

Estandarización de la calidad como estrategia de innovación en pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana (GAM) durante el 2022

Johanna Monge Chacón¹, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología 2021

Resumen

Este estudio se lleva a cabo para identificar elementos que permitan estandarizar la calidad como un elemento diferenciador desde la perspectiva de la innovación para las pymes de servicios de la Gran Área Metropolitana de cara al 2022. Se busca, con ello, proponer acciones concretas para crear un impacto positivo en el sector servicios, el cual alberga aproximadamente un 65 % de las empresas del parque empresarial costarricense. Mediante el estudio descriptivo de una muestra de 50 pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana, se pretende dar respuesta al siguiente problema: ¿Cuáles son los criterios para la estandarización de la calidad como estrategia de innovación que requieren las pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana durante el 2022? Los resultados muestran que los elementos básicos de la estandarización de la calidad, como lo son los atributos y objetivos de calidad, no se establecen consistentemente en la estrategia de las pymes del sector, existen mecanismos para la realimentación proactiva y reactiva del cliente, pero no se aplican de forma consistente las herramientas de la mejora continua para ajustar el servicio de forma que se atiendan las necesidades actuales y cada vez más exigentes de los clientes. Las empresas del sector no reconocen el valor de los sistemas documentales, tanto para estandarizar los procesos como para demostrar el cumplimiento a través de sistemas integrados de gestión. Los espacios para estímulo de la creatividad del personal no son estrategias que se consideran que aporten valor, por lo cual la innovación no está siendo gestionada desde sus elementos más básicos. El tamaño del reto con respecto a la estandarización de la calidad desde la perspectiva de la innovación es proporcional al tamaño de la oportunidad. Las entidades de gobierno a cargo del fortalecimiento

¹ Licenciada en Farmacia por la Universidad de Costa Rica. Opta por el grado de Máster en Administración de Empresas con Énfasis en Gestión de Calidad de la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT. johannamonge@outlook.com

de las pymes deben atender el tema de la calidad desde la visión estratégica empresarial a través de la capacitación.

Palabras clave: estandarización, calidad, innovación, mejora continua, competitividad

Abstract

This study is intended to identify elements that allow the standardization of quality as a differentiating element from the perspective of innovation for small and medium companies (SMEs) of services sector in the Grand Metropolitan Area for 2022. The objective is proposing concrete actions to create a positive impact on the services sector, which houses approximately 65% of the companies in the Costa Rican business park. Through the descriptive study of a sample of 50 small and medium companies from the services sector of the Grand Metropolitan Area, the aim is to answer the following problem: What are the criteria for the standardization of Quality as an innovation strategy required by SMEs of the services sector of the Great Metropolitan Area during 2022? The results show that the basic elements of quality standardization such as quality attributes and objectives are not consistently established in the strategy of SMEs in the sector of services. There are established mechanisms for proactive and reactive customer feedback, but the tools for continuous improvement are not consistently applied in order to adjust the service in such a way as to meet the current and increasingly demanding needs of customers. Companies in the sector do not recognize the value of systematic documentation not only to standardize processes but also to demonstrate compliance through integrated management systems. The conditions to stimulate the creativity of the staff are not prioritized since they are not considered adding value; this is closely linked to the reason why innovation is not being managed from its most basic elements. The size of the challenge with respect to quality standardization from an innovation perspective is proportional to the size of the opportunity. Government entities in charge of strengthening the small and medium companies in services sector must address the issue of quality from the strategic business vision through training.

Keywords: standardization, quality, innovation, continuous improvement, competitiveness

Introducción

El escenario mundial está hoy impactado por la pandemia causada por el virus SARV-COV2; Costa Rica no es la excepción. Resultado de la pandemia, la tasa de desempleo aumentó a un 24 % para el segundo trimestre del 2020, la más alta de los últimos 10 años (INEC, 2021). Este incremento se dio por diferentes causas entre las que se pueden citar el cese algunas empresas que no pudieron mantener la operación durante el periodo de cierre temporal y topes de aforo derivados de la emergencia sanitaria.

Algunas de las pymes lograron mantenerse en operación reinventando sus servicios o rediseñando sus estrategias. Un claro ejemplo de esta innovación es la venta de productos y servicios en línea, mediante aplicaciones, o a través de sus sitios web con facilidades de pago por medio de Sinpe Móvil, por transferencia o pago con tarjeta al finalizar la entrega.

Por otra parte, las personas quienes perdieron su trabajo por el cierre de operaciones o reducción de planillas buscaron opciones de empleo en el ámbito informal. El porcentaje de ocupados con empleo informal para el segundo trimestre del 2021 fue de 43.8 % de las personas ocupadas (aproximadamente 863000 personas) en comparación con un 39.8 % en el mismo trimestre del 2020 (Segura, 2021). Con este panorama, surge la necesidad de fortalecer empresas formales que aún están operando, como un mecanismo para mitigar el impacto del desempleo.

Ante esta situación, es necesario identificar acciones concretas para el fortalecimiento de las pymes. Con este objetivo en mente, esta investigación pretende ofrecer material tangible para innovar desde la estandarización de la calidad en las pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana durante el 2022.

La justificación de este es proyecto radica en entender cómo la calidad puede llegar a ser un elemento diferenciador como estrategia innovadora. La calidad, percibida como el grado de satisfacción de los clientes, es un reto para las pymes de servicios. Existen varios factores que pueden tener impacto en la percepción de la calidad del servicio por parte de los clientes; una estrategia empresarial innovadora puede estar relacionada con un servicio que mantiene una calidad homogénea, estable y que plantea, posteriormente, acciones concretas para la mejora continua.

Este proyecto se enfoca en uno de los sectores productivos afectados por la pandemia, el sector de servicios. En Costa Rica las pymes del sector servicios realizan actividades como: transporte y almacenamiento, hoteles y restaurantes, actividades profesionales y de apoyo, entre otros (BCCR, 2021).

Con este planteamiento se busca proponer acciones concretas para estandarizar la calidad de los servicios, lo cual puede tener un impacto positivo en las pymes del sector y, con ello, fortalecer estas organizaciones para que generen mayores oportunidades de empleo y así contribuir a la reducción de la tasa de desempleo en Costa Rica, además de impulsar el motor económico del país.

El aporte, finalmente, es una propuesta con acciones concretas que puedan ser implementadas por las pymes del sector de servicios de la Gran Área Metropolitana durante el 2022.

Con base en lo expuesto, se pretende dar respuesta al siguiente problema: ¿Cuáles son los criterios para la estandarización de la calidad como estrategia de innovación que requieren las pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana durante el 2022?

Para responder a este problema, se ha propuesto un objetivo general y tres objetivos específicos. El objetivo general busca analizar los criterios para la estandarización de la calidad como estrategia de innovación en las pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana durante el 2022. Para lo anterior, se plantean los siguientes objetivos específicos: el primer objetivo pretende describir los elementos que se requieren para la estandarización de la calidad desde la perspectiva de innovación. El segundo objetivo busca identificar las expectativas de las pymes del sector de servicios de la Gran Área Metropolitana con respecto a la estandarización de la calidad desde la perspectiva de innovación. Finalmente, el tercer objetivo pretende sugerir las estrategias que, desde la estandarización de la calidad enfocadas en innovación, pueden aplicar las pymes del sector servicios en el corto plazo.

Para lograr entender el contexto en el cual se van a desarrollar estos objetivos, se exponen, a continuación, los conceptos claves.

Revisión Bibliográfica

La situación económica del país es y debe ser un tema relevante no solo para el gobierno, sino también para la empresa privada, la academia y la sociedad civil. La economía costarricense ha venido evolucionando desde hace ya varios años en la diversificación de la matriz productiva hacia una economía basada en servicios, con un estímulo importante en la venta de bienes y servicios intensivos en mano de obra calificada, hacia el mercado internacional (Hernández y Villalobos, 2016).

El sector productivo costarricense está soportado por las pymes. De acuerdo con el Banco Central de Costa Rica, para el 2017, las pymes representaron el 97.5 % del parque empresarial a nivel nacional (Arce y León, 2019) y generaron alrededor de 350 mil empleos, un 33.3 % de

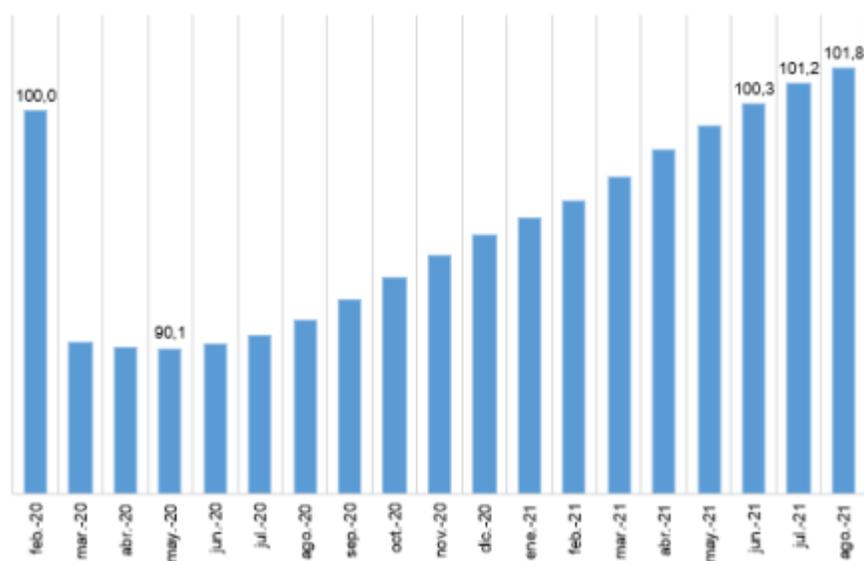
los trabajos formales. En relación con los sectores económicos, el sector de servicios generó el 56 % de los puestos de trabajo (Flores, 2019).

Es relevante mencionar el efecto de la pandemia sobre la economía costarricense, ya que las medidas sanitarias impuestas por el Ministerio de Salud, a partir de marzo del 2020, generaron un efecto negativo en la mayoría de sectores productivos del país. Durante el 2020 se contabilizó el cierre de 2071 microempresas, 900 empresas pequeñas, 309 medianas y 30 grandes. Por actividad económica, la más afectada fue el comercio, con un cese de 740 empresas, seguido del sector inmobiliario, empresarial y de alquiler con un cese de 96 empresas, sin impacto en la participación porcentual por sector. En contraposición, el sector que representa hoteles y restaurantes presentó un cierre de 1093 empresas, con una reducción de la participación porcentual del 2 %, además de la construcción, donde se pasó de un 6 % a un 5 %. Si se considera la afectación por región, en la Gran Área Metropolitana, hubo un cierre de 1917 empresas (Mena, 2021).

De acuerdo con el Banco Central de Costa Rica, el país recobró el nivel de producción prepandemia (el de febrero de 2020) en junio de 2021, tal como se muestra en la Figura 1.

Figura 1

Índice mensual de actividad económica
Nivel de la serie tendencia de ciclo
Febrero 2020=100

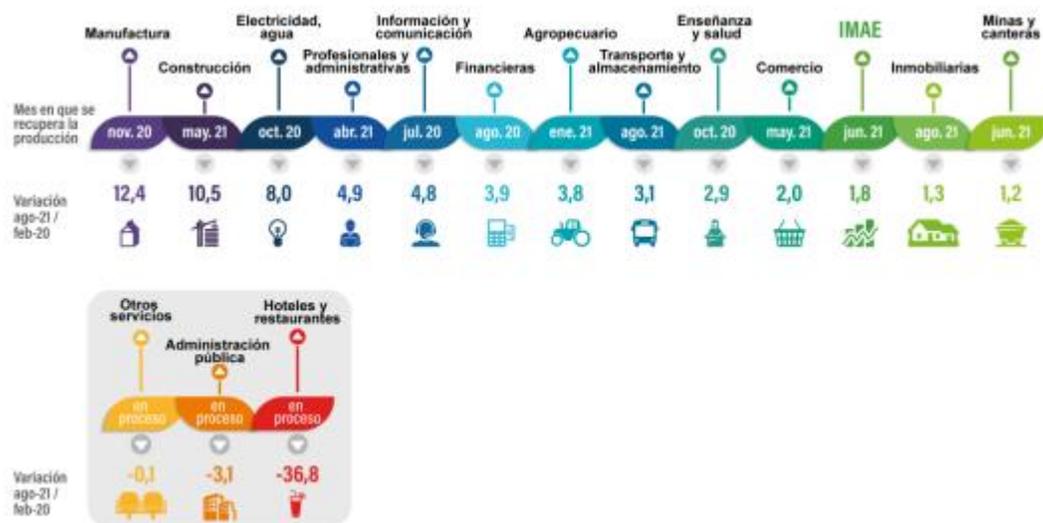


Fuente. Índice mensual de Actividad Económica. Agosto, 2021. Banco Central de Costa Rica.

La recuperación no ha sido homogénea en todos los sectores productivos, por ejemplo, las actividades de almacenamiento y transporte y los servicios inmobiliarios registraron un aumento en relación con los datos de febrero de 2020, sin embargo, el crecimiento productivo sigue siendo un reto en el sector de servicios como hoteles y restaurantes y otros servicios dentro de los cuales se incluyen las actividades artísticas, de entretenimiento y deportivas (Ver Figura 2).

Figura 2

Recuperación de los niveles de producción por actividad económica y tasa de crecimiento interanual de agosto 2021 respecto a febrero de 2020



Fuente: Índice mensual de Actividad Económica. Agosto, 2021. Banco Central de Costa Rica.

Desde la perspectiva del gobierno, se requieren diferentes esfuerzos para mejorar el clima de negocios con el objetivo de impulsar la creación de nuevas empresas formales y robustecer las empresas existentes, esto para generar más oportunidades de empleo, reactivación económica y una mejor posición de los indicadores económicos del país en el escenario internacional.

Las pymes se caracterizan por ser empresas de pequeña magnitud en cuanto a ingresos, inversión y estructura organizacional. En muchos casos, los dueños de las pymes realizan una gestión empírica con base en su experiencia y no en conocimiento técnico y especializado, lo cual genera que, en algunas ocasiones, no sean administradas adecuadamente (Arce et al., 2016). Por lo anterior, y desde la perspectiva del emprendedor, se requiere un esfuerzo constante de capacitación, con el fin de adoptar prácticas, procesos y herramientas que le permitan gestionar, de forma más eficiente, la organización que lidera, esto es fundamental para escalar

hacia la madurez de la gestión de las organizaciones y es, además, un requisito para dar paso a la innovación.

Todas las organizaciones requieren establecer una misión, visión y objetivos. De la misma forma, trazan una estrategia para alcanzar estos objetivos con la misión y visión como norte. Desde la gestión estratégica, la innovación es prácticamente un requisito para competir en el mercado. La definición de innovación hace referencia a la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método organizativo o de comercialización, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores. Asimismo, se hace diferencia entre innovaciones de producto, proceso, mercadotecnia y organizacional. La innovación se manifiesta en cualquier actividad de la cadena de valor y así la empresa puede conseguir ventajas competitivas sostenibles (Robayo, 2016).

El concepto y enfoque de la gestión de calidad han ido evolucionando a través del tiempo, lo cual logra integrar no solo el proceso o producto mismo, sino a las personas de toda la organización, el entorno, los proveedores, otros actores, como se observa en la Figura 3. Hoy los modelos de gestión de calidad están orientados a la excelencia operativa y presentan una visión integral de la calidad que, en mayor o menor grado, permiten atender con eficiencia diferentes frentes en forma sistemática en las áreas de desarrollo de personas, trabajo en equipo, control estadístico de procesos, satisfacción del cliente, calidad de productos y servicios, gestión estratégica de la organización, calidad en logística, calidad para la gestión de proyectos, entre otras, lo cual trae como consecuencia mayores niveles de productividad como camino tangible para incrementar los niveles de competitividad (Ávila y Morales, 2019).

Cuadro 1

Dimensiones de la calidad

	CONTROL CALIDAD	CALIDAD INTEGRAL	CALIDAD TOTAL	EFQM European Foundation (Europa) 1988
CONCEPTO	Conformidad con las especificaciones	Decisión estratégica para mejorar el desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible.	Mejora sistemática y continua del desempeño global de la organización.	Transformación cultural de la organización en la búsqueda por la excelencia. Supone una mejora permanente, una innovación continua.
ÁMBITO	Producto	Proceso de producción.	Toda la empresa.	Toda la empresa y la sociedad en la que actúa
OBJETIVO	Eliminar la causa raíz de la no conformidad.	Mejorar la eficacia del sistema de gestión para aumentar la satisfacción del cliente y otras partes interesadas pertinentes.	Aumento de la calidad de productos y servicios mediante herramientas de autoevaluación.	Resultados excelentes en el Rendimiento general de una Organización, en sus Clientes, Personas y en la Sociedad en la que actúa, se logran mediante un Liderazgo que dirija e impulse la Política y Estrategia, que se hará realidad a través de las Personas, las Alianzas y Recursos y los Procesos.
NORMA	Especificaciones del producto.	ISO 9001:2015	ISO 9004:2009	Modelos de excelencia EFQM

Fuente: Ávila Olaya, Mary y Morales. 15 mayo, 2019. Innovación de Proceso y de Gestión de un Sistema de la Calidad para una Industria de Servicios.

Uno de los conceptos clave de la gestión de calidad es el desarrollo del ciclo de la mejora continua. Es un enfoque sistemático que busca mejorar la calidad de forma iterativa. El conocimiento en gestión de calidad y mejora continua se "capitaliza" en el momento en el que las organizaciones toman la decisión de implementar un sistema de gestión de la calidad para mejorar la posición frente a sus competidores (Ávila et al., 2019).

Algunos estudios demuestran el impacto positivo de la calidad sobre la productividad, la exportación, el control de la empresa, los costos, la reducción de las quejas de los clientes y la imagen de la empresa, variables todas ellas ligadas, directamente, a la competitividad. Sin embargo, existen diferencias en la implementación de los sistemas de gestión de la calidad en relación con el tamaño de las empresas (Saavedra et al., 2017). Considerando los beneficios que puede aportar al mejoramiento de la competitividad, este no debe ser un factor que limite el establecimiento de un sistema de gestión de calidad, el cual debe ser adecuado a la complejidad y el tamaño de la organización.

La estandarización de la calidad en las pymes del sector servicios está profundamente ligada a la gestión del conocimiento. Una forma de estandarizar la calidad y mejorarla continuamente, es la adopción de un sistema de gestión de la calidad. Al respecto, la nueva Norma ISO 9001:2015 presenta una mejor redacción y hace referencia al sector servicios, un sector clave en la evolución de la economía actual y, por tanto, en el nivel de vida de una sociedad (Pastor y Otero, 2016).

Por otra parte, los sistemas integrados de gestión abordan, de forma integral, otros aspectos clave para gestionar la eficiencia y competitividad. Se fundamentan en principios de calidad y mejora continua. Estos conceptos han promovido, en la actualidad, una preocupación más integrada de la calidad no solo con enfoque en el producto o servicio, sino en general, la mejor forma de satisfacer al cliente con un bien o un servicio a un menor costo (Arce et al., 2016). Los sistemas integrados de gestión, por sí solos, no mejoran la gestión, es necesario que el empresario se preocupe por la generación de una cultura organizacional la cual se caracteriza por la participación de los trabajadores en proyectos, estímulo para el buen desempeño, desarrollo de una filosofía enfocada en el cliente y su satisfacción, la mejora continua y una comunicación fluida con los colaboradores sobre prácticas, procesos y proyectos (Arce et al., 2016).

La calidad es un requisito fundamental para asegurar la competitividad en las empresas, en especial en las pymes, las cuales deben crear una identidad y posicionarse en el mercado para poder crecer. Uno de los principales retos que enfrentan estas organizaciones, en Costa Rica, radica en la capacidad para demostrar el nivel de calidad que se tiene y la responsabilidad ambiental con la cual realizan sus actividades productivas. El MEIC, como ente rector en política pyme, desarrolló una norma integrada de gestión (INTE 01-01-09:2013) que no solamente abarca la gestión de la calidad y del ambiente, sino, también, la gestión comercial y financiera de la empresa (Arce et al., 2016).

A continuación, se describe la metodología de investigación que será empleada en este trabajo de investigación.

Metodología de Investigación

Con el fin de responder a la pregunta formulada inicialmente, se propone una investigación de tipo descriptivo. En este tipo de estudio se detallan, especifican y describen características, situaciones y/o fenómenos. Estos estudios buscan “especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (pág. 92). Su objetivo es describir, no hacer

relaciones. (Arévalo et al., 2020). De esta forma, el estudio pretende describir los elementos para la estandarización de la calidad desde la perspectiva de innovación, así como identificar las expectativas de las pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana (GAM), a partir de lo cual se podrán sugerir las estrategias para la estandarización de la calidad con un enfoque en innovación en el corto plazo.

Este estudio tiene un enfoque cuantitativo, el cual se caracteriza por ser racional, objetivo, basado en lo observable, manipulable y verificable (Arévalo et al., 2020) ya que busca describir con datos numéricos aquellos elementos de la estandarización de la calidad desde la perspectiva de innovación, presentes en las pymes de servicios de la GAM y las expectativas hacia futuro.

La población que formará parte de este estudio es finita y está conformada por 1755 empresas incluidas en el listado de pymes activas de octubre de 2021, publicado por MEIC. Esta población ha sido determinada tomando en cuenta los siguientes aspectos: las pymes representan el 97.5 % del parque empresarial de Costa Rica, el 16.4 % corresponde a pequeñas y medianas empresas. Por otra parte, el 74.1 % del total de pymes están localizadas las provincias de San José, Alajuela, Heredia y Cartago (la GAM está conformada por 31 cantones de las provincias indicadas) (Guillén, 2018) y según el sector económico un 64.2 % corresponden al sector servicios (Arce y León, 2019).

La información de campo será obtenida por medio de un muestreo no probabilístico de conveniencia en al menos 50 empresas de la población descrita. Este tipo de muestreo permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos en el estudio, fundamentado en la accesibilidad y proximidad de los sujetos de investigación (Otzen y Manterola, 2017).

En toda investigación es necesario llevar a cabo la recolección de datos para tener éxito en la obtención de los resultados. Cada método de investigación posee instrumentos específicos que requieren un diseño y construcción rigurosos, de manera que garanticen la validez y confiabilidad de los resultados (Useche et al., 2019). Para llevar a cabo esta investigación se ha diseñado un cuestionario como instrumento de recolección de datos (Ver Anexo 1). Este cuestionario fue diseñado para identificar los elementos de estandarización de la calidad y las expectativas de las pymes en la muestra seleccionada. La técnica de recolección de datos corresponde a la encuesta que es una técnica que consiste en obtener la información directamente de las personas que están relacionadas con el objeto de estudio (Useche et al., 2019).

En la siguiente sección se muestran los resultados de la investigación.

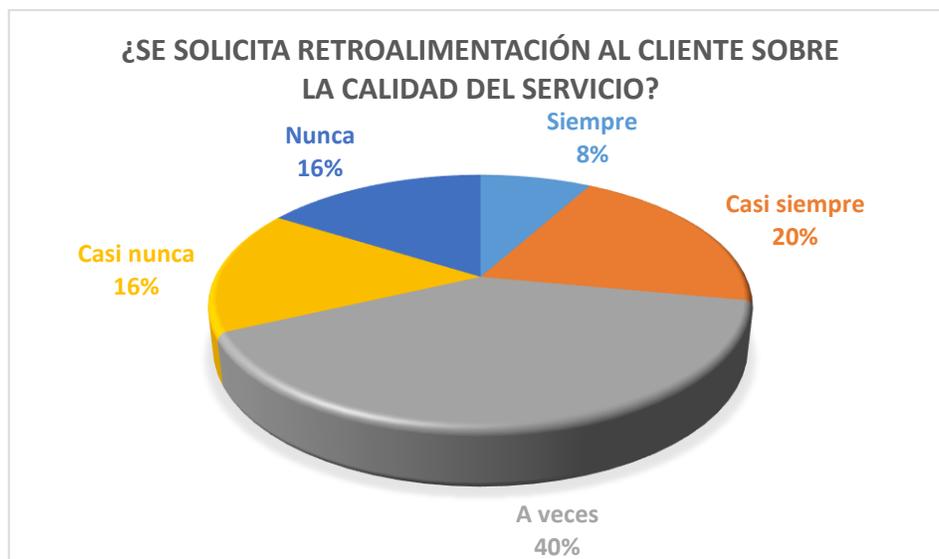
Análisis de Resultados

Para desarrollar el objetivo propuesto, se aplicó una encuesta, mediante el instrumento de recolección de datos del Anexo 1, a 50 pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana. Los resultados obtenidos mediante este proceso se pueden observar en el Anexo 2.

La gestión de realimentación de los clientes es un elemento indispensable para evaluar el grado en el cual una organización logra satisfacer la necesidad del cliente mediante el servicio que brinda. Como se observa en el Gráfico 1, solo un 8 % de las pymes indica que siempre solicita realimentación a sus clientes. Esta gestión proactiva demuestra un interés por entender necesidades no cubiertas y plantea oportunidades para las empresas. El 40 % de las empresas solo realiza esta gestión algunas veces.

Gráfico 1

Realimentación del cliente sobre el servicio que brindan las pymes del sector servicios de la GAM



Fuente: elaboración propia, 2021.

En esta misma línea, pero de forma reactiva, la gestión correcta de los reclamos de clientes permite identificar oportunidades puntuales del servicio o bien oportunidades para rediseñarlo. En este sentido, 30 % de las pymes gestionan, consistentemente, reclamos de sus clientes mientras que la mayoría, el 40 %, solo los reciben algunas veces de acuerdo con los datos del Gráfico 2. Los clientes, en general, prefieren compañías que atienden y resuelven sus reclamos.

Gráfico 2

Gestión de reclamo de los clientes en las pymes del sector servicios de la GAM



Fuente: elaboración propia, 2021.

La correcta gestión de los reclamos no solo consiste en recibir los reclamos, lo más importante es el tratamiento de estos. Al respecto, los resultados muestran que la tendencia de los reclamos solo se gestiona de forma consistente en un 12 % de las pymes y, algunas veces, en el 38 % de estas, tal cual se observa en el Gráfico 3. El análisis de tendencia agrega información relevante ya que permite priorizar la gestión de mejora para establecer una acción.

Gráfico 3

Frecuencia de análisis de tendencia de reclamos en las pymes del sector servicios de la GAM



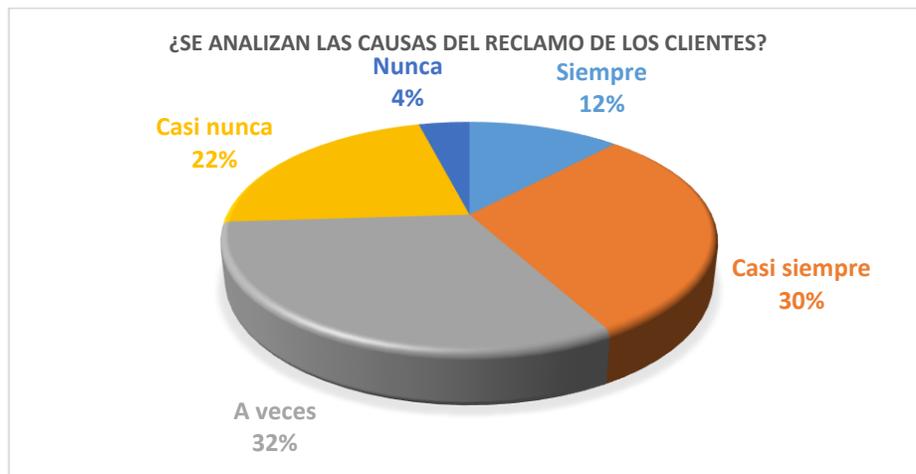
Fuente: elaboración propia, 2021.

Uno de los aspectos más relevantes de las compañías que operan con estándares de alta calidad está asociado a la mejora continua. La mejora continua es una filosofía de dirección que busca conseguir una ventaja competitiva basada en la esencia de la calidad y de la gestión estratégica y operativa mediante la continua introducción de pequeños cambios realizados de forma sistemática (Antuna et al., 2018). Las pymes de este estudio están poco familiarizadas con el uso de herramientas para la mejora continua ya que un 68 % no toma ventaja de estas sencillas herramientas.

El análisis de causa raíz no solo permite desarrollar un amplio conocimiento de los procesos que permiten llevar a cabo una tarea, sino aquellos factores que pueden tener influencia sobre estos. En el Gráfico 4 se observa que el proceso solo se lleva a cabo de forma consistente en el 12 % de las pymes, casi siempre en un 30 %, mientras que la mayoría, un 32 %, lo realiza algunas veces.

Gráfico 4

Frecuencia de análisis de causa de los reclamos en las pymes del sector servicios de la GAM



Fuente: elaboración propia, 2021.

Por otra parte, desde la gestión estratégica de la empresa, es vital diseñar un servicio que atienda la necesidad del cliente. La filosofía de gestión empresarial considera inseparables la calidad y las iniciativas de liderazgo, diseño, planificación y mejoras, necesidades de cliente y las metas de la empresa y convierte los valores de calidad en la fuerza motriz de la empresa (Saavedra et al., 2017).

Hoy es factible tener contacto con el cliente y se puede llevar a cabo por diferentes medios, por ejemplo, las redes sociales, sitios web, correo electrónico, aplicaciones de mensajería instantánea, vía telefónica, por encuestas digitales, principalmente. El 100 % de las pymes cuenta con diferentes medios para estar en contacto con sus clientes. Los elementos básicos para enfocar el servicio en el cliente, atendiendo sus requerimientos, no son aprovechados en la mayoría de las pymes del sector. De esta forma, se identifica que los elementos básicos para la innovación desde la perspectiva de la calidad aún representan un reto para las pymes de servicios. Existen oportunidades de mejorar desde la gestión estratégica, al plantear claramente los objetivos de calidad y las características del servicio, como una forma de establecer una línea base. La estandarización de la calidad, de esta forma, permitirá evolucionar el servicio de forma escalonada y sistemática. Si la calidad no está claramente definida, no es posible posicionar una o varias características destacadas de un servicio, ya que estas deben ser consistentes para que puedan ser claramente identificadas por el cliente.

Por otra parte, los mecanismos de realimentación representan una poderosa herramienta que facilita la evaluación del grado, en el cual se cumplen los objetivos propuestos y la compañía puede desarrollar un nuevo ciclo, donde se enfoca en una necesidad no cubierta o en nuevas necesidades para retener a sus clientes y atraer nuevos. Con lo anterior, se ha logrado cumplir con el primer objetivo de estudio.

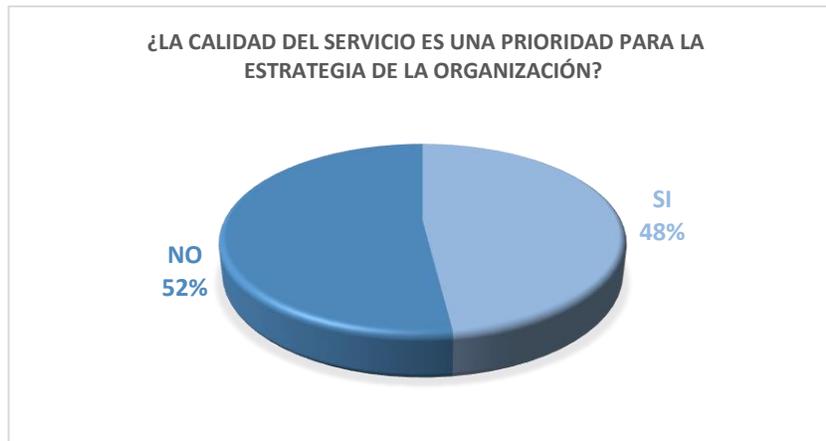
El segundo objetivo de estudio pretende identificar las expectativas de las pymes del sector de servicios de la Gran Área Metropolitana, respecto de la estandarización de la calidad desde la perspectiva de innovación. Al respecto, se identificó que un 50 % de las pymes percibe que las exigencias de los clientes, en los últimos 2 años, se mantienen y otro 50 % percibe que aumentaron.

A medida que evoluciona la tecnología y avanza la digitalización, se ven clientes más empoderados, con mayor conocimiento de las opciones del mercado. Esto es importante de identificar porque las necesidades de los clientes van cambiando, tal cual lo percibe el 50 % de las organizaciones del estudio. Ninguna de las pymes percibe que las exigencias han disminuido, lo cual indica que, a pesar de la coyuntura generada por la pandemia, los clientes siempre buscan cubrir sus necesidades con el mejor servicio al que tienen acceso. En el futuro escenario del 2022, es probable que la tendencia continúe y el mercado tenga clientes que cada vez buscan servicios innovadores.

Como se observa en el Gráfico 5, 48 % de las pymes del sector indican que la calidad de servicio es una prioridad para la estrategia de organización, el otro 52 % no considera este aspecto relevante es su gestión estratégica.

Gráfico 5

La calidad como prioridad estratégica en las pymes de servicios de la GAM



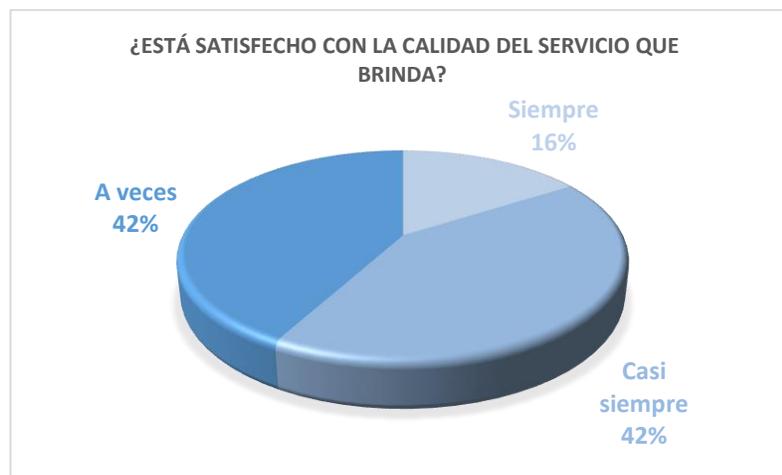
Fuente: elaboración propia, 2021.

Este resultado es congruente con los datos anteriores sobre la determinación de objetivos y atributos de calidad. Al no ser una prioridad estratégica en la mayoría de las pymes, no se han planteado, documentado ni priorizado estos aspectos.

Un 58 % de las pymes están siempre, o casi siempre, satisfechas con la calidad del servicio que brindan, mientras que un 42 % solo a veces, como lo muestra el Gráfico 6. Se podría afirmar que existe una oportunidad para el 42 % de las pymes, a través de la innovación, para gestionar un cambio en el servicio que impulse su posicionamiento en el mercado.

Gráfico 6

Satisfacción del servicio brindado desde la óptica de las pymes del sector servicios de la GAM



Fuente: elaboración propia, 2021.

Para impulsar el posicionamiento de una organización, es relevante mantener la observación del mercado, de los competidores y de otros servicios que generen oportunidades, por ejemplo, de encadenamiento. Así lo confirman y reconocen el 84 % de las pymes que consideran que la información de mercado agrega valor para la gestión de la empresa.

De la misma forma, el 100 % de las pymes reconocen que la realimentación de clientes y personal es información importante para la toma de decisiones. Sin embargo, aún hay oportunidades para gestionar esta realimentación ya que no se está capturando la mayoría de las veces y tampoco se está utilizando para tomar acción.

Finalmente, el tercer objetivo pretende sugerir las estrategias que, desde la estandarización de la calidad enfocadas en innovación, pueden aplicar las pymes del sector servicios en el corto plazo. Para ello, se indagó sobre la estandarización desde la gestión documental, la capacitación y el valor de los sistemas integrados de gestión como un elemento en la cadena de valor.

De acuerdo con el Gráfico 7, el 54 % de las pymes del sector no identifica un valor agregado en la estandarización de servicio a través de la gestión de procedimientos escritos. Solo el 28 % afirma que esta estrategia agrega valor y un 18 % reconoce algún valor en esta estrategia. Lo anterior representa un reto para la gestión actual de las pymes, en especial para las diferentes entidades de gobierno involucradas en el fortalecimiento de un sector tan afectado por la pandemia, ya que la base de la estandarización está fundamentada en los procesos armonizados y es uno de los mecanismos más efectivos para transmitir el conocimiento.

Gráfico 7

Reconocimiento del valor de los procedimientos escritos en las pymes del sector servicios de la GAM

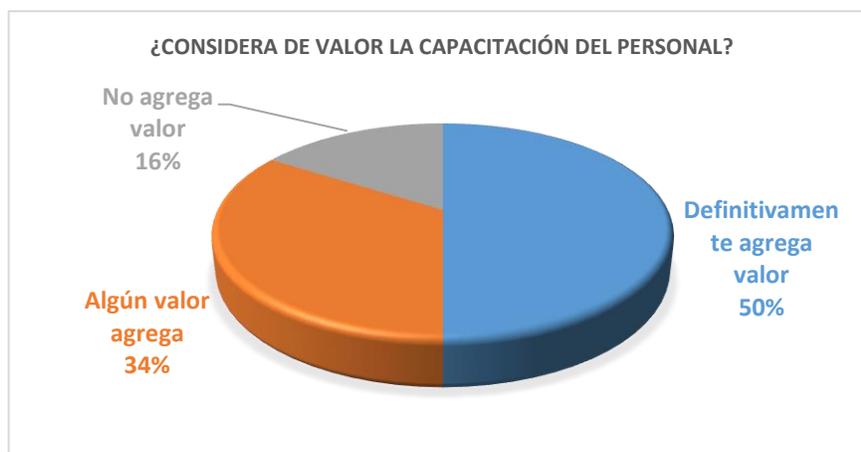


Fuente: elaboración propia, 2021.

Adicionalmente, las pymes sí reconocen el valor de la capacitación del personal como un elemento clave en la estandarización de la calidad. Un 50 % de las empresas considera que la capacitación agrega valor y el 34 % indica que agrega algo de valor, como lo muestra el Gráfico 8. Este hallazgo demuestra que las organizaciones priorizan el hacer sobre la planificación ya que la capacitación se gestiona de forma efectiva sobre la base documental, en la cual no se reconoce tanto el valor.

Gráfico 8

Reconocimiento del valor de la capacitación en las pymes del sector servicios de la GAM



Fuente: elaboración propia, 2021.

De forma general, las pymes no identifican valor en la implementación de un sistema integrado de gestión, ya que un 62 % de las empresas indicaron que no agrega valor. Lo anterior está alineado con la identificación del valor de los procedimientos escritos ya que la base de estos sistemas se fundamenta en la estandarización de procesos mediante un sistema documental robusto.

La innovación requiere de herramientas que estimulen la creatividad, como, por ejemplo, Design Thinking; sin embargo, las pymes del sector no identifican valor en los espacios para estimular la creatividad del personal. Un 66 % indica que no agrega valor, tal cual lo muestra el Gráfico 9. Este es un aspecto clave que demuestra una gran oportunidad para el sector servicios, ya que la creatividad permite gestar nuevas ideas para diferenciar el servicio y puede generar una ventaja competitiva.

Gráfico 9

Reconocimiento del valor del estímulo de la creatividad del personal en las pymes del sector servicios de la GAM



Fuente: elaboración propia, 2021.

Luego de este análisis de los resultados, se presentan a continuación las conclusiones y recomendaciones a la luz del problema planteado.

Conclusiones y Recomendaciones

Entre los elementos clave para la estandarización de la calidad, se puede citar la definición de los atributos de calidad del servicio, los objetivos de calidad en relación con la satisfacción del cliente, los mecanismos para la realimentación periódica de los clientes, la atención de reclamos y la gestión de la mejora continua en relación con los hallazgos del mercado. Con base en los resultados, se puede afirmar que los elementos básicos de la estandarización de la calidad para la innovación, no se implementan de forma consistente en las pymes del sector servicios de la GAM, lo cual significa que aún existen oportunidades de mejora en este campo.

Tomando en cuenta que la calidad de los servicios es factor esencial para la competitividad empresarial y que el sector servicios cuenta con aproximadamente el 65 % de las empresas del parque empresarial nacional (Arce y León, 2019), es relevante atender la consistencia en la aplicación de estos elementos. Adicionalmente, el sector servicios soporta una de las actividades clave del país como lo es el sector turismo, con lo cual se hace aún más relevante la estandarización de la calidad como un elemento innovador del sector en general.

Las expectativas sobre la estandarización de la calidad, desde la perspectiva de la innovación, se enfocan en la priorización de la calidad desde la gestión estratégica, la realimentación del mercado para atender las necesidades, las cuales tienden a aumentar debido a disponibilidad de información, y el empoderamiento de los clientes. El 84 % de las pymes reconocen la necesidad de mantenerse a la vanguardia en lo referente al mercado, en especial para el 50 % de las pymes que identifica un incremento en las exigencias de los clientes, el 42 % de estas aún no están satisfechas con la calidad del servicio brindado, lo cual se alinea con un 52 % de empresas en las cuales la calidad del servicio no ha sido priorizada en la estrategia de la organización.

En relación con las recomendaciones para la estandarización de la calidad desde la perspectiva de la innovación, resulta interesante que las pymes del sector servicios no identifican, en su mayoría, el valor de los sistemas integrados de gestión como elementos de diferenciación y competitividad; de la misma forma, los procedimientos escritos no son identificados como elementos que aportan valor. Otro dato relevante es que no se reconoce el valor de estimular espacios de creatividad para el personal en la mayoría de las pymes del sector. Por el contrario, los programas de capacitación son considerados como elementos que aportan algo de valor o un gran valor en la mayoría de las pymes. Este hallazgo representa un reto para las instituciones de gobierno encargadas del fortalecimiento de las pymes como una oportunidad de innovación.

Este estudio se ha limitado a una encuesta, sin embargo, se concluye que los hallazgos representan importantes oportunidades para continuar indagando sobre la calidad desde la perspectiva de la innovación con el fin de impulsar a un sector servicios renovado de cara al 2022.

Referencias

- Antuna Corrales, J.; Chigo Gastelum, J. L. y Sandoval Barraza, L. A. (Octubre, 24 al 26, 2018). Conceptos, aplicaciones y tendencias de la mejora continua en las organizaciones. *Memorias del Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Los Mochis 2018*. Sinaloa, México. Recuperado de: <https://web.p.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=b595a602-7ba8-4c72-953d-ff921461e746%40redis>
- Arce Brenes, J. A.; Méndez Arias, A. y Villegas Sánchez, E. (27 Julio 2016). *Desarrollo de un Sistema Integrado de Gestión para micro, pequeñas y medianas empresas a partir de la norma INTE 01-01-09: 2013*. Tec Empresarial. Agosto-October, 2017. Vol 11 Núm. 2. Pp 17-26. <https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=41&sid=8fcdd2f0-b80d-4103-8325-98bb48af14aa%40redis>
- Arce Brenes, J. A. y León Segura, G. (10 Abril, 2019). *Informe. Estado situacional de la PYME en Costa Rica, Serie 2012-2017. Nueva Metodología*. DIGEPYME-INF-012-19. Dirección General de Apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa. Ministerio de Economía, Industria y Comercio. <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/estudios/2019/pyme/INF-012-19.pdf>
- Arévalo Chávez, Patricio. et al. (2020). *Actualización en metodología de la investigación científica*. Quito, Ecuador. Editorial Universidad Tecnológica Indoamérica. https://www.researchgate.net/publication/349038465_Actualizacion_en_metodologia_de_la_investigacion_cientifica
- Ávila Olaya, M. A. y Morales, M. A. (15 Mayo, 2019). *Innovación de Proceso y de Gestión de un Sistema de la Calidad para una Industria de Servicios*. <https://web.a.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=5&sid=20f3a357-08e8-4f68-9898-0ac06d33215c%40sessionmgr4006>

Banco Central de Costa Rica. (13 Octubre, 2021). IMAE. Índice mensual de actividad económica Agosto 2021.
https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/Sector%20Indices%20de%20Precios%20y%20de%20Cantidad/IMAE_AGOSTO_2021.pdf

Banco Central de Costa Rica. (Abril, 2021). IMAE. Índice Mensual de Actividad Económica.
https://gee.bccr.fi.cr/indicadoreseconomicos/Documentos/Sector%20Indices%20de%20Precios%20y%20de%20Cantidad/IMAE_Abril_2021.pdf

Flores, B. (15 Abril, 2019). Pequeñas y medianas empresas generan unos 350 mil empleos en el país. *La República.net*. Recuperado de: <https://www.larepublica.net/noticia/pequenas-y-medianas-empresas-generan-unos-350-mil-empleos-en-el-pais>

Guillén Montero, D.; Núñez Román, O.; Vargas Bogantes, J. y Vega Ramírez L. M. (2021). Situación de los Sistemas de Información Territorial para la gestión municipal: caso de la GAM, Costa Rica, 2018. *Revista Geográfica de América Central*. N66. Heredia Enero/Junio 2021.
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S2215-25632021000100059&script=sci_arttext

Hernández González, G. y Villalobos Salas, O. C. (Noviembre, 2016). *Diversificación de la Matriz Productiva de Costa Rica. ¿Alternativas para reducir dependencia, pobreza y desigualdad?* Análisis-ISSN 2413-6611. Fundación Friedrich Ebert. San José. Costa Rica. Recuperado de: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fesamcentral/13181.pdf>

INEC. Instituto Nacional de Estadística y Censos. (Mayo, 2021). *Encuesta continua de Empleo al segundo trimestre de 2021. Resultados Generales*. San José, Costa Rica. Recuperado de: <https://inec.cr/sites/default/files/documentos-biblioteca-virtual/reeceamj2021.pdf>

Mena Arce, J. (8 de Abril de 2021). Retroceso de cuatro años en nuestro parque empresarial. *El Financiero*. <https://www.elfinanciero.cr/opinion/retroceso-de-cuatro-anos-en-nuestro-parque/YZZIN2MCWBENBCEEMFL7DKKTRA/story/>

Otzen, T. y Manterola, C. (2017). *Técnicas de muestreo sobre una población a estudio*. Int.J.Morphol, 35 (1): 227-232. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>

Pastor Fernández, A. y Otero Mateo, M. (1 Marzo 2016). *Impacto de la norma ISO9001:2015 en el ámbito de la ingeniería. Integración en las Pymes. DYNA-Ingeniería e Industria*. Vol 91 Issue 2, pp 118-121.

Robayo Acuña, P. (Julio-Diciembre, 2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*. Volumen 7, Issue 16. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X1600015X>

Saavedra García, M. L.; Camarena Adame, M. E. y Tapia Sánchez, B. (2017). Calidad para la competitividad en las micro, pequeñas y medianas empresas de la Ciudad de México. *Revista Venezolana de Gerencia*. Vol 22. Número 80. pp 551-575. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/290/29055967002/html/>

Segura Bonilla, O. (10 de septiembre, 2021). Desempleo en Costa Rica, 2021. *La Revista CR*. Opinión. Recuperado de: <https://www.larevista.cr/olman-segura-desempleo-en-costa-rica-2021/>

Useche, M.; Artigas, W.; Queipo, B. y Perozo, É. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Primera edición. Universidad de la Guajira. Colombia. https://www.researchgate.net/publication/344256464_Tecnicas_e_instrumentos_de_recolleccion_de_datos_Cuali-Cuantitativos

Anexos

Anexo 1. Instrumento de recolección de datos

Encuesta dirigida a gerentes o propietarios de pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana

Tema de investigación:

Estandarización de la calidad como estrategia de innovación en pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana (GAM) durante el 2022.

Objetivo general del estudio:

Analizar los criterios para la estandarización de la calidad como estrategia de innovación en las pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana durante el 2022.

Esta encuesta busca recopilar información que permita desarrollar el objetivo general del estudio con el fin de realizar propuestas concretas que permitan la recuperación de este sector en el 2022.

Para responder a la encuesta, favor devolverla al correo electrónico johannamonge@outlook.com. Gracias por su colaboración.

Objetivo específico 1. Describir los elementos que se requieren para la estandarización de la calidad desde la perspectiva de innovación

Pregunta 1	Criterios				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se solicita realimentación al cliente sobre la calidad del servicio?					

Pregunta 2	Criterios				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se reciben los reclamos de los clientes en relación con la calidad del servicio?					

Pregunta 3	Criterios				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se analizan las causas del reclamo de los clientes?					

Pregunta 4	Criterios				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Se analiza la tendencia de reclamos o sugerencias de los clientes?					

Pregunta 5	Criterios	
	SÍ	NO
¿Se han establecido objetivos para determinar la satisfacción de los clientes?		

Pregunta 6	Criterios	
	SÍ	NO
¿Se han establecido los atributos de calidad del servicio?		

Pregunta 7	Criterios	
	SÍ	NO
¿Se aplica herramientas para la mejora continua?		

Pregunta 8	Criterios	
	SÍ	NO
¿Cuenta con un mecanismo para la comunicación con los clientes? Correo, página web, cuenta en una red social, teléfono.		

Objetivo específico 2. Identificar las expectativas de las pymes del sector de servicios de la Gran Área Metropolitana con respecto a la estandarización de la calidad desde la perspectiva de innovación.

Pregunta 9	Criterios		
	Aumentaron	Se mantienen igual	Disminuyeron
¿Las exigencias de los clientes han cambiado?			

Pregunta 10	Criterios	
	SÍ	NO
¿La calidad del servicio es una prioridad para la estrategia de la organización?		

Pregunta 11	Criterios				
	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
¿Está satisfecho con la calidad del servicio que brinda?					

Pregunta 12	Criterios	
	SI	NO
¿Considera que la información de mercado agrega valor para la gestión de la empresa?		

Pregunta 13	Criterios	
	SI	NO
¿Las sugerencias de clientes y personal son importantes para la toma de decisiones en la compañía?		

Objetivo específico 3. Sugerir las estrategias desde la estandarización de la calidad enfocadas en innovación.

Pregunta 14	Criterios		
	Definitivamente agrega valor	Algún valor agrega	No agregan valor
¿Considera de valor implementar procedimientos escritos para la prestación el servicio ?			

Pregunta 15	Criterios		
	Definitivamente agrega valor	Algún valor agrega	No agregan valor
¿Considera de valor la capacitación del personal ?			

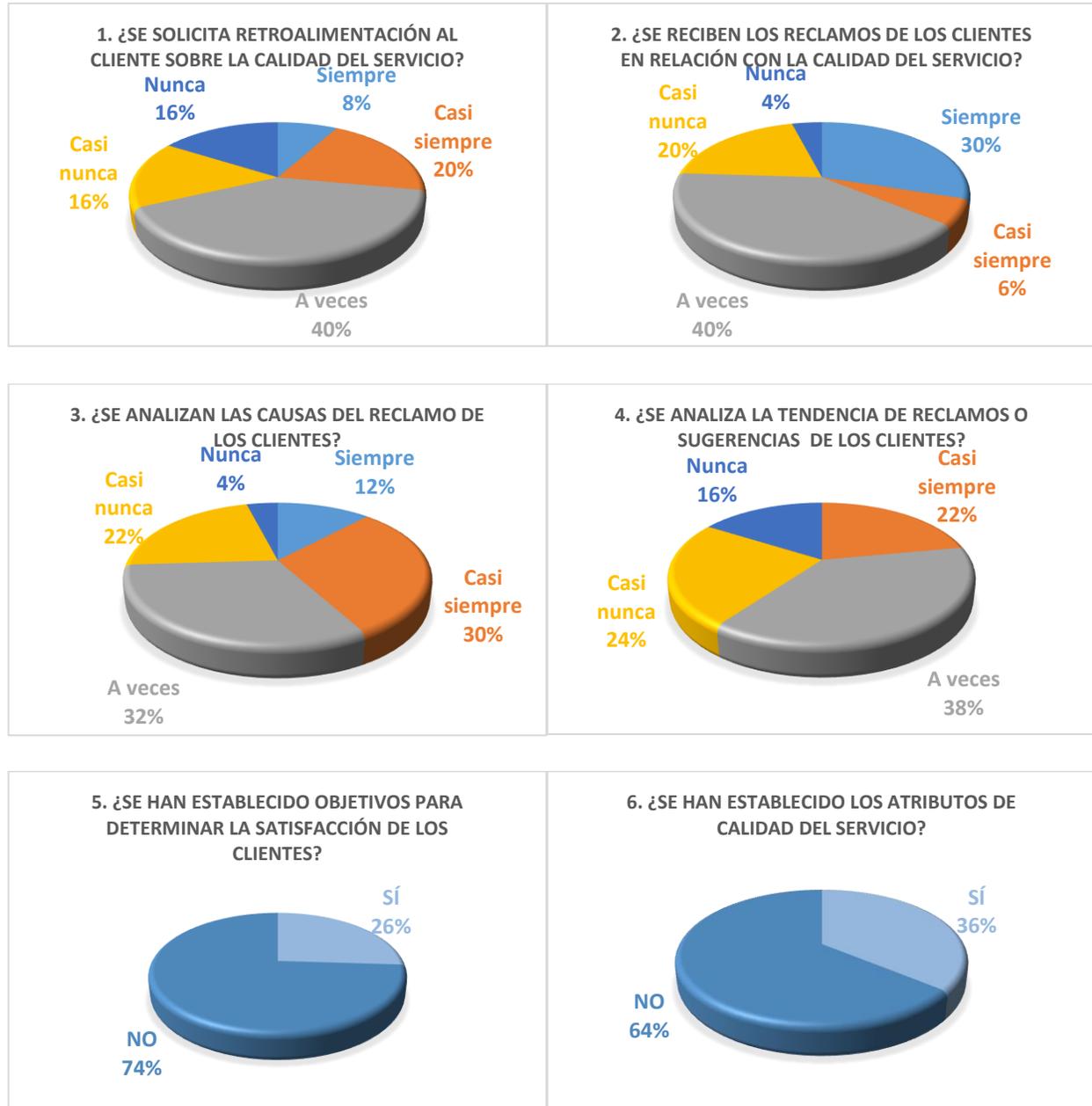
Pregunta 16	Criterios		
	Definitivamente agrega valor	Algún valor agregan	No agregan valor
¿Considera de valor implementar espacios para estimular la creatividad del personal ?			

Pregunta 17	Criterios		
	Definitivamente agrega valor	Algún valor agrega	No agrega valor
¿La implementación de un sistema integrado de gestión genera alguna ventaja competitiva ?			

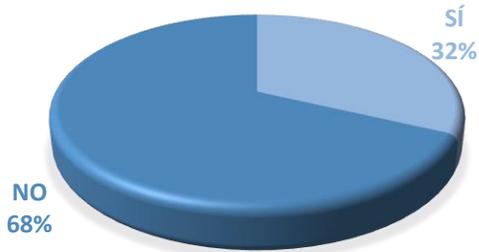
Perfil del encuestado:						
Esta información será utilizada específicamente para el estudio						
¿Cuál es su posición o rol en la organización?						
¿Por cuántos años ha estado en esta posición/rol?		1-5	6-10	11-15	+15	
¿En qué grupo de edad se encuentra?		18-25	26-35	36-45	46-55	+ 56
¿Cuál es su formación académica ?		Colegio bachiller	Universidad especialización	Universidad licenciatura	Universidad maestría	Otro
Perfil de la organización:						
¿Qué tipo de servicio brinda la empresa? (Actividad CIIU)						
¿Dónde está localizada la empresa? (provincia)						

¡Muchas gracias por su valioso tiempo al contestar esta encuesta!

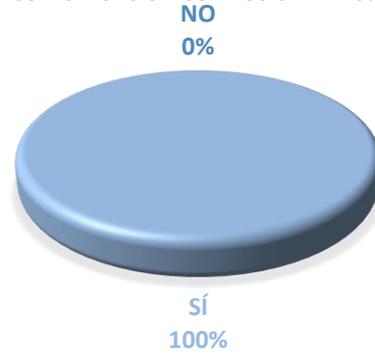
Anexo 2. Resultados de la encuesta



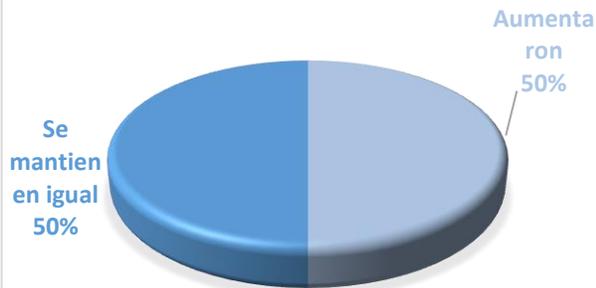
7. ¿SE APLICA HERRAMIENTAS PARA LA MEJORA CONTINUA?



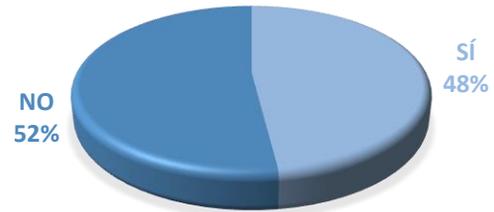
8. ¿CUENTA CON UN MECANISMO PARA LA COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES?



9. ¿LAS EXIGENCIAS DE LOS CLIENTES HAN CAMBIADO EN LOS ÚLTIMOS 2 AÑOS?



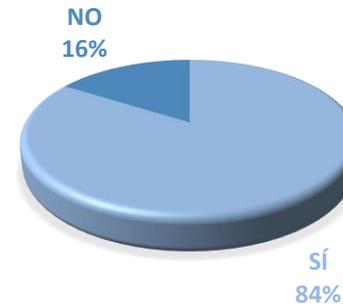
10. ¿LA CALIDAD DEL SERVICIO ES UNA PRIORIDAD PARA LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN?



11. ¿ESTÁ SATISFECHO CON LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE BRINDA?



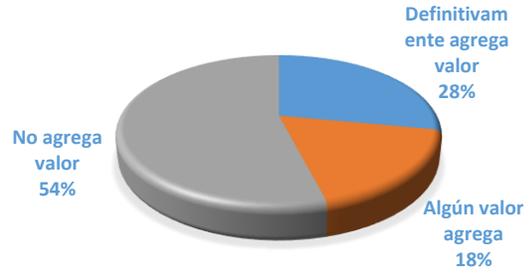
12. ¿CONSIDERA QUE LA INFORMACIÓN DE MERCADO AGREGA VALOR PARA LA GESTIÓN DE LA EMPRESA?



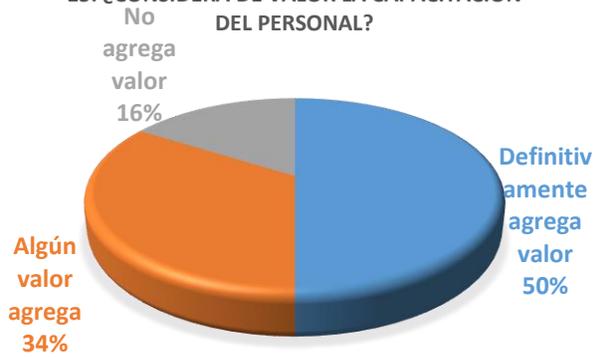
13. ¿LAS SUGERENCIAS DE CLIENTES Y PERSONAL SON IMPORTANTES PARA LA TOMA DE DECISIONES DE LA EMPRESA?



14. ¿CONSIDERA DE VALOR IMPLEMENTAR PROCEDIMIENTOS ESCRITOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO?



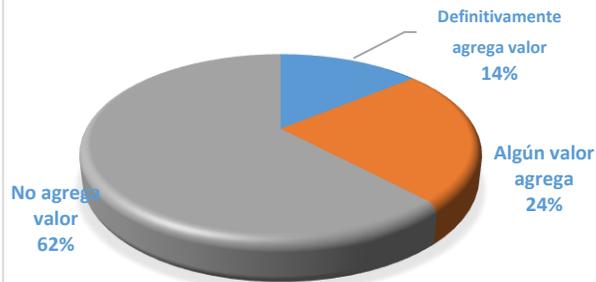
15. ¿CONSIDERA DE VALOR LA CAPACITACIÓN DEL PERSONAL?



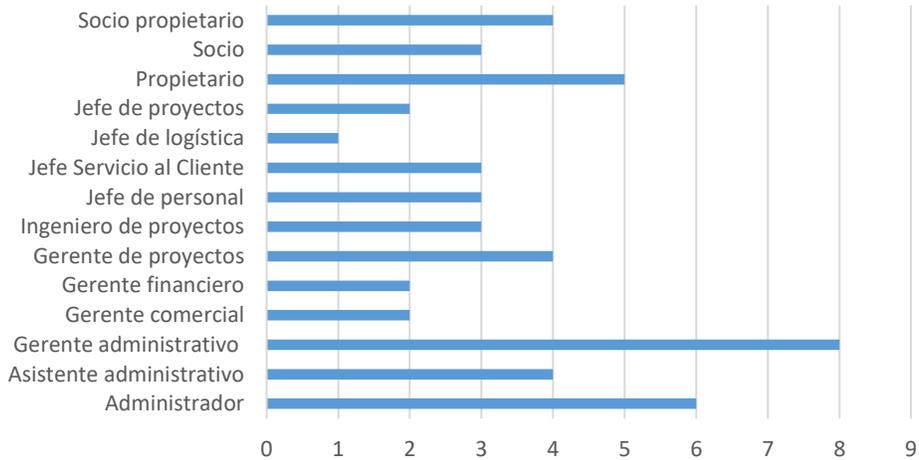
16. ¿CONSIDERA DE VALOR IMPLEMENTAR ESPACIOS PARA ESTIMULAR LA CREATIVIDAD DEL PERSONAL?



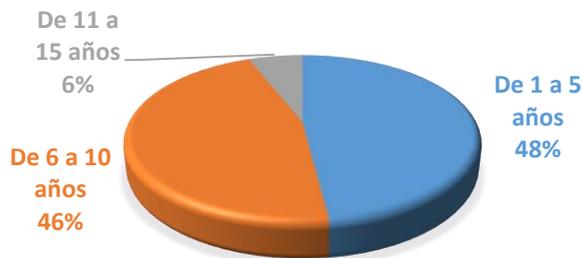
17. ¿LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN GENERA ALGUNA VENTAJA COMPETITIVA?



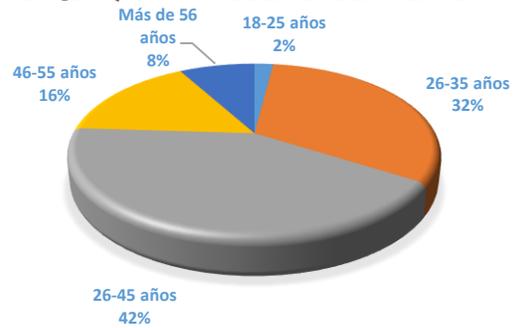
18. ¿Cuál es su rol en la organización?



19. ¿POR CUÁNTOS AÑOS HA ESTADO EN ESTA POSICIÓN?



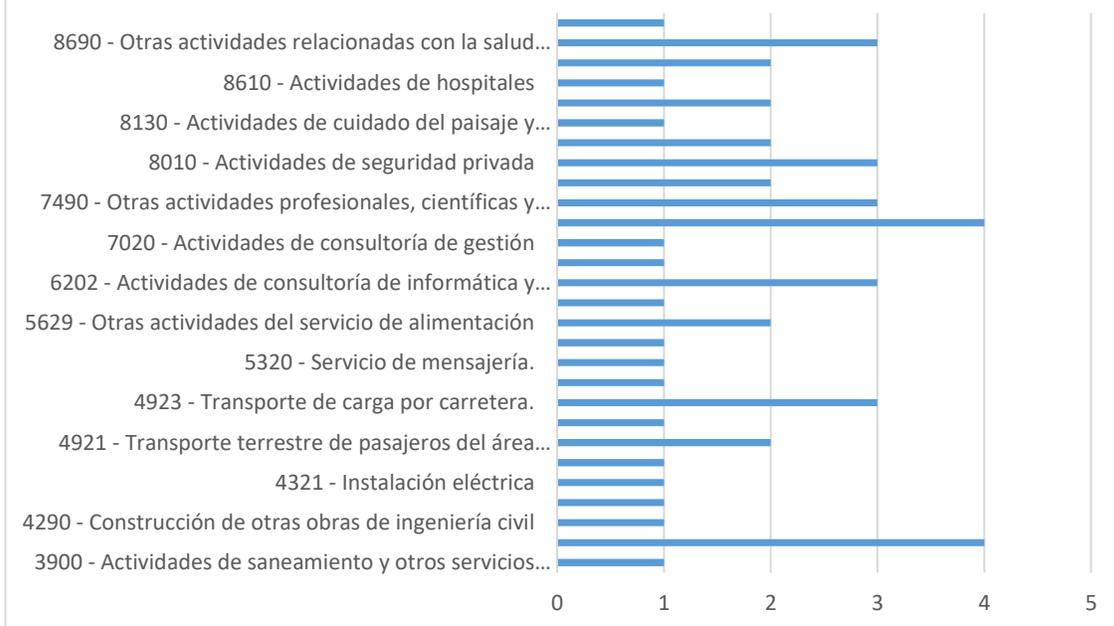
20. ¿EN QUÉ GRUPO DE EDAD SE ENCUENTRA?



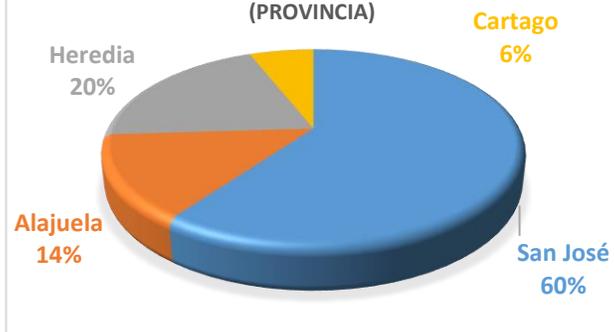
21. ¿CUÁL ES SU FORMACIÓN ACADÉMICA ?



22. ¿Qué tipo de servicio brinda la empresa? (actividad CIU)



23. ¿DÓNDE ESTÁ LOCALIZADA LA EMPRESA? (PROVINCIA)



Anexo 3. Carta del Filólogo

Heredia, 17 de diciembre de 2021

A quien corresponda

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación denominado: *Estandarización de la calidad como estrategia de innovación en pymes del sector servicios de la Gran Área Metropolitana (GAM) durante el 2022*, elaborado por la estudiante Johanna Monge Chacón, para optar por el Grado de Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Gestión de Calidad.

Corregí el trabajo en aspectos tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como trabajo final de graduación, por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (Ulacit).

Se suscribe cordialmente,



Carlos Díaz Chavarría

4- 0155- 0936 Teléfono: 83 - 26 - 28 – 65

Escritor - Profesor universitario

Filólogo - Maestría en Literatura (UCR) – Maestría en Docencia Universitaria

Comentarista del programa PANORAMA (CANARA)

Presentador de la sección *Cuestiones del idioma* (Teletica – Telered - Teleuno)

Personaje Cultural 2013

Premio Internacional Pergamino de Honor al Mérito 2015

Premio Micrófono de Oro a la Excelencia Comunicativa 2015

Premio Mundial a la Excelencia Literaria 2019

Premio al mejor docente de Humanidades 2020

Premio Excelencia a la Trayectoria Profesional 2021

Premio Excelencia Cultural 2021

Premio Águila de Oro a la Excelencia Académica 2021

Premio Diamante Rojo a la Excelencia de las Artes y el Humanismo 2021