

26

Fecha de presentación: octubre, 2017

Fecha de aceptación: diciembre, 2017

Fecha de publicación: febrero, 2018

LA CALIDAD

COMO FACTOR ESTRATÉGICO EN EL DESARROLLO COMPETITIVO DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

QUALITY AS A STRATEGIC FACTOR IN THE COMPETITIVE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES

Dra. C. Otmara Navarro Silva¹

E-mail: otmaranavarrosilva@yahoo.es

Ing. William Ferrer Reyes²

E-mail: alcadytoo@yahoo.com.ar

MSc. Odalis Burgos Bencomo¹

E-mail: burgosodalis19@yahoo.es 0944114352

¹ Universidad Metropolitana del Ecuador. República del Ecuador.

² Instituto Latinoamericano. Machala. República del Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Navarro Silva, O., Ferrer Reyes, W., & Burgos Bencomo, O. (2018). La calidad como factor estratégico en el desarrollo competitivo de las Pequeñas y medianas empresas. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 171-174. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>

RESUMEN

En el artículo se analiza la competitividad empresarial como un factor estratégico de las de las Pequeñas y medianas empresas en su desarrollo económico Considerando que la calidad es una forma de gestión en las empresas que desean su mejoramiento interno y externo en sus actividades, teniendo siempre al cliente como el objetivo principal, en busca de satisfacer sus necesidades y expectativas más fehacientes, utilizando diferentes recursos como los humanos, tecnológicos, productivos entre otros. Teniendo en cuenta que las Pymes se ha convertido en los últimos 10 años en el mazo económico que da más aportaciones a la economía en América Latina debido a su desmesurado crecimiento y evolución, se hace preciso la investigación de esta variable la cual en gran medida permite un mejor funcionamiento de las mismas y propicia mejores escenarios de desarrollo.

Palabras clave: Competitividad, calidad, de las pequeñas y medianas empresas.

ABSTRACT

The article analyzes the business competitiveness as a strategic factor of the Small and medium enterprises in their economic development Considering that quality is a form of management in companies that want their internal and external improvement in their activities, always taking into account the client as the main objective, in search of satisfying their needs and more reliable expectations, using different resources such as human, technological, productive among others. Bearing in mind that the SMEs have become in the last 10 years in the economic bundle that gives more contributions to the economy in Latin America due to its excessive growth and evolution, it is necessary to research this variable which to a large extent allows a better functioning of them and promotes better development scenarios.

Keywords: Competitiveness, quality, of small and medium enterprises.

INTRODUCCION

La competitividad es la acción principal de las empresas, que les permite sobrevivir en cualquier situación de mercado ya sea hostil o no. Competir para estas empresas es el medio para obtener rentabilidad frente a sus competidores en los mercados. Y la calidad, es si no bien, uno de los factores más importantes dentro del proceso competitivo, si es uno de los más primordiales, ya que sin la calidad, ya sea de servicio o de un producto no existe la diferenciación de los procesos y por ende la competitividad, pues los consumidores buscan nuevas opciones que les provoquen más satisfacción sobre la base de la calidad en los servicios recibidos o de los productos consumidos.

En la vida actual la entidad empresarial ya sean de consumo o servicios han tenido que enfrentarse a una competencia más acometedora, debido a que los consumidores se han convertido en complejos y más exigentes provocado por el uso de la tecnología que permite que empresas virtuales con servicios de excelencias y rapidez en las entregas apoyados por los mercados internacionales, les permiten adquirir los productos de buena calidad a precios ínfimos, lo que ha puesto en una situación crítica a las entidades empresariales ante la gran competitividad actual las que deben concentrarse en mejoras continuas de su variable calidad.

DESARROLLO

Las organizaciones actualmente se enfrentan a cambios importantes, originados por las condiciones tanto internas como externas, como la competencia más aguda, la sofisticación de la tecnología, los cambios económicos y la globalización de la economía, por mencionar algunos. En este sentido la competitividad se ha convertido en una exigencia para sobrevivir y un requisito para obtener buenos resultados.

Los estudios de la competitividad y calidad se han enfocado desde dos perspectivas. Una de ellas considera que las organizaciones son sistemas abiertos que se ven influidos por factores externos sobre los que la empresa tiene poco o ningún control. Desde este punto de vista, el ambiente externo determinará el éxito o fracaso de las empresas. Sin embargo, Porter (1991), opinó que las características estructurales del sector son inestables y que el comportamiento de estas influye de manera decisiva.

La competitividad es un fenómeno complejo en el que interactúan múltiples elementos tanto internos como externos. Entre estos se destacan las prácticas productivas, organizacionales y de gestión de las empresas y en el desarrollo de ventajas competitivas adquieren relevancia factores tales como la calidad de los productos y servicios.

También en si se puede decir que la competitividad es un concepto dinámico que se va transformando a través del tiempo, pues algunos factores que jugaban un papel importante en el pasado, en la actualidad han dejado de estar vigentes, mientras que otros surgen como consecuencia de la globalización y la propia dinámica empresarial. Por lo tanto, el análisis de la competitividad se ve influido por el efecto de factores tanto internos como externos.

Por lo tanto, Estrada Bárcenas, García Pérez de Lema & Sánchez Trejo (2009), nos dice que no es de sorprender si no que a pesar del dominio logrado en la ciencia y la tecnología, que para implementar cualquier tipo de procedimiento, por muy simple que sea, requiere de la intervención de personas, desde un empleado del más bajo nivel hasta un directivo de primera línea. La realidad es que los recursos humanos siguen siendo claves en cualquier ámbito. La falta de personal debidamente capacitado, lo convierten en un recurso escaso, al que hay que motivar y formar, ya que continuamente presenta nuevas inquietudes y que no puede ser substituidos por ninguna tecnología.

La calidad es un concepto que cobro mayor importancia en el proceso de apertura de nuevos mercados, las certificaciones se convirtieron en el pasaporte para exportar, también casi en una exigencia para los proveedores de algunas empresas y en elemento de evaluación cuando se participa en algunas licitaciones. En si se trata de asegurar los procesos de mejoramiento continuo, en un mundo donde la dinámica del comercio requiere que las empresas hablen un mismo idioma.

Para un buen desarrollo de calidad empresarial las mayorías de las organizaciones cumplen con requerimiento de vital importancia como son las normas ISO 9000, estas buscan el mejoramiento y calidad de las empresas para un desarrollo sustentable creando así un mejoramiento continuo pues cuentan con muchos atributos tales como la calidad, el diseño funcional, entrega a tiempo, el manejo estandarizados de los productos ofrecidos por las empresas en busca de una fidelidad de sus consumidores sin sacrificar los bajos costos, en base a todo esto la calidad y el mejoramiento continuo buscan ofrecer un mayor valor para el cliente con un costo menor comparado a la de la competencia (Guevara, 2003).

Dentro de los objetivos fundamentales es lograr que las pymes ingresen a un proceso de implementación de un sistema de calidad que les permita fortalecerse e incrementar la competitividad de las mismas, desarrollándose y promoviendo una cultura de calidad como factor clave del éxito para el desarrollo en los mercados. Las normas ISO 9000, ayudan que estos factores se puedan aplicar de una forma estratégica para que pueda existir mas

innovación en las empresas que buscan el crecimiento institucional y comercial.

Si hay un manejo de implementación de normas que ayudan a los procesos de producción basados en la mejora continua de las empresas y de los clientes pues es certero el camino al éxito en estas entidades. La implementación de las normas ayuda a cumplir las expectativas deseadas por las organizaciones y no solo por acatar lo que dice el mercado, sino que en el proceso de aumento de la calidad empresarial se pueden obtener resultados inimaginables ya que como parte de esta aparece la innovación y se hace preciso la inversión en el conocimiento en busca de implementar nuevos procesos y tecnología para en un periodo no muy largo obtener un mayor rendimiento.

Las entidades esperan con esta implementación del sistema de calidad, no solo crecerse y evolucionar económicamente sino también:

- Mejora las relaciones entre proveedores y compradores
- Apoya la apertura de mercados: ya que permite el acceso a mercados más grandes, ya que la mayoría de las empresas exigen un control de calidad a todos sus proveedores
- Ahorro de costos y mayor eficiencia. Mediante el desarrollo de actividades que permitan ahorrar costos de no calidad como ejemplo: inspecciones, desperdicios, etc.
- Mejora en la cultura organizacional de la empresa enfocada en la calidad y satisfacción del cliente

En los últimos 30 años, este **paradigma** ha ido evolucionando hasta convertirse en algo completamente nuevo. Hoy día, todas las empresas se han dado cuenta que es necesario crear un **sistema de gestión** que garantice la satisfacción total de los requerimientos de los clientes en todas partes del mundo. **Este nuevo enfoque** les permitirá ganar posiciones en el mercado, tanto nacional como internacional, ajustando sus procesos productivos y administrativos a las exigencias que cada región o países en particular presentan como requisito para aceptar y consumir un bien o servicio que cubra sus expectativas (Rico, 2012).

La dirección y administración de una empresa de forma positiva va a depender en gran medida de la transparencia en su método de dirección así como su sistematicidad en las mismas, este proceso será exitoso con la implementación y continuidad de un sistema de gestión que este confeccionado estratégicamente para mejorar continuamente según las necesidades que vayan apareciendo durante la implementación y la toma de decisiones de la dirección. Este va a estar organizado según el servicio que preste la empresa, el tamaño y su estructuración.

El objetivo fundamental de toda entidad es satisfacer al cliente o consumidor y de todas las partes que intervienen en el proceso desde proveedores hasta sociedades, para permitir lograr ventajas competitivas de forma rápida y eficaz. Los principios de calidad son mencionados por varios autores como los costos y riesgos (International Organization for Standardization, 2005), que proporcionan beneficios directos a la gestión por lo que se hacen muy importantes para la organización, los clientes y partes involucradas por lo que en su desempeño puede provocar cambios en:

- La lealtad y confianza de los clientes.
- La mención, uso o referencia, recomendaciones de las empresas.
- Participación eficiente y rápida en las oportunidades que aparezcan en el mercado.
- Ventajas competitivas mediante el mejoramiento constante de las entidades.
- Optimización de los costos y recursos.
- El liderazgo.

Las actividades identificadas y los procesos que las incluyen son un elemento primordial y básico para implementar el sistema de gestión de la calidad. La alta dirección (dueños, directivos y/o gerentes) debe orientar al grupo que compone la empresa hacia una filosofía organizacional horizontal más que vertical (Rico, 2012).

Una organización horizontal es aquella que reconoce que los procesos que componen la cadena productiva es lo que agrega valor a los bienes o servicios además de facilitar e incrementar la productividad y la competitividad, por lo tanto, enfocar los esfuerzos de la empresa hacia los procesos más que a la estructura funcional es necesario para poder implantar el sistema de gestión de la calidad con éxito.

Debido a la importancia de las Pymes y su problemática para sobrevivir y competir en un mercado cada vez más exigente, la calidad es el nivel de excelencia que se ha escogido alcanzar para satisfacer el mercado al que va dirigido el producto. Diversos estudios han analizado la relación entre la calidad y la competitividad y han encontrado evidencia positiva y significativa al respecto con innovación y tecnología. Actualmente, ya no es suficiente mantener una sola ventaja competitiva, por lo que las Pymes deberán incorporar nuevas variables que le permitan mantenerse en el mercado, desarrollarse y crecer.

Cárdenas (2007), comenta que es preciso el uso por parte de los directivos de una planeación estratégica que les permita mediante un plan de mejoras reforzar y enriquecer la gestión de los recursos humanos y la administración

ya que son precisamente estos procedimientos los que siempre reflejan las falencias de la competitividad en las empresas, y son precisamente estos directivos quienes no proponen y adjudican nuevas ideas al proceso de transformación de la calidad.

El liderazgo es un compromiso esencial en el desarrollo y mantenimiento de un sistema de gestión de calidad que les permita a las partes obtener beneficios y eficacia, para ello es necesario mantener, establecer y mantener la satisfacción de los consumidores y clientes (Navarro, 2017).

La dirección debería considerar acciones tales como

- Establecer una visión, políticas y objetivos estratégicos coherentes con el propósito de la institución.
- Liderar la Organización con el ejemplo, con el fin de desarrollar confianza entre el personal.
- Comunicar la orientación de la Organización y los valores relativos a la calidad y al sistema de gestión de la calidad,
- Participar en proyectos de mejora en la búsqueda de nuevos métodos, soluciones y servicios.
- Obtener directamente retroalimentación sobre la eficacia y eficiencia del sistema de gestión de la calidad,
- Identificar los procesos de prestación del servicio que aportan valor a la Organización.
- Identificar los procesos de apoyo que influyen a la eficacia y eficiencia de los procesos de realización.
- Crear un ambiente que promueva la participación activa y el desarrollo del personal.
- Proveer la estructura y los recursos necesarios para apoyar los planes estratégicos de la Organización.

CONCLUSIONES

Las Pymes no deben caer en el error de actuar por impulso, la planeación permite visualizar un futuro deseable a largo plazo y esta visión debe representar el motor que guíe las actividades de la empresa. Al ser estas fuentes catalizadoras de empleos constantes es de vital importancia su evolución, desarrollo y sostenibilidad. Sobre todo en aquella que están vinculadas al sector de la exportación e importación donde sus crecimientos aportan con grandes beneficios a la economía.

La calidad es un factor determinante en el éxito o fracaso de una organización. Donde los pequeños empresarios son prevenidos al momento de implementar un modelo de calidad y creen, por experiencias de otros casos, que para tener calidad hay que tener mucho capital, recursos y ser una empresa grande.

Actualmente, obteniendo conocimiento en las técnicas modernas de gestión de la calidad la empresa puede no solo sobrevivir en el mercado sino que también puede obtener logros mayores como posición mercantil, desarrollo económico y crecimiento empresarial, por ello es prioritario generar productos y servicios de calidad atractivos para el mercado.

La competitividad y la calidad van juntas de la mano en todo proceso empresarial ya que una no existe sin la otra, una empresa no puede competir con otra si no tiene una calidad superior en lo que ofrece, durante este proceso interactúan otras variables importantes como el liderazgo, marketing, planificación estratégica entre otros, pero la base de toda producción y empresa en desarrollo va a estar avalada por su calidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Collado, C. F. (1997). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- Estrada Bárcenas, R., García Pérez de Lema, D., & Sánchez Trejo, V. G. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14. Recuperado de <http://www.redalyc.org/comocitar.oe?id=29011523002>
- Gomez, L. C., & Fecci Pérez, E. (2007). *Propuesta de un modelo de gestión para PYMEs, centrado en la mejora continua*. *Síntesis Tecnológica*, 3(2). 59-67. Recuperado de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/sintec/v3n2/art02.pdf>
- Guevara, M. C. (2003). PYME, un potencial de desarrollo. La calidad como estrategia. Recuperado de <https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/7288/124545.PDF?sequence=1>
- International Organization for Standardization. (2005). ISO 9000. *Sistemas de gestión de la calidad*. Ginebra: ISO.
- Navarro, O. (2017). El liderazgo, su contribución a la competitividad de las mypimes. *Universidad y sociedad*, 9(1). Recuperado de <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/507>
- Porter, M. (1991). *The competitive advantage of nations*. New York: Free Press.
- Rico, J. R. (2012). *Sistemas de gestión de la calidad para pequeñas y medianas empresas*. Recuperado de <http://www.grandespyemes.com.ar/2012/11/15/sistemas-de-gestion-de-calidad-para-pequenas-y-medianas-em-presas-2/>