán que actuar tal y como han detallado, se ha considerado que las organizaciones que no operan aún con los criterios ambientales correctos tienen que realizar un esfuerzo de adaptación antes de documentar estas prácticas.

Establecer y mantener procedimientos documentados para controlar todos los documentos requeridos por la presente norma incluyendo aquellos que formen parte de otros sistemas como por ejemplo el sistema de aseguramiento de la calidad y que se tome la decisión de ser adoptados por el sistema gestión ambiental, para asegurar que se cumplan las siguientes indicaciones: ser legible, fechada, estar localizada, fácilmente identificable, conservada ordenadamente y con un tipo específico de archivo; estar vigente y disponible en los puntos donde se realicen las operaciones esenciales para el funcionamiento del SGA; ser retirada rápidamente una vez obsoleta de todos los puntos de uso para evitar que sea usada de manera no intencional. Si con fines legales, se decide conservar algún tipo de documentos obsoletos, estos deben ser identificados convenientemente.

El objetivo fundamental debe ser asegurar que la organización cree y mantenga la documentación suficiente para asegurar la implementación del sistema de gestión ambiental. Los documentos escritos son un medio que posibilita que las actividades que se tengan que realizar se hagan de manera consistente desde dentro y fuera de la entidad, es por ello que si en la empresa hay un nivel apropiado de documentos, la actuación ambiental no dependerá de grandes especialistas, sino que habrá una manera de hacer que las cosas sean llevadas a cabo por todos los empleados de la empresa, ya que podrán disponer del documento en el mismo lugar donde se realizan las actividades, aunque llenar las estanterías de documentos y de papeles que no son necesarios es perjudicial para la empresa. (Rodríguez, 2007, p.169-175).

## Conclusiones

En esta investigación se llegó a la siguiente conclusión:

Gestión de la calidad en la comunicación empresarial, es importante e indispensable en las organizaciones, dado que la sociedad exige a estas empresas altos estándares de calidad en sus procesos para poder mantenerse en el mercado, ya que esto le permite diferenciarse de su competencia, basándose en la participación de todos sus miembros para cumplir con sus metas y objetivos.

Gestión de la calidad orienta la comunicación hacia la mejora continua, alcanzando de manera integral un alto nivel en la comunicación existente en las empresas u organizaciones; tanto de manera interna como externamente. Su principal función es la implementación exacta de intercambios de información entre sus colaboradores y sus clientes.

En las organizaciones las relaciones laborales son cruciales porque juegan un papel de mucha relevancia, puesto que logra que se realicen acciones de mejora en la comunicación existente entre colaboradores para que sus actividades fluyan de manera satisfactoria.

Los sistemas normativos, ofrecen asistencia en la identificación de los elementos que un modelo de gestión de calidad en la comunicación debe abarcar, el cual es un soporte, pues en ellos se plasman no sólo las formas de operar de la organización sino que también permite el desarrollo de todos los procesos y proporcionan la información necesaria para una adecuada toma de decisiones.

## Bibliografías

- Camisón, C., Cruz S., y González T. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid, España: Pearson educación, s.a.
- Cuatrecas, Ll. (2010). *Gestión Integral de la Calidad*. S.L. Barcelona: Profit Editorial Inmobiliaria
- Palacios, R. y López, E. (1995). *la comunicación organizacional dentro de la C. S. T.* (monografía para optar al título de Lic. En Periodismo) Universidad Centroamericana, UCA, Managua, Nicaragua.
- Ruiz, A. (2010). *La comunicación oral en la empresa*. Madrid, España: Arco Libros
- Salinas O.J. (2001). *Lo positivo de las relaciones laborales*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/positivo-relaciones-laborales/>
- Piñuel, J. y Lozano, C. (2006). *Ensayo general sobre comunicación*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.
- Escarpit, R. (1981). *Teoría general de la información y la comunicación*. Francia: ICARIN Editorial, S.A.
- Lares, A. G. (1998). *Sabiduría empresarial para el tercer milenio*. México, México: editorial Diana
- Chiavenato, I. (Ed.), (2002). *Administración de recursos humanos*. Bogotá, Colombia: editorial McGraw Hill
- Lucena, J. B. (2007). *Inventando la empresa del siglo XXI*. Santiago de Chile, Chile. Editorial: Dolmen
- Guzmán, A. (2006). *Comunicación empresarial*. Bogotá, Colombia: Eco ediciones
- Summers, D. (2006). *Administración de la calidad*. México, México: Pearson
- Paul, J. (1997). *Gestión de la calidad total. Un texto introductorio*. Madrid, España: Prentice hall Iberia.
- Gutierrez, M. (2001). *Administración para la calidad*. México, México: Limusa.
- Alexander, A. (2005). *Metodología para documentar el ISO 9000 versión 2000*. México, México: Pearson educación.

- Elizondo, A. (1997). *Manual ISO 9000 uso y aplicación de las normas de aseguramiento de calidad ISO- 9000 (NMX-CC)*. Monterrey, México: Ediciones Castillo.
- Libaert, T. (2009). *El plan de comunicación organizacional: como definir y organizar la estrategia de comunicación*. México, México: Limusa.
- Rodríguez, R. (2007). *Gestión ambiental de empresas*. Managua, Nicaragua: Unan-Rucfa
- Besterfield, d. (2009). *Control de calidad*. México, México: Pearson educación
- Lloréns, J. y Fuentes, M. (2005). *Gestión de la calidad empresarial fundamentos e implementaciones*. Madrid, España: Ediciones pirámide.
- Peach, R. (Ed.). (1999). *Manual de ISO 9000*. D.F., México: McGraw-hill.
- Baldelomar, R., y Castro, S. (2011). *Comunicación Interna en las organizaciones*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
- Solano, A., y Sánchez, D. (2015). *La administración del conocimiento y el aprendizaje en la organización*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua
- Imai, M. (1992). *KAIZEN La clave de la ventaja competitiva japonesa*. México: CECSA.
- Ongallo, C. (2007). *Manual de comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Madrid, España: Dykinson
- Aguilera, J. (2009). *Modelos de mejora continua en las empresas*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/mejora-continua-empresas/>
- Gómez, O. (2008). *Sistemas de gestión empresarial*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-empresarial/>
- Kómová, E. (2015). *Comunicación organizacional para mejorar la gestión de calidad y el servicio en ECASA S.A.* Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-para-mejorar-la-gestion-de-calidad-y-el-servicio-en-ecasa-sa/>

Romero, Arturo. (2016). *Documentos mínimos que exige la Norma ISO 9001:2015*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/documentos-minimos-exige-la-norma-iso-90012015/>

Nieves, F. (2006). *Plan de comunicación estratégica*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/plan-de-comunicacion-estrategica/>

Torrente, I. (2002). *Estrategia de comunicación empresarial*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/estrategia-comunicacion-empresarial/>

Formanchuk, A. (2002). *Comunicación interna, externa e imagen corporativa*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-interna-externa->

Mateo, R. (2010). *Sistemas de Gestión de la Calidad*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/sistemas-gestion-calidad/>

Vincenzo, R. (2016). *La comunicación en la Norma ISO 14001:2015*. Recuperado de <https://www.s bqconsultores.es/la-comunicacion-la-norma-iso-140012015/>

González, F. (2012). *Comunicación e inteligencia organizacional como pilares de una gestión efectiva*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-e-inteligencia-organizacional-como-pilares-de-una-gestion-efectiva/>

Aguirre, M. (2013). *Programa de comunicación interna en la empresa*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/programa-comunicacion-interna-empresa/>

Encinas, J. (2009). *Gestión de la calidad y mejoramiento continuo*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/gestion-de-la-calidad-y-mejoramiento-continuo/>