



La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador

The quality of service and customer satisfaction in the Ecuadorian hardware sector

A qualidade do serviço e a satisfação do cliente no setor de hardware equatoriano

Tania Lisbeth Macías-Villacreses ^I
lisbeth.macias@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3105-0097>

Gissell Thalía Martínez-Llauca ^{II}
martinez-gissell0610@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-2639-0038>

Hugo Junior Lino-Mero ^{III}
lino-hugo1903@unesum.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-7307-0654>

Correspondencia: lisbeth.macias@unesum.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

***Recibido:** 30 de enero de 2022 ***Aceptado:** 25 de febrero de 2022 * **Publicado:** 21 marzo de 2022

- I. Master Universitario en Dirección y Asesoramiento Financiero, Economista Mención en Gestión Pública, Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- II. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.
- III. Universidad Estatal del Sur de Manabí, Jipijapa, Ecuador.

Resumen

El objetivo de este estudio fue analizar la calidad en el servicio y la satisfacción al cliente en Ecuador. La investigación se realizó desde el enfoque de un estudio cualitativo, bajo el tipo de una investigación documental-bibliográfica. Para la selección del material objeto de análisis se realizó una compilación bibliográfica referente a la temática tratada bajo los siguientes criterios pertinencia, relevancia, idioma, lugar de procedencia, año de publicación entre 2015-2020, entre otros. Para la recopilación de las fuentes de información se utilizó la base de datos de Internet de sitios especializados en información académica y de fuentes confiables. A partir de ello, se realizó el análisis de contenido de la información contenida en las fuentes literarias recopiladas. A partir de la indagación efectuada se realizó un análisis bibliométrico, a partir de ahí, se determinó que, de un total de 25 publicaciones nacionales e internacionales revisadas, ocho (08) de ellas fueron consideradas para el análisis por considerar que eran las que se ajustaban con mayor precisión los intereses de este estudio. Los resultados encontrados dan cuenta que la calidad de servicio puede ser conceptualizada según la perspectiva de los autores como parte de un proceso, un sistema, una estrategia, una necesidad. El fin último de la calidad es satisfacer las necesidades de su clientela. Se concluye que la calidad en el servicio en la actualidad se ha convertido en un instrumento indispensable para las empresas del sector ferretero 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.

Palabras clave: Gestión; calidad; servicios; cliente.

Abstract

The objective of this study was to analyze the quality of service and customer satisfaction in Ecuador. The research was carried out from the approach of a qualitative study, under the type of documentary-bibliographical research. For the selection of the material to be analyzed, a bibliographical compilation was made regarding the subject treated under the following criteria: relevance, relevance, language, place of origin, year of publication between 2015-2020, among others. For the collection of information sources, the Internet database of sites specialized in academic information and reliable sources was used. From this, the content analysis of the information contained in the collected literary sources was carried out. From the investigation carried out, a bibliometric analysis was carried out, from there, it was determined that, of a total of

25 national and international publications reviewed, eight (08) of them were considered for the analysis, considering that they were the ones that were more accurately fit the interests of this study. The results found show that the quality of service can be conceptualized according to the perspective of the authors as part of a process, a system, a strategy, a need. The ultimate goal of quality is to satisfy the needs of its customers. It is concluded that the quality of service has now become an indispensable instrument for companies in the hardware sector that, adapted to the needs of each one, leads to the achievement of the purposes of satisfying the demands of people and plays a role preponderant in maintaining the organization in the business market.

Keywords: Management; quality; services; client.

Resumo

O objetivo deste estudo foi analisar a qualidade do serviço e a satisfação do cliente no Equador. A pesquisa foi realizada a partir da abordagem de um estudo qualitativo, sob o tipo de pesquisa documental-bibliográfica. Para a seleção do material em análise, foi feita uma compilação bibliográfica referente ao assunto tratado sob os seguintes critérios: relevância, relevância, idioma, local de origem, ano de publicação entre 2015-2020, entre outros. Para a coleta das fontes de informação, foi utilizado o banco de dados da internet de sites especializados em informações acadêmicas e fontes confiáveis. A partir disso, foi realizada a análise de conteúdo das informações contidas nas fontes literárias coletadas. A partir da investigação realizada, foi realizada uma análise bibliométrica, a partir daí, apurou-se que, de um total de 25 publicações nacionais e internacionais analisadas, oito (08) delas foram consideradas para a análise, considerando que eram as que mais se adequam aos interesses deste estudo. Os resultados encontrados mostram que a qualidade do serviço pode ser conceituada segundo a perspectiva dos autores como parte de um processo, de um sistema, de uma estratégia, de uma necessidade. O objetivo final da qualidade é satisfazer as necessidades de seus clientes. Conclui-se que a qualidade de serviço passou a ser um instrumento indispensável para as empresas do setor de hardware que, adaptada às necessidades de cada uma, leva à concretização dos propósitos de satisfação das exigências das pessoas e desempenha um papel preponderante na manutenção a organização no mercado empresarial.

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

Introducción

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. De esta manera, (Camison, Cruz, & González, 2015, pág. 211) dicen que “el enfoque de Gestión de la Calidad se utiliza para describir 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.” En relación a estos planteamientos, la gestión de calidad se entiende como un proceso dirigido a la consecución de la calidad en el entorno empresarial u organizacional.

Asimismo, (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018, pág. 180) señalan que “la calidad resulta hoy día una estrategia para impulsar la competitividad empresarial que permite, desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente.” De acuerdo con estos señalamientos, la gestión de calidad en las organizaciones busca apuntalar el éxito de la empresa a través del aseguramiento de la ejecución en todo el proceso de las condiciones que demanda la calidad exigida por el consumidor final o cliente.

Visto de esta manera, los clientes desempeñan un papel crucial en cualquier organización o empresa, y por tanto, cada vez es más evidente 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.

Es así que, la calidad del servicio de acuerdo a lo expresado por (Molsalve & Hernández, 2015) “es un concepto acogido por las organizaciones en los últimos años, dada la necesidad de ser competitivos frente a la ampliación de la oferta de los diferentes servicios en el mercado.” En base a esto, la calidad es uno de los elementos inherentes al producto o servicio ofertado por las organizaciones empresariales, particularmente en el sector ferretero y actúa como un factor que proporciona atributos diferenciadores entre las numerosas empresas de servicios presentes en el competitivo mundo de los negocios en la actualidad.

Así las cosas, la calidad de servicio es un factor inseparable de la satisfacción del cliente y hoy en día, de acuerdo con (Dos Santos, 2015, pág. 83) satisfacer a los clientes se ha convertido en un imperativo mercadológico.” Más adelante el mismo autor señala que “la satisfacción tiene

influencia positiva, directa y significativa sobre la intención de recomendar el servicio. (Dos Santos, 2015, pág. 84)

En línea con las afirmaciones anteriores, en la actualidad el tema de la 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, siendo en este caso referente al sector ferretero de manera diferenciada a razón de la calidad de los mismos.

Cabe destacar que en el ámbito económico se distinguen diversas ramas, de acuerdo a las actividades llevadas a cabo, a saber, sector primario; secundario y terciario. Concretamente, el sector terciario de la economía está representado por el segmento de los servicios y según (Gómez, 2016, pág. 268) 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, particularmente la venta de productos en el ámbito de la construcción como el la venta de productos ferreteros, partiendo que en la actualidad, el mercado ferretero ha tomado mayor importancia puesto que a nivel nacional como a nivel mundial ha aumentado su nivel de competitividad. Tal es así que, actualmente, los consumidores y distribuidores de productos de ferretería cuentan en la actualidad con mayores opciones para conseguir mercancías de calidad frente a la gran competencia entre la oferta de productos procedentes de diversos países.

Desde este punto de vista, las organizaciones empresariales deben ser capaces de diseñar acciones que aseguren la calidad es tanto más importante en el sector comercio 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 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. Es decir, la plena "satisfacción del cliente" es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la "mente" de los clientes, por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener satisfecho a cada cliente, ha traspasado las fronteras para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales de las empresas.

Ahora bien, aunque diversas investigaciones han demostrado que 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, a decir de (Ortíz, 2015) 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, entre otros.” Aún existen obstáculos en las empresas que actúan como factores limitantes para la implantación de un sistema de gestión de calidad en las empresas, los cuales pueden ser, según (Carmona, Suárez, Calvo, & Periañez, 2015) factores internos o externos, tales como: “los recursos humanos, la motivación, aspectos organizacionales, asesorías, documentación y otros recursos.” (Ortíz, 2015)

En torno a esto, la superación de tales obstáculos supone la toma de conciencia de los múltiples beneficios que reporta para cualquier empresa, la búsqueda de la calidad de servicio al cliente en el sector ferretero como un instrumento efectivo para acometer con éxito acciones tendientes a la consecución de los objetivos empresariales en cualquier tipo de organización. Tomando en cuenta que el sector denominado ferretero presenta canales de distribución masiva, uno de ellos corresponde al canal tradicional, conformado por las ferreterías, bodegas, mercados, campos feriales (clústeres) y distribuidores ferreteros mayoristas, y el otro pertenece a un denominado canal moderno o retail, representado por los grandes almacenes, los cuales deben ser satisfechos a través de productos y servicios de calidad

Desarrollo

La satisfacción del cliente debe ser un punto importante que debe ser gestionado con la finalidad de asegurar la calidad de los servicios constituyéndose en una herramienta valiosa por varios motivos, por un lado permite asegurar la calidad del producto o servicio ofertado por la empresa, a fin de cumplir con las exigencias del cliente y por el otro posibilita la incursión de manera competitiva de la organización en el vertiginoso ambiente de los negocios ferreteros de la actualidad.

En el mismo marco, 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.

Igualmente, (Sandoval, 2018, pág. 36) dice que “ la calidad se debe ser aplicada en todas las actividades realizadas en una empresa y afectan a todas las fases, desde el estudio de las necesidades del consumidor hasta el servicio pos venta”. A decir, de la autora la aplicación de la gestión de calidad en las organizaciones en todas las etapas del proceso, asegura los requerimientos de calidad del producto o servicio prestado por la empresa.

Frente a esto, como ya se ha señalado 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.

Consideraciones sobre la calidad en las empresas de servicio

En consonancia con los señalamientos anteriores (Ramirez, Mejia, & Barrera, 2015, pág. 8) afirman que “las actividades de servicios son uno de los segmentos dentro de los sectores en la economía que más se ha ampliado en las últimas décadas...debido a procesos propios de la globalización y la internacionalización...” A decir de esto, 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 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.

Por consiguiente, la 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. Se evidencia a continuación su evolución:

Década	Tendencia de Estudio
60	<ul style="list-style-type: none"> • Teorías sobre la formación de la satisfacción. Enfoque macro: orientado a medir la satisfacción general
70	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque macro: orientado a medir la satisfacción general. • Desarrollo de medidas de la satisfacción. • Antecedentes de la satisfacción: variables determinantes. • Conceptualización de satisfacción.
80	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque micro: orientado a conocer la satisfacción individual. • Desarrollo de medidas de la satisfacción. • Aportaciones al modelo de desconfirmación de expectativas. • Desarrollo de estándares de comparación. • Fenómenos post-compra
90	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos enfoques en la conceptualización de satisfacción. • Relación entre los procesos pre-compra y post-compra. • Desarrollo de modelos integrales de formación de la satisfacción. • La satisfacción como estrategia de retención de clientes •
00	<ul style="list-style-type: none"> • Teorías sobre la formación de la satisfacción. Enfoque macro: orientado a medir la satisfacción general
10	<ul style="list-style-type: none"> • Medir la Satisfacción del Cliente ISO 9000:2000 se enfocan en los clientes de la organización: Encuestas, equipos de estudio, estudios de investigación de mercados, sistema de administración de relaciones las con los clientes (CRM.) • Usando el Análisis de Causa Raíz. • Monitorea información relacionada percepción cliente sobre el cumplimiento de sus requisitos. Medición en forma directa y por implicación. • Indicador clave de desempeño [KPI]: información cualitativa (HARD) o cuantitativa (SOFT). KPI

Ilustración 1 Evaluación de la evolución del termino calidad

Es importante resaltar que de acuerdo con (Almonte & Carbajal, 2017, pág. 3) “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, pág. 15) 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.

Concretamente, en la región de América Latina y el Caribe (ALC) a decir de (Rubalcaba, 2015, pág. 15) “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 del caribe este mismo autor indica que “la mayoría de las economías del Caribe son ahora casi en su totalidad

economías de servicios.” (Rubalcaba, 2015, pág. 14). Todo lo cual supone que para la economía de esta región, las empresas de servicio son fundamentales por el rol que desempeñan en el fortalecimiento y crecimiento de la economías de los países.

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.

En torno a esto, (León, Menéndez, Rodríguez, López, García, & Fernández, 2018) señalan que “la Calidad se ha convertido, por tanto, no ya en una alternativa a implantar por la empresa, sino una exigencia indispensable para la supervivencia de la misma y su posible competitividad en los mercados actuales.” De este modo, 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.

En la misma dirección, (Romero, 2019, pág. 3) 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, pág. 187) 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.”

Es así que hoy en día, el término calidad de los servicios 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:

a) La capacidad para proporcionar de manera regular productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables; b) facilitar oportunidades de aumentar la satisfacción del cliente; c) abordar los riesgos y oportunidades asociadas con su contexto y objetivos; d) 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.

Consideraciones sobre la gestión de calidad en las empresas

Al revisar la literatura académica se encuentran numerosas investigaciones que señalan la importancia de la 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.

Del mismo modo, (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. Asimismo, se recomienda a la empresa redefinir su planteamiento de negocio en términos de los cambios que se han dado en el tiempo y de acuerdo a las nuevas exigencias que tiene el mercado.

En Ecuador, (López, 2018) 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 con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.

Lo anterior pone de manifiesto, de acuerdo a los hallazgos presentados en cada una de las investigaciones consultadas, la relación directamente proporcional que hay entre 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.

Partiendo de lo anterior, se tiene que el propósito es analizar la calidad de servicio y la satisfacción al cliente en el sector ferretero Ecuador

Materiales y métodos

Tipo de estudio

El presente trabajo es de carácter cualitativo, tomando en consideración el elemento documental, ya que el objeto del mismo es analizar la implementación de la calidad en el servicio y la satisfacción al cliente del sector ferretero. Cabe señalar que según (Baena, 2017, pág. 65), la investigación documental es una técnica que consiste en la selección y compilación de información a través de la lectura y crítica de documentos y materiales bibliográficos, bibliotecas, bibliotecas de periódicos, centros de documentación e información. En esta investigación se analizaron una serie de documentos en torno a la temática mencionada, con apoyo de la herramienta Google Académico y otros materiales bibliográficos complementarios.

Técnica de análisis

El estudio fue realizado mediante la técnica de análisis documental de fuentes bibliográficas con énfasis en el análisis de contenido y análisis crítico, lo que permitió la generación de los constructos de la investigación. En función de esta búsqueda se expone los hallazgos sobre la importancia de la calidad en el servicio y la satisfacción al cliente en las empresas del sector ferretero

Para alcanzar el objetivo de estudio, la investigación documental se ha realizado utilizando las palabras clave gestión de calidad, calidad, calidad de servicio y empresas de servicio mediante la búsqueda a través de Google Académico y de otras fuentes complementarias como, artículos de

investigación científica, trabajos de grados, tesis de doctorado, libros que abordan la temática. Cada documento debió cumplir los siguientes criterios para ser seleccionado:

1. Abordar las palabras claves
2. Enfocarse en la temática relacionada con la gestión de la calidad en el servicio al cliente.
3. Describir el perfil de las publicaciones realizadas (autor, tipo de estudio, responsable de la edición: editorial, centro de investigación, universidad o revista, país, idioma, etc.)
4. Proporcionar información especializada, relevante, pertinente y actualizada con una vigencia de no más de cinco años, es decir, desde el 2015 hasta el presente año 2022.

Fases del estudio

El trabajo realiza, en primer lugar, mediante la búsqueda en la literatura especializada de fuentes primarias y secundarias que abordaran el concepto sistemas de gestión de la calidad en el servicio al cliente.

En segundo lugar, se realizó el análisis de la información encontrada y se establecieron relaciones cercanas con las diferentes visiones de los autores consultados sobre las concepciones y categorías de la gestión de la calidad en el servicio al cliente.

En tercer lugar, se realizó el análisis de contenido de la información abordada por los diversos autores. Para (Arbeláez & Onrubia, 2014, pág. 19), el objeto del análisis de contenido cualitativo es “verificar la presencia de temas, palabras o de conceptos en un contenido y su sentido dentro de un texto en un contexto”

En cuarto lugar, se exponen los resultados más significativos obtenidos de la información recopilada y analizada. Para ello, se realizó una matriz comparativa en base a la revisión bibliográfica acerca de la gestión de la calidad en el servicio al cliente. Se presentan los documentos que cumplieron los criterios establecidos. En total fueron 8 documentos, los cuales se presentan en la tabla 1.

En quinto lugar, el trabajo finaliza con la discusión de los resultados y la presentación de las principales conclusiones del mismo.

Análisis y Discusión de los Resultados

Para el análisis de la información

Tabla 1

Matriz comparativa en base a la revisión bibliográfica sobre la calidad en el servicio y satisfacción del al cliente	
Autor/año	Conceptualización
(Camison , Cruz, & González, 2015)	_Proceso dirigido a la consecución de la calidad en el entorno empresarial u organizacional. _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.
(Hernández, Barrios, & Martínez, 2018)	_Permite desde una perspectiva integral, observar la organización como un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente. _Es una estrategia para impulsar la competitividad empresarial.
(ISO 9001, 2015)	_La adopción de un sistema de gestión de la calidad es una decisión estratégica.
(Sandoval, 2018)	_Se aplican en todas las actividades realizadas en una empresa y afectan a todas las fases.
(León, Menéndez, Rodríguez, López, García, & Fernández, 2018)	_La Calidad en el servicio se ha convertido... en una exigencia indispensable para la supervivencia de la empresa.
(Romero, 2019)	_Genera beneficios a cualquier empresa para alcanzar los objetivos deseados que añade valor a sus productos y servicios.
(Yáñez, 2016)	_La necesidad de contar con un sistema de control de gestión permita posicionar a la empresa en el mercado.
(Hernández, Tobón, & Vásquez, 2015)	_Los sistemas de gestión de la calidad deben centrarse en el mejoramiento continuo

Nota. Fuente: Elaboración propia

Discusión

Una vez analizada la información sobre la calidad en el servicio al cliente, se puede evidenciar que diversos autores consultados conceptualizan la calidad el resultado de un proceso, un sistema, una estrategia, una exigencia, un beneficio, una necesidad y un instrumento de mejoramiento continuo. De este modo, la calidad es vista como producto de un proceso por (Camison , Cruz, & González, 2015) que indican que por ser el fin último de un proceso dirigido a la consecución de la mejora

de servicios en el entorno empresarial u organizacional y (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018) los cuales dicen que es un conjunto de procesos interrelacionados cuyo fin último es, entre otros, lograr la satisfacción del cliente.

Desde la perspectiva de la calidad en el servicio depende directamente según (Camison , Cruz, & González, 2015) de 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 lo que se oferta, particularmente en el sector ferretero. 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.

De acuerdo con la categoría calidad señalada como una estrategia, son coincidentes en sus afirmaciones (Hernández, Barrios, & Martínez, 2018) y la Organización Internacional de Normalización (ISO 9001, 2015) Desde la óptica de la calidad como una exigencia, los autores (León, Menéndez, Rodríguez, López, García, & Fernández, 2018) dicen que en la actualidad la gestión de la calidad se ha convertido en una exigencia indispensable para la supervivencia de la empresa.

Otra cualidad con la que se ha relacionado la calidad es la relacionada con la variable beneficio, en tal sentido, (Romero, 2019) ha manifestado que genera beneficios a cualquier empresa para alcanzar los objetivos deseados que añade valor a sus productos y servicios. Por otra parte, la calidad también es considerada como una necesidad, a saber, (Yáñez, 2016) dice que la necesidad al permitir posicionar a la empresa en el mercado ferretero

Por su parte, la gestión de la calidad también es 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.

Es importante mencionar que la calidad cualquiera sea la visión que adopte cada autor tiene ciertamente como fin último asegurar 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.

Conclusiones

Se concluye que la calidad es un factor relevante para asegurar la permanencia de cualquier tipo de organización o empresa en el mercado y, de modo particular en el sector de los servicios

considerado hoy día como un segmento estratégico para la economía de cualquier país, dado el crecimiento que ha venido observando en las últimas décadas de acuerdo a lo señalado en esta investigación, tanto para los países avanzados como de las economías de la región de Latinoamérica y el Caribe.

Todo lo anterior va en línea con los señalamientos realizados por diversos autores cuando afirman que la calidad es un elemento indispensable para alcanzar los objetivos y para aseguramiento de las organizaciones. En torno a esto, (Hernández, J; Guerrero, G; Tobón, S;, 2015) afirman que los sistemas de gestión de la calidad se abordan de acuerdo a las metas que se desean alcanzar, lo cual conlleva el establecimiento de una serie de acciones que procuren la mejora continua de las organizaciones, instituciones o sistemas.

Otra premisa preponderante relacionada con la gestión de la calidad de los servicios indica que esta permite la diferenciación del producto o servicio ofertado por la organización o empresa, lo cual conlleva a colocarla en los mercados con ventajas competitivas. Así, (Frometa, Zayas, & Pérez, 2015) señalan que el tema de la gestión de la calidad en los servicios es de interés actual, por lo que representa para la competitividad y la diferenciación del producto o servicio que se oferta.

En definitiva en el competitivo mundo de la economía actual, sobre todo en el sector ferretero , el cual está integrado por diferentes tipos y tamaños de empresas, las grandes cuentan con los recursos tantos humanos, técnicos como financieros, o en los pequeños pero que sigue siendo relevante alcanzarla al ser un instrumento indispensable para las empresas ferreteras logren 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 dinámica económica en los países descansan en la interrelación de los tres sectores que sustentan el aparato productivo de la nación, dando lugar a un complejo proceso de desarrollo, en donde la industria crea la utilidad de transformación, da forma a la materia prima; y la actividad comercial y de servicios, crea la utilidad de lugar, de tiempo y de oportunidad.

El comercio ferretero refleja la dinámica del aparato económico del país, al ser el enlace entre la oferta productiva y la demanda final. Es decir, entre los sectores de producción y consumo. El valor agregado del sector está en la gestión, la cual tiene como principal objetivo la satisfacción de las necesidades del consumidor final

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. Arbeláez, M., & Onrubia, J. (2014). Análisis bibliométrico y de contenido. Dos metodologías complementarias para el análisis de la Revista Colombiana Educación y Cultura. *Revista de Investigaciones UCM*. Vol.14. Núm. 23, 14-31.
3. Arrascue, J., & Segura, E. (2016). Gestion de Calidad y su Influencia en la Satisfacción en la Clínica de Fertilidad del Norte Clinifer Chiclayo. Pimentel, Perú.: Universidad Señor de Sipán.
4. Baena, G. (2017). Metodología de la Investigación. Serie integral por competencias. México, D.F.: Grupo editorial Patria.
5. Camison , C., Cruz, S., & González, T. (2015). Gestión de la Calidad, conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid. España: Pearson Educación. Prentice Hall. Madrid. España.
6. Carmona, M., Suárez, E., Calvo, A., & Periañez, R. (2015). Sistemas de Gestión de la Calidad: Un estudio en empresas del sur de España y norte de Marruecos. *European Research on Management and Business Economics*. Vol. 22. Núm. 1.Abril-Junio., 8-16.
7. Dos Santos, M. (2015). Calidad y Satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén . *Revista de la Educación Superior*. Vol. 45. Núm. 178. Universidad Católica de la Santísima Concepción, Concepción, Chile., 79-95.
8. Frometa, V., Zayas, R., & Pérez, M. (2015). La gestión de la calidad en los servicios. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 34-46.
9. Gómez, M. (2016). Sectores de la economía ecuatoriana desde una perspectiva empresarial: aplicación de la Matriz Boston Consulting Group (BCG). Universidad de las Américas (UDLA). *Revista Publicando*. Vol. 3. Núm. 8. Ecuador, 266-294.
10. Hernández, H., Barrios, I., & Martínez, D. (2018). Gestion de la Calidad: Elemento Clave para el Desarrollo de las Organizaciones. *Revistas Criterio ilibre*. Vol.16. Núm 28. Bogotá. Colombia., 179-195.
11. Hernández, J., Tobón, S., & Vásquez, J. (2015). Estudio del Liderazgo Socioformativo mediante la Cartografía Conceptual. *Revista Iberoamericana de Evaluación Educativa*. Vol. 2. Núm.8, 118.

12. Hernández, J; Guerrero, G; Tobón, S;. (2015). Los problemas del contexto: base filosófica y pedagógica de la socioformación. Ra Ximhai. Vol. 11. Núm 4., 125-140.
13. ISO 9001. (2015). Sistemas de Gestión de Calidad. Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:9001:ed-5v1:es>
14. ISO 9001. (2018). Enfoque al cliente, primer principio de un sistema de gestión. Organización Internacional de Normalización, 25-38.
15. León, C., Menéndez, A., Rodríguez, I., López, B., García, M., & Fernández, S. (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. 2018, 18-33.
16. López, D. (2018). Calidad del Servicio y la Satisfacción de los Clientes del Restaurante Rachy's de la Ciudad de Guayaquil. Guayaquil. Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
17. Mejias, A., Godoy, E., & Piña, R. (2018). Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. Compendium. Vol.21. Núm.40. Universidad de Carabobo, Venezuela., 40-55.
18. Molsalve, C., & Hernández, S. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga. Revista EAN. Nro 78. Universidad Santo Tomás. Bogotá. Colombia., 60-81.
19. Ortiz, G. (2015). ¿Cuáles son las principales barreras existentes en las Pymes durante la implementación de los sistemas integrados de gestión? Bogotá. Colombia.: Universidad Militar Nueva Granada.
20. 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 socioeconómicas. Serie Economía y Empresa Nro. 3. Pp. 66.
21. Rodríguez, M., Zamora, R., & Varela, N. (2015). Propuesta de un procedimiento para lograr la integración de los sistemas de gestión implementados para la mejora del desempeño de la Empresa Termoeléctrica Cienfuegos. Rev Univ Soc, 20-36.
22. Romero, K. (2019). Beneficios de un sistema de gestión de calidad adecuado en una empresa. Revista virtual Pro.Nro. 205. Febrero 2019. Universidad del Zulia. Venezuela., 1-14.

23. Rubalcaba, L. (2015). Capítulo I. El Crecimiento de los servicios. En D. Aboal, E. Arias, G. Crespi, P. Garda, A. Rasteletti, L. Rubalcaba, y otros, La innovación y la nueva economía de servicios en América Latina y el Caribe. Retos e implicaciones de política (pág. 280). Uruguay: Centro de Investigaciones Económicas (CINVE, Uruguay).
24. 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.
25. Yáñez, G. (2016). Propuesta Sistema de Control de Gestión Empresa Chilexpress. Santiago de Chile: Universidad de Chile. Facultad de Economía y Negocios.