
Plan de comunicaciones como elemento para la mejora de la calidad y productividad

Communications plan as an element for improving quality and productivity

Diana Merchán

Universidad de Guayaquil, Ecuador
Universidad de Valladolid, España
diana.merchang@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2352-3838>

Pablo Vicente Tejada Hinojosa

Universidad de Guayaquil, Ecuador
pablo.tejadah@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0006-4653-0084>

Fernando Jaime Villacís

Universidad de Guayaquil, Ecuador
jaime.villacisv@ug.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-4031-3047>

Bolívar Duchi Ortega

Universidad Espíritu Santo, Ecuador
bduchior@uees.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-0602-1203>

**Pro Sciences: Revista de Producción,
Ciencias e Investigación**

CIDEPRO, Ecuador
e-ISSN: 2588-1000
Periodicidad: Trimestral
Vol. 8, No. 52, 2024
editor@journalprosciences.com

Recepción: 16 abril 2024
Aprobación: 20 mayo 2024

DOI: <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol8iss52.2024pp1-11>

Resumen: El plan de comunicaciones se presenta como un elemento crucial para la mejora de la calidad y productividad en las organizaciones. Bien estructurado, garantiza que la información fluya de manera precisa y oportuna, pero no es comúnmente aplicado en las empresas ecuatorianas. Por lo tanto, el objetivo de esta investigación es analizar la contribución del plan de comunicaciones en la mejora de la calidad y productividad en el proceso de gestión de desechos sólidos orgánicos en el mercado municipal "Las Manuelas", ubicado en el cantón Durán. Este trabajo de investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto y tiene un alcance exploratorio y descriptivo. Para la selección de la muestra se aplicó la técnica de muestreo intencional y aleatorio estratificado. Se realizaron encuestas a los comerciantes, personal administrativo, servicios generales y clientes para evaluar la percepción de la efectividad del plan de comunicaciones. El 38,33% de los clientes y/o consumidores evaluaron la limpieza del mercado como pésima, y el 20% calificaron su experiencia en el mercado municipal de la misma manera. Se obtuvo el estadístico de *Somers' d* con valores de 0.693 y 0.890 entre la comunicación efectiva, la claridad de la información y los errores en el trabajo. Con estos resultados, se rechaza la hipótesis nula, lo que indica que existe una asociación significativa entre la comunicación efectiva, la claridad de la información y los errores en el trabajo. Una comunicación efectiva puede influir en diversos aspectos operativos, promoviendo un entorno de trabajo más colaborativo y eficiente.

Palabras clave: comunicación, productividad, organización y método, procesos, calidad

Como citar: Merchán, D., Tejada, P., Villacís, F., & Duchi, B. (2024). Plan de comunicaciones como elemento para la mejora de la calidad y productividad. *Pro Sciences: Revista De Producción, Ciencias E Investigación*, 8(52). Recuperado a partir de <https://journalprosciences.com/index.php/ps/article/view/706>

Abstract: Communications plan is presented as a crucial element for the improvement of quality and productivity in organizations. Well structured, it ensures that information flows in an accurate and timely manner, but it is not commonly applied in Ecuadorian companies. Therefore, the objective of this research is to analyze the contribution of the communications plan in the improvement of quality and productivity in the process of organic solid waste management in the municipal market “Las Manuelas”, located in the Durán canton. This research work was developed under a mixed approach and has an exploratory and descriptive scope. For the selection of the sample, the technique of intentional and stratified random sampling was applied. Surveys were conducted with shopkeepers, administrative personnel, general services and clients to evaluate the perception of the effectiveness of the communications plan. A total of 38.33% of the clients and/or consumers rated the cleanliness of the market as very bad, and 20% rated their experience in the municipal market in the same way. Somers' d statistic was obtained with values of 0.693 and 0.890 between effective communication, clarity of information and errors in the work. With these results, the null hypothesis is rejected, indicating that there is a significant association between effective communication, clarity of information and errors at work. Effective communication can influence various operational aspects, promoting a more collaborative and efficient work environment.

Keywords: Communication, productivity, organization and method, processes, quality.

INTRODUCCIÓN

Las palabras comunicar y comunicación aparecen por primera vez en la lengua francesa en la segunda mitad del siglo XIV. Remiten al vocablo latino “*communicare*”, que supone una acción comunitaria de “participar en común” o “poner en relación”. Es decir, la gente al comunicarse coparticipa, convive y actúa en común (Catanzariti, 2021). La comunicación desempeña un papel fundamental en la vida

de cada persona. A través de ella, las personas se informan sobre su entorno y establecen relaciones con los demás. Por tanto, es esencial contar con una definición clara de la comunicación, ya que todos los seres humanos necesitan relacionarse y comunicarse con los demás. (Caudillo Pérez, 2024).

La comunicación es parte del sistema empresarial, pero en la actualidad los directivos no conciben el grado de importancia de definir un plan de comunicaciones para la mejora de la productividad y calidad, (Project Management Institute, s. f.) definió el plan de gestión de las comunicaciones como un componente que describe la forma en que se planificarán, estructurarán, monitorearán y controlarán las comunicaciones.

El mercado actual ecuatoriano es altamente competitivo debido a los tratados de libre comercio [TLC] que tiene vigente con algunos países, esto ha permitido el acceso a nuevos nichos de mercado. Las empresas públicas y privadas deben realizar cambios significativos para satisfacer a un mercado cada vez más exigente, ya que los consumidores ahora cuentan con una amplia variedad de opciones y pueden elegir dónde consumir según diversos factores como el precio, la calidad y productividad. La calidad ha sido un elemento fundamental en cada una de las acciones que, en el transcurso del tiempo, han sido concebidas por el hombre, como el fortalecimiento a las actividades que realiza en los contextos sociales, personales, laborales y profesionales, es decir, el ser humano ha debido desarrollar factores y elementos que le han permitido destacarse en cualquier acción (López López, 2021); mientras que la productividad de un proceso está relacionada con la eficiencia en la transformación de los recursos de entrada en valor para los clientes (Rodríguez Moreno, 2022).

En Ecuador, el crecimiento acelerado de supermercados que ofrecen precios competitivos, similares a los de los mercados municipales, pone en riesgo la subsistencia de estos últimos. Un ejemplo es el supermercado TUTI, un nuevo participante en el mercado que se enfoca en el cliente ofreciendo precios bajos, locales cercanos y opciones de pago en efectivo (Torres Luzuriaga, 2023), por lo tanto, los mercados municipales deben reaccionar rápidamente a estas demandas y manejar situaciones no deseadas en la gestión para brindar una mejor experiencia a sus clientes y/o consumidores. Además, deben asegurar el éxito en la ejecución de las actividades propias del negocio, especialmente las actividades articuladas a la gestión de los desechos sólidos orgánicos para mantener una excelente higiene y limpieza en el mercado municipal. En este contexto, el uso de un plan de comunicaciones se convierte en un elemento fortalecedor para las organizaciones, proporcionando ventajas como: procesos más productivos, reducción de pérdidas de tiempo, claridad en la información y disminución de errores en el trabajo debido a una comunicación poco efectiva.

Tanto definir el plan de comunicaciones es importante como controlarlo, lo cual implica levantar los incidentes y también realizar las actualizaciones correspondientes, la implementación de tecnologías de la información y comunicación [TIC] juega un papel

significativo al facilitar la comunicación en tiempo real y la coordinación eficiente de las actividades. La retroalimentación continua y constructiva es fundamental para identificar áreas de mejora y ajustar estrategias de manera dinámica, contribuyendo así a una mejora continua en la productividad, por tal motivo, este trabajo tiene como objetivo analizar la contribución del plan de comunicaciones en la mejora de la calidad y productividad en el proceso de gestión de desechos sólidos orgánicos en el mercado municipal “Las Manuelas”, ubicado en el cantón Durán.

METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto y tiene un alcance exploratorio y descriptivo. El objeto de estudio es el mercado municipal "Las Manuelas", ubicado en el cantón Durán. Para la selección de la muestra se aplicó la técnica de muestreo intencional y aleatorio estratificado, como se muestra en la Tabla 1. Se utilizó la técnica de encuesta para el levantamiento de información: la primera encuesta se dirigió a los comerciantes, personal administrativo y de servicios generales, mientras que la segunda encuesta se realizó a los clientes y/o consumidores para medir la percepción de la efectividad del plan de comunicaciones. Para el análisis de los resultados de las encuestas se emplearon los estadísticos Somers' d, Kendall's Tau-b, Kendall's Tau-c y Gamma mediante el programa SPSS.

Tabla 1. Muestras

	Encuesta 1	Encuesta 2
Personal Administrativo	3	
Personal de Servicios generales	5	
Comerciantes	25	
Clientes y/o consumidores		60
Total	33	60

Los métodos aplicados para la recolección de información son:

- Método analítico: este método de investigación consiste en la desmembración de un todo descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular (Hernández, 2017) .
- Método inductivo: para este método la experiencia y lo observable son los únicos lugares seguros donde podemos captar la realidad (Barrón de Olivares, 2020).

RESULTADOS

Coefficiente de Somers' d y Kendall's Tau-b - Kendall's Tau-c –Gamma

Los resultados presentados en las Tablas 2 y 3 se obtuvieron a partir de los datos recopilados mediante la encuesta dirigida a los comerciantes, personal administrativo y de servicios generales del mercado municipal "Las Manuelas". Estas personas son responsables de garantizar la calidad y productividad del proceso de gestión de desechos sólidos orgánicos en dicho mercado, contribuyendo así a mantener una imagen de higiene y limpieza.

La Tabla 2 muestra que existe una asociación directa entre la comunicación efectiva y los errores en el trabajo, según el coeficiente de Somers' d, con un valor de 0.693. El nivel de significación de los coeficientes Tau-b de Kendall, Tau-c de Kendall y Gamma, con un valor de 0.000, es menor que 0.05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, lo que indica que existe una asociación significativa entre la comunicación efectiva y los errores en el trabajo.

Tabla 2. Comunicación efectiva Vs Errores en el trabajo

			Value	Asymp. Std. Error ^a	^b Approx. T	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,693	,062	7,760	,000
		Comunicación_efectiva Dependent	,655	,076	7,760	,000
		Errores_en_el_trabajo Dependent	,736	,060	7,760	,000

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	^b Approx. T	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	,694	,062	7,760	,000
	Kendall's tau-c	,627	,081	7,760	,000
	Gamma	,941	,048	7,760	,000
N of Valid Cases		33			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

La Tabla 3 muestra un valor de Somers' d de 0.980, obtenido mediante el software SPSS, lo que indica que la claridad de información y los errores en el trabajo tienen una asociación directa alta, según la escala del grado de asociación de las variables. El nivel de significación de los coeficientes Tau-b de Kendall, Tau-c de Kendall y Gamma, con un valor de 0,000, es menor que 0,05; por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, lo que

indica que si existe una asociación significativa entre la claridad de información y los errores en el trabajo.

Tabla 3. Claridad de la información Vs. Errores en el trabajo

			Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Somers' d	Symmetric	,890	,037	13,358	,000
		Claridad_de_la_información Dependent	,857	,053	13,358	,000
		Errores_en_el_trabajo Dependent	,925	,041	13,358	,000

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Ordinal by Ordinal	Kendall's tau-b	,890	,037	13,358	,000
	Kendall's tau-c	,769	,058	13,358	,000
	Gamma	1,000	,000	13,358	,000
N of Valid Cases		33			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Evaluación de la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente y/o consumidor en un mercado municipal ya no puede estar enfocada únicamente en los precios bajos. Esto se debe al incremento de los supermercados en Ecuador, los cuales también ofrecen productos a precios competitivos y brindan una experiencia diferente al consumidor.

El mercado municipal "Las Manueles" fue inaugurado en 2018, por lo que cuenta con una infraestructura moderna. Sin embargo, el 25% de los clientes encuestados calificaron su experiencia de compra en este mercado como regular, y el 20% la calificó como pésima, según se muestra en la Figura 1.

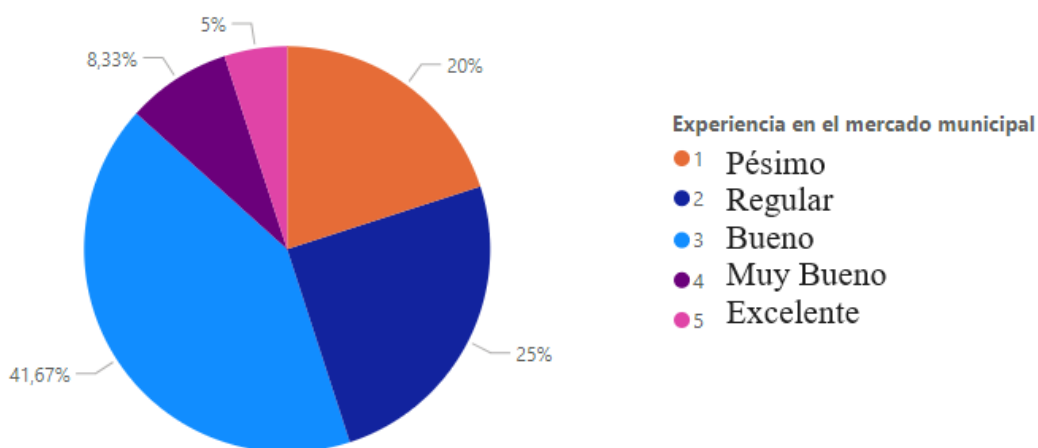


Figura 1. Experiencia en el Mercado municipal

La Figura 2 muestra que el 38,33% de los clientes y/o consumidores evaluaron la limpieza del mercado como pésima, mientras que el 43,33% la calificaron como regular.

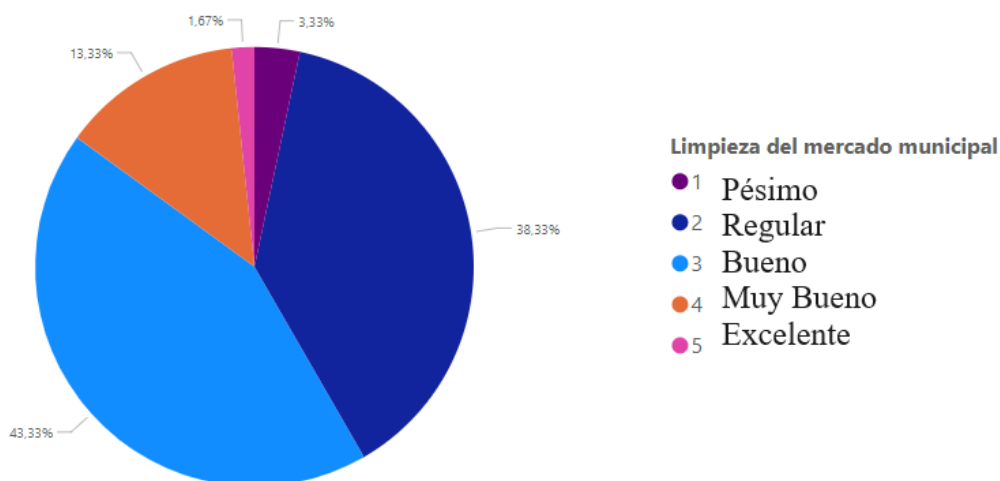


Figura 2. Limpieza en el Mercado municipal

La Tabla 3 muestra que los clientes y/o consumidores que calificaron la información proporcionada por los comerciantes y funcionarios como pésima también dieron la misma calificación a su experiencia en el mercado municipal "Las Manuelas".

Tabla 3. Tabla cruzada: Información Vs. Experiencia del consumidor

			Experiencia_del_consumidor				
			1,00	2,00	3,00	4,00	5,00
\$Información	Información_del_funcionario	Count	6	4	5	1	0
		Row N %	37,5%	25,0%	31,3%	6,3%	0,0%
	Información_del_comerciante	Count	5	5	4	2	0
		Row N %	31,3%	31,3%	25,0%	12,5%	0,0%

DISCUSIÓN

El plan de comunicaciones es parte de los planes que exigen las mejores prácticas recopiladas en el libro del Project Management Institute [PMI] para la gestión de los proyectos, debido a que la metodología PMI lo considera importante para disminuir el riesgo del fracaso del proyecto y también es exigible en los planes de contingencias porque es necesario que los actores involucrados en estos procedimientos tengan claro el flujo de comunicación para aumentar la velocidad de reacción frente a un suceso no deseado. De la misma, el plan de comunicaciones se convierte en un elemento fundamental para llevar a cabo cualquier tipo proceso.

Las barreras de la comunicación son factores que deforman o dificultan el proceso comunicativo, afectando el mensaje entre el emisor y el receptor. También se les conoce como interferencias y pueden distorsionar el mensaje. Estas barreras se clasifican en: físicas, semánticas, fisiológicas, psicológicas, administrativas e interpersonales (Caudillo Pérez, 2024). Dadas las condiciones contemporáneas que dinamizan la sociedad, todo sujeto u organización interpela con otro a través de algún artefacto o dispositivo tecnológico que establece unas dinámicas diferentes de interacción, aspecto que claramente un comunicador debe entender como un ámbito de desempeño. Los procesos comunicativos mediados por la tecnología establecen una comprensión diferente en torno a los intercambios de roles entre emisor y receptor, así como la forma en que se producen los contenidos de los mensajes, en tanto estos ya no son singulares sino que se tornan plurales, fragmentados, iconizados, entre otros (Vaca Tapia, 2023).

En un mercado que es variable y evoluciona constantemente, la calidad en su séptima era se refiere al desarrollo de productos y servicios con conciencia ambiental. Esto implica la creación de ecodiseños en los procesos, la reducción de residuos y su aprovechamiento para contribuir a la economía circular y a los objetivos de desarrollo sostenible definidos por la Organización de las Naciones Unidas (Arteaga et al., 2022).

Juran introdujo inicialmente el concepto de calidad por diseño [QbD], quien sostenía que la calidad debía programarse y creía que la mayoría de las crisis y problemas de calidad se derivan de cómo se planificó inicialmente la calidad. Se pueden explorar nuevos procesos aprendiendo sobre los actuales y mejorar el rendimiento de estos procesos para ser competitivos, el objetivo de la garantía de calidad [GC], que forma parte de la gestión

de la calidad, es dar a los clientes la certeza de que sus necesidades serán atendidas (Nishal et al., 2024). El desarrollo y ejecución de un plan de comunicaciones sólido es indispensable para optimizar la calidad y la productividad en el proceso de gestión de desechos sólidos orgánicos en el mercado municipal "Las Manuelas". Este plan proporciona una base estructurada para la gestión eficiente de la información y la mejora continua, ayudando a mantener una imagen de limpieza e higiene en el mercado municipal.

CONCLUSIONES

La comunicación efectiva y claridad de la información han demostrado una asociación significativa con los errores en el trabajo, lo cual se refleja en una pésima experiencia del cliente y/o consumidor del mercado municipal, el plan de comunicaciones efectivo facilita la coordinación y la ejecución adecuada del proceso de gestión de desechos sólidos orgánicos en el mercado municipal "Las Manuelas", ubicado en el cantón Durán.

La productividad del proceso de gestión de desechos sólidos orgánicos también impacta positivamente en la experiencia del cliente. La comunicación efectiva contribuye directamente a un entorno de trabajo más colaborativo y eficiente, lo que demuestra que la mejora en la comunicación interna es fundamental para asegurar la calidad y productividad en las actividades de higiene y limpieza del mercado municipal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arteaga, M., Merchán, D., Mendoza, L., & Ochoa, M. (2022). Residuos de pescado: Impacto ambiental y utilización. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 6(42), 445-452. <https://doi.org/10.29018/issn.2588-1000vol6iss42.2022pp445-452>
- Barrón de Olivares, V. (2020). *Proyectos y metodologías de la investigación*. Editorial Maipue.
- Catanzariti, L. (2021). *Comunicación y culturas del consumo*. Editorial Maipue. <https://elibro.net/es/ereader/uguaquil/174176?page=11>.
- Caudillo Pérez, H. (2024). *Liderazgo y comunicación* (1.^a ed.). Grupo Editorial Éxodo. <https://elibro.net/es/ereader/uguaquil/253767?page=15>.
- Hernández, G. (2017). *Metodo_Analitico.pdf*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf
- López López, M. K. (2021). *Factores que influyen en la productividad de las Pymes*. Fundación Universitaria San Mateo. <https://elibro.net/es/ereader/uguaquil/195579?page=51>
- Nishal, S., Phaugat, P., Gulia, M., & Jhawar, V. (2024). Quality By Design in Quality Assurance. En N. K. Jain & N. Bajwa (Eds.), *Introduction to Quality by Design (QbD): From Theory to Practice* (pp. 297-326). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-981-99-8034-5_12
- Project Management Institute. (s. f.). *ProjectManagement.com—Project Management Communications Plan Outline*. Recuperado 16 de julio de 2024, de https://www.projectmanagement.com/deliverables/224371/project-management-communications-plan-outline#_=_
- Rodríguez Moreno, D. C. (2022). *La productividad en el servicio*. EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD. <https://elibro.net/es/ereader/uguaquil/231879?page=14>
- Torres Luzuriaga, V. (2023). *Análisis de comportamiento y evolución de los principales supermercados en Ecuador Caso: Corporación Favorita y el e-commerce Tipti, período 2018-2022. | X-pedientes Económicos*. https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/143

- Vaca Tapia, A. C. (2023). *Comunicación y Prospectiva*. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CA. <https://elibro.net/es/ereader/uguayaquil/233945?page=100>.