

Gestión de la calidad en servicios: una revisión desde la perspectiva del management

Quality management in services: an overview from the management field

ANA M.^a SERRANO BEDIA*

CONCEPCIÓN LÓPEZ FERNÁNDEZ

GEMA GARCÍA PIQUERES

*Departamento de Administración de empresas
Universidad de Cantabria*

Recibido en enero de 2007; aceptado en febrero de 2007

Resumen:

El objetivo de este artículo es llevar a cabo una revisión de la literatura sobre calidad en el sector servicios en un esfuerzo por sintetizar y estructurar el conocimiento existente en este campo y plantear una serie de sugerencias sobre posibles futuras investigaciones en el mismo. Principalmente nos hemos centrado en los trabajos que estudian la calidad en los servicios desde la perspectiva del management, una aproximación que entendemos puede ayudarnos a identificar un conjunto de aspectos que consideramos que no han sido lo suficientemente tratados en los estudios realizados hasta la fecha.

Palabras clave:

Gestión de calidad, servicios, calidad de servicio, organización de empresas.

Abstract:

The objective of this paper is to carry out a review of the quality literature in the service sector in an effort to synthesize and structure existing knowledge and offer suggestions for future research in the field. We mainly focus our review on management studies, written in the context of quality management and having a broad quality management perspective, an approach that should help us to identify interesting aspects which we feel have not been sufficiently treated in the research carried out to date.

Key words:

Quality management, services, service quality, business organization.

* La dirección de contacto es: Ana María Serrano Bedia, Dpto. de Administración de Empresas, Universidad de Cantabria, Avda. de los Castros, s/n (39005 Santander), e-mail: serranoa@unican.es.

1. INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, las claras implicaciones de la adopción de una orientación hacia la mejora continua de la calidad sobre la competitividad de las empresas han contribuido a la aparición de numerosos trabajos en el ámbito académico que analizan el contenido y proceso de implementación de sistemas de calidad, así como sus consecuencias sobre el funcionamiento de las empresas y/o sus resultados. La mayor parte de los estudios empíricos que han tratado este tema se han centrado en el estudio de empresas industriales, o han tomado muestras de empresas que incluían tanto empresas industriales como de servicios. Por lo tanto, y a pesar del gran peso que hoy en día tienen los servicios dentro de la mayor parte de las economías, la investigación en gestión de calidad dentro de este sector no está tan desarrollada como en el caso de las empresas manufactureras.

En lo referente a esta cuestión, cabe destacar que algunos trabajos recientes que proporcionan una importante revisión de la literatura sobre gestión de calidad no abordan específicamente el área referente a la calidad de los servicios (Sousa & Voss, 2002), mientras otros trabajos sugieren que las investigaciones actuales en gestión de calidad para el sector servicios son insuficientes y, por lo tanto, se hace necesario el desarrollo de más estudios sobre el tema (Lemak & Reed, 2000; Sureshchandar *et al*, 2001a, b; Sila & Ebrahimpour, 2002). A este panorama se añade el hecho de que la mayoría de los trabajos sobre gestión de calidad en este sector se han tratado desde la perspectiva del marketing. Como consecuencia de la adopción de este enfoque, muchos de los elementos y componentes de los programas de Calidad Total no han sido analizados en los estudios existentes, lo que se ha traducido en un menor conocimiento, hasta la fecha, de los problemas e implicaciones que representa la implantación de un programa de gestión de calidad en las empresas de servicios.

En base a estas consideraciones, el objetivo del presente artículo es el de analizar la literatura sobre calidad en el contexto de los servicios, intentando sintetizar y estructurar el conocimiento existente al respecto, así como ofrecer una serie de sugerencias de cara a futuras investigaciones en este campo. Para alcanzar este objetivo en la siguiente sección se presenta una revisión general de la literatura referente a gestión de calidad desarrollada desde el campo de la organización de empresas. En la tercera sección enfocamos nuestro análisis hacia las contribuciones referentes a la calidad en el contexto de los servicios. A pesar de la necesaria referencia a los estudios procedentes del área del marketing, nuestro análisis se ha centrado principalmente en los estudios desarrollados desde la perspectiva del management. La última sección incluye las conclusiones derivadas de nuestro estudio.

2. LA GESTIÓN DE LA CALIDAD DESDE LA PERSPECTIVA DEL MANAGEMENT

La gestión de calidad es un campo maduro de investigación, con un amplio cuerpo de literatura. Por esta razón, el objetivo en este trabajo no es proporcionar una revisión exhaustiva de toda la literatura existente. Nuestro interés principal es la literatura relativa a la implementación de la calidad desde una perspectiva amplia de gestión, por lo que

el análisis se ha centrado en dos de los principales temas abordados por la investigación existente en este campo: a) la identificación de los factores o dimensiones que deben ser adecuadamente gestionados para implementar un programa de calidad en una organización; b) el impacto de dicha implantación sobre los resultados de la empresa.

2.1. Dimensiones integrantes de un programa de gestión de la calidad

Dentro de este tema de investigación hay estudios que intentan avanzar en el proceso de formulación de un modelo o teoría de gestión, como los trabajos de Dean & Bowen (1994), Benson, Saraph & Schroeder (1991) o Anderson, Rungtusanatham & Schroeder (1994), mientras que otros trabajos son de naturaleza empírica y están centrados en la medición de las diferentes dimensiones que integran un programa de Calidad Total. La tabla 1 compara las dimensiones identificadas en algunos de los estudios más relevantes dentro de este último grupo.

Comenzando por los trabajos de naturaleza teórica, Dean & Bowen (1994) definen la Calidad Total como una filosofía o enfoque de gestión que puede ser caracterizado por tres principios básicos: orientación al cliente, mejora continua y trabajo en equipo. A partir de este punto, y tomando como referencia las dimensiones de calidad identificadas en el Premio Malcolm Baldrige, los autores analizan la relación entre la Calidad Total y las teorías de Organización de Empresas, identificando aspectos en los que ambos enfoques son consistentes —el liderazgo y la gestión de los recursos humanos—, otros en los que enfoque de Calidad Total debería completarse a la luz de las teorías de Organización de Empresas —en particular la fase de formulación estratégica, incluyendo la evaluación de las fortalezas y debilidades de la organización, así como el diseño contingente de prácticas de gestión como el empowerment— y un tercer bloque en que la Calidad Total sugiere aspectos a investigar desde el ámbito de la Organización de Empresas, como los relativos al proceso de implantación de la estrategia, información y análisis, gestión de procesos y orientación hacia el cliente.

En el mismo monográfico de la *Academy of Management Review*, Anderson, Rungtusanatham & Schroeder (1994) se plantean el desarrollo de una teoría de gestión de la calidad a partir del análisis de los 14 principios propuestos en el método Deming (1982). De acuerdo con la misma, el liderazgo de la alta dirección es el que posibilita la creación de una organización cooperativa y orientada al aprendizaje, elementos que permiten la implantación de prácticas en procesos como el control estadístico o el diseño de experimentos. Tales prácticas contribuyen a la mejora continua y a la satisfacción de los empleados, requisitos necesarios para lograr la satisfacción de los clientes y, en última instancia, la supervivencia de la organización. El modelo propuesto fue empíricamente contrastado por Anderson *et al.* (1995), y los resultados apoyan varias de las relaciones propuestas, aunque las relaciones entre el Aprendizaje y la Gestión de Procesos, así como entre la Mejora Continua y la Satisfacción de los Clientes, no resultaron estadísticamente significativas.

Benson, Saraph & Schroeder (1991), por su parte, proponen un modelo de gestión de calidad cuyas variables clave hacen referencia al contexto de calidad de la organización, la gestión actual de la calidad y la gestión ideal de la calidad. Las dos variables que componen el gap de la gestión de la calidad están medidas usando una escala de ocho di-

Tabla 1
Dimensiones de un programa TQM identificadas en la literatura, agrupadas por similitudes

Saraph, Benson & Schroeder, 1989	Black & Porter, 1995	Black & Porter, 1995 y 1996	Powell, 1995	Ahire, Golhar & Waller, 1996	Anderson et al, 1994 Anderson et al, 1995	Flynn et al., 1995	Dow, Samson & Ford, 1999
Liderazgo de la alta dirección	Cultura de calidad inspirada por la dirección	Cultura corporativa sobre calidad	Liderazgo/compromiso	Compromiso de la alta dirección	Liderazgo	Apoyo de la alta dirección	Visión compartida
Papel del dpto. de calidad	Papel operativo del departamento de calidad						
Entrenamiento	Entrenamiento		Entrenamiento	Entrenamiento	Aprendizaje		Entrenamiento
Diseño del producto	Requisitos operativos en calidad	Planificación operativa de la calidad		Gestión de la calidad de diseño		Proceso de diseño de producto	
Gestión calidad suministradores		Relaciones con suministradores	Relaciones con proveedores	Gestión calidad suministradores		Relaciones con proveedores	Relaciones cooperativas con suministradores
Gestión de procesos	Responsabilidades operativas en calidad		Mejora de procesos	Control estadístico de procesos	Gestión de procesos	Gestión de flujo de procesos	
Informes y datos sobre calidad	Datos sobre resultados en calidad	Sistemas de medición para la mejora en calidad	Medición	Utilización información interna sobre calidad		Control estadístico/feedback	
Relaciones con empleados	Programas implicación empleados	Gestión de personas y clientes	Empowerment	Implicación empleados/ Empowerment	Satisfacción empleados	Gestión de la fuerza de trabajo	Compromiso del personal

Saraph, Benson & Schroeder, 1989	Black & Porter, 1995	Black & Porter, 1995 y 1996	Powell, 1995	Ahire, Golhar & Waller, 1996	Anderson et al., 1994 Anderson et al., 1995	Flynn et al., 1995	Dow, Samson & Ford, 1999
Estrategias de calidad externas	Gestión de las relaciones externas	Organización abierta	Cooperación externa	Cooperación interna	Actitudes para el trabajo	Equipos	
Papel estratégico dpto. calidad	Estructuras de trabajo en equipo	Gestión estratégica de la calidad	Relaciones con clientes	Orientación al cliente	Orientación al cliente	Relaciones con clientes	Orientación al cliente
		Comunicación de información para la mejora	Comunicación	Benchmarking	Mejora continua		
			Benchmarking	Benchmarking			Benchmarking
				Calidad de producto			
				Rendimiento suministradores			
				Mentalidad cero defectos			
				Fabricación flexible			Sistemas de fabricación avanzados
							Principios justo a tiempo

mensiones desarrollada por los mismos autores en un trabajo anterior (Saraph, Benson & Schroeder, 1989), y el análisis empírico permitió confirmar las hipótesis propuestas que se ocupan de la influencia de las variables de contexto en la gestión actual e ideal de la calidad.

Con respecto a los trabajos empíricos centrados en el desarrollo y validación de instrumentos de medida de las dimensiones de la gestión de calidad a través de encuestas, un examen de la tabla 1 revela la existencia de factores o dimensiones identificadas de forma unánime por la literatura como parte integrante de un programa de Calidad Total.

Tales dimensiones hacen referencia al liderazgo de la alta dirección, propiciando el desarrollo de una cultura orientada hacia la calidad, y la implicación o responsabilización del personal. En consecuencia, parece existir un consenso claro acerca del papel fundamental que desempeña el factor humano, a todos los niveles, en el desarrollo de Sistemas de Calidad Total. Conjuntamente con ambos elementos, otros factores que se consideran relevantes hacen referencia a aspectos como el entrenamiento, la gestión de los procesos o la utilización de información. La orientación de la empresa hacia el cliente, así como las relaciones con otros integrantes de la cadena de valor, particularmente los proveedores, están también presentes en la mayoría de los estudios analizados. El resto de dimensiones identificadas han sido contrastadas en un menor número de estudios, lo que puede generar dudas sobre el papel que desempeñan realmente dentro de los programas de gestión de la calidad. Por lo tanto, parece necesaria la elaboración de más estudios que examinen el alcance de su contribución de cara al éxito de un TQM.

2.2. El impacto de la gestión de la calidad sobre los resultados de la empresa

Este enfoque incluye trabajos teóricos como los de Reed, Lemak & Montgomery (1996), y trabajos empíricos, algunos de los cuales se resumen en la tabla 2. Por lo que se refiere al trabajo de Reed, Lemak & Montgomery (1996), estos autores adoptan un planteamiento de carácter contingente y establecen que las empresas que tienen una orientación hacia el cliente incrementarán sus ingresos cuando utilizan el programa de Calidad Total para generar una ventaja de mercado, o bien reducirán sus costes cuando utilizan el programa para mejorar la eficiencia en el diseño del producto, siempre que se enfrenten a entornos de elevada incertidumbre, obteniendo los resultados contrarios a los esperados si el entorno es de baja incertidumbre. Si la empresa mantiene una orientación a las operaciones, las hipótesis de los autores indican que las empresas reducirán costes si utilizan el programa de Calidad Total para mejorar la eficiencia en los procesos, o bien incrementarán sus ingresos si utilizan el programa para mejorar la fiabilidad del producto, siempre que se enfrenten a entornos de baja incertidumbre, obteniendo los resultados contrarios si el entorno es de elevada incertidumbre.

Respecto a los estudios empíricos que han tratado el impacto de la gestión de calidad sobre los resultados empresariales, la tabla 2 revela la existencia de una gran variedad de enfoques, niveles de análisis y variables usadas en la literatura, que dificultan la generalización de las conclusiones. A pesar de esta situación, se pueden señalar algunas cuestiones relevantes a este respecto. En primer lugar, los trabajos empíricos sugieren que el impacto de un programa de Calidad Total sobre los resultados está influenciado tanto por el contexto organizativo como por las características de la empresa. Sin embargo, dentro de

Tabla 2

Impacto de un programa TQM sobre los resultados de la empresa

Trabajo	Muestra	Principales resultados
Adam (1994)	187 empresas de USA	Fuertes relaciones entre el enfoque de la mejora de calidad y los resultados en calidad. Más débil, pero significativa, es la relación entre el enfoque de mejora de la calidad y los resultados operativos o financieros
Flynn, Schroeder & Sakakibara (1995)	42 empresas manufactureras	Prácticas como el apoyo de la dirección superior, gestión de la fuerza de trabajo, actitudes en el trabajo y relaciones con proveedores, están relacionadas con algunas prácticas básicas de calidad y medidas de los resultados de la calidad
Powell (1995)	54 empresas manufactureras y de servicios	Un TQM puede generar valor económico para la empresa, pero el éxito de un TQM depende más críticamente de características tácitas, intangibles tales como la cultura, las atribuciones de poder a los empleados y el compromiso de los ejecutivos
Madu, Kuei & Jacob (1996)	165 gestores de empresas manufactureras y de servicios	Correlación significativamente positiva entre las dimensiones de calidad satisfacción de empleados, satisfacción de clientes y calidad de servicios de los empleados y el resultado de la organización, tanto para empresas manufactureras como de servicios
Adam <i>et al.</i> (1997)	997 empresas de diferentes países del mundo	El enfoque de la empresa hacia la calidad está correlacionado con la calidad actual y, en menor medida, con los resultados financieros. Los mejores indicadores del resultado varían de región a región
Choi & Eboch (1998)	339 empresas manufactureras	Las prácticas TQM tienen mayor impacto sobre la satisfacción de los clientes que sobre los resultados de planta. Los resultados de planta no pueden demostrar ejercer un impacto significativo sobre la satisfacción de los clientes
Easton & Jarrell (1998)	108 empresas de múltiples sectores	La adopción de un TQM tiene efectos positivos sobre los resultados
Samson & Terziovski (1999)	1.024 organizaciones manufactureras de Australia/Nueva Zelanda	Las categorías liderazgo, gestión de personas y enfoque de clientes son los indicadores más significativos de los resultados
Dow, Samson & Ford (1999)	698 organizaciones manufactureras de Australia/Nueva Zelanda	Responsabilidad/compromiso de los empleados, visión compartida y enfoque de clientes contribuyen a la obtención de superiores resultados sobre calidad

Trabajo	Muestra	Principales resultados
Ahire & Dreyfus (2000)	418 plantas manufactureras de multiples industrias	El diseño y la gestión de procesos tienen un efecto positivo sobre los resultados externos e internos de la calidad. El tamaño de la empresa la duración del TQM y la industria no tienen ningún efecto sobre el modelo de sinergias entre diseño y gestión de procesos.
Hendricks & Singhal (2001)	435 ganadores de premios de calidad	El tamaño de la empresa y el grado de diversificación y madurez de un programa TQM moderan los beneficios de su implementación. El ritmo al que se implementa un TQM no influye sobre los resultados
Kaynak (2003)	214 empresas manufactureras de USA	Las practicas TQM tienen un efecto positivo sobre diversos niveles de rendimiento
Fuentes, Albacete & Llorens (2004)	Gestores de calidad en 273 empresas españolas de múltiples sectores	El entorno de la organización (dinamismo, munificencia y complejidad) influye sobre el grado de implementación de la mayoría de los principios TQM. Las dimensiones del TQM tienen un impacto sobre los resultados
Taylor & Wright (2006)	67 empresas TQM	La medición de las prácticas clave del TQM —especialmente la autovaloración y el benchmarking— es esencial para el éxito del TQM

esta última categoría la evidencia empírica disponible para los efectos de variables como el tamaño de la empresa, su edad, la madurez del programa o el sector de actividad sobre la efectividad de un programa TQM no es concluyente, por lo que parece necesario el desarrollo de investigaciones adicionales.

En segundo lugar, los estudios empíricos confirman la existencia de una relación positiva entre algunas de las dimensiones de un TQM y los resultados de la empresa, si bien la evidencia respecto de qué factores son los que en mayor medida contribuyen a mejorar dichos resultados es, una vez más, no concluyente. Los efectos más relevantes parecen estar relacionados con las dimensiones «compromiso de la alta dirección», «orientación a clientes» y «dirección de personas». Estas dimensiones coinciden con las identificadas previamente como las más relevantes para el desarrollo de un programa TQM, circunstancia que refuerza la consistencia de los resultados obtenidos.

3. CALIDAD EN SERVICIOS: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA

La literatura sobre calidad en el sector servicios se ha desarrollado fundamentalmente desde la perspectiva del marketing. Adicionalmente, existen contribuciones procedentes del campo del management, si bien son considerablemente menos numerosas. A continuación se analizan las aportaciones procedentes de ambos enfoques.

3.1. Calidad de servicio desde la perspectiva del marketing

En cuanto al enfoque de marketing se refiere, algunos autores (Brogowicz, Delene & Lyth, 1990; Lemak & Reed, 2000; Brady & Cronin, 2001) llegan a hablar de la existencia de dos grandes escuelas de investigación en calidad de servicio:

- A. La Escuela Nórdica, en la que se encuadran los trabajos de Grönroos (1982, 1984) o Lethinen & Lethinen (1991), sostiene que la calidad es el resultado de la comparación entre el servicio esperado y recibido e identifica dos dimensiones a la hora de hablar de calidad de servicio: calidad técnica y calidad funcional, siendo su interrelación un factor clave en la determinación de la imagen corporativa de la empresa en relación con la calidad.
- B. La Escuela Norteamericana, que gira en torno a las aportaciones de Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985, 1988), las cuales se concretan en tres aspectos básicos: a) la definición del constructo calidad de servicio; b) la creación de un instrumento de medida de la calidad de servicio, la escala SERVQUAL, y la identificación de cinco dimensiones del constructo; y c) el desarrollo de un modelo de calidad de servicio basado en la existencia de gaps¹ que explican las diferencias entre el servicio esperado y recibido.

En relación con este último punto, el modelo de los gaps es desarrollado por los autores en un estudio posterior (Zeithaml, Berry & Parasuraman, 1988), en el que identifican un conjunto de factores —principalmente procesos de comunicación y control para dirigir a los trabajadores, y sus consecuencias sobre estos procesos— que afectan potencialmente la magnitud y la dirección de los cuatro gaps mencionados. Otro estudio (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991) presenta un análisis empírico de la extensión de este modelo de calidad en los servicios, y los resultados indican que los Gaps 3 y 4 están estadísticamente relacionados con el Gap 5 mientras que los Gaps 1 y 2 no lo están. Los autores sugieren, entonces, una agenda para futuras investigaciones que incluye cuestiones como: desarrollar estudios que analicen cada uno de los gaps organizativos por separado; identificar nuevas variables que podrían haberse omitido en el modelo especificado; encontrar medidas directas de los Gaps 1 y 5; y por último, encontrar nuevas formas de recoger los datos necesarios para probar estos modelos. Sin embargo, en la literatura desarrollada hasta la fecha se han identificado muy pocos trabajos relativos a este tema, como los de Brown & Swartz (1989), Chenet, Tynan & Money (1999) y Frost & Kumar (2000).

Conjuntamente con estas dos escuelas de pensamiento, una revisión de la literatura manifiesta la existencia de un número reducido de trabajos teóricos, como los de Brogowicz, Delene & Lyth (1990) y Candido & Morris, (2000, 2001) que intentan integrar

¹ Los cuatro gaps identificados son:

- Gap 1: diferencia entre expectativas de los consumidores y percepciones sobre la gestión de las expectativas de los consumidores
- Gap 2: diferencias entre las percepciones sobre la gestión de las expectativas de los consumidores y las especificaciones de calidad de servicio
- Gap 3: diferencia entre especificaciones de calidad y el servicio actualmente ofrecido
- Gap 4: diferencia entre el servicio ofrecido y lo que se comunica a los consumidores sobre el servicio

las contribuciones de ambas escuelas, además de incorporar una orientación de gestión. Así, Brogowicz *et al.* (1990) proponen un modelo de la calidad en servicios basado en la idea de que los directivos necesitan prestar especial atención a la planificación, implementación y control tanto de las dimensiones técnicas como funcionales de la calidad como forma de minimizar el gap 5 del modelo de Parasuraman *et al.* Candido & Morris (2000), por su parte, plantean un modelo de 14 gaps o inconsistencias de calidad relacionadas con las fases del proceso estratégico de la empresa. En un trabajo posterior (Candido & Morris, 2001) los autores proponen un modelo de implementación estratégico combinado con los gaps de calidad que habían definido previamente, con la finalidad de anticipar, prevenir y eliminar los gaps de la calidad del servicio durante el proceso estratégico.

3.2. Calidad de servicios desde la perspectiva del management

La investigación en gestión de calidad dentro del sector servicios no está todavía tan desarrollada como lo está para el caso de empresas manufactureras. Nuestra revisión claramente manifiesta la existencia de un número reducido de trabajos que han hecho un riguroso esfuerzo en esta dirección, como los de Lemak & Reed (2000), Terziovski & Dean (1998), Meyer *et al.* (1999), Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2001a, b, 2002, 2003), Sureshchandar *et al.* (2002), Douglas & Fredendall (2004) o Gupta *et al.* (2005). Las principales contribuciones de estos trabajos están recogidas en la tabla 3.

En un trabajo de naturaleza teórica, Lemak & Reed (2000) postulan que el éxito de un TQM en las empresas de servicios descansa sobre la adecuación entre la interdependencia y el contenido del TQM, entendido como integrado por los cuatro componentes principales sugeridos por Reed *et al.* (1996), y los procesos, específicamente liderazgo, formación, equipos y cultura. En cuanto a la serie de estudios de Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman, el primero de ellos (2001a) identifica un número de dimensiones de la Calidad Total consideradas críticas en las empresas de servicios, basadas en una extensa revisión de la literatura sobre TQM y TQS (Total Quality Service, Calidad Total de los Servicios), y que han clasificado en tres grupos: 1) dimensiones de la gestión de la calidad que son genéricas tanto para empresas manufactureras como para organizaciones de servicios —compromiso y liderazgo de la alta dirección, gestión de los recursos humanos, diseño y gestión de procesos, información y análisis, benchmarking, mejora continua, satisfacción del empleado y enfoque a la satisfacción de clientes—; 2) dimensiones que pocas veces se han tratado en la literatura pero que, sin embargo, son elementos clave para el TQM tanto en las empresas manufactureras como de servicios —intervención sindical y responsabilidad social—; y finalmente 3) factores que son únicos de las organizaciones de servicios —serviescapes (el ambiente físico artificial) y la cultura de servicio—.

En un trabajo posterior, Sureshchandar *et al.* (2001b) desarrollan y contrastan la fiabilidad y validez de un instrumento de medida de la implantación de un programa TQS, y también proponen un modelo que ilustra las relaciones entre las diversas dimensiones identificadas. Más recientemente, Sureshchandar *et al.* (2002) usan este instrumento estandarizado para investigar las discrepancias entre distintos grupos de banca en India (concretamente banca pública, banca privada y bancos extranjeros) con respecto a las dimensiones del TQS.

Tabla 3

Resumen de la literatura sobre la calidad de servicios desde la perspectiva del management

Trabajo	Principales resultados
Lemak & Reed (2000)	El éxito de un TQM en servicios es teóricamente dependiente del ajuste entre la interdependencia y los contenidos y procesos del TQM
Terziovski & Dean (1998)	La atribución de poder, planificación estratégica y la implicación de clientes/proveedores son los indicadores más significativos de la calidad. Relación negativa entre los sistemas de calidad y la productividad
Meyer <i>et al.</i> (1999)	Las diferencias en los resultados de calidad de servicios pueden ser explicadas por la naturaleza y dinamismo de los mercados del sector servicios dentro de cada país
Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2001a)	Identificación, de acuerdo con la revisión de la literatura, de tres grupos de dimensiones de gestión de la calidad: 1) genéricas para manufactura y servicios; 2) clave en manufactura y servicios pero escasamente abordadas en la literatura y 3) únicas para servicios
Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2001b)	Desarrollo y contrastación de un instrumento de medida de la Gestión de la Calidad Total basado en 12 dimensiones identificadas como críticas para el establecimiento de un entorno TQS en su trabajo anterior
Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2002)	Las dimensiones soft de un programa TQS —gestión de recursos humanos, enfoque de clientes, cultura de servicios, satisfacción de los empleados, compromiso y liderazgo de la dirección y responsabilidad social— parecen ser más relevantes que las dimensiones hard —diseño y gestión de procesos, mejora continua— en sus efectos positivos sobre la percepción de los clientes sobre la calidad de los servicios
Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2003)	La edad de un programa TQS no influye sobre la efectividad del mismo. La empresa puede alcanzar el éxito en términos de operatividad y resultados de calidad dentro de los tres primeros años de implementación
Sureshchandar, Rajendran Anantharaman & Kamalanabhan (2002)	Bancos del sector público, bancos del sector privado y bancos extranjeros en India varían significativamente con respecto a las dimensiones del TQS
Douglas & Fredendall (2004)	Importancia del liderazgo para el éxito de un programa de Calidad Total. La evidencia no apoya la existencia de relación entre la mejora continua y la satisfacción de clientes
Gupta, McDaniel & Herath (2005)	Integración del instrumento SERVQUAL y del modelo de gestión Deming para desarrollar un modelo para el entendimiento de las relaciones entre los tres constructos —liderazgo, cultura organizativa y compromiso de empleados— que apoya el TQS y la satisfacción de clientes

Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2002) también examinan la influencia de las dimensiones de la calidad de los servicios en la percepción que los consumidores tienen de la misma, lo que es considerado como uno de los factores clave de los resultados del negocio, y sus resultados indican que las variables «soft» del TQS —gestión de los recursos humanos, enfoque a clientes, cultura de servicio, satisfacción de los empleados, compromiso y liderazgo de la alta dirección y responsabilidad social— parecen ser más vitales que las dimensiones «hard» como factores influyentes sobre la percepción de la calidad de los servicios por parte de los consumidores. Finalmente, Sureshchandar *et al.* (2003) han investigado la influencia de la edad de un programa TQS sobre la calidad y los resultados operacionales. Los autores han encontrado que la edad de un TQS no afecta a la efectividad de los programas de gestión de calidad y es posible que las empresas consigan resultados de éxito (en términos de resultados operativos y de calidad) durante los tres primeros años de su implementación.

El efecto de las prácticas de gestión de calidad sobre los resultados ha sido también contrastada por Terziovski & Dean (1998) y Meyer *et al.* (1999).

En el primer caso, Terziovski & Dean obtuvieron resultados similares a los de Sureshchandar, Rajendran & Anantharaman (2002), en el sentido de que las prácticas «soft» basadas en atribuir más poder a todos los niveles de la organización, planificación estratégica e implicación de clientes/proveedores constituyen los indicadores más significativos de los resultados de calidad de los servicios de una empresa. Sin embargo, estos autores también encontraron que la integración de sistemas de calidad y procedimientos en una organización tenía una relación significativamente negativa con el incremento de la productividad. En el segundo caso, Meyer *et al.* (1999) llevan a cabo un examen transnacional de las prácticas de gestión y resultados de las empresas de servicios, y sus resultados sugieren que las diferencias en los rendimientos de la calidad de los servicios se pueden explicar por la naturaleza y dinámica de estos sectores en cada país.

Douglas & Fredendall (2004), por su parte, intentan integrar la literatura referente a la calidad de servicios y de productos. Su artículo utiliza el modelo de gestión Deming desarrollado por Anderson *et al.* (1994) y contrastado para empresas manufactureras (Anderson *et al.*, (1995), Rungtusanatham *et al.* (1998)) para evaluar concordancias potenciales entre los conceptos de gestión de calidad en entornos de manufacturas y servicio. Los autores utilizan en su estudio empírico datos de hospitales, obteniendo resultados similares a los que presentaban los estudios previos para empresas manufactureras. Asimismo, utilizan los criterios del Premio Malcolm Baldrige para sugerir mejoras del modelo de gestión Deming. Los resultados del estudio empírico llevado a cabo para contrastar el modelo mejorado proporcionan evidencia sobre la importancia del liderazgo para asegurar el éxito de la mejora de un programa de calidad, si bien no se encontró relación entre la mejora continua y la satisfacción de los clientes. En consecuencia, Douglas & Fredendall recomiendan para futuras investigaciones integrar dentro del modelo la literatura sobre calidad de servicio centrada en la satisfacción de los clientes para ayudar a resolver esta cuestión. Esta llamada de atención para los investigadores ha sido atendida en un reciente trabajo de Gupta, McDaniel & Herath (2005). Estos autores integran el instrumento SERVQUAL dentro del modelo de gestión Deming con el fin de desarrollar un modelo conceptual para el entendimiento de las interacciones entre la satisfacción de los clientes y los elementos o estructuras sobre las que se apoya la filosofía de

la Calidad Total de Servicios, como el liderazgo, la cultura organizativa y el compromiso y responsabilidad de los empleados.

Douglas & Fredendall mantienen en su trabajo que los fundamentos teóricos y los métodos de calidad pueden ser aplicados a cualquier organización, tanto manufacturera como de servicios, y demuestran empíricamente esta hipótesis con la aplicación del modelo de gestión Deming. Otros trabajos (Huq & Stolen, 1998; Prajogo, 2005), también han encontrado evidencia para la hipótesis de que los conceptos de TQM son aplicables tanto para empresas manufactureras como de servicios. Sin embargo, Lemak & Reed afirman que las organizaciones de servicios son diferentes de las manufactureras y por lo tanto, un TQM no puede ser visto como un conjunto de actividades que se pueden aplicar igualmente en ambas situaciones. En concordancia con este argumento, que también ha recibido apoyo empírico en la literatura (Madu *et al.*, 1996), trabajos recientes como los de Sureshchandar *et al.* (2001a, b) concluyen que algunas de las dimensiones del TQM podrían ser únicas de las empresas de servicios. Estos resultados contradictorios sugieren que la cuestión de si las empresas manufactureras y de servicios son diferentes respecto a la Gestión de la Calidad Total sigue sin estar resuelta.

4. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

La realidad económica de cambio e incremento de la competitividad ha supuesto que en los últimos años los temas vinculados a la calidad y su gestión hayan adquirido una mayor importancia estratégica. Pese a ello, hasta el momento la literatura en calidad de servicios se ha desarrollado mayoritariamente desde la perspectiva del marketing, siendo mucho menos numerosas las contribuciones procedentes del ámbito del management. En consecuencia, las investigaciones centradas en la contrastación rigurosa de los fundamentos teóricos y los métodos del TQM dentro del contexto de las empresas de servicios son escasas, y pese a que trabajos recientes han comenzado a cubrir este gap, existe una clara necesidad de investigaciones adicionales, tanto teóricas como empíricas, sobre esta cuestión.

Se pueden hacer algunas sugerencias para el desarrollo de las investigaciones en este campo. En primer lugar, la evidencia existente acerca de si las empresas manufactureras y de servicios son diferentes respecto a la gestión de la Calidad Total no es concluyente. Algunos investigadores sugieren que la filosofía de gestión de calidad tiene una orientación universal, mientras que otros autores mantienen que la implicación de los consumidores en la prestación de los servicios hace a estas organizaciones diferentes de las manufactureras. Por tanto, parece necesario llevar a cabo un mayor número de investigaciones con respecto a: 1) el contenido y proceso de implementación del TQM en los servicios, y 2) las consecuencias de esta implementación sobre los resultados de las empresas de este sector.

En relación a la primera de las dos cuestiones anteriormente mencionadas, los estudios existentes sobre el TQM en el sector servicios sugieren que la mayoría de las dimensiones del TQM son genéricas para servicios e industria, pero otros factores podrían ser exclusivos de las empresas de servicios. No obstante, la evidencia empírica aportada hasta la fecha por estos trabajos es claramente insuficiente y presenta una limitación significativa, que los datos han sido obtenidos de una sola industria. Esta circunstancia li-

mita la generalización de estos resultados y hace necesaria la realización de contrastes empíricos adicionales para otras industrias de servicios, puesto que sólo así será posible alcanzar un consenso relativo a la naturaleza o contenido de las dimensiones que integran un programa TQM en el sector servicios. Por lo tanto, la necesidad de llevar a cabo estudios empíricos adicionales en este sector parece ser clara. Estos estudios deberían adoptar un enfoque más holístico con el fin de: 1) corroborar la existencia en un contexto de servicios de las dimensiones del TQM que han sido claramente identificadas para el contexto industrial; 2) ofrecer evidencia empírica adicional referente al papel que juegan las dimensiones que han sido escasamente analizadas en uno y otro contexto, como la responsabilidad social corporativa, el benchmarking o los principios de la filosofía Just in Time, en los programas TQM desarrollados en empresas del sector servicios; 3) explorar la existencia de dimensiones específicas para el contexto del sector servicios en particular.

En cuanto se refiere a las relaciones entre TQM y resultados en el contexto de los servicios, la existencia de evidencia empírica sugiere que las dimensiones «soft» del TQM son más relevantes que las «hard» en cuanto a su influencia positiva sobre los rendimientos de la calidad, un resultado que es similar al obtenido previamente en el contexto de la manufactura. La evidencia sugiere también que el impacto del TQM sobre los resultados de la empresa podría estar influenciado tanto por el contexto organizativo como por las características de la empresa. Sin embargo, los estudios han encontrado también algunos resultados inesperados que necesitan ser explorados en más investigaciones, como la relación significativamente negativa entre los sistemas de calidad y la productividad, o la ausencia de apoyo para la relación entre mejora continua y satisfacción de clientes. En consecuencia, parece necesario profundizar en estudios que analicen la influencia de todas estas variables sobre el éxito de un programa TQM.

Finalmente, y dado que la literatura sobre calidad parece haberse desarrollado separadamente para manufactura y servicios, un enfoque interesante para futuros investigadores cuando exploren todos estos temas es analizar las posibilidades de aplicar a los servicios los modelos TQM fundamentados, desarrollados y contrastados desde la esfera de las manufacturas. Sin embargo, un enfoque alternativo que puede resultar igualmente interesante y fructífero comprende la integración de las contribuciones sobre gestión de calidad realizadas tanto desde la perspectiva del marketing como desde la del management. Esta idea está en línea con las sugerencias hechas por Douglas & Fredendall de integrar la literatura de servicios centrada en el enfoque a clientes dentro del modelo de gestión Deming. Otro buen ejemplo se encuentra en el desarrollo del modelo extendido de calidad de servicios con implicaciones de gestión por parte de Parasuraman *et al.* Creemos que esta aproximación puede conducir a nuevos avances en la materia.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAM, E. E. (1994). «Alternative quality improvement practices and organization performance», *Journal of Operations Management*, Vol.12, pp. 27-44.
- ADAM, E. E., CORBETT, L. M., FLORES, B. E., HARRISON, N. J. *et al.* (1997). «An international study of quality improvement approach and firm performance», *International Journal of Operations and Production Management*, Vol. 17 (9), pp. 842-859.

- AHIRE, S. L. & DREYFUS, P. (2000). «The impact of design management and process management on quality: an empirical investigation», *Journal of Operations Management*, Vol. 18, pp. 549-575.
- AHIRE, S. L., GOLHAR, D. Y. & WALLER, M. A. (1996). «Development and validation of TQM Implementation Constructs», *Decision Sciences*, Vol. 27 (1), pp. 23-56.
- ANDERSON, J. C., RUNGTUSANATHAM, M. & SCHROEDER, R.C. (1994). A theory of quality management. *Academy of Management Review*, Vol.19 (3), pp.472-509.
- ANDERSON, J. C., RUNGTUSANATHAM, M., SCHROEDER, R.C. & DEVARAJ, S. (1995). A path analytic model of a theory of quality management underlying the Deming management method: preliminary empirical findings. *Decision Sciences*, Vol.26 (5), pp.637-658.
- BENSON, P. G., SARAPH, J. V. & SCHROEDER, R. G. (1991). «The effects of organizational context on quality management: an empirical investigation», *Management Science*, Vol.37 (9), pp.1107-1124.
- BLACK, S. & PORTER, L. (1995). «An empirical model for total quality management», *Total Quality Management*, Vol.6 (2), pp.149-164.
- BLACK, S. & PORTER, L. (1996). «Identification of the critical factors of TQM», *Decision Sciences*, Vol.27 (1), pp.1-20.
- BRADY, M. K & CRONIN, J. (2001). «Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach», *Journal of Marketing*, Vol.65, pp.34-49.
- BROGOWICZ, A. A., DELENE, L. M. & LYTH, D.M. (1990). «A synthesised service quality model with managerial implications», *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 1, pp. 27-45.
- BROWN, S. W. & SWARTZ, T. A. (1989). «A gap analysis of professional service quality», *Journal of Marketing*, Vol.53, pp.92-98.
- CANDIDO, C. J. F. & MORRIS, D. S. (2000). «Charting service quality gaps», *Total Quality Management*, Vol.11 (4/5&6), pp.463-472.
- CANDIDO, C. J.F. & MORRIS, D. S. (2001). «The implications of service quality gaps for strategy implementation», *Total Quality Management*, Vol.12, (7&8), pp.825-833.
- CHENET, P, TYNAN, C. & MONEY, A. (1999). «Service performance gap: Re-evaluation and redevelopment», *Journal of Business Research*, Vol.46, pp.133-147.
- CHOI, T. & EBOCH, K. (1998). «The TQM paradox: relations among TQM practices, plant performance and customer satisfaction», *Journal of Operations Management*, Vol.17, pp.59-75.
- DEAN, J. & BOWEN, D. (1994). «Managing theory and total quality: improving research and practice through theory development», *Academy of Management Review*, Vol.19 (3), pp.392-418.
- DEMING, W. E. (1982). *Out of the crises*. Cambridge, Ma: Massachussets Institute of Technology.
- DOUGLAS, T. J. & FREDENDALL, L. D. (2004). «Evaluating the Deming Management Model of Total Quality in Services», *Decision Sciences*, Vol.35 (3), pp.393-422.
- DOW, D., SAMSON, D. & FORD, S. (1999). «Exploring the myth: Do all Quality Management Practices contribute to Superior Quality Performance?», *Production and Operations Management*, Vol.8 (1), pp.1-27.
- EASTON, G. S. & JARRELL, S. L. (1998). «The effects of Total Quality Management on corporate performance: an empirical investigation», *Journal of Business*, Vol.71 (2), pp.253-307.
- FLYNN, B. B., SCHROEDER, R. G. & SAKAKIBARA, S. (1995). «The impact of quality management practices on performance and competitive advantage», *Decision Sciences*, Vol.26 (5), pp. 659-691.
- FROST, F. A. & KUMAR, M. (2000). «INTSERVQUAL- an internal adaptation of the GAP model in a large service organization», *Journal of Services Marketing*, Vol.14 (5), pp.358-377.
- FUENTES, M. M., ALBACETE, C. A. & LLORENS, F. J. (2004). «The impact of environmental characteristics on TQM principles and organizational performance», *Omega*, Vol. 32, pp. 425-442.
- GRÖNROOS, C. (1982). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Helsinki: Swedish School of Economics and Business Administration.

- GRÖNROOS, C. (1984). «A Service Quality Model and its Marketing Implications», *European Journal of Marketing*, Vol.18 (4), pp.36-44.
- GUPTA, A., MCDANIEL, J. C., & HERATH, S. K. (2005). «Quality management in service firms: sustaining structures of total quality service», *Managing Service Quality*, Vol.15 (4), pp. 389-402.
- HENDRICKS, K. B. & SINGHAL, V. R. (2001). «Firm characteristics, total quality management, and financial performance», *Journal of Operations Management*, Vol.19, pp.269-285.
- HUQ, Z. & STOLEN, J. D. (1998). «Total quality management contrasts in manufacturing and service industries», *The International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 15 (2), p. 138.
- KAYNAK, H. (2003). «The relationship between total quality management practices and their effects on firm performance», *Journal of Operations Management*, Vol.21 (4), pp.405-435.
- LEMAK, D. J. & REED, R. (2000). «An application of Thompson's typology to TQM in service firms», *Journal of Quality Management*, Vol.5, pp.67-83.
- LETHINEN, U. & LETHINEN, J. (1991). «Two approaches to service quality dimensions», *The Service Industries Journal*, Vol.11(3).
- MADU, C. N., KUEI, C. H. & JACOB, A. (1996). «An empirical assessment of the influence of quality dimensions on organizational performance», *International Journal of Production Research*, Vol.34 (7), pp.1943-1962.
- MEYER, A., CHASE, R., ROTH, A., VOSS, C., SPERL, K.U., MENOR, L. & BLACKMON, K. (1999). «Service competitiveness-An international benchmarking comparison of service practice and performance in Germany, UK and USA», *International Journal of Service Industry Management*, Vol.10 (4), pp.369-379.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A. & BERRY, L.L. (1985). «A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research», *Journal of Marketing*, Vol.49, pp.41-50.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A. & BERRY, L.L. (1988). «A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality», *Journal of Retailing*, Vol.64 (1), pp.12-40.
- PARASURAMAN, A., BERRY, L.L. & ZEITHAML, V. A. (1991). «Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale», *Journal of Retailing*, Vol.67 (4), pp.420-450.
- POWELL, T. C. (1995). «Total quality management as competitive advantage: a review and empirical study», *Strategic Management Journal*, Vol.16, pp.15-37.
- PRAJOGO, D. I. (2005). «The comparative analysis of TQM practices and quality performance between manufacturing and service firms», *International Journal of Service Industry Management*, Vol.16 (3/4), pp.217-229.
- REED, R., LEMAK, D. J. & MONTGOMERY, J. C. (1996). «Beyond process: TQM content and firm performance», *Academy of Management Review*, Vol.21 (1), pp.173-202.
- SAMSON, D. & TERZIOVSKI, M. (1999). «The relationship between total quality management practices and operational performance», *Journal of Operations Management*, Vol.17, pp.393-409.
- SARAPH, J., BENSON, G. & SCHROEDER, R. (1989). «An instrument for measuring the critical factors of quality management», *Decision Sciences*, Vol.20, pp.810-829.
- SILA, I. & EBRAHIMPOUR, M. (2002). «An investigation of the total quality management survey based research published between 1989 and 2000», *The International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol.19 (6/7), pp.902-970.
- SOUSA, R. & VOSS, C. A. (2002). «Quality management re-visited: a reflective review and agenda for future research», *Journal of Operations Management*, Vol.20, pp.91-109.
- SURESHCHANDAR, G. S., RAJENDRAN, C. & ANANTHARAMAN, R. N. (2001a). «A conceptual model for total quality management in service organizations», *Total Quality Management*, Vol.12 (3), pp.343-363.
- SURESHCHANDAR, G. S., RAJENDRAN, C. & ANANTHARAMAN, R. N. (2001b). «A holistic model for total quality services», *International Journal of Service Industry Management*, Vol.12 (4), pp.378-412.

- SURESHCHANDAR, G. S., RAJENDRAN, C. & ANANTHARAMAN, R. N. (2002). «The relationship between management's perception of total quality service and customer perceptions of service quality», *Total Quality Management*, Vol.13 (1), p.69.
- SURESHCHANDAR, G. S., RAJENDRAN, C. & ANANTHARAMAN, R. N. (2003). «The influence of Total Quality Service age on quality and operational performance», *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol.14 (9), p.1033.
- SURESHCHANDAR, G. S., RAJENDRAN, C., ANANTHARAMAN, R. N. & KAMALANABHAN, T. J. (2002). «Management's perception of total quality service in the banking sector of a developing economy — a critical analysis—», *International Journal of Bank Marketing*, Vol.20 (4/5), pp.181-196.
- TAYLOR, W. A., & WRIGHT, G. H. (2006). «The contribution of measurement and information infrastructure to TQM success», *Omega*, Vol.34 (4), pp. 372-384.
- TERZIOVSKI, M. & DEAN, A. (1998). «Best predictors of quality performance in Australian service organizations», *Managing Service Quality*, Vol.8 (5), pp.359-366.
- ZEITHAML, V. A., BERRY, L.L & PARASURAMAN, A. (1988). «Communication and control processes in the delivery of service quality», *Journal of Marketing*, Vol. 52, pp. 35-48.