



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1284>

Ciencias económicas y empresariales

Artículo de investigación

La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador

Quality management and customer service as a factor of competitiveness in service companies - Ecuador

Gestão da qualidade e atendimento ao cliente como fator de competitividade nas empresas de serviços - Ecuador

Flor Nereysi Zavala-Choez ^I
fzavala6344@pucesm.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5251-4538>

Estefanía Monserrate Vélez-Moreira ^{II}
emvelez@pucesm.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3780-1982>

Correspondencia: fzavala6344@pucesm.edu.ec

***Recibido:** 30 de junio de 2020 ***Aceptado:** 10 de julio de 2020 *** Publicado:** 18 de julio de 2020

- I. Ingeniera Comercial, Maestría de Administración de Empresas, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí, Ecuador.
- II. Magíster en Administración Pública Mención Desarrollo Institucional, Máster en Dirección y Gestión Turística, Licenciada en Turismo con Mención en Ecoturismo, Docente Tiempo Completo–Agregado 2, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Manabí, Ecuador.

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo analizar artículos científicos sobre la gestión de calidad, su relación con el servicio al cliente y detalla los efectos positivos que pueden manifestarse en las empresas con la implementación de estas variables como factores de competitividad. La gestión de la calidad es considerada una filosofía de trabajo y no una estructura definida en la organización sino como una forma de trabajo interiorizada en cada persona que da servicio a un cliente no importa si es interno o externo. El éxito de una empresa depende en esencia de la demanda de sus clientes, que tiene el propósito de incidir de forma positiva en la gestión de la calidad, su hecho y éxito en empresas de servicios. La metodología empleada está sustentada en el enfoque cualitativo para realizar exploración documental-bibliográfica sobre el tema. Los resultados obtenidos expresan de forma clara y precisa como la gestión de calidad puede ser conceptualizada según la perspectiva de los autores como un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad, entre otros. Se concluye después de lograr la sistematización sobre el tema, que la gestión de la calidad en la actualidad se ha convertido en un instrumento indispensable para las empresas de servicio y para alcanzarla deben sortear obstáculos externos e internos para satisfacer las demandas de las personas y juega un rol preponderante en el mantenimiento de la organización en el mercado de los negocios de tal manera que se cree una filosofía de servicio que busque superar las perspectivas de los clientes.

Palabras claves: Gestión; calidad; servicios; cliente; competitividad.

Abstract

This research aims to analyze scientific articles on quality management, its relationship with customer service and details the positive effects that can be manifested in companies with the implementation of these variables as factors of competitiveness. Quality management is considered a work philosophy and not a defined structure in the organization but as a form of work internalized in each person who provides service to a client, regardless of whether it is internal or external. The success of a company depends essentially on the demand of its customers, which has the purpose of positively influencing quality management, its performance and success in service companies. The methodology used is based on the qualitative approach to carry out documentary-bibliographic exploration on the subject. The results obtained express clearly and precisely how quality

management can be conceptualized according to the authors' perspective as a process, a system, a strategy, a need, among others. It is concluded after achieving the systematization on the subject, that quality management has now become an indispensable instrument for service companies and to achieve it, they must overcome external and internal obstacles to satisfy the demands of people and play a preponderant role in maintaining the organization in the business market in such a way that a service philosophy is created that seeks to exceed the perspectives of customers.

Keywords: Management; quality; services; client; competitiveness.

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo analisar artigos científicos sobre gestão da qualidade, sua relação com o atendimento ao cliente e detalhar os efeitos positivos que podem se manifestar nas empresas com a implementação dessas variáveis como fatores de competitividade. O gerenciamento da qualidade é considerado uma filosofia de trabalho e não uma estrutura definida na organização, mas como uma forma de trabalho internalizada em cada pessoa que presta serviços a um cliente, independentemente de ser interno ou externo. O sucesso de uma empresa depende essencialmente da demanda de seus clientes, que tem o objetivo de influenciar positivamente a gestão da qualidade, seu desempenho e sucesso nas empresas de serviços. A metodologia utilizada baseia-se na abordagem qualitativa para a exploração documental-bibliográfica sobre o assunto. Os resultados obtidos expressam de forma clara e precisa como a gestão da qualidade pode ser conceituada de acordo com a perspectiva dos autores como processo, sistema, estratégia, necessidade, entre outros. Conclui-se, após a sistematização do assunto, que a gestão da qualidade tornou-se um instrumento indispensável para as empresas de serviços e, para alcançá-las, devem superar obstáculos externos e internos para satisfazer as demandas das pessoas e brincar. um papel preponderante na manutenção da organização no mercado comercial, de maneira que seja criada uma filosofia de serviço que busque exceder as perspectivas dos clientes.

Palavras-chave: Gestão; qualidade; Serviços; cliente; competitividade.

Introducción

La calidad es un concepto que engloba una amplitud semántica, que obedece a la visión que se busca distinguir. Tomando uno de los enfoques clásicos de la empresa, este término se puede definir desde la perspectiva del cliente o consumidor final, en consonancia con (Juran, 1998) quien ha expresado que “la calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Es la adecuación para el uso, satisfaciendo las necesidades del cliente” (Juran, 1998).

Este autor contribuyó con la doctrina de la Gestión de la Calidad, sus aportes están orientados, entre otros, a tomar en cuenta la calidad a lo largo del tiempo a fin de obtener un producto consonó con el uso exigido por las demandas del cliente. Esta premisa analizada influye en el actual escenario global del mundo de los negocios, signado por la competitividad, el reto que se presenta a las empresas es la mejora de la calidad, como herramienta diferenciadora para hacer frente a los requerimientos de los clientes, pues la atención por la excelencia ha cobrado tal significancia que ha generado consumidores cada vez más exigentes que esperan calidad en cada producto y servicio que adquieren.

En este marco, (Mallar, 2010) dice que “el concepto de calidad pasó de ser una propiedad inherente al producto o servicio, a resultar un valor asociado a la satisfacción de necesidades y expectativas del cliente.” Es así la satisfacción del cliente pasa por poner el énfasis en la mejora de la calidad a fin de que el usuario final quede satisfecho con el producto o el servicio que recibe (Mallar, 2010).

En el escenario actual de la economía mundial, producto del fenómeno de la globalización y de la competitividad de los mercados, la gestión de calidad se ha convertido en una de las condiciones indispensables para el éxito de cualquier organización o empresa a nivel global, sea esta tanto de la vertiente industrial como de servicios.

Sobre el tema también otros autores estudiados como: señalan que se relacionan con un conjunto de principios, prácticas y técnicas relacionadas con el objeto de mejorar la calidad e impulsar la competitividad empresarial que permite desde una perspectiva integral alcanzar la satisfacción del cliente (Hernández, Barrios, & Matínez, 2018).

Las ideas de estos autores permitieron conocer los elementos esenciales para mejorar la calidad de la gestión empresarial y el desarrollo de su competitividad (Camison , Cruz, & González, 2015) sobre:

1. Los clientes desempeñan un papel crucial en cualquier organización o empresa.

2. Es relevante la importancia de asegurar la satisfacción de las necesidades de los usuarios y esto pasa por garantizar la calidad del servicio o producto demandado por las personas.
3. La calidad de servicio es un factor inseparable de la satisfacción del cliente y hoy en día, de acuerdo con satisfacer a los clientes se ha convertido en un imperativo mercadológico.
4. La satisfacción tiene influencia positiva, directa y significativa sobre la intención de recomendar el servicio.

En la actualidad la gestión de calidad en el sector económico es muy importante, pues constituye una herramienta clave para la competitividad y el posicionamiento de los productos o servicios ofertados de manera diferenciada a razón de la calidad de estos. En el ámbito económico, es esencial explicar que se distinguen diversas ramas, de acuerdo con las actividades llevadas a cabo, a saber, sector primario; secundario y terciario.

El sector terciario de la economía está representado por el segmento de los servicios y según (Gómez, 2016) se encarga de las actividades económicas que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se prestan para satisfacer las necesidades de la población.

Desde este punto de vista, la gestión de calidad es más importante en el sector de los servicios por varias razones, en primer lugar, debido a la preponderancia que en las últimas décadas ha venido cobrando este segmento en la economía a escala global y en segundo lugar debido a que la gestión de la calidad en los servicios constituye un elemento diferenciador para el posicionamiento de las organizaciones en el mercado de los negocios y en la satisfacción de las necesidades del cliente.

El estudio de diversas investigaciones han demostrado que la gestión de la calidad del servicio en las organizaciones empresariales es un elemento fundamental para la consecución de beneficios económicos, la competitividad y el posicionamiento exitoso de la organización en el acelerado entorno económico de hoy en día y tiene como base fundamental la mejora continua, la prevención, la tendencia a la eficacia y a la eficiencia, consecución de los objetivos empresariales, verificación y toma de acciones de los procesos (Moya & Baez, 2015)

El estudio realizado evidenció logros en gestión de la calidad del servicio en las organizaciones empresariales, pero aún existen debilidades que actúan como factores limitantes para la implantación de un sistema de gestión de calidad, los cuales pueden ser: los recursos humanos, la

motivación, aspectos organizacionales, asesorías, documentación y otros recursos son indispensables para lograr este objetivo.

El análisis factores internos o externos desde las potencialidades, es muy importante que las empresas logren superar las debilidades relacionadas con la toma de conciencia de los múltiples beneficios que reporta para cualquier empresa, la comunicación, la implantación de un sistema de gestión de calidad como un instrumento efectivo para acometer con éxito acciones tendientes a la consecución de los objetivos empresariales en cualquier tipo de organización.

Para hacer un resumen de las ideas esenciales sobre la gestión de calidad de los servicios constituye una herramienta valiosa por varios motivos, (López, 2018) explicó que permite:

1. Asegurar la calidad del producto o servicio ofertado por la empresa, a fin de cumplir con las exigencias del cliente y,
2. Posibilita la incursión de manera competitiva de la organización en el vertiginoso ambiente de los negocios de la actualidad.

El estudio de las normas planteadas por la (Organización Internacional de Normalización. ISO 9001, 2015) afirma que la adopción de un sistema de gestión de la calidad es una decisión estratégica para una organización que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible. Es así, que la gestión de calidad es un enfoque que implementado en las empresas ayuda a optimizar los procesos mediante la adopción de acciones tendiente a la mejora sistemática en busca de la calidad para la satisfacción de las necesidades y exigencias de los usuarios finales.

La gestión de la calidad es una parte fundamental para el logro de los objetivos planificados en materia de calidad para las empresas cualquiera sea su naturaleza y en este punto, centrando la atención en el sector de los servicios, esto no es diferente para estas organizaciones y más aún cuando hoy en día está siendo considerado como uno de los segmentos más importante en la economía mundial, por tanto, la búsqueda de la calidad del servicio es también necesaria para lograr el éxito en un mercado económico cada vez más competitivo.

(Ramirez, Mejia, & Barrera, 2015) aseveran que, las actividades de servicios es uno de los segmentos dentro de los sectores en la economía que se ha ampliado en las últimas décadas debido a la globalización y la internacionalización. Es la razón que explica como el sector servicio es uno

de los componentes de los mercados globales que más ha expandido sus actividades aprovechando las potencialidades que ofrece la globalización, por tanto, la procura de mejora la calidad de los servicios es vital para este tipo de empresas a razón de la consolidación de un espacio en el ámbito de los mercados mundiales.

La gestión de calidad de los servicios se ha posicionado en las últimas décadas como un elemento preponderante que reporta múltiples beneficios para mantener a las empresas de manera exitosa en el competitivo mundo de los negocios.

Sobre este tema los autores (Almonte & Carbajal, 2017) y resaltan como los servicios han sido durante mucho tiempo la fuente principal de crecimiento de los países ricos y en la actualidad también de las naciones pobres, por la proporción que les corresponde del producto interno bruto (PIB).” Del mismo modo, (Rubalcaba, 2015) afirma que “las economías desarrolladas se han estado moviendo hacia los servicios de forma continua, y hoy en día son las economías más orientadas a los servicios en el mundo, generando un 75-80% del valor añadido en los servicios.” Este mismo autor también ha señalado que “hoy en día, la economía de servicios proporciona más de la mitad del empleo y del valor agregado en la mayoría de los países.” Estos señalamientos reafirman el hecho cierto de la preponderancia de este sector para la economía mundial y para las naciones en particular (Rubalcaba, 2015).

En la región de América Latina y el Caribe (ALC de forma concreta a decir de (Rubalcaba, 2015) “ALC es una de las regiones más orientadas a los servicios en el mundo en desarrollo, siendo que los servicios abarcan el 62 % del valor añadido. En cuanto a los países, este mismo autor indica que “la mayoría de las economías del Caribe son ahora casi en su totalidad economías de servicios.”; donde las empresas de servicio son fundamentales por el rol que desempeñan en el fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de la economía.

Estos datos confirman la importancia del sector de los servicios para la economía de los países avanzados y las naciones en desarrollo y, por tanto, la implementación de estrategias conducentes al logro de ventajas competitivas en este segmento es particularmente importante para ALC y es justo ahí, donde la gestión de la calidad tiene un papel fundamental.

Otros autores señalan que, la gestión de la calidad, no es una alternativa a implantar por la empresa, sino una exigencia indispensable para la supervivencia de esta y su posible competitividad en los mercados actuales.” De este modo, la gestión de calidad constituye un medio que permite a las

empresas mantenerse fuertemente ancladas en el mercado global, a través de la búsqueda y mejora continua en la calidad del servicio que proporciona a los usuarios (García, 2018).

Otro autor sobre el mismo tema (Romero, 2019), dice que, la gestión de la calidad genera beneficios a cualquier empresa para alcanzar los objetivos deseados que añade valor a sus productos y servicios; con ellos se conseguiría satisfacción en los clientes y el alcance de ventajas competitivas que hagan la diferencia en su campo.” En línea con estas afirmaciones (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018) afirman que “la creciente importancia de los procesos de servicios requiere más y mejores metodologías para su mejora.” Lo anterior en palabras de (Rodríguez, Zamora, & Varela, 2015) significa que la empresa debe “dotarse de todas las herramientas posibles que le ayuden a minimizar sus vulnerabilidades, fortalecer sus cualidades, de modo tal que se vuelva cada día más competitiva y la mejor manera de lograrlo es mediante sistemas de gestión de la calidad.”.

En la actualidad, el término gestión de calidad constituye la base sobre la cual se erigen una serie de elementos orientados al logro de la mayor calidad en los productos y servicios que ofrece la organización y, ha cobrado tal importancia que a nivel internacional existen normativas de estándares de calidad para que la empresa pueda competir en un mercado cada vez más globalizado, competitivo y exigente.

En este caso se circunscriben las normas de calidad ISO 9001:2015, donde se señala que la implantación de un sistema de gestión de la calidad trae añadido sustanciales beneficios para la empresa como pueden ser la capacidad para proporcionar de manera regular productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables, facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente, abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos, la capacidad de demostrar la conformidad con requisitos del sistema de gestión de la calidad especificados, todo esto está alineado con las demandas de mejora y mantenimiento del desempeño de calidad que exige en la actualidad el mercado de los negocios y, particularmente en el sector servicios la gestión de la calidad es un factor clave, puesto que este segmento económico ha venido tomando un lugar preponderante en las economías a nivel planetario (Organización Internacional de Normalización. ISO 9001, 2015).

Al revisar la literatura académica se encuentran numerosas investigaciones que señalan la importancia de la gestión de calidad de los servicios como un valioso recurso para el mantenimiento de las empresas en el mercado económico. A respecto, (Arrascue & Segura, 2016) realizó un

estudio en la Universidad Señor de Sipán de Perú, expresa que según los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se ha conseguido que si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Se ha concluido que las siguientes estrategias son importantes para mejorar la calidad en la atención al cliente y su satisfacción: mantenimiento de infraestructura, instaurar un protocolo de atención al cliente, capacitar al personal y brindar seguridad hospitalaria (Arrascue, 2016).

Además; (Yáñez, 2016) presentó una investigación en la Universidad de Chile, llegando a las siguientes conclusiones: se ha identificado, la necesidad de contar con un sistema de control de gestión que permita por una parte posicionar a la empresa en el mercado, y por la otra conseguir los objetivos impuestos por su directorio. Se estima que el sistema de control de gestión y su propuesta de estrategia permitirá a la empresa mantener el liderazgo en el mercado y generar mayor rentabilidad y valor a la empresa y se recomienda a la empresa re-definir su planteamiento de negocio en términos de los cambios que se han dado en el tiempo y de acuerdo con las nuevas exigencias que tiene el mercado (Yáñez, 2016).

En Ecuador, se presentó una investigación en la Universidad Santiago de Guayaquil, relacionada con la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes, donde se pone de manifiesto que: se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y a partir de esta idea, crear una ventaja competitiva dentro de la empresa (López, 2018).

Los hallazgos presentados en cada una de las investigaciones consultadas, la relación directamente proporcional que hay entre la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente, como elementos fundamentales que ofrecen una serie de ventajas competitivas a las empresas y de modo específico a las relacionadas con el sector de los servicios, además de la importancia de la implantación en ellas de sistemas para la gestión de la calidad que le permita mantenerse de forma exitosa en el mercado económico.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente surge la siguiente interrogante. ¿Será necesario la implementación de la gestión de la calidad en el servicio al cliente?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación, se planteó el siguiente objetivo de estudio: de la gestión de la calidad en el servicio al cliente como factor de competitividad y calidad en las empresas de servicio.

Metodología

En esta investigación es un estudio con enfoque cualitativo, utilizó una metodología de carácter documental-bibliográfico de tipo descriptivo. Dentro de los métodos teóricos utilizados están: el histórico-lógico para el análisis de cómo fue tratado el tema por diferentes autores en diferentes etapas y destacando lo más significativo se analizaron las fuentes documentales que permitió la generación de constructos para la sistematización del conocimiento acerca de la gestión de la calidad en el servicio al cliente de las empresas de servicios.

Para realizar la búsqueda, clasificación y posterior análisis de la literatura académica y científica utilizada, en un primer momento, la información se obtuvo de fuentes primarias tales como artículos, trabajos de grado, posgrados y tesis doctorales publicados entre los años 2015 y 2020; se establecieron los siguientes criterios: selección del buscador la base de datos como: Scielo, Redalyc, y se realizó la búsqueda avanzada para lo cual se incorporó los descriptores claves: gestión de la calidad, servicio al cliente, empresas de servicio.

En base a los procedimientos anteriores la población a estudiar estuvo conformada por los registros obtenidos atendiendo a los criterios antes mencionados. Los resultados oscilaron entre 40 -50 artículos/tesis, la muestra estuvo conformada por 10 artículos científicos/trabajos de investigación que se ajustaron a las variables, objetivos y criterios en estudio.

Análisis de los resultados

Después del proceso de recolección de datos se hace necesario realizar una triangulación de fuentes con el propósito de contrastar los principales aspectos encontrados y reflejados por los autores en sus estudios. En tal sentido se tomarán los aportes de (Camison , Cruz, & González, 2015), (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018) y (Yáñez, 2016).

Los elementos destacados en la revisión bibliográfica como relevantes se refiere la concepción sobre la gestión de calidad, (Camison , Cruz, & González, 2015) lo identifica con un proceso sistemático desarrollado en el entorno empresarial y organizacional; sin embargo (Hernández,

Barrios, & Martínez, 2018), (Yáñez, 2016) la considera al igual que (Camison , Cruz, & González, 2015) como un sistema. Estos tres autores coinciden en identificar a la gestión de la calidad como un conjunto de procesos sistemáticos desarrollados a nivel de las empresas, esta claridad es fundamental desde el punto de vista epistemológico, puesto que orienta, a quienes la ponen en práctica en sus organizaciones, los resultados finales de su praxis no deben ser esperados a corto plazo, además de que en él intervienen numerosos factores inmersos en el sistema.

Además, se destaca otro criterio relacionado con la gestión de la calidad hace referencia a sus fines, encontrándose que (Camison , Cruz, & González, 2015) refiere que su fin último es alcanzar la calidad. Desde la visión de (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018) la gestión de calidad busca lograr la satisfacción del cliente, así como alcanzar la competitividad empresarial, este autor identifica la gestión con un aspecto medular: la satisfacción del cliente, el cual es un elemento subjetivo de la calidad, al mismo tiempo que tiene como objetivo que la organización pueda competir (a través de sus productos o servicios) con otras organizaciones y esto también lleva implícito el hecho que la empresa cuente con una cartera de clientes en crecimiento, los cuales deben sentirse satisfechos por el producto. (Yáñez, 2016) quien refiere que contribuye con la competitividad, relacionándose con lo planteado por (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018) quien considera que la gestión de la calidad busca el posicionamiento de la empresa en el mercado.

Al referirse a la gestión de la calidad al servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicio ubicadas en Ecuador, y en concreto en Manabí se ha encontrado que existen diversos factores que generan insatisfacción en los clientes, existen escasos mecanismos de control interno (Moya & Baez, 2015) de los cuales no están exentos ninguna empresa de servicio (Romero, 2013) (Carrillo , 2019) (Yesán, 2015). Además, se ha señalado que se hace indispensable la mejora de los procesos internos mediante la ejecución de planes de acción para optimizar la calidad del servicio (Carrillo , 2019).

Todos los estudios valorados son aplicables a cualquier organización empresarial que busque gestionar la calidad, alcanzar el posicionamiento, lograr la competitividad, teniendo siempre como norte la satisfacción del cliente.

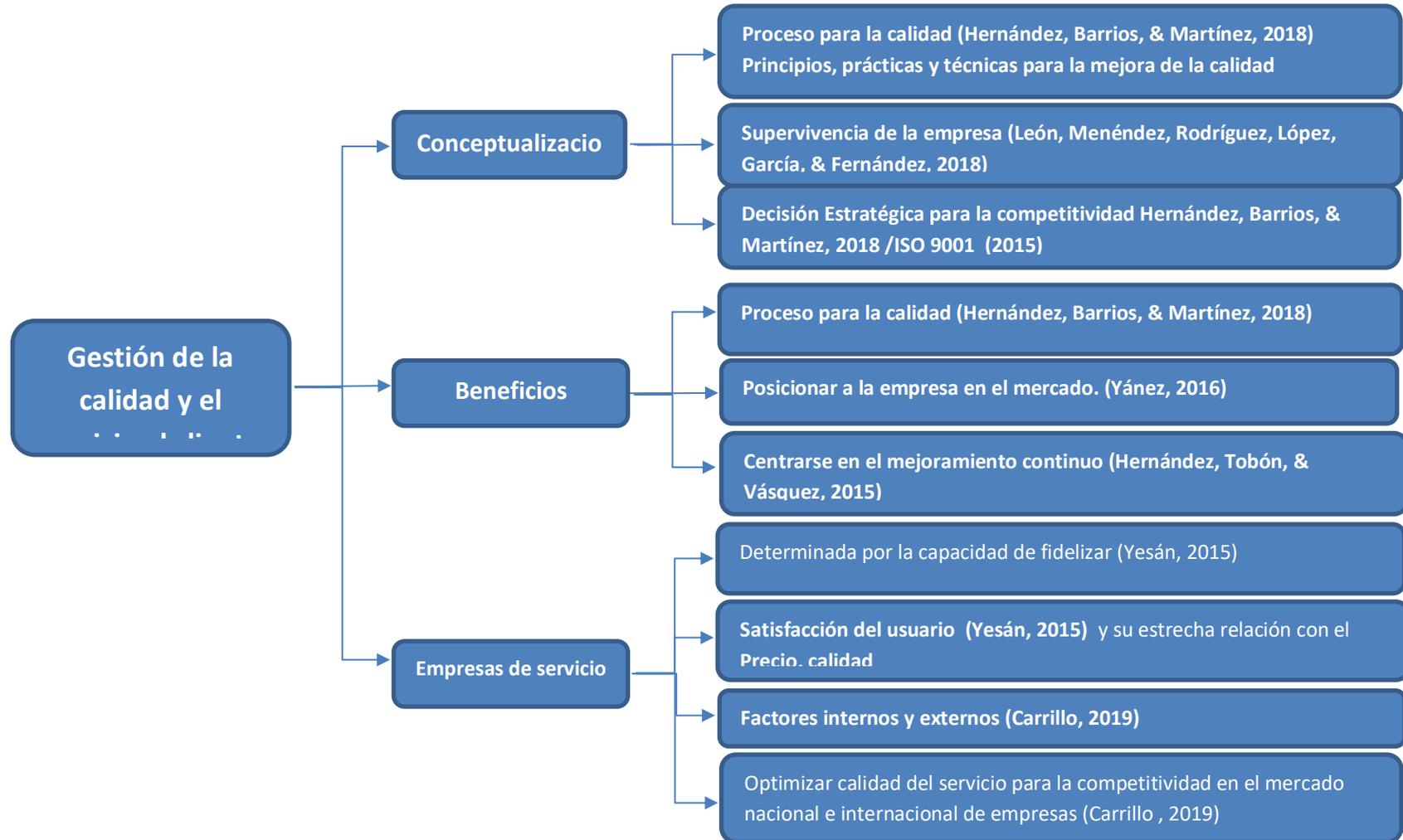
Para el análisis de la información se elaboró una matriz comparativa de los antecedentes, los cuales se organizaron en orden descendente del año de publicación, en el cual se reflejaron se reflejaron

las principales categorías extraídas de las conclusiones y resultados, como producto de la revisión de las fuentes documentales consultadas.

Tabla 1	
Matriz comparativa en base a la revisión bibliográfica sobre la gestión de la calidad en el servicio al cliente	
Autor/año	-Categorización
(Camison, Cruz, & González, 2015)	- Proceso dirigido a la consecución de la calidad _ - principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad.
(Hernández, Barrios, & Martínez, 2018)	-Lograr la satisfacción del cliente. - Es una estrategia para la competitividad empresarial.
(ISO 9001, 2015)	-Es una decisión estratégica.
(Sandoval, 2018)	- Actividades realizadas en una empresa y afectan a todas las fases.
(León, Menéndez, Rodríguez, López, García, & Fernández, 2018)	-Exigencia indispensable para la supervivencia de la empresa.
(Romero, 2019)	-Añade valor a sus productos y servicios.
(Yáñez, 2016)	-Un sistema de control de gestión permita posicionar a la empresa en el mercado.
(Hernández, Tobón, & Vásquez, 2015)	-Centrarse en el mejoramiento continuo
(Yesán, 2015)	-La Calidad de las empresas de servicio está determinada por la capacidad de fidelizar la satisfacción del usuario
(Carrillo, 2019)	-Factores internos en la calidad de empresas de servicio.
Fuente: Elaboración propia	

Como otra forma de estructurar los datos se recurrió a la realización de un mapa conceptual, por considerarlo más apropiado para presentar la información una vez discutido los resultados, partiendo de la macro categoría principal que es en este estudio la gestión de la calidad, se identificaron las categorías que intervienen en el proceso de gestión de calidad, así como las sub-categorías que lo conformaron. (Ver ilustración 1)

Ilustración 1. Ejemplo de Gestión de la calidad del servicio al cliente



Fuente: Elaboración propia

Discusión

Una vez analizada la información sobre la gestión de la calidad en el servicio al cliente, se puede evidenciar que de diversos autores consultados la conceptualizan desde varios puntos como: un proceso, un sistema, una estrategia, una exigencia, un beneficio, una necesidad y un instrumento de mejoramiento continuo (Ilustración 1)

De acuerdo a la revisión bibliográfica realizada se observó en el desarrollo del trabajo investigativo, estadísticas que llevaron al análisis de la gestión de la calidad de las pequeñas y medianas empresas del Ecuador y de la importancia en la aplicación de las Normas ISO 9000 para la a generación de estrategias competitivas que dan lugar al desarrollo de las empresas y al avance de la nación.

La gestión de la calidad no solo se basa en la satisfacción de las necesidades y expectativas que tiene el cliente con los productos o servicios que se ofrecen, sino también en el mejoramiento de la organización donde el talento humano debe enfocarse en cumplir todos los objetivos empresariales y así mismo poder satisfacer a sus clientes.

La gestión de la calidad es vista como un proceso según (Camison , Cruz, & González, 2015) dirigido a la consecución de la calidad en el entorno empresarial u organizacional; y en la misma línea (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018) señalan que es un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente.

Desde la perspectiva de (Camison , Cruz, & González, 2015) es un sistema que relaciona un conjunto de variables relevantes para la puesta en práctica de una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad y por su parte, la Organización Internacional de Normalización (ISO 9001, 2015), afirma que para la empresa u organización, la adopción de un sistema de gestión de la calidad es una decisión estratégica.

Accediendo a la categoría de la gestión de la calidad como estrategia convergen en el discurso (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018) y la(ISO 9001, 2015). Así, también es señalada como una exigencia clave para la supervivencia de la organización (León, y otros, 2018).

Otra cualidad con la que se ha identificado la gestión de la calidad tiene que ver con la variable beneficio, (Romero, 2019) reconoce que se vincula con el logro de los objetivos, además de que suma valor a los bienes ofrecidos por la empresa.

Por otra parte, la gestión de la calidad también es considerada por(Yáñez, 2016) como la necesidad de contar con un sistema de control de gestión que permite posicionar a la empresa en el mercado.

Además, otros autores valoran como la gestión de la calidad está relacionada con el mejoramiento continuo, tal es el caso de (Hernández, Tobón, & Vásquez, 2015) quienes han afirmado que los sistemas de gestión de la calidad deben centrarse en el mejoramiento continuo.

La gestión de la calidad es considerada por estos autores como un sistema, un proceso, y la mejora continua. Todos coinciden en que contribuye con el mejoramiento de la competitividad, la satisfacción al cliente y el posicionamiento, con lo cual resulta un aspecto para tener en cuenta cuando se trata de llevar a cabo una gestión en las organizaciones.

Es importante mencionar que la gestión de la calidad cualquiera sea la visión que adopte cada autor tiene ciertamente como fin último asegurar la calidad y la diferenciación del producto o del servicio, todo esto tendiente por una parte a lograr satisfacer plenamente las necesidades y exigencias del cliente y por la otra lograr competir de manera ventajosa en la vorágine que representan hoy en día los mercados económicos globales.

La competitividad impulsa a mejorar la calidad de la gestión de empresa, cada día debido a que los clientes al momento de adquirir un producto se inclinan por proveedores que cuenten con esta acreditación asegurándose de que la empresa que les provee cuente con un buen sistema de gestión de calidad. Garantizando a largo plazo el crecimiento, la supervivencia y la rentabilidad de la empresa la cual se logra a través, de la participación de todos los colaboradores con liderazgo transformando los servicios, productos, procesos y cultura para logro de las metas. La estrategia se diseñó en base a estos elementos considerando aspectos como distribuir de amplia gama de líneas de productos, mejorar servicios de ventas, manejar redes sociales, efectuar merchandising, capacitación permanente en atención al cliente, efectuar investigaciones de mercado, concentrarse en un segmento específico.

Conclusiones

- La gestión de la calidad es sin duda alguna una muy buena estrategia de fidelización y un factor relevante para asegurar la permanencia de cualquier tipo de organización o empresa en el mercado y, un segmento estratégico para la economía de cualquier país, tanto para los países avanzados como de las economías de la región de Latinoamérica y el Caribe.

- Es un elemento indispensable para alcanzar los objetivos y para aseguramiento de la calidad en las organizaciones; que conlleva el establecimiento de una serie de acciones que procuren la mejora continua de las organizaciones, instituciones o sistemas.
- Permite la diferenciación del producto o servicio ofertado por la organización o empresa, lo cual conlleva a colocarla en los mercados con ventajas competitivas. Por lo que representa para la competitividad y la diferenciación del producto o servicio que se oferta.
- En el competitivo mundo de la economía actual, la gestión de la calidad en la actualidad se ha convertido en un instrumento indispensable para las empresas que, adaptada a las necesidades de cada una conduce al logro de los propósitos de satisfacer las demandas de las personas y juega un rol preponderante en el mantenimiento de la organización en el mercado de los negocios.
- La presente investigación, puede servir como herramienta de apoyo para los diferentes prestadores de servicios, permitiéndoles obtener conocimiento de lo que podrían hacer para implementar la gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad y calidad en las empresas de servicios.

Referencias

1. Almonte, L., & Carbajal, Y. (2017). Empleo en el sector terciario. Una estimación espacial para los municipios de la region centro de México. *Región y Sociedad*. Vol. 29. Nro. 68, 19-34.
2. Arrascue, J. E. (2016). *Gestión de Calidad y su Influencia en la Satisfacción en la Clínica de Fertilidad del Norte Clinifer Chiclayo*. Pimentel. Perú: Universidad Señor de Sipán.
3. Camison , C., Cruz, S., & González, T. (2015). *Gestión de la Calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. . Madrid. España : Pearson Educación. Prentice Hall.
4. Carrillo , V. (2019). *Procesos internos y su impacto en la calidad del servicio de la empresa sepricarga cia. Ltda.*”. Guayaquil Ecuador .
5. García, M. F. (2018). León, C., Menéndez, A., Rodríguez, I., López, B., Importancia de un sistema de gestión de la calidad en la Universidad de Ciencias Médicas. *Revista Archivo Médico de Camagüey*. Cuba. Vol. 22. Núm. 6. Nov-dic, 18-33.

6. Hernández, H., Barrios, I., & Matínez, D. (2018). Hernández, H., Barrios, I., & Martín Gestión de la Calidad: Elemento Clave para el Desarrollo de las Organizaciones. *Revistas Criterio ilibre*. Vol.16. Núm 28. Bogotá. Colombia, 179-195.
7. Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestion de la Calidad: Elemento Clave para el Desarrollo de las Organizaciones. . (s.f.). *Revistas Criterio ilibre*. Vol.16. Núm 28. Bogotá. Colombia., 179-195.
8. Juran, J. (1998). *Manual de Control de Calidad*. México: . México: 4° Ed. McGraw Hill.
9. León, C. M. (2018). Importancia de un sistema de gestión de la calidad en la Universidad de Ciencias Médicas . *Revista Archivo Médico de Camagüey*. Cuba. Vol. 22. Núm. 6. Nov-dic. , 18-33.
10. López, D. (2018). Calidad de el Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy's de la Ciudad de Guayaquil. Guayaquil. Ecuador:: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
11. Mallar, M. (2010). La gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, vol. 13, núm. 1, enero-junio.
12. Montoya Agudelo, C. A., & Boyero Saavedra, M. R. (2016). El recurso humano como elemento fundamental para la gestión de calidad y la competitividad organizacional. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, vol. 20, núm. 2, julio-diciembre, 120.
13. Moya, M., & Baez, C. (2015). Proceso para el mejoramiento del desempeño del servicio de correo híbrido en una empresa courier y paquetería. Quito - Ecuador.: Escuela superior Politécnica del Litoral.
14. Organización Internacional de Normalización. ISO 9001. (2015). *Sistemas de Gestión de Calidad*. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:9001:ed-5v1:es>
15. Ramirez, L., Mejia, A., & Barrera, A. (2015). Caracterización del Sector de Servicios a las Empresas en Manizales. Cámara de Comercio de Manizales por Caldas. Manizales, Colombia: Investigaciones socio-económicas. Serie Economía y Empresa Nro. 3. Pp. 66.
16. Romero. (2013). Diseño de un sistema de administración de una bodega courier internacional. Quito.
17. Romero, K. (2019). Beneficios de un sistema de gestión de calidad adecuado en una empresa. *Revista vital Pro*.Nro. 205. Universidad del Zulia. Venezuela., 1-14., 1-14.

18. Rubalcaba, L. (2015). El Crecimiento de los servicios. La innovación y la nueva economía de servicios en América Latina y el Caribe. Uruguay: Centro de Investigaciones Económicas (CINVE).
19. Sandoval, F. (2018). El Sistema de Gestión de Calidad y la Atención al Cliente en el Restaurante el Gourmet Urbano en el Distrito de San Isidro . Lima. Perú: Universidad San Martín de Porres.
20. Yáñez, G. (2016). Propuesta Sistema de Control de Gestión Empresa Chilexpress. Santiago de Chile: Universidad de Chile.Facultad de Economía y Negocios.
21. Yesán, M. (2015). “La Calidad del servicio Courier y la satisfacción de los Clientes en Tumbes,. Tumbes. Perú.