

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO



PILARES ESTRATÉGICOS PARA LA MEJORA CONTINUA

Raul Edgardo Tabra Castillo
Paul Florez Cardoso
Hilda Luz Calisaya Mestas
Katty Jacqueline Rios Vera
Bernabe Teodoro Vila Hinojo

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO



PILARES ESTRATÉGICOS PARA LA MEJORA CONTINUA

**Raul Edgardo Tabra Castillo
Paul Florez Cardoso
Hilda Luz Calisaya Mestas
Katty Jacqueline Rios Vera
Bernabe Teodoro Vila Hinojo**

ARCO
EDITORES ● ● ●

Conselho Editorial

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva - UNIDAVI
Prof. Dr. Astor João Schönell Júnior - IFFAR
Prof. Dr. Alan Ricardo Costa - UFRR
Prof. Dr. Allan Diêgo Rodrigues Figueiredo - UESPI
Profa. Dra. Andréia Bulaty - UNESPAR
Profa. Dra. Carla da Conceição de Lima - UFVJM
Prof. Dr. Camilo Darsie de Souza - UNISC
Profa. Dra. Clarice Caldeira Leite - UFRGS
Profa. Dra. Cecilia Decarli - UFRGS
Prof. Dr. Carlos Adriano Martins - UNICID
Prof. Dr. Christian Dennys Monteiro de Oliveira - UFCE
Profa. Dra. Dayse Marinho Martins - UFMA
Prof. Dr. Deivid Alex dos Santos - UEL
Prof. Dr. Dioni Paulo Pastorio - UFRGS
Prof. Dr. Douglas Manoel Antonio de Abreu Pestana dos Santos - FASESP
Profa. Dra. Elane da Silva Barbosa - UERN
Profa. Dra. Elen Gomes Pereira - IFBA
Profa. Dra. Francielle Benini Agne Tybusch - UFN
Prof. Dr. Francisco Odécio Sales - IFCE
Prof. Dr. Francisco Ricardo Miranda Pinto - UFCAT
Prof. Dr. Gilvan Charles Cerqueira de Araújo - UCB
Prof. Dr. Ismar Inácio dos Santos Filho - UFAL
Prof. Dr. Leonardo Bigolin Jantsch - UFSM
Profa. Dra. Liziany Müller Medeiros - UFSM
Profa. Dra. Marcela Mary José da Silva - UFRB
Prof. Dr. Mateus Henrique Köhler - UFSM
Prof. Dr. Michel Canuto de Sena - UFMS
Profa. Dra. Mônica Aparecida Bortolotti - UNICENTRO
Prof. Nilton David Vilchez Galarza - UPLA
Prof. Dr. Olavo Barreto de Souza - UEPB
Prof. Dr. Rafael Nogueira Furtado - UFABC
Prof. Dr. Roberto Araújo da Silva Vasques Rabelo - UNISANTOS
Prof. Dr. Rodrigo Toledo - USCS
Prof. Dr. Rodolfo Rodrigues de Souza - UERJ
Prof. Dr. Sidnei Renato Silveira - UFSM
Prof. Dr. Thiago Ribeiro Rafagnin - UFOB
Prof. Dr. Tomás Raúl Gómez Hernández - UCLV

Editor Chefe: Ivanio Folmer

Projeto gráfico e Diagramação: Gabriel Eldereti Machado

Imagem capa: www.canva.com

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Gestión administrativa y calidad de servicio
[livro eletrônico] : pilares estratégicos para
la mejora continua / Raul Edgardo Tabra
Castillo...[et al.]. -- Santa Maria, RS :
Arco Editores, 2025.
PDF

Outros autores: Paul Florez Cardoso, Hilda Luz
Calisaya Mestas, Katty Jacqueline Rios Vera, Bernabe
Teodoro Vila Hinojo.

Bibliografia.

ISBN 978-65-5417-623-1

1. Administração 2. Equipes no local de
trabalho - Desenvolvimento 3. Planejamento
estratégico 4. Serviços ao cliente
5. Sustentabilidade organizacional 6. Tecnologia
I. Castillo, Raul Edgardo Tabra. II. Cardoso, Paul
Florez. III. Mestas, Hilda Luz Calisaya. IV. Vera,
Katty Jacqueline Rios. V. Hinojo, Bernabe Teodoro Vila.

25-325544.0

CDD-658

Índices para catálogo sistemático:

1. Administração 658

Eliane de Freitas Leite - Bibliotecária - CRB 8/8415



10.48209/978-65-5417-623-1

*Este livro é o resultado de uma pesquisa científica em atividades de ciência e tecnologia.
O trabalho foi revisado por pares acadêmicos externo antes de ser publicado.*



CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE FIGURAS.....	9
RESUMEN.....	10
ABSTRACT.....	11
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I.....	14
ASPECTOS GENERALES DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA.....	14
1.1. Alcances básicos de la gestión administrativa.....	15
1.1.1. Dimensiones de la gestión administrativa.....	16
1.1.2. Proceso de la gestión administrativa.....	17
1.2. Planificación estratégica como base de la gestión administrativa.....	18
1.2.1. Tipos de planificación estratégica.....	20
1.2.2. Ventajas y desventajas de la planificación estratégica.....	21
1.3. Factores que influyen en la competitividad de una empresa.....	22
1.3.1. Planeación estratégica.....	22
1.3.2. Capital humano.....	23
1.3.3. Innovación.....	23
1.3.4. Producción.....	24
1.3.5. Sistemas de información.....	25
1.3.6. Garantía de calidad.....	25
1.4. Gestión administrativa y compromiso organizacional.....	26
1.4.1. Beneficios del compromiso organizacional.....	27
1.5. Gestión administrativa y crecimiento empresarial.....	29
1.5.1. Habilidades gerenciales para una buena gestión administrativa.....	30
1.5.2. Razones para necesitar una adecuada gestión administrativa.....	32
CAPÍTULO II.....	34
NOCIONES ESENCIALES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	34
2.1. Fundamentos de la calidad del servicio.....	35
2.1.1. Elementos básicos de la calidad del servicio.....	36
2.1.2. Características para mejorar la calidad del servicio.....	37
2.2. Modelos de evaluación de la calidad del servicio.....	38

2.2.1. Modelo SERVQUAL.....	40
2.2.2. Modelo SERVPERF.....	41
2.3. Estrategias para optimizar la calidad del servicio.....	42
2.3.1. Estrategia de fiabilidad.....	42
2.3.2. Estrategia de capacidad de respuesta.....	43
2.3.3. Estrategia de seguridad.....	43
2.3.4. Estrategia de empatía.....	43
2.3.5. Estrategia de tangibilidad.....	44
2.4. Calidad del servicio y satisfacción del cliente.....	44
2.4.1. Importancia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente	45
2.4.2. Principios de la gestión de la calidad para la satisfacción del cliente	47
2.5. Calidad del servicio y fidelización del cliente.....	48
2.5.1. Calidad percibida y fidelización del cliente.....	49
2.5.2. Atención del trabajador en la fidelización del cliente.....	50
CAPÍTULO III.....	52
GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	52
3.1. Gestión administrativa en la mejora de la calidad del servicio.....	53
3.1.1. Elementos esenciales para mejorar la calidad de la gestión empresarial	54
3.1.2. Factores limitantes en la gestión de la calidad del servicio.....	55
3.2. Cultura organizacional orientada a la calidad del servicio.....	56
3.2.1. Cultura organizacional como elemento competitivo empresarial.....	58
3.2.2. Cultura de calidad y su desempeño en las organizaciones.....	59
3.3. Compromiso organizacional y su influencia en la calidad del servicio	60
3.3.1. Participación laboral en la calidad del servicio.....	61
3.3.2. Compromiso organizacional y el clima en la calidad del servicio.....	62
3.4. Talento humano en la gestión de la calidad del servicio.....	64
3.4.1. Trascendencia de la capacitación del talento humano.....	65
3.4.2. Ventajas y beneficios de la capacitación en la gestión del talento humano.....	66

3.5. Satisfacción del cliente como resultado de una gestión eficiente.....	67
3.5.1. Condiciones para establecer la satisfacción laboral.....	68
3.5.2. Condiciones para establecer la satisfacción del cliente.....	69
CAPÍTULO IV.....	71
GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR PRIVADO.....	71
4.1. Metodología.....	73
4.2. Resultados.....	77
4.3. Discusión.....	82
4.4. Conclusiones.....	88
CAPÍTULO V.....	89
REFLEXIONES FINALES EN TORNO A LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	89
5.1. Liderazgo estratégico en la gestión de la calidad del servicio.....	90
5.1.1. Empoderamiento y comportamiento de ciudadanía organizacional	91
5.2. Innovación y tecnología en la gestión de la calidad del servicio.....	92
5.2.1. Digitalización de procesos administrativos para un servicio eficiente	93
5.3. Sistema de calidad total como eje de la excelencia organizacional.....	95
5.3.1. Efectos de la gestión de la calidad total en el desempeño empresarial	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	98
SOBRE LOS AUTORES.....	112

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Búsqueda de información mediante base de datos.....	74
Tabla 2	Criterios de selección aplicados a las bases de datos.....	75
Tabla 3	Fuentes seleccionadas para la revisión.....	78
Tabla 4	Diferentes tipos de innovación empresarial.....	83

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diagrama de flujo PRISMA.....	77
Figura 2 Visualización de la metodología de los artículos seleccionados	81
Figura 3 Temáticas identificadas en la base de datos.....	82

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo identificar las estrategias de gestión administrativa que contribuyen a mejorar la calidad del servicio en el sector privado. Se realizó una revisión sistemática de la literatura siguiendo el método PRISMA, utilizando las bases de datos Scopus y SciELO. Se priorizaron las fuentes publicadas entre 2018 y 2025, de las cuales se seleccionaron 16 estudios tras la aplicación de criterios de inclusión y descarte. Los resultados muestran que las estrategias más efectivas se centran en la gestión por procesos, la planificación estratégica, la transformación digital, la gestión del talento humano y la sostenibilidad corporativa. Estas dimensiones promueven la innovación, la eficiencia operativa y la mejora continua, fortaleciendo la capacidad empresarial para adaptarse a entornos cambiantes y satisfacer las expectativas de los usuarios. Asimismo, la calidad del servicio depende del liderazgo organizacional, la formación del personal y el uso de tecnologías que optimizan los procesos internos. En conclusión, la gestión administrativa moderna se configura como un factor determinante para la competitividad y sostenibilidad empresarial, al integrar estrategias de innovación, eficiencia y responsabilidad social que elevan la calidad del servicio y consolidan la satisfacción del cliente.

Palabras clave: gestión administrativa, calidad, servicio, sector privado, mejora continua.

ABSTRACT

The present study aims to identify administrative management strategies that contribute to improving service quality in the private sector. A systematic review of the literature was conducted following the PRISMA method, using the Scopus and SciELO databases. Sources published between 2018 and 2025 were prioritised, from which 16 studies were selected after applying inclusion and exclusion criteria. The results show that the most effective strategies focus on process management, strategic planning, digital transformation, human talent management, and corporate sustainability. These dimensions promote innovation, operational efficiency, and continuous improvement, strengthening the ability of businesses to adapt to changing environments and meet user expectations. Likewise, service quality depends on organisational leadership, staff training, and the use of technologies that optimise internal processes. In conclusion, modern administrative management is a determining factor for business competitiveness and sustainability, as it integrates strategies for innovation, efficiency, and social responsibility that raise service quality and consolidate customer satisfaction.

Keywords: administrative management, quality, service, private sector, continuous improvement.

INTRODUCCIÓN

La gestión administrativa es un pilar fundamental para la organización y desarrollo de las empresas, ya que permite coordinar recursos, optimizar procesos y establecer estrategias efectivas que potencien la competitividad; por consiguiente, su estudio abarca dimensiones como la planificación estratégica, el capital humano y la innovación, que contribuyen al logro de los objetivos y a la eficiencia operativa. Además, la implementación adecuada de procesos administrativos garantiza un manejo correcto de la información, la producción y la calidad de los servicios, generando ventajas sostenibles frente al mercado competitivo.

En este sentido, la planificación estratégica emerge como una herramienta esencial que guía las decisiones organizacionales, promoviendo coherencia entre los objetivos y las acciones, a la vez que permite anticipar cambios y adaptarse a nuevos contextos. Por ello, la elección de tipos de planificación adecuados y la evaluación de sus ventajas facilitan un desarrollo eficiente, fortaleciendo la toma de decisiones gerenciales. De igual manera, factores como la innovación, los sistemas de información y la garantía de calidad incrementan el rendimiento y posicionamiento empresarial, vinculando la estrategia con los resultados operativos.

Asimismo, la calidad del servicio se presenta como un elemento indispensable para lograr la satisfacción y fidelización de los clientes, destacando la necesidad de adoptar modelos de evaluación como SERVQUAL y SERVPERF. Por añadidura, la implementación de estrategias orientadas a la fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibilidad establece un estándar de atención que genera confianza y percepción positiva. Así, la cultura organizacional y el compromiso del talento humano son determinantes para fortalecer la excelencia en la prestación de servicios, asegurando coherencia entre los valores institucionales y la experiencia del cliente.

Finalmente, la innovación tecnológica y la digitalización de procesos contribuyen a consolidar un sistema de calidad total, promoviendo eficiencia operativa y mejora continua en las organizaciones. En consecuencia, el lidera-

zgo estratégico, junto con el empoderamiento del personal, favorece un comportamiento proactivo y de ciudadanía organizacional que impulsa resultados positivos. Por tanto, se evidencia que la gestión administrativa, al integrarse con la calidad del servicio, se convierte en un factor decisivo para el crecimiento sostenible y la competitividad empresarial.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

La gestión administrativa es fundamental en el funcionamiento y desarrollo de toda organización, ya que permite planificar, organizar, dirigir y controlar los recursos disponibles de manera eficiente. A través de sus principios y dimensiones, es posible establecer las bases para alcanzar los objetivos institucionales y promover la competitividad en un entorno dinámico y cambiante. Además, su correcta aplicación garantiza la optimización de procesos y el fortalecimiento de la estructura organizacional, contribuyendo al éxito sostenido de la empresa.

Dentro de este marco, la planificación estratégica se posiciona como una herramienta esencial para orientar las acciones administrativas hacia el logro de metas a corto, mediano y largo plazo dentro de un entorno empresarial competitivo y cambiante. En este sentido, dicha planificación permite anticipar escenarios, definir prioridades y tomar decisiones acertadas frente a los desafíos del entorno global. Asimismo, posibilita una visión integral del futuro empresarial, fomentando la coordinación y la alineación de los recursos en función de la misión y visión organizacional.

Por otro lado, la competitividad empresarial depende en gran medida de diversos factores internos y externos que influyen directamente en su desempeño, entre los cuales destacan la planeación estratégica, el capital humano, la innovación, la producción y la calidad. Estos elementos interactúan de manera conjunta y complementaria para mejorar la productividad y asegurar una posición sólida y favorable en el mercado competitivo. De igual forma, la gestión administrativa actúa como un eje articulador que integra dichos componentes dentro de una estructura organizacional eficiente y flexible.

En último término, la relación que se produce entre la gestión administrativa, el compromiso organizacional y el crecimiento empresarial evidencia

la importancia del liderazgo y las habilidades gerenciales para el desarrollo sostenible. La motivación, la participación activa de los colaboradores y la aplicación de estrategias efectivas fortalecen la cultura institucional y la permanencia en el tiempo. En consecuencia, una adecuada gestión administrativa se convierte en el motor que impulsa la mejora continua, la innovación y la competitividad organizacional.

1.1. Alcances básicos de la gestión administrativa

La gestión administrativa es el proceso mediante el cual una organización coordina sus actividades para alcanzar los objetivos de manera eficiente y eficaz. Esto implica trabajar con y a través de otras personas para optimizar los recursos disponibles y cumplir las metas establecidas dentro de un entorno dinámico y competitivo. Además, se busca garantizar que cada tarea se realice con el máximo rendimiento posible, evitando desperdicios, duplicidad de esfuerzos y promoviendo la mejora continua. En este sentido, constituye una herramienta esencial para el buen funcionamiento institucional y el logro de resultados sostenibles y medibles (Peña *et al.*, 2022).

Por otra parte, la gestión administrativa representa el área clave encargada de utilizar los recursos de forma racional y productiva, cuyo objetivo principal es alcanzar los fines propuestos por la dirección, asegurando eficiencia en los procesos y efectividad en los resultados. En este escenario, una adecuada gestión permite reducir costos, mejorar la productividad general y fortalecer la capacidad de adaptación al cambio organizacional; en contraste, una gestión deficiente puede generar pérdidas, retrasos, desmotivación en el personal y un bajo rendimiento institucional (Núñez *et al.*, 2022).

Bajo esta perspectiva, en los distintos sectores empresariales la gestión administrativa adquiere un papel determinante para la sostenibilidad y competitividad. Sin embargo, muchas empresas se han concentrado solo en la producción o prestación de servicios sin considerar la satisfacción del cliente, la innovación tecnológica y el uso eficiente de sus recursos disponibles, limitando su crecimiento, su posicionamiento en el mercado y la posibilidad de generar mayores beneficios. Por ello, resulta fundamental aplicar estrategias adminis-

trativas que impulsen la eficiencia, la transparencia y la calidad en todos los procesos organizacionales (Peña *et al.*, 2022).

Por lo tanto, la gestión administrativa se consolida como un eje fundamental en la ejecución de actividades y la toma de decisiones dentro de cualquier organización moderna, puesto que una gestión adecuada contribuye al cumplimiento de los objetivos institucionales, la mejora continua y el éxito empresarial a largo plazo con visión sostenible. En cambio, una administración desorganizada puede conducir al fracaso operativo, financiero y humano dentro de la entidad, por lo que promover una cultura de planificación, liderazgo participativo y evaluación constante es medular para garantizar el desarrollo sostenible de las empresas (Núñez *et al.*, 2022).

1.1.1. Dimensiones de la gestión administrativa

Como señalan Barzola *et al.* (2023), la gestión administrativa se compone de diversas dimensiones que permiten medir el desempeño organizacional y el cumplimiento de los objetivos institucionales de manera eficiente y ordenada, las cuales se complementan para analizar la efectividad de los procesos internos. En conjunto, dichas dimensiones facilitan la toma de decisiones, optimizan los recursos disponibles y fortalecen el desarrollo sostenible de las organizaciones.

a. Evaluación. Permite analizar los resultados obtenidos en los diferentes procesos administrativos y determinar si se han cumplido los objetivos planteados. Asimismo, este procedimiento requiere un monitoreo constante que garantice el control adecuado de cada actividad y la identificación de posibles fallas. Cuando se detectan deficiencias, es necesario fortalecer las capacidades del personal y ajustar las estrategias para mejorar el desempeño institucional y alcanzar una mayor eficiencia.

b. Ejecución. Consiste en llevar a la práctica las acciones planificadas, asegurando que cada tarea se cumpla conforme a los lineamientos establecidos. Además, este proceso demanda una adecuada asignación de recursos financieros, humanos y materiales, así como una coordinación efectiva entre las distintas áreas. En este escenario, el liderazgo y el trabajo en equipo resultan

fundamentales para mantener la coherencia del plan y garantizar el logro de los objetivos organizacionales.

c. Planificación. Constituye el punto de partida del proceso administrativo, debido a que orienta las acciones que deben realizarse para alcanzar las metas institucionales. Asimismo, implica definir estrategias, recursos y plazos de ejecución que permitan organizar de manera ordenada las actividades de la entidad. De esta forma, la planificación asegura una gestión eficiente, reduce la improvisación y contribuye al crecimiento sostenido de la organización.

De este modo, estas dimensiones permiten evaluar de manera integral la eficiencia y efectividad de una organización moderna, dinámica y competitiva en contextos cambiantes. En este sentido, a través de la planificación, la ejecución y la evaluación, las instituciones pueden optimizar sus procesos y asegurar el cumplimiento de sus metas organizacionales estratégicamente establecidas. Por consiguiente, una gestión basada en estas dimensiones promueve la mejora continua, la transparencia y el desarrollo sostenible institucional y social a largo plazo.

1.1.2. Proceso de la gestión administrativa

Chiavenato (2019) sostiene que el proceso de la gestión administrativa constituye el eje fundamental del funcionamiento organizacional, ya que integra las actividades necesarias para alcanzar los objetivos institucionales de manera eficiente. A través de sus distintas etapas, permite coordinar recursos, orientar esfuerzos y evaluar resultados con base en criterios estratégicos, fomentando la coherencia entre las metas y las acciones ejecutadas, y promoviendo una cultura de responsabilidad y mejora continua.

a. Planear. Implica definir los objetivos y determinar las acciones para alcanzarlos, estableciendo el rumbo de la organización. Este proceso requiere analizar el entorno interno y externo para anticipar oportunidades y riesgos, lo que permite coordinar recursos de manera eficiente y reducir la incertidumbre frente al futuro, convirtiéndose en la base sobre la cual se construyen las demás funciones administrativas.

b. Organizar. Consiste en estructurar y distribuir los recursos humanos y materiales de forma que contribuyan al cumplimiento eficaz de los objetivos. Este proceso define las funciones, jerarquías y relaciones de autoridad dentro de la organización, asegurando una adecuada coordinación entre las áreas; además, facilita la especialización del trabajo y optimiza el uso de los recursos disponibles.

c. Dirigir. Implica guiar, motivar y coordinar los esfuerzos del personal para alcanzar los fines institucionales, fomentando la cooperación y el compromiso. Este proceso requiere habilidades de liderazgo, comunicación efectiva y toma de decisiones que impulsen la productividad. Asimismo, esta parte del proceso tiene como objetivo influir positivamente en la conducta de los colaboradores para mejorar su desempeño y satisfacción laboral.

d. Controlar. Consiste en evaluar los resultados obtenidos en comparación con los objetivos, a fin de corregir desviaciones y mejorar el desempeño organizacional. Este proceso garantiza que las actividades se desarrollen conforme a los estándares establecidos, y permite la retroalimentación continua del sistema administrativo, fortaleciendo la eficiencia y la responsabilidad en cada nivel jerárquico.

Este proceso representa una herramienta esencial para garantizar el equilibrio y la efectividad organizacional, dado que su correcta aplicación permite integrar recursos, personas y estrategias hacia un propósito común, fortaleciendo la adaptabilidad frente a los cambios del entorno. Además, promueve una visión sistémica que facilita la toma de decisiones y el logro sostenido de los objetivos, constituyéndose como un eje medular para la competitividad y el desarrollo organizacional.

1.2. Planificación estratégica como base de la gestión administrativa

La planificación estratégica constituye una herramienta esencial dentro de la gestión administrativa, debido a que permite a las organizaciones establecer objetivos claros y sostenibles a largo plazo, orientando sus recursos hacia

el logro de metas concretas. A través de este proceso, las empresas pueden analizar su entorno, identificar sus fortalezas y debilidades, así como reconocer las oportunidades y amenazas del mercado, facilitando la toma de decisiones acertadas. Además, fomenta la competitividad al proporcionar una dirección clara que guía las acciones hacia el éxito institucional y la creación de valor organizacional (Chicaiza *et al.*, 2022).

Dentro de este contexto, la planificación estratégica se concibe como un proceso sistemático que permite formular, ejecutar y evaluar estrategias que conduzcan al cumplimiento de los objetivos empresariales. Este enfoque promueve una administración proactiva y flexible que se adapta a los cambios del entorno, garantizando la sostenibilidad y el crecimiento organizacional. En este sentido, su correcta aplicación fortalece la capacidad de respuesta frente a los desafíos económicos y competitivos, consolidando el liderazgo, posicionamiento y reputación institucional de la empresa en su sector a largo plazo (Muñiz-Jaime *et al.*, 2022).

Asimismo, esta planeación se presenta como un proceso gerencial clave para desarrollar y mantener una dirección que alinee los recursos y metas institucionales con las oportunidades que ofrece el mercado. También permite que las organizaciones definan su misión, visión y estrategias de desarrollo, asegurando la optimización de su estructura interna. Así, las empresas logran articular su gestión con un enfoque de mejora continua, fortaleciendo la innovación, la productividad, la eficiencia y la rentabilidad en un entorno dinámico, cambiante y competitivo (Chicaiza *et al.*, 2022).

En consecuencia, la planificación estratégica contribuye significativamente a la gestión administrativa al orientar a la empresa hacia oportunidades económicas sostenibles y adaptadas a su capacidad operativa. Este proceso facilita la definición de políticas y programas que optimizan los recursos disponibles, promoviendo el desarrollo integral de la organización. Además, fomenta una cultura de evaluación, control y aprendizaje permanente que impulsa la innovación, la responsabilidad social y la excelencia empresarial, garantizando así un desempeño eficiente y orientado al logro de resultados positivos en el tiempo (Muñiz-Jaime *et al.*, 2022).

1.2.1. Tipos de planificación estratégica

De acuerdo con Muñiz-Jaime *et al.* (2022), la planificación estratégica constituye un pilar esencial para el desarrollo sostenible de toda organización, dado que orienta la toma de decisiones hacia el logro de metas a corto y largo plazo, permitiendo coordinar los recursos humanos y tecnológicos de manera coherente con los objetivos institucionales. En este marco, se reconocen diversos tipos de planificación que contribuyen al fortalecimiento integral del talento y la estructura empresarial:

a. Planeación del personal. Representa una práctica fundamental que debe aplicarse desde el inicio de las operaciones empresariales, pues facilita la organización estructural y funcional de la entidad. Este proceso comienza con el diseño de un organigrama claro y accesible que permita distribuir adecuadamente las funciones del personal. Además, la proyección de las necesidades de talento, tanto inmediatas como futuras, se ve fortalecida mediante el uso de herramientas digitales de reclutamiento, que facilitan la atracción y selección de candidatos idóneo.

b. Planeación del capital humano. Implica integrar continuamente a los empleados dentro del proceso organizacional, garantizando su desarrollo y desempeño eficiente. Mediante tecnologías avanzadas, es posible evaluar el rendimiento individual y colectivo, identificando fortalezas y áreas de mejora. Como resultado, la información obtenida se convierte en un recurso estratégico que permite ajustar procesos internos y fortalecer la gestión del talento dentro de la organización.

c. Planeación de carrera. Se enfoca en el crecimiento profesional de los trabajadores, fomentando su formación y compromiso con los objetivos institucionales. En consecuencia, incorporar programas de capacitación continua impulsa el desarrollo de habilidades y competencias esenciales para el éxito organizacional. Dentro de este contexto, las plataformas tecnológicas de aprendizaje facilitan la identificación de necesidades formativas, promoviendo la productividad y el fortalecimiento del talento humano de manera automatizada y eficiente.

En suma, la planificación estratégica trasciende como un proceso dinámico que impulsa la adaptación organizacional frente a los cambios del entorno. A través de una gestión eficiente del talento y el aprovechamiento de herramientas tecnológicas, las empresas fortalecen su capacidad de respuesta y sostenibilidad, promoviendo una dirección clara orientada al crecimiento y la innovación continua.

1.2.2. Ventajas y desventajas de la planificación estratégica

Conforme a Muñiz-Jaime *et al.* (2022), la planificación estratégica cumple un papel determinante al orientar las decisiones y acciones hacia la consecución de metas organizacionales, cuya aplicación permite analizar tanto los beneficios como las limitaciones que pueden influir en los resultados empresariales. Por ello, es pertinente considerar las ventajas y desventajas que esta herramienta proporciona.

a. Ventajas de la planificación estratégica. La aplicación de la planificación estratégica ofrece una serie de beneficios que fortalecen la gestión organizacional, cuya adecuada implementación favorece la eficiencia, la coordinación y el compromiso de los equipos de trabajo. En consecuencia, se destacan diversas ventajas que contribuyen al logro de los objetivos institucionales.

- Otorga una estructura común que orienta las acciones de todos los miembros.
- Facilita la gestión de riesgos al mejorar la respuesta ante problemas.
- Optimiza el uso de los recursos, elevando la eficiencia organizacional.
- Aporta diferenciación y fortalece la posición competitiva de la empresa.
- Incrementa la motivación y el compromiso del personal hacia los objetivos.

b. Desventajas de la planificación estratégica. La implementación de la planificación estratégica puede presentar inconvenientes que limitan su efectividad dentro de la gestión organizacional, cuyo desarrollo puede verse afectado por factores humanos, económicos y estructurales. En este sentido, se identifican diversas desventajas que obstaculizan el cumplimiento de los objetivos institucionales.

- Algunos directivos le restan valor al proceso, aprobándolo sin aplicarlo.
- Requiere altos costos y recursos, lo que desincentiva su implementación.
- La falta de organización impide a los ejecutivos percibir sus beneficios reales.
- La desconfianza en las proyecciones genera dudas sobre su efectividad.
- Puede existir resistencia y reserva en el manejo de la información utilizada.

Así, dicha planificación se consolida como un componente esencial para la gestión administrativa al integrar la visión organizacional con la toma de decisiones efectivas, cuyo impacto depende de la correcta aplicación de sus métodos y del compromiso de los actores involucrados. En conjunto, permite equilibrar los desafíos y beneficios, fortaleciendo la eficiencia y sostenibilidad institucional.

1.3. Factores que influyen en la competitividad de una empresa

Acorde a Almanza *et al.* (2019), la competitividad empresarial depende de múltiples factores interrelacionados que determinan la capacidad de una organización para mantenerse y destacar en el mercado. En este contexto, diversos elementos adquieren un papel decisivo en el logro de los objetivos corporativos, cuya adecuada gestión permite optimizar los recursos, fortalecer la eficiencia operativa y garantizar un crecimiento sostenible frente a los desafíos del entorno económico.

1.3.1. Planeación estratégica

Representa un proceso integral mediante el cual las organizaciones definen su rumbo a largo plazo, estableciendo objetivos claros y asignando los recursos necesarios para alcanzarlos. Este enfoque permite a la alta dirección anticipar escenarios, analizar el entorno y formular estrategias que fortalezcan su posición competitiva. Además, se fundamenta en la identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, lo que facilita una toma de decisiones coherente y orientada al logro de resultados.

Asimismo, requiere una estructura bien definida que incluya la creación de misión, visión, metas y planes de acción que guíen las operaciones empresariales. A través del seguimiento y la actualización constante de dichos planes, las organizaciones logran adaptarse a los cambios del entorno y optimizar su desempeño. En consecuencia, este proceso se convierte en una herramienta esencial para garantizar la continuidad y el crecimiento institucional de manera ordenada y eficaz.

1.3.2. Capital humano

Constituye el conjunto de conocimientos, habilidades y competencias que poseen las personas y que inciden directamente en la productividad y el desarrollo económico, cuyo valor radica en la capacidad de aplicar dichos recursos al entorno laboral, lo que favorece la innovación y la eficiencia organizacional. Bajo esta perspectiva, su fortalecimiento depende de la educación, la experiencia y la formación continua, elementos que permiten mejorar el desempeño y la competitividad empresarial.

En este contexto, la teoría del capital humano destaca la importancia de la formación general y específica como medios para potenciar la empleabilidad y el crecimiento profesional, por lo que el desarrollo del talento humano se convierte en un factor estratégico para la sostenibilidad y adaptación de las empresas frente a los cambios del entorno. Por ello, invertir en capital humano implica promover el aprendizaje permanente, la motivación y el compromiso como pilares del progreso económico.

1.3.3. Innovación

Entendida como la capacidad de introducir mejoras en productos, procesos o formas de distribución, la innovación permite a las organizaciones adaptarse eficazmente a los cambios del entorno y responder con flexibilidad ante nuevas demandas. Su efectividad depende del uso de herramientas y sistemas de gestión adecuados, los cuales garantizan que las ideas se transformen en resultados tangibles y sostenibles. Además, cuando se gestiona correctamente,

se convierte en una fuente constante de valor, diferenciación y ventaja competitiva frente a otras empresas.

Por otro lado, la innovación actúa como un mecanismo de respuesta ante las exigencias del mercado, asegurando la sostenibilidad, competitividad y permanencia de las organizaciones a largo plazo en entornos cada vez más dinámicos y globalizados. En este sentido, el papel del recurso humano resulta fundamental, ya que son las personas quienes generan, desarrollan y ejecutan las nuevas ideas que impulsan el cambio y fortalecen el crecimiento institucional. Por ello, los líderes empresariales deben fomentar una cultura organizacional sólida que estimule la creatividad, promueva la mejora continua, favorezca el aprendizaje constante y potencie el trabajo colaborativo.

1.3.4. Producción

La producción representa un pilar fundamental en la competitividad de las empresas, dado que integra procesos complejos que requieren eficiencia, planificación y el uso de herramientas modernas y tecnológicamente avanzadas. Bajo esta óptica, su correcta gestión permite optimizar recursos, mejorar la calidad y responder de manera oportuna a los cambios del entorno empresarial y del mercado global. Adicionalmente, una producción bien estructurada posibilita a las organizaciones alcanzar estándares más altos de productividad, sostenibilidad y rentabilidad a largo plazo, fortaleciendo su posición estratégica en el sector empresarial.

Además, la flexibilidad en los procesos productivos contribuye a que las empresas se adapten con rapidez a las variaciones de la demanda y a los factores externos imprevistos. En este sentido, la modernización tecnológica, la adecuada gestión de inventarios y el desarrollo de nuevos productos fortalecen la capacidad competitiva y la estabilidad operativa. Por tal motivo, invertir en innovación, certificaciones de calidad y capacitación continua del personal se convierte en una estrategia clave para consolidar su crecimiento sostenido en el mercado.

1.3.5. Sistemas de información

Constituyen un elemento esencial para la competitividad empresarial, debido a que facilitan la gestión eficiente de los recursos y la toma de decisiones estratégicas, cuya correcta implementación permite optimizar los procesos internos, mejorar la comunicación organizacional y fortalecer la capacidad de respuesta frente a los cambios del entorno. En adición a lo anterior, contribuyen a incrementar la productividad y la calidad en la prestación de bienes o servicios.

Asimismo, la adopción de tecnologías de información y comunicación impulsa la modernización de las organizaciones y amplía sus posibilidades de expansión en mercados nacionales e internacionales. En este contexto, contar con personal especializado y con planes de contingencia bien estructurados garantiza un mayor nivel de sistematización y control operativo. Por ello, la gestión tecnológica se convierte en un factor clave para el crecimiento sostenible y la ventaja competitiva.

1.3.6. Garantía de calidad

Comprende un conjunto de acciones planificadas y sistemáticas que aseguran el cumplimiento de los estándares establecidos en los sistemas de gestión, cuya aplicación permite generar confianza en los productos y servicios ofrecidos, fortaleciendo la credibilidad de las organizaciones. Bajo este punto de vista, contribuye a mantener la coherencia entre los procesos y los resultados esperados, algo que favorece la mejora continua e incrementa la satisfacción del cliente.

Por otra parte, la adopción de normas internacionales, como la ISO 9000, se ha convertido en una necesidad para las micro, pequeñas y medianas empresas que buscan acceder a mercados globales. En este sentido, la implementación de sistemas de calidad exige estrategias modernas de capacitación que alcancen a los emprendedores con menos recursos. Así, la certificación se consolida como un medio para impulsar la competitividad y generar mayores oportunidades de desarrollo.

De este modo, los diversos factores que intervienen en la competitividad empresarial actúan de forma complementaria al fortalecer la capacidad de adaptación y sostenibilidad de las organizaciones, cuya integración estratégica permite consolidar ventajas frente a los desafíos del entorno económico y tecnológico. En consecuencia, una gestión equilibrada de estos elementos garantiza el desarrollo continuo y el posicionamiento empresarial sólido en el mercado.

1.4. Gestión administrativa y compromiso organizacional

Durante las últimas décadas, se ha incrementado la atención hacia la conducta humana dentro del ámbito laboral, puesto que se ha reconocido de manera especial la relevancia que los trabajadores representan y del ambiente donde interactúan, considerando además su influencia directa en el progreso institucional y en la productividad organizacional. En este contexto, distintos estudios coinciden en que el comportamiento del individuo en el trabajo constituye un factor determinante para el desarrollo sostenible, equilibrado y estratégico de cualquier organización moderna (Anchelia-Gonzales *et al.*, 2021; Fonseca *et al.*, 2019).

Frente al incesante progreso tecnológico y la rápida expansión de la ciencia, resulta esencial que las instituciones tanto del sector público como privado dispongan de personal altamente comprometido y preparado que ofrezca soluciones pertinentes, innovadoras y sostenibles a los desafíos de un entorno globalizado, competitivo y cambiante. Este compromiso organizacional se ha transformado en un elemento decisivo para reducir problemáticas habituales, como el bajo desempeño, la ausencia laboral, la rotación y la deserción del personal (Moreno *et al.*, 2023).

En este sentido, el compromiso organizacional incluye dimensiones afectivas, de continuidad y normativas que representan el vínculo emocional, los costos percibidos de abandonar la organización y el deber moral hacia ella, cuyo enfoque teórico ha sido validado en diversos contextos públicos y privados, ofreciendo una base consistente y rigurosa para analizar la motivación, la lealtad y la fidelidad del personal. A su vez, la gestión administrativa se concibe como la coordinación estratégica de recursos mediante la planificación, organi-

zación, dirección y control para alcanzar los fines institucionales con eficacia, coherencia y compromiso (Moreno-Menéndez *et al.*, 2025).

Por consiguiente, el compromiso organizacional se interpreta como un lazo que se produce entre la empresa y sus empleados, y que es valorado desde la perspectiva del trabajador porque le otorga seguridad, satisfacción y sentido de pertenencia. Adicionalmente, le permite proyectar estabilidad, confianza y beneficios futuros, convirtiéndose en un motor constante que impulsa al individuo a mantener su esfuerzo para alcanzar objetivos a largo plazo. Por tal motivo, fomentar un compromiso sólido y consciente es esencial para garantizar una gestión administrativa eficiente y sostenible dentro del entorno laboral (Pillco, 2023).

1.4.1. Beneficios del compromiso organizacional

Para investigadores como Coronado-Guzmán (2020), el compromiso organizacional representa un componente esencial para el desarrollo sostenible de las instituciones, ya que impulsa la productividad y la cohesión interna, influyendo directamente en la conducta y desempeño de los empleados, y favoreciendo la implicación, la innovación y el aprendizaje continuo. Además, fortalece la cultura organizacional al promover actitudes positivas hacia el trabajo y generar entornos laborales más colaborativos.

a. Implicación en el puesto. Refleja una decisión consciente del trabajador de comprometerse con su organización, identificándose con sus funciones y con el propósito institucional, lo que genera resultados positivos y mayor productividad. Cuando los empleados poseen un compromiso elevado, se involucran activamente en las tareas y procesos, mientras que los menos comprometidos trabajan por obligación.

b. Engagement. Entendido como una actitud positiva y entusiasta hacia el trabajo, fortaleciendo la energía y dedicación de los empleados. Dentro de este escenario, el liderazgo influye directamente de este proceso al fomentar el compromiso afectivo, el cual se convierte en un elemento clave para generar mayor motivación y conexión emocional en el entorno laboral.

c. Ciudadanía organizacional. Son comportamientos voluntarios que mejoran el ambiente de trabajo y el funcionamiento institucional, sin ser parte formal del puesto. Dichas acciones se derivan del compromiso afectivo, pues los empleados que perciben apoyo organizacional tienden a corresponder con conductas proactivas y colaborativas, beneficiando la convivencia y eficacia general.

d. Orientación al trabajo. Recurso estratégico que potencia la competitividad, por lo que las organizaciones comprometidas fomentan la adquisición, el uso y la transferencia del saber. Los empleados comprometidos fortalecen la memoria institucional y la innovación al compartir experiencias, lo que convierte al compromiso en un factor decisivo para sostener la orientación al aprendizaje dentro de la empresa.

e. Innovación. Posee una relación ambivalente con el compromiso organizacional, ya que puede fomentar la calidad y la mejora continua, pero limitar la creatividad por exceso de apego a normas. Sin embargo, cuando se combina un compromiso afectivo con un liderazgo participativo, se crean condiciones propicias para la generación de ideas nuevas y el desarrollo de iniciativas innovadoras.

f. Permanencia en la empresa. Se refiere a la decisión de permanecer en la empresa, reduciendo la rotación y fortaleciendo la estabilidad laboral. Los colaboradores comprometidos aportan experiencia, calidad en el servicio y sentido de pertenencia, lo que contribuye al desarrollo sostenido de la organización y a la construcción de relaciones laborales duraderas y sobre todo productivas.

g. Desempeño. Señala que los empleados con mayor compromiso se esfuerzan más por alcanzar los objetivos institucionales y contagian esta actitud hacia sus demás compañeros. Esta relación es recíproca, pues el reconocimiento de la empresa incrementa el compromiso; así, el componente afectivo es el más determinante en la mejora del rendimiento organizacional.

h. Inteligencia emocional. Influida por los tres tipos de compromiso: afectivo, normativo y de continuidad, los cuales fortalecen la estabilidad personal y la capacidad para afrontar los retos laborales. Sin embargo, un exce-

so de compromiso afectivo puede disminuir el control emocional, mientras que el normativo favorece la autorregulación y la adaptación ante situaciones complejas.

i. Profesionalismo. Surge cuando los trabajadores se sienten identificados y comprometidos con los objetivos de la institución y valorados dentro de su entorno laboral. En consecuencia, esta conexión impulsa la motivación, la lealtad y la eficacia, favoreciendo un clima de crecimiento profesional y un desempeño con mayor eficiencia respecto a las tareas y actividades asignadas.

j. Manejo de estrés. Depende en gran medida de la percepción que el empleado tenga sobre las demandas laborales, considerándolas como un desafío más que como una amenaza. En este sentido, cuando existe equilibrio entre presión y bienestar, resulta factible alcanzar la estabilidad emocional y el sentido de pertenencia, evitando el agotamiento derivado del sobreinvolucramiento.

De esta forma, el compromiso organizacional se consolida como un elemento determinante para el fortalecimiento del talento humano y la sostenibilidad institucional, al incidir en diversos aspectos del comportamiento laboral, cuya adecuada gestión permite construir entornos más estables y productivos. Asimismo, favorece la adaptación al cambio y la consolidación de una cultura organizacional sólida, donde prevalecen la motivación, la confianza y el sentido de pertenencia, generando un impacto positivo en el desarrollo integral de la organización (Coronado-Guzmán *et al.*, 2020).

1.5. Gestión administrativa y crecimiento empresarial

En los últimos años, las variaciones económicas, políticas, sociales, culturales, tecnológicas, ambientales y sanitarias a nivel global han modificado significativamente la manera en que los empresarios gestionan y desarrollan sus negocios. Estos cambios han exigido replantear estrategias, objetivos y métodos de trabajo para ajustarse a las nuevas dinámicas del mercado y a las expectativas cambiantes de los consumidores. En consecuencia, la adaptación y la innovación se han convertido en factores esenciales para la sostenibilidad empresarial (Barzola-Parrales *et al.*, 2025).

Bajo este punto de vista, la gestión administrativa establece una estructura que facilita la planificación, dirección y control de las operaciones corporativas, lo que asegura la coordinación y efectividad en cada proceso. Asimismo, contribuye al fortalecimiento del crecimiento empresarial mediante la distribución adecuada de recursos y la detección de oportunidades que impulsen la expansión organizacional (Parrales et al., 2022). A su vez, impulsa la adquisición de nuevas habilidades y competencias dentro del personal, promoviendo la inversión en innovación, tecnología y alianzas estratégicas. De esta manera, la gestión eficiente se convierte en un pilar para alcanzar el progreso y la permanencia organizacional (Zaruma-Pincay et al., 2022).

En este sentido, dentro del crecimiento empresarial, la relevancia de la gestión administrativa radica en el dominio integral y actualizado de los principios de administración, que orientan hacia la eficiencia, la eficacia y la rentabilidad sostenible. Dicho conocimiento permite dirigir correctamente los procesos internos, sin importar el tamaño o el tipo de empresa, garantizando un manejo adecuado de los recursos, una toma de decisiones acertada y una mejora continua de los resultados. Por ende, es menester aplicar estrategias de optimización y adaptación constante para perfeccionar las prácticas de gestión en función del entorno empresarial (Ramírez *et al.*, 2017).

Como resultado, el proceso administrativo ha adquirido una relevancia determinante en la consolidación del crecimiento empresarial, abarcando todo tipo de instituciones sin distinción de tamaño, sector o actividad económica, cuya correcta aplicación permite mantener la competitividad, la estabilidad y la capacidad de innovación frente a los retos del entorno globalizado. Por lo tanto, constituye una herramienta esencial para el fortalecimiento del desarrollo organizacional, la creación de valor y la mejora del desempeño institucional (Barzola-Parrales *et al.*, 2025).

1.5.1. Habilidades gerenciales para una buena gestión administrativa

De acuerdo con Carhuanchó *et al.* (2019), a mediados de 1990, Robert Lee Katz propuso un modelo que identifica las habilidades esenciales que todo administrador debe desarrollar para lograr una gestión efectiva, las cuales com-

prenden las capacidades técnicas, personales y conceptuales, que permiten coordinar de manera eficiente los recursos y dirigir adecuadamente al equipo de trabajo. Bajo esta perspectiva, dicho enfoque busca fortalecer la toma de decisiones estratégicas y la adaptación organizacional frente a los desafíos del entorno empresarial.

a. Habilidades técnicas. Comprenden el dominio de métodos, herramientas y procedimientos específicos que permiten ejecutar con eficacia las tareas propias de un área determinada. Estas se adquieren mediante la formación y la experiencia práctica, garantizando precisión en la operación y resolución de problemas concretos. Asimismo, facilitan la aplicación de conocimientos especializados que contribuyen al cumplimiento de los objetivos organizacionales y a la eficiencia en los procesos internos.

b. Habilidades personales. También denominadas “humanas”, aluden a la capacidad del individuo para interactuar de manera efectiva con los demás dentro del entorno laboral. Implican empatía, comunicación asertiva y liderazgo, elementos que fortalecen la cooperación y el trabajo en equipo. De igual manera, favorecen la creación de un clima organizacional positivo, promoviendo la motivación y el sentido de pertenencia entre los colaboradores.

c. Habilidades conceptuales. Relacionadas con la aptitud para comprender la organización de manera integral, analizando las interrelaciones entre sus distintas áreas y los efectos de las decisiones estratégicas. Este tipo de habilidad permite anticipar problemas, formular estrategias y orientar los esfuerzos hacia el logro de metas globales. Por tal motivo, resulta esencial en los niveles directivos, donde se requiere una visión sistémica y una gestión basada en la planificación y el análisis.

De esta manera, el desarrollo equilibrado de estas habilidades permite a los administradores responder con eficacia a las exigencias del entorno organizacional y garantizar una gestión coherente y orientada a los resultados, pues no solo optimizan el desempeño individual, sino que fortalecen la capacidad colectiva de la empresa para innovar y adaptarse a los cambios. En conjunto, son la base para una administración moderna, eficiente y centrada en la mejora continua (Carhuancho *et al.*, 2019).

1.5.2. Razones para necesitar una adecuada gestión administrativa

Para Peña *et al.* (2022), la gestión administrativa constituye un pilar esencial para el funcionamiento eficiente de toda organización, cuya adecuada implementación contribuye a fortalecer la estructura interna y mejorar la capacidad de respuesta frente a los desafíos del entorno empresarial. Por ello, resulta indispensable comprender las diversas razones que justifican la necesidad de una gestión administrativa efectiva dentro de las empresas modernas.

a. Mantener las ganancias empresariales. La gestión administrativa permite conservar la estabilidad económica de la organización al promover un control eficiente de los gastos y una adecuada planificación financiera, lo que impulsa la reducción de pérdidas y mejora el rendimiento global. Así, se garantiza un crecimiento sostenible y una administración responsable de los recursos empresariales.

b. Evitar duplicidades y errores. Una gestión administrativa ordenada es capaz de centralizar la información relevante y fortalecer la coordinación interna, evitando la duplicidad de tareas y la confusión entre las diversas áreas de trabajo. En consecuencia, se optimiza el uso de los recursos disponibles y se asegura una mayor precisión en cada proceso operativo.

c. Alcanzar los objetivos empresariales. Una buena gestión administrativa orienta los esfuerzos hacia metas claras y alcanzables dentro de la empresa, fomentando la eficiencia en los procedimientos y la toma de decisiones estratégicas. De esta manera, la organización incrementa su productividad, mejora su competitividad y consolida su posición dentro del mercado actual.

d. Incrementar la satisfacción de los clientes y empleados. La gestión administrativa favorece la eficiencia operativa, lo cual permite una mejor atención a los clientes y fortalece la comunicación con los trabajadores, quienes perciben mayor valoración. Como resultado de ello, ambos grupos experimentan satisfacción, compromiso y un vínculo más sólido con la empresa.

Así, una adecuada gestión administrativa se convierte en un elemento determinante para asegurar la estabilidad y el progreso de cualquier organiza-

ción, ya que integra los recursos humanos, financieros y materiales de manera coherente, posibilitando una visión estratégica que facilita la adaptación a los cambios y decisiones oportunas. En este sentido, su correcta aplicación contribuye al fortalecimiento institucional y a la consolidación del éxito empresarial a largo plazo.

CAPÍTULO II

NOCIONES ESENCIALES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

La calidad del servicio se ha convertido en un elemento decisivo para la competitividad de las organizaciones, ya que determina la percepción y satisfacción del cliente frente a los productos o servicios ofrecidos. En un entorno cada vez más exigente, las empresas buscan no solo cumplir con las expectativas del consumidor, sino superarlas mediante la excelencia en la atención. De esta manera, comprender los fundamentos que sustentan la calidad del servicio constituye un aspecto esencial para consolidar relaciones duraderas y fortalecer la imagen corporativa.

En este contexto, el análisis de los elementos y características que componen la calidad del servicio permite identificar los factores que influyen en la experiencia del cliente. Así, aspectos como la fiabilidad, la capacidad de respuesta o la empatía contribuyen significativamente a la valoración positiva del usuario, asimismo, orientan a las organizaciones hacia la mejora continua, garantizando procesos eficientes y coherentes con las demandas del mercado. Por tanto, conocer y aplicar estos principios resulta indispensable para lograr un servicio diferenciado.

Adicionalmente, los modelos de evaluación, como SERVQUAL y SERVPERF, otorgan herramientas precisas y objetivas para medir y analizar la percepción del cliente en relación con la calidad ofrecida, puesto que constituyen metodologías que facilitan la identificación de fortalezas y oportunidades de mejora, promoviendo la implementación de estrategias más efectivas y sostenibles. A través de este enfoque integral, las empresas pueden diseñar acciones que impulsen la satisfacción y consoliden la confianza del consumidor. Por consiguiente, la evaluación sistemática se convierte en un recurso clave y permanente para la gestión de la calidad.

Por último, la calidad del servicio está estrechamente relacionada con la fidelización del cliente, dado que una atención adecuada influye directamente en su lealtad hacia la marca. En este sentido, el trabajador desempeña un rol clave, pues su actitud, compromiso y empatía son determinantes en la experiencia del usuario. Por ello, cuando la organización prioriza la satisfacción del cliente y valora el capital humano, logra establecer vínculos duraderos que garantizan su permanencia en el mercado, convirtiendo la calidad del servicio en el eje de sostenibilidad empresarial.

2.1. Fundamentos de la calidad del servicio

El entorno global ha experimentado transformaciones notables en los últimos años, lo que ha modificado las expectativas, preferencias y demandas de los usuarios de servicios en distintos sectores. En este contexto, hablar de servicios implica abordar un conjunto de acciones —principalmente intangibles y de alta complejidad—, cuya valoración resulta difícil debido a su naturaleza no física y variable. Sin embargo, aunque un servicio no puede observarse directamente, sí puede percibirse, experimentarse y sentirse, por lo que su evaluación depende de la percepción individual, la experiencia previa y los criterios subjetivos que adopte cada usuario (Izquierdo, 2021).

En este sentido, la calidad del servicio se convierte en un elemento clave para las organizaciones que buscan destacarse frente a la competencia, alcanzar posicionamiento y mantener su sostenibilidad. Además, representa la base del desarrollo tanto de entidades públicas como privadas, al responder a las exigencias de los clientes que valoran la atención personalizada, la eficiencia en la prestación del servicio, el confort, la seguridad y la empatía. Por ello, las empresas deben garantizar experiencias satisfactorias que fortalezcan la fidelización del cliente y contribuyan al reconocimiento y credibilidad institucional (Izquierdo, 2021; Reyes-Zavala y Veliz-Valencia, 2021).

La calidad del servicio al cliente puede entenderse como una apreciación del consumidor respecto a la eficacia, confiabilidad y coherencia del servicio recibido. Este concepto implica la eliminación de errores, la estandarización de procesos y la búsqueda de la excelencia como norma compartida por toda la

organización. Por lo tanto, constituye una filosofía que debe interiorizarse en todos los niveles jerárquicos, desde la alta dirección hasta el personal operativo, promoviendo una cultura de mejora continua, compromiso, responsabilidad y orientación hacia el cliente (Shi y Shang, 2020; Yoon y Cha, 2020).

Por lo tanto, la calidad del servicio trasciende el producto tangible y se consolida como una herramienta estratégica fundamental para la gestión empresarial moderna, cuya adecuada aplicación permite fortalecer la competitividad organizacional, optimizar los procesos internos y aumentar la confianza y lealtad del mercado objetivo. Así, dicha calidad se ha convertido en un valor universal, ético y sostenible que orienta las prácticas empresariales hacia la excelencia, al tiempo que contribuye a perfeccionar los activos intangibles, incrementar la productividad y prevenir errores en toda la cadena productiva (Burgos y Morocho, 2020; Flores *et al.*, 2022).

2.1.1. Elementos básicos de la calidad del servicio

Como sostienen Rojas-Martínez et al. (2020), la calidad del servicio se fundamenta en diversos elementos que permiten comprender cómo las organizaciones logran satisfacer y fidelizar a sus clientes, destacándose las necesidades y expectativas del cliente como aspectos que orientan la percepción del usuario respecto al valor recibido. Este enfoque implica reconocer que cada persona interpreta el servicio según su experiencia y contexto, por lo que la gestión empresarial debe adaptarse a dichas percepciones. En tal sentido, analizar estos componentes resulta esencial para garantizar una atención eficiente, coherente y alineada con las demandas del mercado actual.

a. Necesidades del cliente. Una necesidad surge cuando puede ser satisfecha, y se intensifica cuando se torna lo bastante fuerte como para impulsar a un individuo a buscar su cumplimiento, por lo que se considera una fuerza interna que motiva a actuar para lograr la satisfacción. En este contexto, se considera como organizaciones realmente exitosas a aquellas que logran ofrecer el servicio esperado o superar las expectativas del cliente, aplicando el principio de la total satisfacción, que consiste en resolver sus problemas,

atender sus necesidades y otorgarle una experiencia percibida como de verdadera calidad y valor.

b. Expectativas del cliente. Representan lo que una persona espera recibir según su realidad, experiencias previas o entorno, por lo que pueden entenderse como una esperanza o proyección del servicio que desea obtener, reconociendo que los consumidores poseen distintos niveles de expectativas. En este sentido, se distinguen dos niveles de expectativas: el servicio deseado, que refleja lo que el cliente considera ideal, y el servicio adecuado, que corresponde al nivel mínimo que acepta como satisfactorio. Este último se encuentra influido por factores circunstanciales de corto plazo que varían con mayor facilidad que aquellos que determinan el servicio deseado.

De este modo, comprender los elementos básicos de la calidad del servicio permite a las organizaciones fortalecer su vínculo con el cliente y optimizar sus estrategias de atención. Como resultado, la integración de las necesidades y expectativas en la gestión empresarial favorece la creación de experiencias más personalizadas y satisfactorias, consolidando la lealtad del consumidor. Por ello, la calidad del servicio no solamente se mide por la eficiencia operativa, sino por la capacidad de generar confianza, valor y una percepción positiva en cada interacción (Rojas-Martínez et al., 2020).

2.1.2. Características para mejorar la calidad del servicio

Peña *et al.* (2022) indican que las características que fortalecen la calidad del servicio son pilares fundamentales para alcanzar la satisfacción y fidelización del cliente, ya que influyen directamente en la percepción de valor y confianza hacia la organización. En este sentido, cada atributo orienta las acciones del personal hacia una atención más eficiente, empática y personalizada.

a. Mostrar empatía. Permite comprender y atender las emociones, necesidades y expectativas del cliente desde su propia perspectiva. Por ello, al promover una atención más humana y cercana, se fortalece la confianza, se mejora la experiencia del usuario y se fomenta una relación duradera basada en la satisfacción y la lealtad.

b. Agilidad del servicio. Se refiere a un factor clave para generar una experiencia positiva, pues los clientes valoran la rapidez y eficiencia en la resolución de sus demandas. En consecuencia, las organizaciones deben implementar herramientas tecnológicas y procesos simplificados que les permitan responder con inmediatez.

c. Experiencia personalizada. Implica adaptar la atención a las preferencias, intereses y antecedentes de cada cliente, reconociendo su individualidad. Así, se logra ofrecer experiencias únicas que generan satisfacción, fidelidad y un sentido de exclusividad, convirtiéndose en un elemento diferenciador dentro del mercado.

d. Servicio humanizado. Busca equilibrar la calidez del trato personal con la eficiencia de los sistemas automatizados, garantizando una atención más empática y efectiva. De esta manera, el cliente percibe una comunicación genuina y cercana, lo que refuerza su confianza en la organización y construye relaciones más sólidas.

e. Anticipar problemas y tornarlos como oportunidades. Implica identificar posibles dificultades antes de que afecten la experiencia del cliente. Así, convertir los errores o reclamos en oportunidades de aprendizaje fortalece la reputación organizacional y refuerza la confianza del consumidor en la calidad del servicio brindado.

De esta forma, el fortalecimiento de tales características permite a las organizaciones ofrecer un servicio integral que combine eficiencia, empatía y personalización, elementos indispensables para destacar en entornos competitivos. Asimismo, la aplicación coherente de estas prácticas genera experiencias positivas y sostenibles que consolidan la confianza del cliente, convirtiendo la calidad del servicio en un valor estratégico que impulsa el crecimiento y la reputación institucional.

2.2. Modelos de evaluación de la calidad del servicio

La evaluación de la calidad constituye un elemento esencial dentro de los procesos organizacionales, ya que busca garantizar la satisfacción de los usuarios y la atención oportuna a sus requerimientos. En este sentido, se convierte

en un indicador estratégico que orienta las acciones hacia la mejora continua de los resultados en la prestación del servicio, fortaleciendo la eficiencia y confianza institucional. Asimismo, abarca factores como los recursos, el tiempo y la movilidad, que al ser optimizados generan un impacto positivo y sostenible en la atención otorgada (Silva *et al.*, 2025).

Entre los principales instrumentos utilizados para medir la calidad del servicio destaca el modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, el cual inicialmente consideró diez dimensiones que posteriormente se redujeron a cinco (Fatima *et al.*, 2019). Dichas dimensiones se centran en la confianza, responsabilidad, seguridad, empatía y aspectos tangibles como las instalaciones físicas, el equipo y el material informativo, empleando un cuestionario tipo Likert con 22 ítems para evaluar la percepción de los usuarios. Este modelo cuenta con amplia validez y confiabilidad respaldada por más de dos décadas, consolidándose como una herramienta útil para instituciones de diversos sectores (Silva *et al.*, 2025).

Otro de los instrumentos es el modelo SERVPERF, propuesto por Cronin y Taylor, que se enfoca únicamente en la percepción del desempeño del servicio, valorando directamente la calidad experimentada por el consumidor. Sostiene que una mayor calidad percibida se traduce en mejores resultados, utilizando la misma estructura del SERVQUAL, pero con adaptaciones en sus instrumentos (Silva *et al.*, 2025). Este modelo aplica un total de 22 ítems distribuidos en las mismas dimensiones, caracterizándose por ser más breve, predecir con mayor precisión la satisfacción del usuario y facilitar el análisis e interpretación de los resultados (Akdere *et al.*, 2020).

En consecuencia, la aplicación de tales modelos permite a las organizaciones contar con herramientas objetivas, confiables y precisas para identificar fortalezas y áreas de mejora en la prestación del servicio. A través de su uso, es posible optimizar procesos internos, elevar los estándares de atención y fortalecer la percepción de calidad en los usuarios de manera sostenible. De igual forma, ambos modelos contribuyen significativamente a la toma de decisiones estratégicas orientadas a la satisfacción del cliente, consolidando así la eficiencia, innovación y competitividad institucional en entornos cada vez más exigentes y cambiantes (Silva *et al.*, 2025).

2.2.1. Modelo SERVQUAL

De acuerdo con Parasuraman *et al.* (1990), el modelo SERVQUAL constituye un instrumento diseñado para medir cuantitativamente la calidad del servicio, permitiendo identificar y comparar las percepciones y expectativas de los clientes mediante encuestas estructuradas. Inicialmente integró diez dimensiones, pero tras diversos estudios y análisis estadísticos fueron consolidadas en cinco dimensiones esenciales que representan la calidad percibida en el servicio.

a. Fiabilidad. Es la capacidad del servicio para cumplir lo prometido según las expectativas del cliente, garantizando coherencia entre lo ofrecido y lo recibido. Evalúa el grado en que la organización demuestra consistencia y precisión en sus compromisos, fortaleciendo la confianza.

b. Capacidad de respuesta. Se refiere a la disposición de los empleados para atender de manera rápida y efectiva las solicitudes esperadas por el usuario. Se orienta a medir la prontitud y voluntad del personal frente a los requerimientos planteados, superando o igualando las expectativas iniciales.

c. Seguridad. Se trata del grado de confianza que el cliente percibe frente a la atención prometida, considerando la experiencia, cortesía y competencia del personal. Evalúa si el servicio genera la seguridad anticipada antes de su recepción, reduciendo la incertidumbre del usuario.

d. Empatía. Implica el interés y comprensión mostrados hacia las necesidades individuales del cliente para ofrecer la atención esperada en cada interacción. Además, mide la sensibilidad del personal para adaptar el servicio a las expectativas personales y emocionales de los usuarios.

e. Tangibilidad. Se trata de los aspectos físicos que respaldan las expectativas del cliente sobre la calidad del servicio, tales como instalaciones, equipamiento o presentación. A su vez, valora si los elementos visibles cumplen adecuadamente con la imagen anticipada que el usuario espera encontrar.

De esta manera, la aplicación de este modelo permite a las organizaciones identificar brechas entre las expectativas y percepciones de los clientes, facilitando la implementación de estrategias de mejora continua. En este sen-

tido, se fortalece la confianza, se optimizan los procesos internos y se promueve un servicio más consistente y coherente que garantiza la satisfacción del usuario.

2.2.2. Modelo SERVPERF

Como sostienen Cronin y Taylor (1992), el modelo SERVPERF se enfoca exclusivamente en medir la percepción real del desempeño del servicio, sin considerar las expectativas del cliente, lo que permite un análisis más objetivo. Este instrumento, basado también en cinco dimensiones interrelacionadas, busca evaluar la experiencia efectiva del usuario, proporcionando resultados más directos, coherentes y precisos sobre la calidad percibida en distintos contextos organizacionales.

a. Fiabilidad. Alude a la precisión con que el servicio realmente se ejecuta y cumple lo ofrecido, sin compararlo con expectativas previas. Evalúa el desempeño efectivo que percibe el cliente tras experimentar el servicio y la consistencia en los resultados que ha obtenido.

b. Capacidad de respuesta. Alude a la rapidez y eficacia con que se atienden las solicitudes de los usuarios durante la prestación del servicio. Además, mide la habilidad real del personal para actuar con agilidad, resolver inquietudes y mantener la fluidez operativa percibida por el usuario.

c. Seguridad. Se refiere al sentimiento de confianza que genera el desempeño profesional del personal en la práctica. Considera la percepción inmediata de competencia, seriedad y conocimiento mostrados durante la interacción, sin tomar en cuenta expectativas previas al servicio.

d. Empatía. Alude al trato personalizado que el cliente experimenta al recibir el servicio, evaluando la cercanía, atención y comprensión mostradas por el personal. Se encuentra direccionada hacia cómo estas acciones influyen en la satisfacción percibida e inmediata tras la experiencia.

e. Tangibilidad. Alude a los elementos físicos que son posibles de observar directamente por el cliente durante la prestación del servicio, tales como equipos, instalaciones o materiales. Asimismo, evalúa la apariencia real y la impresión visual que transmite la calidad percibida de la organización.

Así, este modelo proporciona una evaluación directa del desempeño real del servicio, lo que posibilita la detección de fortalezas y áreas de mejora basadas en la experiencia efectiva del cliente. En consecuencia, las organizaciones pueden ajustar sus procesos y prácticas de atención, incrementando la eficiencia operativa y consolidando la percepción de calidad para los usuarios.

2.3. Estrategias para optimizar la calidad del servicio

La optimización de la calidad del servicio requiere un enfoque integral que promueva la mejora continua y la eficiencia en cada proceso desarrollado dentro de la organización. Para lograrlo, es fundamental aplicar metodologías y estándares que garanticen una atención coherente, personalizada y orientada a las expectativas del usuario. En este sentido, la adopción de modelos de gestión adecuados permite elevar los niveles de calidad, fortalecer la satisfacción del cliente y consolidar una reputación institucional basada en la excelencia y la confianza (Vite et al., 2018).

Santa *et al.* (2020) acotan que las estrategias en la mejora de la calidad del servicio constituyen herramientas modulares para fortalecer la competitividad, optimizar los resultados y consolidar la percepción positiva de los usuarios. Asimismo, permiten gestionar de manera eficiente cada interacción con el cliente, asegurando consistencia, seguridad, empatía y una atención personalizada que genere confianza. De igual forma, facilitan la implementación de procesos estandarizados y mejoras continuas en todas las áreas operativas, promoviendo la fidelización del cliente, la innovación constante y el fortalecimiento de la reputación institucional.

2.3.1. Estrategia de fiabilidad

Mediante esta estrategia se garantiza que los servicios ofrecidos cumplan de manera consistente con lo prometido, generando confianza, credibilidad y percepción positiva en los usuarios. Así, se vuelve fundamental estandarizar procesos, implementar controles estrictos y mantener un seguimiento

continuo de cada actividad. Además, al implementar asesoramiento personalizado, retroalimentación constante y mecanismos de control efectivo, se logra fortalecer la satisfacción del cliente y mejorar significativamente la percepción general de la calidad ofrecida.

2.3.2. Estrategia de capacidad de respuesta

Alude a ofrecer servicios ágiles, eficientes y orientados a las necesidades del cliente, priorizando la prontitud en la atención, la resolución de problemas y la coordinación interna, asegurando procesos fluidos y comunicación constante. De esta manera, se refuerza la comunicación constante con el usuario, y se garantiza que perciba un servicio comprometido, confiable y alineado con sus requerimientos; esto aumenta la eficiencia y mejora la experiencia completa del cliente durante toda la interacción, generando además percepción positiva y fidelización continua.

2.3.3. Estrategia de seguridad

Implica crear un entorno confiable, seguro y protegido, donde el cliente perciba resguardo de su bienestar, patrimonio y comodidad, incluyendo instalaciones adecuadas, señalización, equipos confiables y protocolos actualizados. Así, la implementación de protocolos claros, supervisión profesional, personal capacitado y atención especializada fortalece la confianza del usuario, contribuye a la fidelización y minimiza riesgos durante la prestación de cada servicio en distintos contextos organizacionales, promoviendo además seguridad integral y tranquilidad constante.

2.3.4. Estrategia de empatía

Alude a ofrecer un trato cercano, comprensivo y humano, atendiendo las necesidades, emociones y expectativas individuales de cada cliente de manera amable, personalizada y dedicada, fomentando interacción efectiva y cordialidad. Por ello, la disposición del personal para orientar, apoyar y escuchar activamente al usuario mejora la percepción de cuidado, genera confianza, promueve

relaciones duraderas y fortalece la lealtad, consolidando así la reputación de la organización en mercados altamente competitivos, generando satisfacción sostenida y recomendación positiva.

2.3.5. Estrategia de tangibilidad

Se trata de proporcionar un entorno físico atractivo, funcional y cómodo, que respalde la percepción de calidad del servicio, incluyendo instalaciones modernas, equipos adecuados, materiales informativos visibles y elementos visuales de referencia. Además, al complementar con servicios adicionales, decoraciones apropiadas, buena iluminación, ventilación y elementos de presentación, se refuerza la impresión positiva del cliente, aumentando su satisfacción, confianza y percepción de excelencia en la atención, lo que genera fidelidad y percepción profesional del servicio.

De este modo, la aplicación de estrategias orientadas a la optimización de la calidad del servicio permite a las organizaciones consolidar procesos más eficientes y coherentes con las expectativas del usuario. Del mismo modo, facilita la adaptación a cambios en el mercado y la implementación de mejoras continuas que incrementan la satisfacción y la confianza del cliente. Finalmente, contribuye a fortalecer la imagen institucional y generar ventajas competitivas sostenibles, promoviendo relaciones duraderas y fidelización (Santa *et al.*, 2020).

2.4. Calidad del servicio y satisfacción del cliente

La comprensión y el análisis de las expectativas de los clientes, así como la manera en que las organizaciones pueden orientar sus esfuerzos para satisfacerlas eficazmente, se han convertido en aspectos fundamentales para el éxito empresarial. Este interés surge debido a las necesidades y deseos de los consumidores que determinan la dirección estratégica, la innovación y la adaptación constante de las compañías frente a la competencia. Por ello, comprender al cliente, anticiparse a sus requerimientos y adaptar los servicios a sus demandas se ha tornado en una prioridad competitiva esencial dentro del ámbito empresarial moderno (Malpartida-Meza *et al.*, 2022).

En este sentido, la satisfacción del cliente se define como la valoración personal, emocional y cognitiva que este realiza al comparar el servicio recibido con sus expectativas, necesidades y experiencias previas, lo cual es un proceso cambiante, subjetivo y contextual. Aquí, la experiencia del usuario juega un papel determinante, ya que permite confirmar, modificar o reforzar sus percepciones sobre la empresa y sus productos. Por ende, la satisfacción representa una respuesta emocional que surge después del consumo y que influye directamente en su fidelización hacia la marca (Sebai, 2021).

Asimismo, la globalización ha impulsado a las empresas a adoptar modelos orientados en la excelencia del servicio y la mejora continua. De esta manera, la incorporación de prácticas basadas en la filosofía japonesa ha promovido una cultura organizacional de innovación, eficiencia y compromiso con la calidad en todos los niveles. Por otro lado, el rápido crecimiento urbano y las regulaciones gubernamentales han obligado a las organizaciones a diseñar estrategias alineadas con las normas establecidas para satisfacer a un consumidor cada vez más informado, crítico, exigente y con mayores expectativas de valor (Malpartida-Meza *et al.*, 2022).

Por consiguiente, las empresas actuales deben distinguirse por su compromiso sólido y permanente con la calidad del servicio para convertir la atención al cliente en un eje central de su estrategia de gestión. En este contexto, es preciso invertir de manera constante en la capacitación técnica, emocional y comunicativa de su personal para fortalecer la cultura de atención y mejorar la experiencia del usuario. Así, dentro del entorno competitivo global, la calidad del servicio se consolida como un factor esencial para alcanzar sostenibilidad, liderazgo, rentabilidad y responsabilidad ambiental en el mercado contemporáneo (Salas-Canales, 2021).

2.4.1. Importancia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente

La calidad del servicio al cliente constituye un factor decisivo para alcanzar la satisfacción del consumidor, ya que permite que las organizaciones ofrezcan experiencias positivas que superen las expectativas y generen confianza. En este sentido, cuando las empresas priorizan la calidad en sus procesos

y atención, logran posicionarse de manera sólida en el mercado y fortalecer su reputación. En consecuencia, un servicio eficiente y personalizado no solamente atiende las necesidades del cliente, sino que fomenta su lealtad y preferencia hacia la marca, consolidando una relación duradera basada en la credibilidad y el valor percibido (García, 2016).

En la actualidad, la satisfacción del cliente se ha convertido en el principal indicador del éxito empresarial, puesto que refleja la efectividad del servicio y la capacidad de la organización para adaptarse a sus expectativas. Cada interacción con el consumidor representa una oportunidad para reafirmar su percepción sobre la calidad ofrecida, lo que influye directamente en su decisión de recompra y recomendación. Por ello, las empresas que buscan destacar deben garantizar un servicio coherente, cálido y oportuno desde el primer contacto, logrando así que la satisfacción del cliente se transforme en una ventaja competitiva sostenible (Jejen, 2021).

Sin embargo, todavía existen organizaciones que no reconocen la relación directa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, ya que mantienen enfoques tradicionales centrados únicamente en los resultados económicos. Esta visión limitada provoca deficiencias en la gestión y pérdida de oportunidades de mejora, además de generar experiencias insatisfactorias que deterioran la imagen de la empresa. Por tal motivo, resulta importante comprender que la inversión en calidad no constituye un gasto, sino una estrategia preventiva que evita errores costosos y fortalece la percepción positiva del consumidor (García, 2016).

Como resultado, la calidad del servicio constituye la base sobre la cual se edifica la satisfacción del cliente, ya que determina la forma en que este valora su experiencia con la organización. Un servicio de excelencia impulsa la fidelización, mejora la competitividad y promueve el crecimiento sostenido de la empresa en mercados cada vez más exigentes. Así, la verdadera importancia de la calidad radica en su capacidad para generar bienestar, confianza y reconocimiento, convirtiéndose en el elemento clave que garantiza el éxito y la permanencia de las organizaciones (Jejen, 2021).

2.4.2. Principios de la gestión de la calidad para la satisfacción del cliente

La gestión de la calidad se sustenta en un conjunto de principios que orientan a las organizaciones hacia la mejora continua y la satisfacción del cliente (ISO, 2015). En este sentido, dichos lineamientos proporcionan una base sólida para el desarrollo de estrategias eficaces, ya que promueven la coherencia entre los objetivos institucionales y las expectativas del consumidor.

a. Enfoque al cliente. Se orienta a comprender y satisfacer las necesidades del cliente, por lo que la organización debe anticiparse a sus expectativas y esforzarse continuamente por superarlas para asegurar su satisfacción y lealtad.

b. Liderazgo. Se centra en la capacidad de los líderes para establecer una dirección clara y coherente, de modo que fomenten una cultura organizacional basada en la calidad y orientada al cumplimiento de los objetivos del cliente.

c. Compromiso de las personas. Reconoce que el talento humano es esencial para el éxito de calidad, por lo que promueve la participación, motivación y desarrollo de las personas a fin de fortalecer su contribución en el logro de resultados.

d. Enfoque de los procesos. Plantea que las actividades deben gestionarse como procesos interrelacionados, de modo que se optimicen los recursos y se garantice la coherencia en la prestación de servicios orientados a la satisfacción del cliente.

e. Mejora continua. Establece que la organización debe mantener una actitud permanente de perfeccionamiento, por lo que impulsa acciones sistemáticas que permitan elevar la calidad del servicio y la experiencia del usuario.

f. Toma de decisiones basada en la evidencia. Propone que las decisiones se basan en información verificable y datos objetivos, de manera que se asegure la eficacia de las acciones emprendidas para mejorar los resultados y la satisfacción del cliente.

g. Gestión de las relaciones. Destaca la importancia de mantener vínculos de cooperación y confianza con las partes interesadas, ya que una gestión

adecuada de las relaciones fortalece la estabilidad organizacional y la calidad del servicio.

De este modo, tales principios permiten consolidar una cultura organizacional orientada al servicio y a la excelencia, donde las empresas fortalecen su capacidad de respuesta ante las necesidades del mercado, garantizando una experiencia positiva para el cliente. En consecuencia, la calidad se convierte en un factor estratégico que impulsa la competitividad, la innovación y la sostenibilidad empresarial (ISO, 2015).

2.5. Calidad del servicio y fidelización del cliente

En la actualidad, la calidad del servicio se considera como un elemento fundamental dentro de los procesos empresariales, ya que representa un valor agregado que los clientes exigen de manera implícita y constante. En este sentido, las organizaciones enfocadas en la atención al cliente concentran sus esfuerzos en ofrecer un servicio que genere satisfacción y una experiencia positiva, fortaleciendo la percepción del compromiso institucional. Esto contribuye significativamente a la fidelización, al reconocimiento de marca y al desarrollo de relaciones duraderas que favorecen el crecimiento organizacional (Flores-Zavala *et al.*, 2021).

En adición a lo anterior, la calidad del servicio influye directamente en la lealtad de los consumidores, dado que un alto nivel de satisfacción fortalece su vínculo con la empresa y disminuye la posibilidad de abandono. Por el contrario, un servicio deficiente puede ocasionar la pérdida de clientes, afectar la reputación organizacional y disminuir la rentabilidad. Por tal motivo, las empresas buscan constantemente superar las expectativas del consumidor mediante la mejora continua de sus procesos y la innovación en la atención (Shagui-González *et al.*, 2022).

De igual manera, la capacidad de una organización para crear y mantener una ventaja competitiva depende en gran parte de la calidad del servicio que otorga y de la eficiencia con que responde a las necesidades del cliente, adaptándose a los cambios del entorno empresarial. En este sentido, un servi-

cio bien gestionado impulsa la repetición de compras y amplía la participación en el mercado, generando confianza y fidelización entre los consumidores. En consecuencia, la calidad se convierte en un pilar clave para la sostenibilidad empresarial, la innovación constante y la diferenciación frente a la competencia (Anwar *et al.*, 2019).

Por otro lado, un servicio de calidad no solamente es capaz de mejorar la satisfacción del cliente, sino que impacta de manera positiva en los resultados financieros y en la reputación corporativa, fortaleciendo la posición competitiva de la empresa. De esta manera, la calidad se consolida como un requisito indispensable para la competitividad, la rentabilidad y el éxito organizacional sostenible en mercados cada vez más exigentes. Por lo tanto, contribuye al incremento de las ventas, al fortalecimiento de la relación con los consumidores y a la fidelización a largo plazo mediante estrategias centradas en la excelencia (Shagui-González *et al.*, 2022).

2.5.1. Calidad percibida y fidelización del cliente

La percepción de calidad por parte de los clientes resulta un aspecto esencial, dado que durante años se ha planteado que alcanzar un sistema de atención eficaz y oportuno implica satisfacer las necesidades tanto físicas como emocionales del consumidor, generando bienestar integral y confianza. Para ello, se requiere aplicar prácticas adecuadas que garanticen experiencias positivas, sostenibles y coherentes con las expectativas del mercado. De esta manera, se promueve la lealtad y la fidelización de los usuarios, a la vez que se consolida una conexión duradera basada en la satisfacción y el cumplimiento de expectativas (Vicente y Flores, 2023).

En este contexto, la calidad percibida alude a la valoración subjetiva que los consumidores realizan sobre un bien o servicio, considerando sus atributos, beneficios y desempeño en función de sus expectativas y experiencias. Dicha percepción se construye a partir de la información disponible y del entorno social, que influyen en la interpretación del valor recibido, por lo que cada consumidor puede formarse una opinión distinta frente a un mismo producto. Además, la percepción de la calidad puede verse afectada por factores

como el prestigio de la marca, el precio, la estética, la durabilidad, la atención recibida y las opiniones compartidas por otros usuarios (Guaman-Valarezo y Aguilar-Galvez, 2023).

Dicha calidad constituye un elemento clave en la satisfacción del cliente y en la consolidación empresarial, ya que un alto nivel de percepción positiva impulsa la fidelidad y las referencias favorables hacia la organización, fortaleciendo su reputación. En cambio, una valoración negativa puede provocar pérdida de consumidores, disminución de ventas y deterioro de la imagen corporativa, afectando su posicionamiento en el mercado. Asimismo, este concepto se vincula con los procesos cognitivos y emocionales mediante los cuales las personas comparan, interpretan y evalúan experiencias similares, relacionándolas con sus expectativas previas y su percepción de valor global (Angamarca *et al.*, 2019).

En consecuencia, la calidad percibida se consolida como un factor estratégico que impulsa la competitividad y sostenibilidad empresarial, al influir directamente en la fidelización del cliente. A través de la gestión efectiva de la experiencia y la percepción del valor, las organizaciones pueden fortalecer su posicionamiento y diferenciarse en entornos altamente cambiantes. Por ello, resulta indispensable implementar estrategias orientadas a la mejora continua, promoviendo relaciones duraderas y beneficios mutuos entre empresa y consumidor (Vicente y Flores, 2023).

2.5.2. Atención del trabajador en la fidelización del cliente

La fidelización del cliente es un pilar para el crecimiento sostenible de cualquier empresa, pues permite establecer relaciones duraderas que fortalecen la confianza y preferencia hacia la marca. A través de estrategias bien planificadas, las organizaciones buscan diferenciarse en mercados competitivos y posicionarse como la primera opción de compra. Este vínculo continuo entre cliente y empresa se convierte en un elemento clave para alcanzar los objetivos corporativos y consolidar su reputación, por lo que la fidelización no solo impulsa las ventas, sino el reconocimiento de marca (Tamayo-Buitrago *et al.*, 2021).

De esta manera, en una empresa orientada al cliente, la atención personalizada y de calidad constituye la base sobre la cual se construye el éxito organizacional, dado que permite satisfacer las necesidades del consumidor de forma eficiente. En este contexto, el trabajador desempeña un papel fundamental al representar el vínculo directo entre la empresa y sus clientes. Así, su compromiso y actitud positiva determinan la percepción que el consumidor desarrolla sobre la organización, influyendo directamente en su decisión de volver a elegirla y recomendarla, convirtiendo al capital humano en un componente estratégico del servicio (Peña *et al.*, 2022).

En adición a lo anterior, el cliente y sus necesidades constituyen el eje medular de la dinámica económica, dado que su interacción con la oferta y la demanda impulsa el desarrollo de bienes y servicios, por lo que comprender esta relación permite a las empresas adaptar sus estrategias para generar mayor satisfacción y lealtad en los consumidores. En este sentido, una atención adecuada no solo responde a una transacción comercial, sino que fortalece la sostenibilidad de la organización a largo plazo. En otras palabras, atender con empatía y eficiencia garantiza un impacto positivo en la permanencia empresarial (Rojas y Calderón, 2020).

Por consiguiente, los directivos tienen la responsabilidad de motivar y guiar a sus colaboradores para mantener una atención enfocada en el cliente, fomentando la empatía y el compromiso en cada interacción. Cuando los empleados se sienten apoyados y capacitados, su desempeño mejora y logran ofrecer un servicio que supera las expectativas, creando experiencias memorables que los clientes comparten y valoran, lo que fortalece su fidelidad. En consecuencia, el factor humano se consolida como el principal generador de valor dentro de la organización (Peña *et al.*, 2022).

CAPÍTULO III

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DEL SERVICIO

La gestión administrativa constituye un pilar esencial para el adecuado funcionamiento de las organizaciones, pues orienta los procesos internos hacia la eficiencia y la calidad del servicio. A través de una administración planificada, estratégica y flexible, las instituciones logran optimizar sus recursos, mejorar la toma de decisiones y satisfacer las expectativas tanto del personal como de los clientes. En este sentido, la gestión efectiva se convierte en un factor determinante para alcanzar la excelencia organizacional, la innovación y la competitividad sostenible en el mercado actual.

Asimismo, la cultura organizacional cumple un papel trascendental al definir los valores, creencias y comportamientos que orientan el desempeño de los trabajadores dentro de la empresa. Cuando esta cultura se encuentra alineada con los principios de calidad, fomenta la participación, la innovación, la confianza y el sentido de pertenencia en el equipo humano. De este modo, se consolida un entorno laboral donde la cooperación, el compromiso y la comunicación efectiva contribuyen directamente al logro de los objetivos institucionales establecidos.

Por otra parte, el compromiso organizacional representa una dimensión fundamental en la mejora del servicio, ya que promueve la identificación del personal con la misión, visión y metas de la entidad. A través de la participación activa, el reconocimiento constante y el fortalecimiento del clima laboral, se potencia la responsabilidad, la motivación y la satisfacción del trabajador. De esta manera, se favorece la creación de servicios más eficientes, empáticos, consistentes y coherentes con las necesidades del usuario y de la organización.

En última instancia, la satisfacción del cliente es el resultado visible de una gestión administrativa eficiente, innovadora y orientada a la calidad to-

tal. Esta se sustenta en condiciones laborales adecuadas, liderazgo efectivo, comunicación asertiva y procesos de capacitación permanente que garantizan un servicio de alto nivel profesional. En consecuencia, el fortalecimiento de la gestión interna se traduce en experiencias positivas, confianza sostenida y fidelización de los clientes hacia la organización.

3.1. Gestión administrativa en la mejora de la calidad del servicio

La gestión administrativa constituye un factor esencial en la mejora de la calidad del servicio, ya que integra un conjunto de acciones que promueven la cooperación y el compromiso de todos los miembros de la organización. Por lo tanto, su función principal radica en crear un entorno de trabajo eficiente donde cada persona contribuya a la consecución de los objetivos institucionales de manera coordinada. Así, a través de una administración adecuada, se optimizan los procesos internos y se fortalece la capacidad de respuesta hacia las necesidades del cliente, consolidando de este modo un servicio con mayor eficacia y confiabilidad (Bao-Condor *et al.*, 2020).

En este sentido, la gestión administrativa no solo implica planificar, organizar, dirigir y controlar, sino tomar decisiones estratégicas que impacten directamente en la calidad del servicio ofrecido y la satisfacción del cliente. Además, coordina de forma integral los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos para alcanzar los objetivos propuestos y garantizar la eficiencia en la atención y la mejora continua. De esta manera, cada acción administrativa influye significativamente en la satisfacción del usuario, pues determina la manera en que se ejecutan los procesos y se gestionan los servicios con enfoque al cliente y resultados sostenibles (García, 2016).

Una gestión administrativa efectiva permite coordinar adecuadamente las funciones dentro de la organización, anticipando problemas y favoreciendo el cumplimiento de los objetivos con calidad, eficiencia y compromiso institucional. La correcta planificación y control de los recursos disponibles posibilita una mejora continua en la atención otorgada, lo cual repercute positivamente en la percepción del usuario y en la reputación organizacional. Así, la administración se convierte en un elemento estratégico que prepara a la empresa para

responder con rapidez y eficiencia a las demandas del entorno competitivo y cambiante (Peña *et al.*, 2022).

Como resultado, la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio se refleja en la capacidad de las organizaciones para mantener altos estándares de desempeño y satisfacción del cliente. Las empresas que aplican procesos administrativos orientados a la excelencia logran ofrecer servicios más eficientes, útiles y satisfactorios. Además, esta gestión impulsa la fidelización, ya que los usuarios no solo valoran la calidad recibida, sino que comparten sus experiencias positivas, fortaleciendo la reputación institucional y la ventaja competitiva (Bao-Condor *et al.*, 2020).

3.1.1. Elementos esenciales para mejorar la calidad de la gestión empresarial

En el contexto económico mundial contemporáneo, marcado por la creciente globalización y la intensa competencia entre los mercados, la gestión de la calidad se ha consolidado como un requisito de corte fundamental en la consecución del éxito organizacional. Tanto las empresas del sector industrial como las de servicios deben adoptar prácticas que aseguren estándares elevados de calidad, con el propósito de sostener su posición competitiva y garantizar la satisfacción de sus clientes en entornos cambiantes y exigentes (Hernández *et al.*, 2018).

Como mencionan Zavala-Choez y Vélez-Moreira (2020), la calidad del servicio se relaciona con la aplicación de principios, estrategias y técnicas orientadas a fortalecer la competitividad y optimizar la gestión empresarial. Desde una perspectiva integral, este enfoque permite elevar los niveles de satisfacción del cliente y consolidar la posición de la organización en el mercado. En este escenario, existen elementos esenciales para mejorar la calidad de la gestión empresarial y el desarrollo de su competitividad:

a. Orientación al cliente. El cliente es el eje central de toda organización, ya que su satisfacción determina el éxito empresarial. Estas estrategias deben enfocarse en comprender y atender sus necesidades de manera eficiente.

b. Calidad percibida. La percepción del cliente sobre la calidad del servicio es decisiva, pues refleja el cumplimiento de sus expectativas. Garantizar esta percepción positiva requiere ofrecer experiencias que generen confianza y valor.

c. Satisfacción del usuario. La satisfacción del cliente está vinculada con la calidad del servicio recibido y se ha convertido en un objetivo estratégico. Lograrla implica superar expectativas y fomentar relaciones duraderas basadas en la confianza.

d. Intención de recomendación. Un cliente satisfecho desarrolla una disposición favorable para recomendar los servicios de la empresa. Esta intención es una herramienta de fidelización y promoción que fortalece la reputación empresarial.

De esta forma, la gestión administrativa orientada a la calidad promueve una visión integral en la que cada acción contribuye al fortalecimiento competitivo de la organización. A través de la planificación, el control y la mejora continua, se optimizan los procesos internos y se incrementa el valor percibido por el cliente. Asimismo, la coherencia entre la estrategia empresarial y la calidad del servicio permite generar confianza, sostenibilidad y diferenciación en el mercado, impulsando así el crecimiento organizacional (Zavala-Choez y Vélez-Moreira, 2020).

3.1.2. Factores limitantes en la gestión de la calidad del servicio

De acuerdo con Zavala-Choez y Vélez-Moreira (2020), la gestión de la calidad del servicio enfrenta diversos obstáculos que dificultan su implementación plena dentro de las organizaciones. Estos factores limitantes se relacionan principalmente con aspectos humanos, estructurales y técnicos que inciden en la eficiencia de los procesos. Así, la ausencia de recursos adecuados, la desmotivación del personal y la falta de asesoría especializada reducen la capacidad de respuesta y la mejora continua de la empresa.

a. Recursos humanos. El personal constituye un elemento esencial en la gestión de la calidad, pues de su preparación y desempeño depende la eficacia

de los procesos. Por ello, resulta indispensable contar con trabajadores capacitados y comprometidos con los objetivos organizacionales.

b. Motivación del personal. La falta de motivación puede limitar la productividad y la calidad del servicio, afectando el cumplimiento de metas. En consecuencia, las organizaciones deben aplicar estrategias que fortalezcan el compromiso y el sentido de pertenencia del equipo.

c. Aspectos organizacionales. La estructura interna de la empresa influye directamente en la implementación de sistemas de calidad, ya que determina la coordinación y eficiencia operativa. En consecuencia, un entorno flexible y bien definido facilita el logro de resultados sostenibles.

d. Asesorías adecuadas. La orientación técnica y profesional es clave para guiar la aplicación de políticas de calidad dentro de las organizaciones. De este modo, la asesoría especializada permite optimizar los recursos y mejorar continuamente los procesos empresariales.

e. Documentación necesaria. La correcta gestión de la información es fundamental para el control y evaluación de la calidad del servicio. Por tal motivo, mantener registros actualizados garantiza la transparencia, la trazabilidad y la mejora constante de los procedimientos.

De esta manera, la identificación de los factores limitantes en la gestión de la calidad del servicio permite a las organizaciones reconocer áreas críticas que requieren atención prioritaria. Asimismo, facilita la formulación de estrategias orientadas a fortalecer las capacidades internas y optimizar los procesos. En consecuencia, una gestión eficiente de estos aspectos contribuye a elevar los estándares de calidad y a consolidar la competitividad empresarial en el mercado actual.

3.2. Cultura organizacional orientada a la calidad del servicio

La cultura organizacional orientada a la calidad del servicio representa el conjunto de valores, creencias y comportamientos compartidos que guían el modo en que las personas dentro de una empresa trabajan, interactúan y to-

man decisiones para alcanzar objetivos comunes. Una organización, entendida como un sistema social, se compone de individuos y equipos que cooperan bajo una estructura definida y utilizan recursos para lograr metas alineadas con los valores institucionales. En tal sentido, el modo en que los colaboradores piensan, actúan y se relacionan influye directamente en la calidad del servicio ofrecido (Mosqueira, 2020).

Así, la cultura organizacional trasciende las funciones operativas y se convierte en el eje que orienta el comportamiento humano dentro del entorno laboral. Las empresas no solo producen bienes o servicios, sino que también construyen espacios donde las personas desarrollan gran parte de su vida, compartiendo experiencias, normas y hábitos que definen su identidad corporativa. Por ello, las características distintivas de cada organización, como su mentalidad, estilo de gestión y forma de comunicación, actúan como un “ADN institucional” que moldea las relaciones internas y la manera en que se brinda el servicio a los clientes (Chiavenato, 2020b).

Durante las últimas décadas, el estudio de la cultura organizacional ha adquirido gran relevancia al demostrarse su impacto en los niveles de desempeño y competitividad empresarial. En este sentido, las organizaciones con una cultura sólida tienden a mantener estándares de calidad más altos, pues sus miembros comparten una visión clara del propósito institucional y asumen con compromiso los principios de excelencia y mejora continua. De esta forma, la cultura organizacional orientada al servicio fomenta la cooperación, el sentido de pertenencia y la responsabilidad colectiva frente a los resultados obtenidos (Mosqueira, 2020).

Por lo tanto, comprender la cultura organizacional permite establecer un marco de referencia para la conducta y el aprendizaje dentro de la empresa. A través de ella, los trabajadores identifican las pautas que orientan su desempeño y, al mismo tiempo, transforman la cultura mediante la incorporación de nuevas experiencias que fortalecen la calidad del servicio. En consecuencia, una cultura basada en valores compartidos, comunicación efectiva y orientación al cliente se convierte en un pilar estratégico para alcanzar la satisfacción y fidelización del usuario, promoviendo una gestión empresarial coherente y sostenible (Chiavenato, 2020b).

3.2.1. Cultura organizacional como elemento competitivo empresarial

La cultura organizacional es un recurso que trasciende las declaraciones de valores para convertirse en un sistema que define la filosofía y el estilo de la empresa, pues al alinearse con la misión y la normativa interna promueve una identidad compartida entre sus miembros. Cuando una empresa configura recursos difíciles de imitar y desarrolla capacidades distintivas emergentes de su cultura, obtiene una ventaja competitiva sostenible que otras no pueden replicar fácilmente. Esta interiorización de valores fortalece el compromiso y el desempeño al generar una mentalidad orientada a la mejora continua y la excelencia profesional (Palafox *et al.*, 2019).

En este sentido, la cultura organizacional adquiere relevancia al integrar normas, valores y creencias compartidas que equilibran la eficiencia económica, la gestión responsable y la satisfacción de los grupos de interés, por lo cual su formalización se convierte en un factor competitivo esencial. La adopción de un marco filosófico claro junto con políticas coherentes promueve la diferenciación de los servicios y fortalece la identidad institucional frente a la competencia. Así, una cultura bien estructurada incide positivamente en la permanencia de las organizaciones, y se convierte en un activo intangible que refuerza su competitividad y sostenibilidad (Guerrero, 2020).

Asimismo, la cultura organizacional se construye sobre la base de la confianza y el liderazgo transformacional, los cuales fomentan la colaboración, la innovación y la comunicación abierta entre los miembros de la organización, fortaleciendo la integración empresarial. Por ello, sin procesos estructurados de comunicación, capacitación y gestión del cambio, la cultura puede resultar débil, poco coherente y menos capaz de convertirse en una ventaja competitiva. Por tal motivo, la alineación del liderazgo, los valores y las prácticas operativas es fundamental para alcanzar la diferenciación organizacional y promover el desarrollo sostenible (Quijano *et al.*, 2019).

En consecuencia, el enfoque de recursos y capacidades permite interpretar la cultura organizacional como un recurso intangible, pues su carácter social y arraigado en la historia empresarial la hace difícil de imitar y generadora

de ventaja competitiva. Las empresas que consolidan valores y expectativas compartidas logran que los trabajadores desarrollen sentido de pertenencia y compartan los principios que guían la misión corporativa, potenciando la adaptabilidad organizacional. De tal forma, una cultura sólida mejora el rendimiento interno y posiciona a la empresa frente a sus competidores mediante la innovación y el compromiso colectivo (Palafox *et al.*, 2019).

3.2.2. Cultura de calidad y su desempeño en las organizaciones

En las organizaciones, la cultura de calidad se ha consolidado como un elemento esencial para garantizar la eficiencia, competitividad y sostenibilidad empresarial. Este concepto surge de la integración entre calidad y cultura organizacional, donde la primera se asocia con la satisfacción del cliente, la mejora continua y el cumplimiento de estándares, cuya gestión promueve una comunicación interna efectiva y mayor productividad, fortaleciendo el valor agregado de las empresas en un mercado globalizado. En este sentido, dicha cultura se convierte en un motor estratégico del desempeño organizacional (Bendermacher *et al.*, 2021; Durama *et al.*, 2019).

En este marco, la implementación de modelos de gestión de calidad requiere más que adoptar procedimientos estandarizados, pues implica transformar prácticas, valores y comportamientos dentro de la organización. Sin embargo, en muchas empresas, el interés se limita a obtener certificaciones o mejorar su imagen corporativa, sin lograr un compromiso real con la cultura de calidad. Por ello, los esfuerzos deben promover la participación activa de todos los miembros, consolidando una mentalidad orientada al cambio y mejora constante, que garantice resultados sostenibles y un entorno organizacional competitivo e innovador (Hernández *et al.*, 2018).

Así, la cultura organizacional engloba prácticas, valores y modos de actuar que conforman la identidad de una empresa, otorgándole cohesión interna, cuya adecuada gestión permite identificar los elementos que facilitan o limitan la aplicación de estrategias de calidad, fomentando la alineación hacia los objetivos institucionales. Además, una cultura sólida propicia la innovación, la adaptación y la motivación del personal ante los cambios del entorno competi-

tivo. En consecuencia, fortalecer la cultura organizacional es condición previa para consolidar una cultura de calidad que impacte en el desempeño general (Mena, 2019; Yopan *et al.*, 2020).

Por consiguiente, una cultura orientada a la calidad promueve la productividad, eficiencia y generación de valor organizacional, fortaleciendo la ventaja competitiva. Las organizaciones que adoptan subculturas favorables al cambio logran mayor adaptabilidad ante los desafíos del entorno y un desempeño sostenido en el tiempo. En ese sentido, la cultura de calidad actúa como un componente transversal que impulsa el desarrollo organizacional y la sostenibilidad a largo plazo. Así, este enfoque refleja una evolución teórica y práctica que sitúa a la cultura de calidad como pilar del éxito empresarial y el bienestar colectivo (Araujo *et al.*, 2019).

3.3. Compromiso organizacional y su influencia en la calidad del servicio

El compromiso organizacional constituye un factor determinante en el desempeño y la permanencia del talento humano dentro de las organizaciones, dado que refleja el vínculo emocional y psicológico que une al empleado con los objetivos que rigen a la institución. En ese sentido, cuando los colaboradores desarrollan una conexión sólida con su entorno laboral, muestran actitudes más positivas, disposición para el trabajo en equipo y una mayor orientación hacia la excelencia en el servicio. Asimismo, esta identificación con la organización fomenta la responsabilidad, la lealtad y el deseo de contribuir al logro de las metas colectivas (Yeh y Huang, 2025).

Desde una perspectiva conductual, los empleados comprometidos tienden a mostrar comportamientos proactivos que fortalecen la cultura de servicio, generando experiencias positivas y memorables para los clientes. A su vez, el compromiso organizacional actúa como un mecanismo motivacional que impulsa la productividad y la estabilidad del personal, reduciendo los índices de rotación y ausentismo. De este modo, el fortalecimiento del vínculo emocional con la organización se traduce en una mejora significativa en la percepción y satisfacción del cliente (Lo *et al.*, 2024).

Además, el compromiso organizacional se asocia directamente con el sentido de identidad y pertenencia, factores que influyen en la conducta, las actitudes laborales y el bienestar emocional del trabajador. Los empleados que internalizan los valores institucionales manifiestan un alto grado de involucramiento y responsabilidad, lo que potencia la calidad del servicio ofrecido y la eficacia de los procesos internos. En consecuencia, promover políticas de reconocimiento, comunicación efectiva, liderazgo participativo y oportunidades de desarrollo profesional contribuye a consolidar este compromiso y fortalecer la cohesión organizacional (Yeh y Huang, 2025).

Como resultado, la relación entre el compromiso organizacional y la calidad del servicio se fortalece cuando existe coherencia entre los valores de la organización y las expectativas de los trabajadores. En este escenario, dicho alineamiento genera confianza, estabilidad emocional y un clima laboral favorable, los cuales son elementos esenciales para otorgar servicios de excelencia y construir relaciones duraderas con los clientes satisfechos. Así, las empresas que priorizan la retención del talento comprometido logran mayor competitividad, sostenibilidad, innovación continua y una reputación organizacional positiva en el tiempo (Lo *et al.*, 2024).

3.3.1. Participación laboral en la calidad del servicio

En el ámbito empresarial, la participación laboral representa un factor esencial en el fortalecimiento del desempeño organizacional, dado que involucra el grado de implicación emocional, cognitiva y conductual que los empleados mantienen con su trabajo. Este vínculo promueve un mayor compromiso con las metas institucionales, impulsando la eficiencia y la calidad de las tareas realizadas. En adición a lo anterior, los trabajadores que muestran altos niveles de participación tienden a desarrollar actitudes positivas que potencian la productividad, la cooperación y el cumplimiento de los estándares de servicio establecidos (Breevaart y Van Woerkom, 2024).

En este contexto, los empleados altamente comprometidos no solo demuestran mayor energía y dedicación, sino un enfoque proactivo para resolver problemas, adaptarse a los cambios y satisfacer las demandas del cliente. Esta

disposición fortalece la capacidad de respuesta ante las necesidades del entorno laboral, generando un impacto directo en la percepción de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario. Por ello, mantener una participación laboral sólida favorece la mejora continua, el sentido de pertenencia y el rendimiento sostenido en la organización (Lo *et al.*, 2024).

De otra parte, las actitudes positivas derivadas de una participación laboral elevada amplían los recursos individuales, como la motivación, la resiliencia, la autoconfianza y el compromiso personal, los cuales son determinantes para el desempeño exitoso y sostenido. Si los empleados se sienten valorados y motivados, es más probable que se involucren activamente en sus funciones y mejoren significativamente la calidad del servicio ofrecido a los usuarios. Así, la participación laboral se convierte en un elemento clave para alcanzar niveles superiores de desempeño, productividad y satisfacción general (Bin y Ming, 2024).

Por lo tanto, la participación laboral tiene una relación directa con la calidad del servicio, ya que fomenta la toma de decisiones, la responsabilidad, el compromiso colectivo y la disposición para asumir nuevos retos. De esta forma, los empleados comprometidos no solo contribuyen a lograr los objetivos organizacionales, sino que también fortalecen la experiencia del cliente mediante un servicio eficiente, empático y orientado a resultados. En consecuencia, promover entornos laborales que incentiven la participación y reconozcan el esfuerzo es esencial para garantizar la excelencia organizacional y la lealtad de los clientes (Lo *et al.*, 2024).

3.3.2. Compromiso organizacional y el clima en la calidad del servicio

El compromiso organizacional se concibe como un vínculo emocional profundo que une al trabajador con la misión, los valores y los objetivos estratégicos de la organización, generando lealtad y sentido de pertenencia hacia el entorno laboral. Dicho compromiso no solo impulsa el rendimiento individual, sino que influye directamente en la calidad del servicio ofrecido, al fortalecer la actitud proactiva, la empatía y la disposición hacia la excelencia. En conse-

cuencia, cuando los empleados se sienten valorados, tienden a involucrarse con mayor intensidad en sus labores cotidianas, lo que repercute en la percepción del cliente sobre la organización (Lo *et al.*, 2024).

Por otro lado, el clima organizacional representa el conjunto de percepciones compartidas que los empleados tienen respecto a las políticas, normas y prácticas de gestión que orientan la dinámica interna y funcional de una empresa. Este factor puede potenciar o debilitar la relación entre el compromiso y la calidad del servicio, dependiendo del nivel de apoyo, comunicación y confianza que se promueva. Así, un entorno de trabajo positivo se convierte en un catalizador del desempeño, al estimular la cooperación, la motivación y el sentido de propósito colectivo, generando impactos sostenibles en los resultados organizacionales (Lintanga y Rathakrishnan, 2024).

En adición a lo anterior, las percepciones del personal sobre las estrategias administrativas influyen en las valoraciones de los clientes sobre la calidad y la satisfacción obtenida con el servicio recibido. En este contexto, un ambiente laboral saludable no solo mejora el bienestar de los trabajadores, sino que actúa como motor del compromiso y la motivación intrínseca para ofrecer un servicio de alto nivel. De esta forma, la interacción entre clima y compromiso se traduce en un círculo virtuoso que fortalece la identidad y reputación organizacional (Lo *et al.*, 2024).

Finalmente, diversos autores sostienen que comprender las dimensiones del clima organizacional permite diseñar estrategias orientadas a la mejora continua y a la gestión de la calidad total dentro de cualquier tipo de empresa moderna. Entre las estrategias más relevantes destacan la creación de un ambiente de servicio sólido, la promoción de la innovación y la atención constante al bienestar integral del personal. Así, tales categorías reflejan la importancia de integrar la gestión de la calidad como pilar esencial y estratégico del clima organizacional para permitir que la empresa mantenga coherencia entre sus objetivos, valores institucionales y la experiencia que otorga (Onur *et al.*, 2024).

3.4. Talento humano en la gestión de la calidad del servicio

El talento humano es un recurso estratégico fundamental dentro de las organizaciones modernas, dado que su adecuada gestión permite responder a las demandas cambiantes del entorno global y competitivo. En este sentido, las empresas deben promover procesos permanentes de formación y actualización que fortalezcan las competencias laborales y la adaptabilidad del personal. Adicionalmente, la capacitación continua contribuye a incrementar la productividad y la calidad del servicio ofrecido, al fomentar una cultura organizacional basada en la mejora constante y la innovación (Durán-Solórzano y Martínez-Minda, 2020).

Bajo este punto de vista, las organizaciones que priorizan la formación de su talento humano logran integrar de manera efectiva los conocimientos técnicos y las habilidades interpersonales necesarias para alcanzar la excelencia. Asimismo, dicho enfoque permite al trabajador desarrollar un compromiso sólido con los objetivos institucionales y con la satisfacción de las necesidades de los clientes. Por consiguiente, la inversión en capacitación no solamente mejora los resultados operativos, sino que consolida la reputación y competitividad de la empresa frente a los desafíos del mercado nacional e internacional (Chiavenato, 2020b).

Por otro lado, una gestión deficiente del talento humano puede generar limitaciones significativas en el desarrollo organizacional y en la calidad del servicio. La falta de mecanismos adecuados de capacitación y transferencia de conocimiento ocasiona que un alto porcentaje de empleados no acceda a oportunidades de formación continua. En consecuencia, se debilita la eficiencia productiva y se reducen las posibilidades de innovación, afectando la capacidad de la organización para adaptarse a las nuevas exigencias del entorno competitivo (Durán-Solórzano y Martínez-Minda, 2020).

En consecuencia, gestionar el talento humano implica adoptar una visión integradora que promueva la participación activa de todos los miembros de la organización en la consecución de los objetivos comunes. Para lograr tal propósito, resulta necesario implementar metodologías que garanticen la

sinergia funcional entre las diferentes áreas, impulsando la creatividad y el compromiso laboral. De este modo, el talento humano se convierte en un factor decisivo para alcanzar la calidad total, generar impacto positivo en los resultados empresariales y asegurar la sostenibilidad institucional en el tiempo (Chiavenato, 2020b).

3.4.1. Trascendencia de la capacitación del talento humano

El desarrollo de las competencias laborales se ha convertido en un pilar fundamental para el fortalecimiento de la productividad, la eficiencia y la innovación dentro de las organizaciones modernas. En un contexto de cambios constantes, globalización y alta competitividad, las empresas necesitan personal calificado que se mantenga actualizado frente a las nuevas exigencias del entorno. Por ello, los procesos de formación continua se orientan a perfeccionar las habilidades, actitudes y destrezas del talento humano, asegurando un desempeño alineado con los objetivos estratégicos y valores institucionales (Mejía-Giraldo *et al.*, 2013).

La detección de las necesidades formativas constituye una fase clave y decisiva para garantizar la pertinencia de los programas de capacitación y su impacto en la gestión organizacional. Esta debe realizarse en tres niveles: organizacional, de recursos humanos y de operaciones o tareas, lo que permitirá identificar los ámbitos en los que se requieren mejoras o nuevos conocimientos técnicos. Así, a través de este análisis sistemático, se logra diseñar planes de aprendizaje efectivos que respondan a las verdaderas demandas del entorno laboral y promuevan una mejora continua (Chiavenato, 2020a).

De otra parte, los procesos de formación aportan beneficios tanto a los trabajadores como a las empresas, ya que potencian el desarrollo personal, social y profesional de los individuos. El aprendizaje constante incrementa la capacidad del colaborador para enfrentar desafíos con mayor creatividad, confianza y eficiencia, lo cual se traduce en mejores resultados organizacionales y en una sólida cultura de calidad y compromiso laboral. De este modo, la capacitación se consolida como un factor determinante para elevar la competitividad, la productividad y la excelencia de los servicios ofrecidos al público (Mejía-Giraldo *et al.*, 2013).

Por consiguiente, la adecuada gestión de los programas de entrenamiento impulsa la innovación, el compromiso y la productividad, fortaleciendo la identidad institucional y el sentido de pertenencia entre los colaboradores. Las organizaciones que promueven la educación continua generan un entorno de aprendizaje activo y colaborativo, en el que se valoran las ideas, la mejora permanente y la actualización constante del conocimiento técnico y humano. Así, la formación del capital humano se proyecta como una inversión estratégica para alcanzar la excelencia empresarial, la sostenibilidad y el desarrollo integral de toda la organización (Chiavenato, 2020a).

3.4.2. Ventajas y beneficios de la capacitación en la gestión del talento humano

Para diversos autores, como Durán-Solórzano y Martínez-Minda (2020), la capacitación en la gestión del talento humano es una herramienta que optimiza el desempeño individual y colectivo de las organizaciones. Esta fortalece las competencias laborales, impulsa la eficiencia en los procesos internos, y permite al personal adaptarse a las demandas del entorno empresarial.

- Amplía el conocimiento del puesto en toda la organización
- Incrementa la rentabilidad y fomenta actitudes laborales productivas
- Fortalece una imagen institucional sólida y profesional
- Mejora la comunicación interna entre todas las áreas
- Refuerza la relación entre jefes y colaboradores
- Agiliza decisiones y la solución efectiva de conflictos.
- Disminuye el estrés y mejora la gestión laboral
- Desarrolla habilidades de liderazgo y dirección
- Impulsa el crecimiento profesional y la promoción interna

Por otro lado, Durán-Solórzano y Martínez-Minda (2020) sostienen que los beneficios de la capacitación se reflejan en el desarrollo integral de la organización y en el fortalecimiento del compromiso del personal. Este proceso incrementa la motivación, la confianza y el desempeño laboral, generando resultados sostenibles y convirtiendo la formación en un elemento esencial para una gestión del talento humano moderna y eficaz. En ese sentido, la motivación:

- Aumenta la capacidad para enfrentar presiones y desafíos
- Fomenta la confianza y el sentido de pertenencia
- Eleva la satisfacción y el compromiso laboral
- Potencia el liderazgo y las habilidades comunicativas
- Disminuye la inseguridad por falta de conocimiento
- Facilita el logro de metas organizacionales específicas
- Promueve el crecimiento y la mejora profesional continua

De este modo, la capacitación del talento humano se consolida como un componente esencial para el progreso organizacional y la excelencia del servicio, cuya adecuada implementación fortalece la cultura laboral y promueve la innovación en todos los niveles. Así, las empresas logran mayor competitividad y sostenibilidad en un entorno dinámico y exigente.

3.5. Satisfacción del cliente como resultado de una gestión eficiente

La satisfacción del cliente constituye un reflejo directo de la eficiencia con que una organización gestiona sus recursos humanos, procesos y estrategias internas. Una administración eficaz garantiza que cada área contribuya al cumplimiento de las expectativas del consumidor, consolidando relaciones duraderas basadas en la confianza y la calidad del servicio. Así, la gestión eficiente no solo busca resultados económicos, sino la creación de valor a través de experiencias positivas que fortalecen la fidelización y la reputación empresarial (Abu *et al.*, 2023).

Dentro de este proceso, el clima organizacional adquiere un papel protagónico, dado que determina el nivel de compromiso y satisfacción de los empleados, factores que influyen directamente en la atención que se le otorga al cliente. En este sentido, un entorno laboral caracterizado por la colaboración, la comunicación y el respeto fomenta un servicio más empático y eficaz. En consecuencia, las empresas que priorizan un ambiente interno saludable logran proyectar hacia el exterior una imagen de solidez, coherencia y excelencia, lo cual se traduce en una mayor satisfacción del cliente y en una ventaja competitiva sostenible (Ordoñez *et al.*, 2023).

Asimismo, la satisfacción laboral se convierte en un motor de la gestión eficiente al impulsar el desempeño, la creatividad, la innovación y el sentido de propósito de los trabajadores dentro de la organización. Cuando los colaboradores se sienten valorados, capacitados y reconocidos, transmiten esa actitud positiva en su interacción con el cliente, generando experiencias memorables y satisfactorias. De esta forma, la gestión del talento humano orientada al bienestar, la motivación y el crecimiento profesional se posiciona como un elemento estratégico para garantizar servicios de alta calidad y mejorar los indicadores de satisfacción del cliente (Abu *et al.*, 2023).

Como resultado, la articulación entre clima organizacional, satisfacción laboral y desempeño consolida un sistema de gestión eficiente que se refleja de forma directa en la percepción y fidelización del cliente. Las organizaciones que invierten en su capital humano, fomentan la innovación, promueven el aprendizaje continuo y refuerzan la comunicación interna logran ofrecer servicios consistentes, confiables y diferenciados. Así, la satisfacción del cliente emerge como un resultado natural de la eficiencia administrativa y del compromiso institucional con la excelencia, la mejora permanente, la innovación sostenida y la sostenibilidad a largo plazo (Ordoñez *et al.*, 2023).

3.5.1. Condiciones para establecer la satisfacción laboral

Para Ordoñez *et al.* (2023), la satisfacción laboral se configura como un componente esencial para el funcionamiento eficiente de las organizaciones, ya que incide directamente en la productividad y el bienestar de los trabajadores. En este contexto, resulta necesario analizar las diversas condiciones que la determinan, considerando tanto los factores internos como externos del entorno laboral.

a. Condición laboral y clima organizacional. Influyen directamente en la satisfacción laboral, ya que determinan cómo perciben los empleados su ambiente de trabajo, generando motivación, compromiso y mejor comportamiento organizacional.

b. Motivación. Impulsa a los empleados a cumplir sus funciones con entusiasmo y sentido de logro. Se relaciona con la percepción de reconocimiento, desarrollo y propósito en el trabajo.

c. Reconocimiento. Fortalece en gran medida la satisfacción laboral, debido que hace que los trabajadores se sientan valorados por su esfuerzo, dedicación y contribución realizada a la organización.

d. Beneficios laborales. Incluyen aspectos económicos, sociales y emocionales significativos (salarios, incentivos, estabilidad, seguros, entre otros) que inciden directamente en el nivel de satisfacción y en la permanencia del trabajador.

e. Supervisión recibida. El liderazgo organizacional efectivo afecta la satisfacción, pues un jefe que orienta, apoya, comunica eficazmente y promueve la participación fomenta un ambiente laboral favorable y productivo.

f. Políticas empresariales. Las políticas institucionales claras, equitativas y transparentes influyen en el grado de satisfacción, ya que promueven confianza, sentido de pertenencia y seguridad entre todos los colaboradores de la organización.

g. Relaciones interpersonales. La relación con los compañeros y superiores constituye un factor clave, ya que las interacciones positivas generan cooperación, bienestar emocional, cohesión grupal y fortalecen la cultura organizacional.

De esta forma, comprender las condiciones que determinan la satisfacción laboral permite fortalecer la gestión del talento humano y promover entornos de trabajo más saludables. Además, facilita la implementación de estrategias organizacionales que impulsen el compromiso y la productividad. En conjunto, estos factores contribuyen al desarrollo sostenible y al éxito institucional.

3.5.2. Condiciones para establecer la satisfacción del cliente

De acuerdo con Ordoñez *et al.* (2023), la satisfacción del cliente se construye a partir de múltiples condiciones que integran aspectos humanos, técnicos y emocionales dentro de la gestión empresarial. Estos aspectos permiten garantizar experiencias positivas que fortalecen la confianza y la fidelización del consumidor, cuya adecuada aplicación contribuye a elevar la calidad del servicio y la competitividad organizacional.

a. Calidad del servicio. La satisfacción del cliente depende de la calidad con que se brinda el servicio, abarcando factores como la agilidad, precisión, amabilidad y eficacia en cada interacción.

b. Atención adecuada al cliente. Una atención rápida, empática y eficiente garantiza experiencias positivas, mientras que los retrasos o el mal trato generan insatisfacción y pérdida de confianza en la empresa.

c. Clima y motivación del personal. El compromiso y la motivación del talento humano fortalecen la calidad del servicio, ya que empleados satisfechos transmiten actitudes positivas al cliente.

d. Cumplimiento de expectativas. La satisfacción surge cuando el valor percibido del servicio supera las expectativas del cliente, generando placer, confianza y fidelización hacia la marca.

e. Comunicación y retroalimentación. Escuchar la opinión del cliente permite conocer su nivel de satisfacción y aplicar mejoras estratégicas que optimicen la experiencia y consolidan la marca.

f. Competitividad y fidelización. La satisfacción influye directamente en la competitividad, fomentando relaciones sostenibles y clientes leales que fortalecen el posicionamiento empresarial.

g. Experiencia empática y personalizada. Un trato empático y personalizado, basado en el respeto y el reconocimiento, potencia la conexión emocional del cliente con la empresa y su lealtad futura.

De esta manera, la satisfacción del cliente es el resultado de una gestión integral que articula eficiencia, compromiso y sensibilidad hacia las necesidades del consumidor. A través de la mejora continua y la innovación en los procesos, las organizaciones logran diferenciarse en entornos competitivos, convirtiendo a la satisfacción en un activo estratégico que impulsa la sostenibilidad y el crecimiento empresarial.

CAPÍTULO IV

GESTIÓN ADMINISTRATIVA EN LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR PRIVADO

La gestión administrativa se ha convertido en un elemento fundamental para el desarrollo de las empresas. En la actualidad, las innovaciones que surgen en el ámbito organizacional responden directamente a las crecientes demandas de los usuarios (Figueroa y Zea, 2025; Rodríguez y Moreira, 2023). Las medidas de gestión reflejan una búsqueda constante por optimizar los recursos y promover la mejora continua en la producción de bienes y servicios. Este enfoque evidencia el compromiso por alcanzar altos niveles de eficacia y eficiencia dentro de las organizaciones. En este marco, resulta pertinente analizar la relación entre la gestión administrativa, la competitividad y la sostenibilidad empresarial en entornos dinámicos (Barrueto y Marchena, 2024).

La relación positiva y significativa entre la innovación y la competitividad se demuestra a partir de la premisa de que las organizaciones con estrategias de innovación tienen mayor capacidad para desarrollar productos únicos, optimizar procesos y adaptarse a dinámicas mercantiles (Ramos-Rivadeneira y Jiménez-Toledo, 2024; Rodríguez y Quintero, 2022). Las innovaciones radicales suelen tener un mayor impacto en la ventaja competitiva, y la eficacia de la innovación se ve reforzada por factores como el aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento y una cultura de apoyo (Mendoza y Montoya, 2025; Sánchez y Parra, 2024).

En la actualidad, la gestión administrativa ha adquirido un papel estratégico en la competitividad empresarial, especialmente en un contexto marcado por la digitalización, la globalización y la necesidad de responder con rapidez a los cambios del mercado (Peralta *et al.*, 2023; Zavaleta *et al.*, 2024). Por ello, analizar las estrategias de gestión más eficaces se vuelve esencial para comprender cómo las organizaciones logran sostener su productividad y posicionamiento (Ramírez-Torres, 2023).

Para que una empresa tenga una posición favorable en entornos competitivos, se necesita de actividades productivas con el objetivo de sistematizar técnicas y coordinaciones, así como disponer de modelos de gestión con los cuales puedan dirigir el desarrollo empresarial (Cuadrado *et al.*, 2023; Hidalgo-Pozzi *et al.*, 2024). Aplicar regulaciones, configuraciones estructurales internas, control y evaluación de desempeño, y planificación estratégica resulta un aspecto fundamental para la gestión administrativa, la cual funciona como un soporte económico, social y tecnológico, cuyo propósito es mejorar el servicio ofrecido (Estrada, 2023).

Algunas dificultades que se escrutan tras evaluaciones de rendimiento empresarial son la falta de indicadores de desempeño, mala comunicación interna y poca inversión institucional (Garzón-Posada *et al.*, 2022). Sin embargo, el mayor perjuicio para las empresas es la falta de innovación y adaptación de servicios. El presente contexto, que se caracteriza por la constante y acelerada evolución, insta al área gerencial al cambio de paradigma hacia uno con mayor enfoque en la inversión tecnológica, de competencias e infraestructura (Navarro-Pérez *et al.*, 2024).

El cambio siempre va a tener obstáculos, ya sea en la parte competente del personal, así como la escasez de un modelo efectivo que ofrezca el rendimiento necesario en la producción (Romero *et al.*, 2021). También es un problema que las entidades privadas manifiesten trabas en el control y sistemas de monitoreo, aspectos esenciales para evaluar el desempeño del personal y, en consecuencia, la calidad del servicio brindado (Contreras y Olaya, 2025).

La calidad en los servicios no solo depende de los productos o resultados finales, sino también de la capacidad organizacional para coordinar eficazmente los recursos humanos, tecnológicos y financieros (Noriega y Farfán, 2025; Ortiz-Fernandez *et al.*, 2024) pequeñas y medianas empresas (PYMEs. Las estrategias administrativas orientadas a la mejora de la calidad incluyen la planificación de objetivos claros, la estandarización de procesos, la capacitación continua del personal y la evaluación de la satisfacción de los usuarios. Estas acciones permiten a las empresas adaptarse a los requerimientos del mercado, minimizar errores y fortalecer la confianza del cliente (Ramírez-Torres, 2023).

Asimismo, la gestión administrativa moderna se apoya en modelos de calidad total, gestión por procesos y mejora continua, los cuales promueven una cultura organizacional basada en la innovación, el liderazgo participativo y la toma de decisiones informadas (Mendoza y Montoya, 2025). Dichos enfoques han demostrado ser eficaces para elevar la productividad y, al mismo tiempo, incrementar la calidad del servicio, especialmente en entornos donde la competencia y la digitalización exigen respuestas rápidas y eficientes (Peralta *et al.*, 2023).

La presente revisión sistemática busca integrar las evidencias disponibles sobre las estrategias de gestión administrativa que inciden en la competitividad, la eficiencia organizacional y, especialmente, en la calidad de los servicios que ofrecen las empresas. Este análisis pretende identificar las prácticas más efectivas para fortalecer la gestión interna y consolidar la sostenibilidad operativa de las organizaciones. De este modo, se busca comprender cómo la gestión administrativa puede convertirse en un instrumento clave para elevar la calidad del servicio, y generar valor agregado en entornos empresariales cada vez más exigentes y cambiantes.

4.1. Metodología

En este estudio se ha realizado una revisión sistemática de la literatura con el objetivo de analizar las recientes estrategias en la gestión administrativa, que permitan la mejora continua en la calidad del servicio. Este trabajo tiene un enfoque descriptivo e interpretativo basado en el método PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) (Page *et al.*, 2021). Para la organización de la información extraída de las bases de datos, se plantean las siguientes preguntas de investigación: ¿qué estrategias actuales son necesarias para mejorar la calidad de servicio de la gestión administrativa? y ¿cuáles son las estrategias de gestión que tienen mayor presencia en la literatura académica?

Considerando estas interrogantes, la revisión ha sido provista de numerosos documentos derivados de la búsqueda realizada en Scopus y SciELO, bases de datos que han servido para obtener una cantidad considerable de fuentes.

Aquella búsqueda de información ha manifestado una variedad considerable en el tópico de la gestión administrativa, centrándose en áreas diversas de organización tanto a nivel público como privado.

También se utilizaron palabras clave derivadas de la gestión empresarial dirigida al consumo, a la mejora de los servicios y satisfacción al cliente. Palabras como “planificación estratégica”, “modelos”, “negocio”, “innovación”, “gestión”, “calidad”, “servicio”, “mejora”, “desarrollo empresarial” y “administración de empresas” fueron consideradas para la búsqueda de información, las cuales también se utilizan en el idioma inglés. Las palabras claves utilizadas para el estudio se visualizan en la Tabla 1:

Tabla 1. *Búsqueda de información mediante base de datos*

Base de datos	Palabras clave	Cantidad de registros
Scopus	TITLE-ABS-KEY (administrative management AND models AND improve) AND PUBYEAR > 2020 AND PUBYEAR < 2026 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , “ar”) OR LIMIT-TO (DOCTYPE , “re”)) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , “English”) OR LIMIT-TO (LANGUAGE , “Spanish”)) AND (LIMIT-TO (OA , “all”))	377
	TITLE-ABS-KEY (administrative management AND services AND companies) AND PUBYEAR > 2020 AND PUBYEAR < 2026 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, “ar”) OR LIMIT-TO (DOCTYPE, “re”)) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , “English”) OR LIMIT-TO (LANGUAGE , “Spanish”)) AND (LIMIT-TO (OA , “all”))	77
SciELO	administrative management AND models AND development	30
	administrative management AND companies	115
Total		599

Nota. Elaboración propia

Para el proceso de filtrado, se han considerado múltiples criterios de selección con la finalidad de limitar la cantidad de documentos a un número accesible para el análisis respectivo. Además, se tomaron en cuenta detalles formales y metodológicos en el proceso. En la Tabla 2 se presenta cada criterio aplicado.

Tabla 2. *Criterios de selección aplicados a las bases de datos*

Categorías	Criterios de inclusión	Criterios de exclusión
Año de publicación	Entre 2018 y 2025	Antes de 2018
Idioma	Inglés y español	Diferentes a inglés y español
Diseño de estudio	Cualitativa, cuantitativa y mixta. Artículos de revisión (sistemática, de literatura, bibliográfica)	Informes técnicos, editoriales o estudios teóricos sin aplicación metodológica definida.
Tipo de estudio	Descriptivo, explicativo, exploratorio, correlacional, estudio de caso.	Estudios experimentales, ensayos teóricos.
Relevancia temática/ contenido	Estudios que aborden la relación entre la gestión administrativa y la calidad del servicio, así como investigaciones vinculadas con la gestión organizacional, mejora continua, satisfacción del usuario o cliente, o eficiencia administrativa en distintos sectores.	Artículos que traten temas no relacionados con la gestión administrativa ni con la calidad del servicio, como aquellos enfocados exclusivamente en finanzas, <i>marketing</i> , recursos humanos, educación sin componente administrativo, o tecnología sin enfoque en gestión o calidad.

Nota. Elaboración propia

A través de estos criterios, se ha realizado una estrategia de búsqueda para poder filtrar la información de una manera eficiente. Este produjo la adquisición de las fuentes más relevantes para el estudio. Es necesario considerar los 599 documentos obtenidos para profundizar en cada etapa del filtro de información; así, en la Figura 1 se facilita la visualización de este proceso. Se detalla cada particularidad del descarte de documentos, expresando los límites temáticos, conceptuales y metodológicos de este registro.

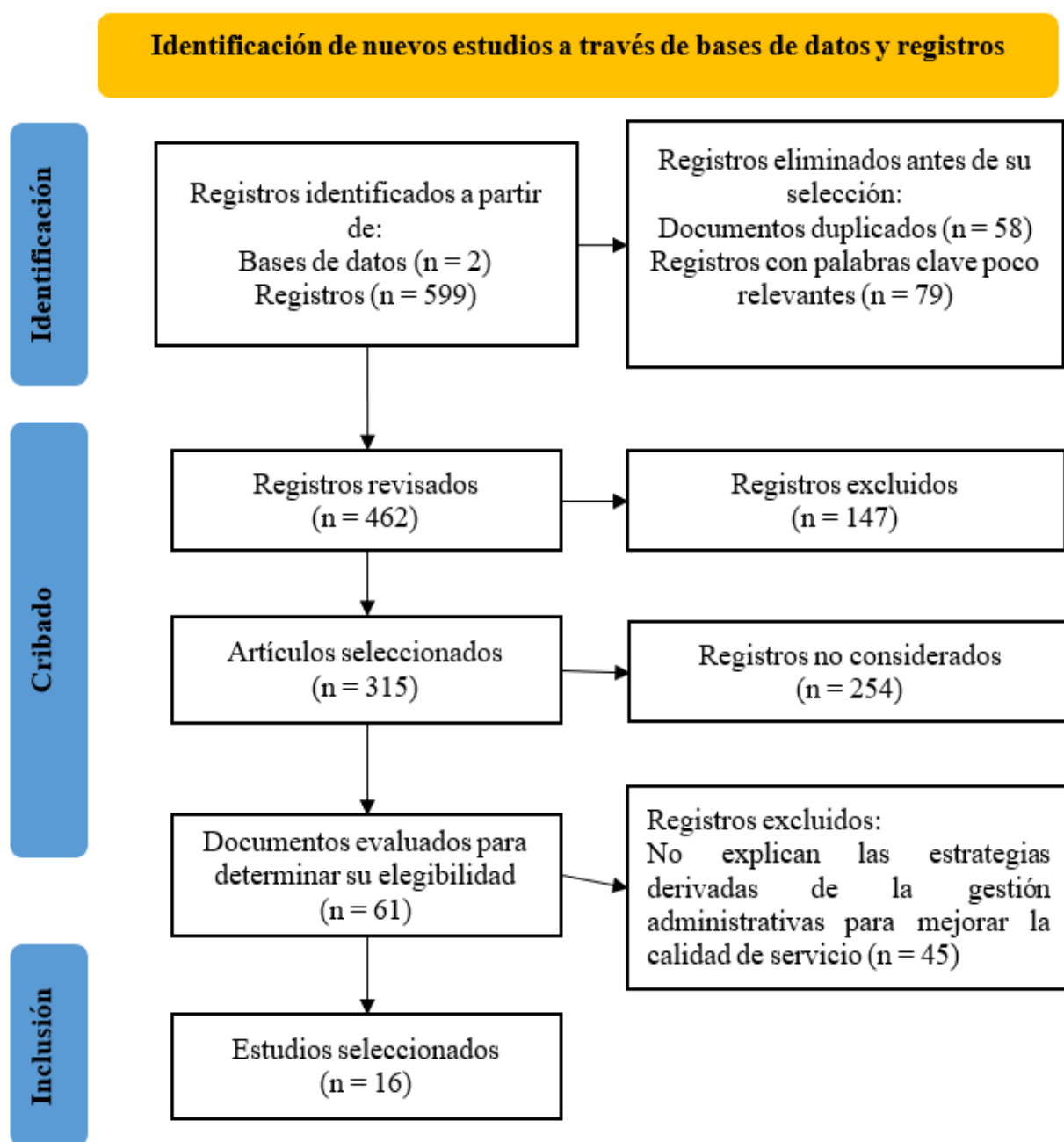
En primer lugar, la etapa de identificación ha favorecido el descarte de los registros duplicados entre bases de datos y aquellos que no posean términos clave en sus títulos, resúmenes y palabras clave que los vincule con la gestión

administrativa (“administración”, “gestión”, “innovación”, “servicio”, “modelo”, “negocio”, “competencia”, “emprendimiento”, “calidad”, “empresa”). Esta etapa inicial permitió el descarte de 137 documentos, lo que dio como resultado 462 para la fase de cribado. En la segunda etapa de la selección, se aplicó el descarte en base al diseño y tipo de estudio, lo que favorece la reducción de fuentes al eliminar 147 registros, algo que condensa aún más la literatura adquirida de las bases de datos.

Lo mismo sucede con la posterior etapa de filtrado, en la que numerosos documentos fueron separados por la escasa relevancia temática. Esto quiere decir que se eliminaron aquellos registros que no poseían relación con la gestión administrativa en el sector privado. Se han identificado numerosos artículos sobre temas derivados de la gestión administrativa, con la diferencia de que se centran en el sector público, siendo lo más relevante el estudio de hospitales y universidades. Por ello, se realizó el descarte de 254 documentos, dando como resultado 61 artículos.

Finalmente, en la etapa de inclusión, se han aplicado criterios vinculados con los hallazgos de los artículos, se optó por la adquisición de estudios que brinden aportes relacionados con la calidad del servicio y todos los procedimientos que permiten este objetivo. Pueden observarse temas como el desarrollo de la innovación, la satisfacción del usuario, la inversión tecnológica, la eficiencia administrativa, estrategias de capacitación, entre otros.

Figura 1. Diagrama de flujo PRISMA



Nota. Elaboración propia

4.2. Resultados

El descarte de numerosos documentos dio como resultado un total de 17 artículos que serán contrastados y analizados para brindar una conclusión idónea, con los cuales se responderán las preguntas de investigación planteadas. En la Tabla 3 se presentan los artículos seleccionados, y se señalan las características formales de cada uno:

Tabla 3. Fuentes seleccionadas para la revisión

N.º	Autor	Título	Revista	Metodología	Temática
1	Bonilla et al. (2025)	Análisis de la relación entre sostenibilidad y competitividad: un modelo de gestión y control para los objetivos globales de desarrollo sostenible y el posicionamiento competitivo del país	<i>International Journal of Environmental Sciences</i>	Cualitativa	Sostenibilidad corporativa
2	Gallego et al. (2025).	Modelos de gestión financiera y administrativa para emprendimientos digitales: una revisión de la literatura.	<i>Journal of Risk and Financial Management</i>	Cualitativa	Transformación digital empresarial
3	Dijkstra et al. (2020).	Modelos de negocio y gestión sostenible del plástico: una revisión sistemática de la literatura.	<i>Journal of Cleaner Production</i>	Cualitativa	Sostenibilidad corporativa
4	González et al. (2020).	Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo.	<i>Revista Universidad y Sociedad</i>	Cualitativa	Modelos de gestión organizacional
5	Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez et al. (2021).	Gestión de la relación con el cliente y su impacto en la innovación: una revisión de la literatura.	<i>Journal of Business Research</i>	Cualitativa	Transformación digital empresarial, innovación basada en conocimiento
6	Guerola-Navarro et al. (2024).	Gestión de la relación con el cliente y su impacto en el marketing empresarial: una revisión de la literatura.	<i>International Entrepreneurship and Management Journal</i>	Mixta	Transformación digital empresarial, gestión de talento humano

7	Bashir y Farooq (2019).	El efecto sinérgico de la gestión del conocimiento y la innovación del modelo de negocio en la competencia de la empresa: una revisión sistemática.	<i>International Journal of Innovation Science</i>	Cualitativa	Transformación digital empresarial, sostenibilidad corporativa, gestión de talento humano, innovación basada en conocimiento
8	Ming <i>et al.</i> (2018).	Cómo los componentes del sistema de gestión de calidad conducen a la mejora en las organizaciones de servicios: una perspectiva desde un profesional del sistema.	<i>Administrative Sciences</i>	Mixta	Calidad institucional y mejora continua
9	Omotoye <i>et al.</i> (2022).	Gestión de Recursos Humanos en la Empresa Emprendedora: Una Revisión de la Literatura.	<i>RUDN Journal of Public Administration</i>	Cualitativa	Gestión de talento humano
10	Pennetta <i>et al.</i> (2024).	Navegando a través de habilidades, competencias y capacidades empresariales: una revisión sistemática de la literatura y el desarrollo del modelo de capacidad empresarial.	<i>Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies</i>	Cualitativa	gestión de talento humano
11	Sokhan <i>et al.</i> (2024).	Soluciones Innovadoras en Gestión Administrativa: Tendencias y Perspectivas.	<i>Salud, Ciencia y Tecnología – Serie de Conferencias</i>	Cualitativa	Transformación digital empresarial
12	Spieth <i>et al.</i> (2023)	Innovación del modelo de negocio: revisión integradora, marco y agenda para la investigación futura en gestión de la innovación.	<i>Journal of Product Innovation Management</i>	Cualitativa	Transformación digital empresarial, innovación basada en conocimiento
13	Daqar y Constantinovits (2020).	El papel de la gestión de calidad total en la mejora de la calidad de los servicios sanitarios privados.	<i>Problems and Perspectives in Management</i>	Mixta	Modelos de gestión organizacional calidad institucional y mejora continua

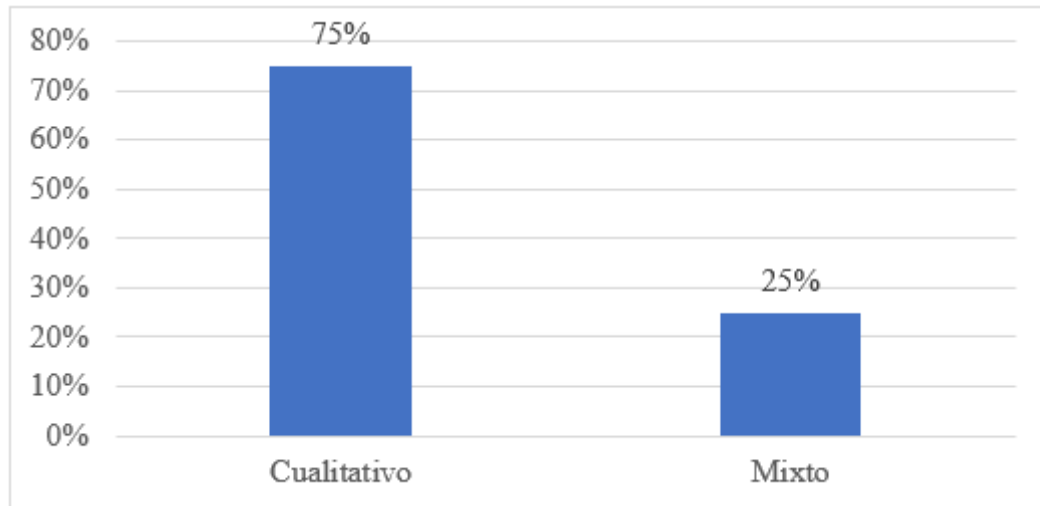
14	Del Águila <i>et al.</i> (2024).	Gestión por procesos y calidad del servicio en las organizaciones: Una revisión literaria.	<i>Journal of Infrastructure, Policy and Development</i>	Cualitativa	Modelos de gestión organizacional, calidad institucional y mejora continua
15	Pazos-Nunura <i>et al.</i> (2024).	Explorando el vínculo entre la gestión administrativa y la calidad del servicio en centros de atención a personas mayores: un estudio de caso correlacional.	<i>International Journal of Advanced and Applied Sciences</i>	Cualitativa	Modelos de gestión organizacional
16	Zúñiga-Santillán <i>et al.</i> (2025).	Análisis metaanalítico de la competitividad en pequeñas y medianas empresas manufactureras: el papel de la tecnología y la calidad.	<i>Applied Sciences</i>	Mixta	Transformación digital empresarial, sostenibilidad corporativa

Nota. Elaboración propia

Los estudios seleccionados presentan características propias, aportes que son mostrados dependiendo del tipo de estudio que posee cada uno. En la Figura 2, se visualiza la proporción de estudios cualitativos y mixtos. Los estudios cualitativos representan el 75 %, mientras que los mixtos abarcan el 25 % del total de documentos adquiridos. Este predominio de los enfoques cualitativos evidencia que una gran proporción de los estudios sobre gestión administrativa y calidad del servicio se centran en comprender los procesos, percepciones y dinámicas organizacionales desde una perspectiva interpretativa y descriptiva, orientada a la construcción de significado a partir de prácticas administrativas.

No obstante, la presencia de un 25 % de investigaciones mixtas muestra un avance hacia la integración de datos cuantitativos, lo que contribuye a fortalecer la validez empírica de los resultados. En conjunto, la Figura 2 refleja que, aunque el campo mantiene una orientación principalmente cualitativa, existe una tendencia creciente a entrelazar métodos para obtener una visión más completa de cómo la gestión administrativa incide en la mejora de la calidad del servicio.

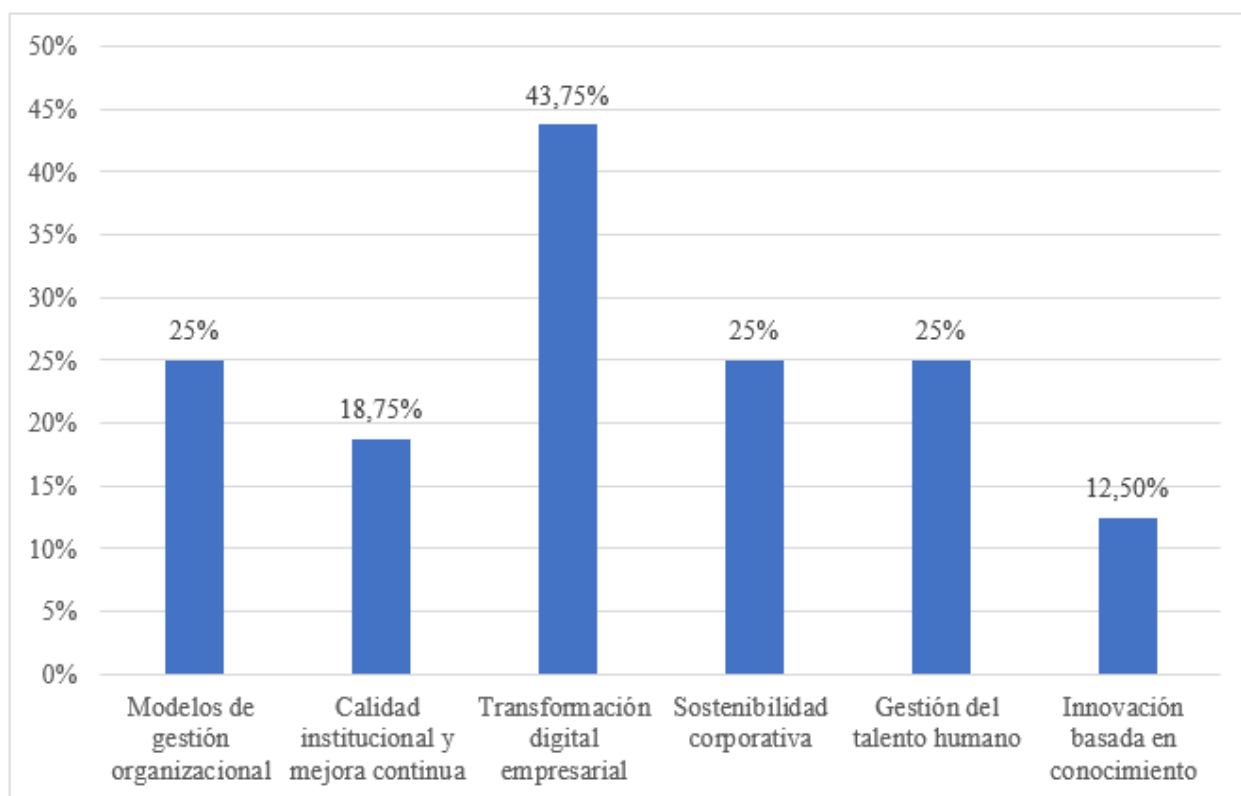
Figura 2. Visualización de la metodología de los artículos seleccionados



Nota. Elaboración propia

En la Figura 3, se visualizan las temáticas de los estudios seleccionados. Se puede observar que la temática con mayor presencia corresponde a la “transformación digital empresarial”, que concentra 43.75 % de los registros. Le siguen las temáticas “modelos de gestión organizacional”, “sostenibilidad corporativa” y “gestión del talento humano”, que presentan 25 % cada una; esto manifiesta una presencia sólida de estos tópicos dentro de la selección. Por ello, estas cuatro temáticas serán principales dentro de la revisión, ofrecen procedimientos que enriquecen la calidad de servicio y permiten fortalecer la gestión administrativa dentro de las organizaciones. Los tópicos “calidad institucional y mejora continua” e “innovación basada en conocimiento”, que poseen 18.75 % y 12.50 % respectivamente, tienen una presencia minúscula en la selección, lo cual indica que los aportes ligados a estos tópicos están menos desarrollados en el análisis.

Figura 3. *Temáticas identificadas en la base de datos*



Nota. Elaboración propia

4.3. Discusión

La gestión administrativa contiene numerosas aristas en las cuales pueden desarrollarse bienes y servicios de calidad para los usuarios. En la Tabla 4, se ha podido evidenciar las tendencias en las cuales la gestión administrativa aparece como un procedimiento diverso y complejo, que incluye la optimización de distintas áreas de una empresa. En esta revisión, se destaca el sistema de gestión de calidad como un proceso que mejora exponencialmente los servicios, tomando en cuenta las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) como factor indispensable para el desarrollo efectivo. Esta puede almacenar numerosos datos para que la empresa pueda estar actualizada en las tendencias que rigen el mercado global en cualquier momento.

Por otro lado, las dimensiones de la gestión de relaciones con el cliente requieren de una innovación constante en el servicio que se ofrece a los usuarios. En ese sentido, la Tabla 4 ofrece distintos tipos de innovación que son fundamentales en la apertura de campos novedosos en el desarrollo empresarial:

Tabla 4. *Diferentes tipos de innovación empresarial*

Innovación de productos	Se refiere al desarrollo de nuevos productos y características innovadoras para productos existentes.
Innovación de procesos	Cambios de procedimientos en el área de producción para lograr mejores resultados a través de mejores bienes y servicios para los clientes.
Innovación administrativa	Cualquier estrategia para mejorar procesos internos o externos que dan como resultado una mejor y más integral gestión de la empresa.
Innovación en Marketing	Todas aquellas actividades enfocadas en identificar cómo hacer más efectivas las campañas de <i>marketing</i> , mejorando la transmisión del valor añadido de la oferta de bienes y servicios a los clientes.
Innovación en servicios	En línea con la consecución de la fidelización del cliente y el compromiso a largo plazo, cualquier actividad de impacto como servicio y soporte al cliente.

Nota. Adaptado de Guerola-Navarro *et al.* (2021)

A través de los distintos tipos de innovación, la gestión administrativa se fortalece al disponer de diversas alternativas para el desarrollo organizacional (Spieth *et al.*, 2023). La adopción de una gestión administrativa moderna permite incorporar enfoques no tradicionales, como la fidelización del cliente, la introducción de novedades en los productos y la optimización de las campañas de *marketing*. Por el contrario, cuando las innovaciones no se implementan de manera adecuada, estas pueden no generar los resultados esperados y, en consecuencia, afectar negativamente la calidad del servicio (Sokhan *et al.*, 2024).

Los estándares de calidad también se fortalecen mediante la consolidación de una cultura de innovación, la cual promueve la actualización y optimización continua de los procesos. La integración de prácticas de gestión de calidad con estrategias innovadoras refuerza la capacidad de adaptación de las empresas frente a la variabilidad del entorno comercial, y contribuye a la sostenibilidad organizacional (Daqar y Constantinovits, 2020; Zúñiga-Santillán *et al.*, 2025). Este aumento del rendimiento empresarial también es resultado del uso de estándares de desempeño, que permiten gestionar el cumplimiento de los objetivos productivos y se estructuran en indicadores como la rentabilidad, el posicionamiento en el mercado, la productividad, la calidad del servicio, el desarrollo del personal y la evaluación del desempeño (González *et al.*, 2020).

En esa misma dirección, la innovación no solo contribuye a la mejora de procesos y al desempeño organizacional, sino que también se relaciona con la sofisticación empresarial, entendida como la capacidad de orientar la producción y el servicio hacia fines sostenibles y socialmente responsables. Es necesario considerar esta variable como un factor clave de desarrollo, pues permite evaluar la solidez estratégica y la coherencia de los objetivos organizacionales (Daqar y Constantinovits, 2020; Ming *et al.*, 2018). Asimismo, su función social trasciende los fines económicos, pues promueve principios y valores que favorecen el bienestar de los empleados. Un ejemplo de ello es la innovación en productos y servicios ambientalmente responsables, los cuales contribuyen a reducir la contaminación y fortalecer la sostenibilidad (Bonilla *et al.*, 2025).

La sofisticación empresarial requiere de una constante actualización del conocimiento, particularmente aquel que se gestiona y almacena en los sistemas de información. Este proceso permite a las organizaciones mantener su vigencia en el mercado al identificar oportunamente los cambios en las preferencias de los usuarios (Dijkstra *et al.*, 2020; Sokhan *et al.*, 2024). La renovación de estas fuentes de información enriquece la mejora de productos y servicios, responde a las demandas sociales y favorece la integración competitiva en un mercado global (Bashir y Farooq, 2019). Para asegurar la calidad en la ejecución de los servicios, los estándares facilitan el análisis detallado de los procesos y la prevención de errores. Dichos estándares se sustentan en la obtención sistemática de datos, el uso de unidades de medida pertinentes y la comunicación eficiente a través de canales organizacionales adecuados (González *et al.*, 2020).

La sofisticación empresarial también depende de la actualización constante del conocimiento organizacional, especialmente aquel que se almacena en los sistemas de información. Este proceso permite mantener vigencia dentro del mercado al identificar y anticipar los cambios en las preferencias de los usuarios. La renovación continua de estas fuentes enriquece la mejora de productos y servicios, responde a las demandas sociales y facilita la inserción competitiva en un entorno globalizado (Bashir y Farooq, 2019; Spieth *et al.*, 2023). Para asegurar la calidad en la ejecución de los servicios, se establecen criterios con el fin de analizar los procesos organizacionales con precisión y así

prevenir errores. Estos criterios se sustentan en la recopilación sistemática de datos, el uso de unidades de medida pertinentes y una comunicación eficiente a través de los canales organizacionales adecuados (González *et al.*, 2020).

El uso de herramientas tecnológicas especializadas fortalece la gestión de la información y la toma de decisiones. A su vez, el empleo de *software* de pronósticos incrementa la capacidad de las empresas para elaborar presupuestos eficaces, realizar proyecciones financieras y detectar oportunamente problemas de liquidez en el desarrollo de servicios (Pazos-Nunura *et al.*, 2024). No obstante, la eficacia de estas herramientas depende de la capacitación continua del personal, ya que los programas de formación permiten aprovechar plenamente el potencial tecnológico y elevar la eficiencia operativa (Gallego *et al.*, 2025). De este modo, la integración de tecnologías y métodos de gestión facilitan el uso oportuno y preciso de la información, favoreciendo decisiones ágiles en contextos de alta competencia (Del Águila *et al.*, 2024).

En consecuencia, la gestión administrativa orientada al rendimiento de los servicios se articula estrechamente con la gestión de la calidad, la capacidad del personal encargado de ejecutarlos y la tecnología empleada para la optimización de procesos. Esta relación se vuelve especialmente significativa ante los usuarios cada vez más informados y exigentes, que investigan y comparan minuciosamente las características de los productos y servicios antes de elegirlos (Guerola-Navarro *et al.*, 2024). Dicho cambio en el comportamiento del consumidor ha sido impulsado por el desarrollo de las TIC, las cuales facilitan el acceso a datos, opiniones y alternativas en tiempo real (Ming *et al.*, 2018).

Por otro lado, en el contexto actual, diversas empresas se han caracterizado por no brindar un producto revolucionario, innovador e impactante. Por el contrario, el esfuerzo se centra en el desarrollo de un modelo de negocio disruptivo y funcional para la mejora en la creación y aplicación de nuevos conocimientos administrativos. Aquellas empresas tienen éxito dependiendo de cómo gestionan, cuestionan y adaptan, de manera eficiente, sus métodos de organización (Bashir y Farooq, 2019; González *et al.*, 2020). Las empresas, por tanto, deben procurar tener indicadores de competitividad, como las finanzas, el *marketing*, el capital humano y las alianzas. Mediante estos indicadores, las

estrategias administrativas pueden ser adaptadas a contextos múltiples y ofrecer soluciones a factores ambientales y sociales que influyen en el desarrollo de sus negocios (Bonilla *et al.*, 2025; Dijkstra *et al.*, 2020; Guerola-Navarro *et al.*, 2024).

De acuerdo con lo expresado, es prioridad para las organizaciones recurrir a herramientas inteligentes que les brinden conocimientos en tiempo real sobre los movimientos del mercado para así anticipar tendencias (Bonilla *et al.*, 2025). El uso de los indicadores de competencia se enlaza con el monitoreo constante de las demandas del mercado, lo cual fortalece las redes empresariales competitivas frente a la dinámica evolución del entorno empresarial (Gallego *et al.*, 2025). Estas tecnologías inteligentes se destacan por favorecer la comunicación interna y la automatización de procesos en beneficio de la excelencia en los servicios ofrecidos, es decir, contribuyen a la toma de decisiones estratégicas al brindar un panorama sobre las tendencias comerciales (Sokhan *et al.*, 2024).

La eficacia de estas tecnologías inteligentes no depende únicamente de su implementación, sino también de las habilidades técnicas del personal encargado de operarlas. Para asegurar una prestación adecuada de productos y servicios, es necesario que los trabajadores desarrollen un conjunto de competencias que mejoren al área específica en la que se desempeñan (Bashir y Farooq, 2019; Ming *et al.*, 2018). Estas habilidades abarcan la comunicación técnica, el diseño, la investigación y el manejo de herramientas tecnológicas. Del mismo modo, el fortalecimiento de capacidades socioemocionales resulta fundamental, ya que permite incorporar un enfoque intercultural y humanizado en la atención y prestación de servicios (Pennetta *et al.*, 2024).

La relación existente entre la gestión administrativa y la calidad de la atención se vincula directamente con la sostenibilidad empresarial que, en conjunto con la formación de los empleados, tanto en tecnología como en aspectos éticos, fortalece el compromiso institucional con la sociedad (Pazos-Nunura *et al.*, 2024). Asimismo, el desarrollo de las capacidades del personal a través de programas como *coaching* y mentoría, que impulsan un desempeño más res-

ponsable y eficiente, contribuye a la adaptación organizacional frente a los retos del cambio social y ambiental. En tal sentido, el rendimiento que se observa en una empresa depende en gran parte de la eficiencia y compromiso ético del personal, ya que son aquellos quienes plasman la visión de la sostenibilidad en la organización (Omotoye *et al.*, 2022; Pennetta *et al.*, 2024).

En este marco, el liderazgo organizacional genera rutas de desarrollo para que las estrategias administrativas y de sostenibilidad puedan mejorar la calidad de los servicios. El liderazgo eficaz influye enormemente en la autoeficacia y la motivación del personal, lo cual brinda opciones novedosas a necesidades sociales y ambientales (Guerola-Navarro *et al.*, 2024; Sokhan *et al.*, 2024). Favorece, además, a la participación activa del personal en la elaboración de planes y objetivos, incrementando la responsabilidad compartida. Un líder organizacional tiene la responsabilidad de mejorar progresivamente sus productos y servicios a través de la retroalimentación constante tanto con los empleados como con los usuarios, favoreciendo así la sostenibilidad de la empresa (Ming *et al.*, 2018).

Por otro lado, la implementación de estrategias institucionales bien estructuradas refuerza el liderazgo organizacional al facilitar la adaptación al cambio, optimizar los recursos y promover la sostenibilidad interna. Estas estrategias permiten a las gerencias monitorear resultados en tiempo real, identificar áreas de mejora y orientar los esfuerzos hacia actividades que impacten directamente en la satisfacción del cliente y en el cumplimiento de objetivos (Del Águila *et al.*, 2024). A través de estas estrategias, la gestión administrativa refuerza la competitividad empresarial y promueve una cultura organizacional basada en la eficiencia, la innovación y la responsabilidad social. La optimización de procesos permite reducir la burocracia y responder con agilidad a las demandas del usuario (Daqar y Constantinovits, 2020). Asimismo, la planificación estratégica y la evaluación continua aseguran la coherencia entre los objetivos institucionales, la calidad del servicio y la sostenibilidad organizacional (Pazos-Nunura *et al.*, 2024; Zúñiga-Santillán *et al.*, 2025).

4.4. Conclusiones

La revisión sistemática demuestra que la gestión administrativa es un factor decisivo en la mejora de la calidad del servicio dentro del sector privado al articular estrategias de liderazgo, innovación, sostenibilidad y optimización de procesos. Entre las estrategias más efectivas identificadas destacan la gestión por procesos, la planificación estratégica, la digitalización de la administración y la capacitación continua del personal. Estas herramientas fortalecen la capacidad organizacional para adaptarse a entornos cambiantes, reducir la burocracia y ofrecer respuestas más ágiles y personalizadas a las demandas de los usuarios.

Asimismo, la literatura evidencia que la transformación digital, la gestión del talento humano, los modelos de gestión organizacional y la sostenibilidad corporativa son los enfoques con mayor presencia e impacto en la calidad del servicio. Dichos enfoques integran el uso de tecnologías inteligentes, la innovación en productos y servicios, y la promoción de un liderazgo capaz de guiar a las organizaciones hacia una cultura de mejora continua.

En conjunto, los hallazgos reflejan que la eficacia de la gestión administrativa no depende únicamente de la aplicación de modelos estructurados, sino también del compromiso ético, la formación del personal y la consolidación de una visión sostenible. Por tanto, una gestión administrativa moderna y estratégica se configura como el eje que articula la eficiencia operativa, la competitividad empresarial y la satisfacción del cliente en un mercado global dinámico.

CAPÍTULO V

REFLEXIONES FINALES EN TORNO A LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y LA CALIDAD DEL SERVICIO

La gestión administrativa y la calidad del servicio constituyen pilares esenciales para el fortalecimiento y sostenibilidad de las organizaciones modernas, dado que su adecuada articulación permite optimizar recursos, mejorar la satisfacción del cliente y consolidar una cultura de mejora continua. En este contexto, el liderazgo estratégico emerge como un factor decisivo para guiar los esfuerzos institucionales hacia la excelencia, impulsando la participación activa y el compromiso del personal en la consecución de objetivos dentro de entornos altamente competitivos.

De igual modo, el liderazgo eficaz no solo orienta las acciones administrativas, sino que también fomenta el empoderamiento y el comportamiento de ciudadanía organizacional, elementos que refuerzan la cohesión interna y la responsabilidad compartida en torno a la calidad del servicio. De esta manera, las instituciones logran transformar su dinámica operativa mediante prácticas colaborativas que estimulan la innovación, la comunicación asertiva y la orientación al logro, favoreciendo entornos laborales más productivos, sostenibles y alineados con los valores institucionales.

Por consiguiente, la innovación y la tecnología desempeñan un papel crucial en la modernización de los procesos administrativos, pues facilitan la digitalización y automatización de tareas, garantizando servicios más ágiles, precisos y accesibles. A través de herramientas tecnológicas adecuadas, las organizaciones optimizan sus flujos de trabajo, reducen márgenes de error y fortalecen la trazabilidad de los procesos, lo que contribuye significativamente a elevar los estándares de calidad y satisfacer de manera eficiente las demandas crecientes de los usuarios.

Por otro lado, la implementación de un sistema de calidad total se presenta como el eje central para alcanzar la excelencia organizacional, ya que se

integran todas las áreas en torno a una visión común de mejora continua y sostenibilidad. Este enfoque genera efectos positivos en el desempeño empresarial al promover la eficiencia, la innovación y la orientación al cliente, consolidando así una gestión administrativa que no solo busca resultados inmediatos, sino también la competitividad, la responsabilidad social y el desarrollo sostenido a largo plazo.

5.1. Liderazgo estratégico en la gestión de la calidad del servicio

El liderazgo estratégico desempeña un papel decisivo en la gestión de la calidad del servicio, debido a que permite orientar las acciones de los empleados hacia la excelencia organizacional. En este contexto, el liderazgo participativo fomenta la motivación y el compromiso, generando un ambiente donde los trabajadores de primera línea se sienten valorados y forman parte de los procesos decisionales. Este tipo de liderazgo impulsa la confianza y la comunicación efectiva, lo que repercute en una atención más eficiente hacia el cliente y en la consolidación de una cultura organizacional positiva (Ahmad y Umrani, 2019; Setyaningsih *et al.*, 2024).

Asimismo, la gestión de la calidad del servicio también se ve fortalecida mediante el intercambio de conocimientos, considerado un mediador clave entre los estilos de liderazgo y el compromiso laboral. En este escenario, cuando los líderes promueven espacios de aprendizaje y colaboración, los empleados desarrollan mayor capacidad para resolver problemas y ofrecer un servicio diferenciado. De esta forma, el liderazgo estratégico no solamente dirige, sino que facilita el crecimiento profesional y la innovación en la atención al cliente, garantizando la sostenibilidad del servicio en el tiempo (Vahedi *et al.*, 2024; Wu y Yi-Chih, 2020).

Por otro lado, los líderes que adoptan un enfoque directivo tienden a estructurar las tareas y aclarar responsabilidades, lo cual puede generar tanto ventajas como limitaciones. Este estilo resulta útil en entornos donde se requiere precisión operativa, aunque puede disminuir la autonomía y la creatividad de los empleados si se aplica de manera rígida. En contraposición, el liderazgo participativo favorece la implicación emocional del personal, promoviendo un

sentido de pertenencia que eleva la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes (Pahi *et al.*, 2020; Park y Shin, 2021).

Por lo tanto, el compromiso de los empleados con la calidad del servicio se refleja en resultados tangibles como la satisfacción laboral, la disminución de la rotación y la mejora del desempeño organizacional. De esta forma, los trabajadores comprometidos demuestran una disposición constante a superar las expectativas, contribuyendo activamente a la fidelización del cliente y al fortalecimiento de la reputación institucional. Así, el liderazgo estratégico se convierte en un catalizador del rendimiento, dado que integra motivación, dirección y participación para lograr la excelencia organizacional (Shah *et al.*, 2019; Umrani *et al.*, 2022).

5.1.1. Empoderamiento y comportamiento de ciudadanía organizacional

El empoderamiento laboral se considera un elemento esencial para fortalecer la autonomía, la responsabilidad y la motivación de los empleados dentro de las organizaciones. En este sentido, cuando los trabajadores perciben que poseen control y capacidad de decisión sobre sus tareas, desarrollan un mayor sentido de pertenencia y compromiso hacia la empresa, lo cual favorece el desempeño organizacional y la calidad del servicio. Además, el empoderamiento permite a los colaboradores responder de manera proactiva ante las necesidades del cliente, demostrando iniciativa y disposición para superar las expectativas (Kang y Busser, 2018).

Por otro lado, el comportamiento de ciudadanía organizacional (CCO) se manifiesta en las acciones voluntarias que los empleados realizan más allá de sus obligaciones formales, contribuyendo al funcionamiento eficaz de la organización. De esa manera, este comportamiento se encuentra directamente asociado con la disposición a colaborar, compartir conocimientos y ofrecer apoyo a los compañeros de trabajo, fortaleciendo el clima laboral y la cohesión interna. Así, el CCO se convierte en un indicador del compromiso afectivo y del sentido de cooperación dentro de las instituciones orientadas al servicio (Thi y Young-joo, 2021).

Asimismo, la relación entre empoderamiento y ciudadanía organizacional resulta positiva, dado que los empleados empoderados muestran una mayor inclinación a realizar conductas altruistas y de colaboración. Cuando los líderes fomentan la participación activa y reconocen los aportes individuales, los trabajadores se sienten valorados, lo que incrementa su disposición a actuar en beneficio de la organización. Como resultado, el empoderamiento se traduce en un factor mediador que potencia el compromiso y la conducta ciudadana dentro del entorno laboral (Kang y Busser, 2018).

En consecuencia, un entorno organizacional caracterizado por el apoyo gerencial y la orientación al cliente fortalece tanto el empoderamiento como el comportamiento de ciudadanía organizacional, dado que este contexto promueve que los empleados perciban su labor como significativa y vinculada a los objetivos institucionales, generando actitudes de lealtad, compromiso y mejora continua. De esta manera, la sinergia entre ambos factores contribuye al logro de una cultura de servicio sustentada en la cooperación, la confianza, la satisfacción del cliente y la consolidación de un desempeño organizacional sostenible (Thi y Young-joo, 2021).

5.2. Innovación y tecnología en la gestión de la calidad del servicio

En el contexto empresarial, caracterizado por una alta competitividad, globalización y constante cambio tecnológico, la innovación y la tecnología se consolidan como pilares esenciales para la productividad y diferenciación de las organizaciones. A través de una adecuada gestión tecnológica, las empresas logran optimizar procesos, desarrollar nuevos servicios y expandirse hacia mercados emergentes, generando así ventajas sostenibles y duraderas. Este enfoque estratégico permite que los recursos disponibles sean utilizados de manera más eficiente, incrementando la capacidad de adaptación ante los cambios del entorno global (Marcot y Penman, 2019).

Asimismo, la ventaja competitiva no radica únicamente en la adquisición de tecnología, sino en la capacidad organizacional para gestionarla de forma integral, planificada y coherente con sus objetivos estratégicos. En este sentido, la gestión tecnológica implica coordinar los recursos técnicos, financieros y

humanos dentro de un proceso dinámico y contextual, lo que exige una visión alineada a las funciones estratégicas del negocio. Por tanto, las empresas que integran la tecnología como parte de su estructura organizacional logran fortalecer su posición competitiva y su capacidad sostenida de innovación (Terán-Bustamante *et al.*, 2019).

A pesar de los avances en innovación empresarial y los múltiples enfoques teóricos, gran parte de los estudios se han concentrado en los resultados tangibles, dejando de lado el análisis del proceso que los genera. Factores como la inversión en investigación y desarrollo, la gestión de la propiedad intelectual y el tipo de innovación implementada son ampliamente evaluados; sin embargo, la comprensión del proceso de gestión tecnológica resulta aún limitada y fragmentada. Este vacío evidencia la necesidad de contar con modelos analíticos que permitan entender las interrelaciones causales entre las variables que inciden en la gestión efectiva de la innovación (Marcot y Penman, 2019).

Por consiguiente, los modelos de análisis basados en inteligencia artificial y estadística avanzada emergen como herramientas eficaces y adaptables para evaluar la gestión tecnológica, debido a su flexibilidad y capacidad para representar relaciones complejas entre variables interdependientes. A través de estos, es posible estimar la aceptabilidad, eficiencia y coherencia de la gestión de la innovación dentro de las organizaciones, considerando múltiples factores internos y externos. Así, su aplicación permite comprender, analizar y predecir los resultados derivados de la interacción entre procesos tecnológicos y organizacionales (Terán-Bustamante *et al.*, 2019).

5.2.1. Digitalización de procesos administrativos para un servicio eficiente

En el contexto empresarial contemporáneo, caracterizado por la globalización, la innovación constante y la alta competitividad, las organizaciones buscan optimizar su gestión mediante la incorporación de herramientas digitales avanzadas. Este proceso implica una transformación profunda en la manera de administrar los recursos, procesar la información y tomar decisiones estratégicas, lo que favorece la eficiencia operativa y la productividad general. En

consecuencia, la adopción tecnológica se convierte en una estrategia clave para fortalecer la sostenibilidad, la competitividad y la capacidad de adaptación de las empresas en cualquier sector (Porporato *et al.*, 2023).

Asimismo, la incorporación de tecnologías digitales en la gestión administrativa permite mejorar la planificación, el control interno, la comunicación y la toma de decisiones estratégicas dentro de las organizaciones. Sin embargo, este cambio estructural requiere una preparación constante del personal, así como una cultura organizacional abierta a la innovación, ya que las competencias digitales se han vuelto indispensables en la gestión moderna. Por consiguiente, la capacitación continua y el acompañamiento técnico son pilares esenciales para garantizar una digitalización efectiva, sostenible y alineada con los objetivos institucionales (Medina *et al.*, 2022).

Por otro lado, aunque las ventajas de la digitalización son ampliamente reconocidas, las organizaciones aún enfrentan obstáculos relacionados con la falta de recursos financieros, infraestructura tecnológica adecuada y conocimientos especializados en su implementación. En muchos casos, persiste la combinación de sistemas manuales y digitales, lo que refleja un proceso de transición que exige liderazgo, planificación y compromiso institucional. En este sentido, se vuelve fundamental diseñar estrategias integrales que impulsen la innovación tecnológica y fortalezcan la transformación digital en todos los niveles organizacionales (Ferrer, 2021).

Finalmente, más allá del uso instrumental de la tecnología, el verdadero valor de este proceso radica en el desarrollo del talento humano, la creatividad y la capacidad para aplicar los recursos digitales con visión estratégica. De igual modo, la inversión en formación técnica, innovación y cultura digital permite aprovechar plenamente las ventajas de la automatización, reduciendo costos y mejorando la eficiencia operativa de manera sostenida. Como resultado, las organizaciones pueden consolidar una cultura orientada al aprendizaje continuo, la sostenibilidad y la competitividad global en entornos cada vez más cambiantes (Sanabria-Zotelo, 2024).

5.3. Sistema de calidad total como eje de la excelencia organizacional

En el contexto empresarial, el sistema de calidad total se consolida como el eje central que orienta a las organizaciones hacia la excelencia. Este enfoque implica una transformación integral en la forma de gestionar los procesos, lo que demanda un compromiso institucional que abarque desde la alta dirección hasta los niveles operativos. Además, fomenta una cultura organizacional basada en la mejora continua y en la satisfacción plena del cliente, garantizando coherencia entre los objetivos estratégicos y las acciones cotidianas que promueven la eficiencia (Amaya *et al.*, 2020).

En adición a lo anterior, la gestión de la calidad total requiere un liderazgo comprometido que inspire confianza, promueva la participación activa y motive al talento humano hacia la consecución de metas comunes y sostenibles. En este sentido, el líder se convierte en un facilitador que impulsa la innovación, orienta las decisiones estratégicas y asegura la integración armónica y eficiente de todos los procesos internos. De igual manera, la formación constante y pertinente del personal fortalece sus competencias, lo cual permite la consolidación de un entorno organizacional competitivo, resiliente y adaptable ante los cambios del mercado global (Wiyatno *et al.*, 2024).

De otra parte, el sistema de calidad total enfatiza la necesidad de establecer procesos eficientes que respondan a estándares internacionales y promuevan la mejora continua. Este principio conlleva revisar y optimizar las operaciones de forma permanente, tomando decisiones sustentadas en evidencias y en el análisis del desempeño organizacional. De esta manera, se fortalece la capacidad institucional para anticipar errores, reducir desperdicios y elevar los niveles de satisfacción del cliente. En efecto, cada mejora implementada genera un impacto positivo en la productividad y en la reputación empresarial (Amaya *et al.*, 2020).

Por lo tanto, alcanzar la excelencia organizacional mediante un sistema de calidad total exige la gestión efectiva de las relaciones internas y externas, especialmente con proveedores y aliados estratégicos. Dichas interacciones de-

ben basarse en la confianza, la transparencia y la cooperación mutua, elementos esenciales para consolidar una red sólida que respalde la sostenibilidad de la organización. En consecuencia, el compromiso compartido y la comunicación fluida se transforman en pilares fundamentales que garantizan resultados consistentes y una proyección institucional destacada en el mercado competitivo del siglo XXI (Lehyani *et al.*, 2023).

5.3.1. Efectos de la gestión de la calidad total en el desempeño empresarial

Autores como Touma *et al.*, (2024) señalan que ya en la primera década del 2000, Carro Paz y González Gómez habían diagnosticado que la calidad impacta profundamente, y de diversas maneras, en las organizaciones, destacando especialmente su influencia en los costos, la participación en el mercado, el prestigio empresarial y las responsabilidades derivadas de los productos o servicios ofrecidos.

a. Costos y participación en el mercado. Las mejoras en la calidad permiten a las organizaciones incrementar su presencia en el mercado, ya que los productos y servicios más confiables generan mayor satisfacción y fidelidad del cliente. A su vez, la reducción de errores, reprocesos y devoluciones contribuye a disminuir los costos operativos y optimizar los recursos disponibles

b. Prestigio de la organización. La reputación empresarial se consolida a partir de la percepción positiva que los consumidores tienen sobre la calidad de los productos y servicios ofrecidos. Adicionalmente, dicha imagen se fortalece mediante las buenas prácticas laborales, la ética profesional y las relaciones efectivas con los proveedores y aliados estratégicos.

c. Responsabilidad sobre los productos. Las empresas que no aseguran la calidad de sus productos o servicios pueden enfrentar responsabilidades legales y económicas derivadas de daños ocasionados a los consumidores. Esto puede traducirse en altos costos por indemnizaciones, pérdida de confianza del público y un deterioro significativo de la imagen corporativa.

d. Implicaciones internacionales. En el contexto de la globalización, la calidad adquiere una dimensión estratégica, ya que constituye un requisito

indispensable para competir en los mercados internacionales. Por ello, las organizaciones y los países deben garantizar que sus productos cumplan con los estándares globales de calidad, eficiencia y precio, asegurando su sostenibilidad y posicionamiento competitivo.

Así, la gestión de la calidad total se consolida como un componente esencial del desarrollo organizacional al fomentar la eficiencia y la mejora continua en todos los niveles de la empresa. Además, permite fortalecer la cultura corporativa y la confianza de los grupos de interés, contribuyendo de manera sostenida al logro de la excelencia empresarial y la competitividad global.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abu, A., Mohammad, A., Alheet, A., Hussein, M. y Abu, S. (2023). Relationships between human resource management practices, employee satisfaction, service quality, and employee service behavior in the hotel industry. *Problems and Perspectives in Management*, 21(1), 242. [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.21\(1\).2023.21](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.21(1).2023.21)

Ahmad, I. y Umrani, W. (2019). The impact of ethical leadership style on job satisfaction: Mediating role of perception of Green HRM and psychological safety. *Leadership & Organization Development Journal*, 40(5), 534–547. <https://doi.org/10.1108/LODJ-12-2018-0461>

Akdere, M., Top, M. y Tekingündüz, S. (2020). Examining patient perceptions of service quality in Turkish hospitals: The SERVPERF model. *Total quality management & business excellence*, 31(3–4), 342–352. <https://doi.org/10.1080/14783363.2018.1427501>

Almanza, R., Calderón, P. y Vargas, J. (2019). Los factores internos de las pymes y su influencia en la competitividad (caso sector comercio en Lázaro Cárdenas Michoacán). *Horizontes empresariales*, 18(2), 4–20. <https://doi.org/10.22320/hem.v18i2.3907>

Amaya, P., Lenin, E., Rojas, S. y Díaz, L. (2020). Gestión de la calidad: Un estudio desde sus principios. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 25(90), 632–647. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29063559014>

Anchelia-Gonzales, V., Inga-Arias, M., Olivares-Rodríguez, P. y Escalante-Flores, J. (2021). La gestión administrativa y compromiso organizacional en instituciones educativas. *Propósitos y Representaciones*, 1, e899. <https://doi.org/10.22320/hem.v18i2.3907>

Angamarca, G., Díaz, Y. y Martínez, C. (2019). La calidad percibida por el cliente del servicio hotelero. Una revisión bibliográfica. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 3(2), 100–133. <https://doi.org/10.18779/csye.v3i2.299>

Anwar, S., Min, L. y Dastagir, G. (2019). Effect of service quality, brand image, perceived value on customer satisfaction and loyalty in the Chinese banking industry. *International Journal of Business, Economics and Management Works*, 6(3), 24–30. <https://www.semanticscholar.org/paper/Effect-of-Service-Quality%2C-Brand-Image%2C-Perceived-Anwar-Min/1035ef69cf31cdea8cda3b-5c7fe7385c67862676>

Araujo, R., Santos, G., Batista, J. y Sá, J. (2019). The Quality Management System as a Driver of Organizational Culture: An Empirical Study in the Portuguese Textile Industry. *Quality Innovation Prosperity*, 23(1), 1–24. <https://doi.org/10.12776/qip.v23i1.1132>

Bao-Condor, C. L., Marcelo-Armas, M., Gutierrez-Solorzano, M., Bardales-Gonzales, R., Corcino-Barrueta, F. y Huamanyauri-Cornelio, W. (2020). Gestión administrativa y calidad de servicio percibida por usuarios de una escuela de posgrado, Huánuco-Perú. *Gaceta Científica*, 6(2), 104–114. <https://doi.org/10.46794/gacien.6.2.787>

Barrueto, M. y Marchena, O. (2024). Impacto de los costos estratégicos en la sostenibilidad empresarial de las PYMES mediante una revisión bibliográfica. *Revista Científica en Ciencias Sociales*, 6, 1–11. <https://doi.org/10.53732/rcc-sociales/e601120>

Barzola-Parrales, J., Mariscal-Acebo, C. y Zuñiga-Delgado, M. (2025). Gestión administrativa y crecimiento empresarial: Estudio de mi PYMES Centro de Abastos. *MQRInvestigar*, 9(2), e627. <https://doi.org/10.56048/MQR20225.9.2.2025.e627>

Barzola, I., Flores, W., Daza, P., Flores, C., Flores, J. y Flores, A. (2023). Importancia de la planificación para mejorar la gestión administrativa en las empresas públicas de turismo, Ecuador. 2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 2707–2724. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4617

Bashir, M. y Farooq, R. (2019). The synergetic effect of knowledge management and business model innovation on firm competence: A systematic review. *International Journal of Innovation Science*, 11(3), 362–387. <https://doi.org/10.1108/IJIS-10-2018-0103>

Bendermacher, G., Dolmans, D., Grave, W., Wolshagen, I. y Egbrink, M. (2021). Advancing quality culture in health professions education: experiences and perspectives of educational leaders. *Advances in Health Sciences Education*, 26(2), 467–487. <https://doi.org/10.1007/s10459-020-09996-5>

Bin, M. y Ming, P. (2024). An Overview of Employee Engagement and it's Relationship to Employee Performance: In the Background of Human Resources Development. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(4), 220–231.

- Bonilla, M., Vargas, A. y Durán, M. (2025). Analysis Of The Relationship Between Sustainability And Competitiveness: A Management And Control Model For The Global Goals Of Sustainable Development And The Competitive Positioning Of The Country. *International Journal of Environmental Sciences*, 11(2), 590–613. <https://doi.org/10.64252/bt4c1z10>
- Breevaart, K. y van Woerkom, M. (2024). Building Employee Engagement and Resilience Through Strengths-Based Leadership. *The Spanish Journal of Psychology*, 27, e25. <https://doi.org/10.1017/SJP.2024.28>
- Burgos, S. y Morocho, T. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. *Revista de investigación valor agregado*, 5(1), 22–39. <https://doi.org/10.17162/riva.v5i1.1279>
- Carhuancho, I., Sicheri, L., Nolazco, F. y De la Torre, J. (2019). Estandarización del cuestionario para medir las habilidades gerenciales en el sector Turismo (HGT). *INNOVA Research Journal*, 4(3), 1–12. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7475526>
- Chiavenato, I. (2019). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mc Graw Hill. <https://acortar.link/1GDnJh>
- Chiavenato, I. (2020a). *Administración de Recursos Humanos. El capital humano de las organizaciones*. McGraw-Hill Publishing Co. <https://acortar.link/sOULoE>
- Chiavenato, I. (2020b). *Gestión del talento humano. El nuevo papel de los recursos humanos en las organizaciones*. McGraw-Hill Publishing Co. <https://acortar.link/cHMA0w>
- Chicaiza, N., Saavedra, G., Olovacha, W. y Cabezas-Mejía, M. (2022). Implementación de un modelo de planificación estratégica para la gestión administrativa, de la Compañía de Transporte Pesado Rutas Salcedenses. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 768–786. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383505>
- Contreras, F. y Olaya, J. (2025). Inteligencia artificial en las empresas: Oportunidades y desafíos. *Revista Impulso*, 5(9), 353–367. <https://doi.org/10.59659/impulso.v.5i9.88>
- Coronado-Guzmán, G., Valdivia-Velasco, M., Aguilera-Dávila, A. y Alvarado-Carrillo, A. (2020). Compromiso organizacional: Antecedentes y consecuencias. *Conciencia tecnológica*, 60, 1–15. <https://www.redalyc.org/journal/944/94465715006/html/>

Cronin, J. y Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.2307/1252296>

Cuadrado, G., Rodríguez, M. y Cortez, K. (2023). Responsabilidad social empresarial y desempeño financiero: Revisión sistemática, Scopus 2015-2023. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 28(103), 983–1000. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.103.5>

Daqar, M. y Constantinovits, M. (2020). The role of total quality management in enhancing the quality of private healthcare services. *Problems and Perspectives in Management*, 18(2), 64. https://www.academia.edu/95473574/The_role_of_total_quality_management_in_enhancing_the_quality_of_private_healthcare_services

Del Águila, R., Delgado, J. y Contreras, R. (2024). Management by process and quality of service, in organizations: A literary review. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 9(2), 1–24. <https://doi.org/10.24294/jipd9464>

Dijkstra, H., van Beukering, P. y Brouwer, R. (2020). Business models and sustainable plastic management: A systematic review of the literature. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120967. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120967>

Durama, P., Krai, P., Stehel, V., LazaroIU, G. y Sroka, W. (2019). Quality Culture of Manufacturing Enterprises: A Possible Way to Adaptation to Industry 4.0. *Social Sciences*, 8(4), 124. <https://doi.org/10.3390/socsci8040124>

Durán-Solórzano, S. y Martínez-Minda, H. (2020). Capacitación del talento humano y la gestión de la calidad en instituciones del sector salud. *Revista Científica Arbitrada En Investigaciones De La Salud GESTAR*, 3(6), 2–15. <http://www.journalgestar.org/index.php/gestar/article/view/19>

Estrada, E. (2023). Modelos de gestión administrativa y aplicación en la administración pública. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 2813–2825. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4629

Fatima, I., Humayun, A., Iqbal, U. y Shafiq, M. (2019). Dimensions of service quality in healthcare: a systematic review of literature. *International Journal for Quality in Health Care*, 31(1), 11–29. <https://doi.org/10.1093/intqhc/mzy125>

Ferrer, R. (2021). Análisis de las necesidades administrativas de gerentes de microempresas en Paraguay. *Academo*, 8(1), 1–14. <https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/461>

Figueroa, W. y Zea, D. (2025). Revisión bibliográfica referente al desarrollo de competencias y estrategias administrativas – financieras a nivel mundial, regional y local. *Prohominum. Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 7(1), 57–64. <https://doi.org/10.47606/ACVEN/PH0314>

Flores-Zavala, G., Villegas-Cayllahua, F. y Napán-Yactayo, A. (2021). Calidad de servicio y su relación con la fidelización de los clientes. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(1), 200–221. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7953213>

Flores, J., Machaca, J. y Cahuana, R. (2022). Percepción de la calidad y satisfacción en discentes de la escuela de Administración de la Unajma-Apurímac. *Revista de Ciencia y Tecnología - Para El Desarrollo - UJCM*, 6(12), 30–38. <https://doi.org/10.37260/rctd.v6i12.173>

Fonseca, J., Cruz, C. y Chacón, L. (2019). Validación del instrumento de compromiso organizacional en México: evidencias de validez de constructo, criterio y confiabilidad. *Revista De Psicología*, 37(1), 7–29. <https://doi.org/10.18800/psico.201901.001>

Gallego, L., Hernández, L., Rodríguez, D. y Rodríguez, M. (2025). Financial and Administrative Management Models for Digital Ventures: A Literature Review. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(4), 214. <https://doi.org/10.3390/jrfm18040214>

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 18(3), 381–398. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5655321>

Garzón-Posada, A., Jiménez-Ramírez, M. y Gómez-Campos, L. (2022). Redes de colaboración empresarial para pymes: una revisión al estado del arte. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 30(1), 215–244. <https://doi.org/10.18359/rfce.5871>

González, S., Viteri, D., Izquierdo, A. y Verdezoto, G. (2020). Modelo de gestión administrativa para el desarrollo empresarial del Hotel Barros en la ciudad de Quevedo. *Revista Universidad y sociedad*, 12(4), 32–37. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s2218-36202020000400032&script=sci_arttext

Guaman-Valarezo, L. y Aguilar-Galvez, W. (2023). Análisis de la calidad percibida y su relación con la lealtad en el sector de productos cosméticos en la ciudad de Machala. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(3), 618–626. <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3-1.1816>

- Guerola-Navarro, V., Gil-Gome, H., Oltra-Badenes, R. y Sendra-García, J. (2021). Customer relationship management and its impact on innovation: A literature review. *Journal of Business Research*, 129, 83–87. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.050>
- Guerola-Navarro, V., Gil-Gomez, H., Oltra-Badenes, R. y Soto-Acosta, P. (2024). Customer relationship management and its impact on entrepreneurial marketing: a literature review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20(2), 507–547. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00800-x>
- Guerrero, D. (2020). La cultura organizacional como elemento competitivo de las empresas turísticas en Colombia. *Revista Espacios*, 41(24), 308–321. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n24/20412425.html>
- Hernández, H., Barrios, I. y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 169–185. <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.2018v16n28.2130>
- Hidalgo-Pozzi, R., Alamo-Larrañaga, K., Rojas-Vela, J., Ruiz-Correa, S., Gonzáles-Alegría, L. y Reátegui-Reátegui, M. (2024). Optimización de procesos en la estructura organizacional de los Modelos de Negocio. Revisión sistemática. *Bibliotecas. Anales de Investigación*, 20(2), 1–12. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9740286>
- ISO. (2015). *International Organization for Standardization*. International Organization for Standardization. https://dai.uas.edu.mx/pdfs/NORMA_ISO_9000-2015_FyV.pdf
- Izquierdo, J. (2021). La calidad de servicio en la administración pública. *Horizonte empresarial*, 8(1), 425–437. <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648>
- Jejen, L. (2021). La importancia de la calidad y el servicio. *Revista Neuronum*, 7(3), 37–41. <https://eduneuro.com/revista/index.php/revistaneuronum/article/view/335>
- Kang, H. y Busser, J. (2018). Impact of service climate and psychological capital on employee engagement: The role of organizational hierarchy. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.003>
- Lehyani, F., Zouari, A., Ghorbel, A., Tollenaere, M. y Sá, J. (2023). Knowledge Management and Total Quality Management Impact on Employee Effectiveness in Emerging Industries: Case of Tunisian Small and Medium Enterprises. *Sustainability*, 15(5), 3872. <https://doi.org/10.3390/su15053872>

- Lintanga, A. y Rathakrishnan, B. (2024). The impact of psychosocial safety climate on public sector job satisfaction: the moderating role of organizational climate. *BMC psychology*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01513-8>
- Lo, Y.-C., Lu, C., Chang, Y.-P. y Wu, S.-F. (2024). Examining the influence of organizational commitment on service quality through the lens of job involvement as a mediator and emotional labor and organizational climate as moderators. *Heliyon*, 10(2), e24130. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24130>
- Malpartida-Meza, D., Granada-López, A. y Salas-Canales, H. (2022). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa comercializadora de sistemas de climatización doméstica e industrial, distrito de Surquillo (Lima-Perú), 2021. *Revista Científica de la UCSA*, 9(3), 15–35. <https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.023>
- Marcot, B. y Penman, T. (2019). Advances in Bayesian network modelling: Integration of modelling technologies. *Environmental Modelling & Software*, 111, 386–393. <https://doi.org/10.1016/j.envsoft.2018.09.016>
- Medina, P., Chango, M., Corella, M. y Guizado, D. (2022). Transformación digital en las empresas: una revisión conceptual. *Journal of science and Research*, 7(2), 756–769. <https://zenodo.org/records/7726439>
- Mejía-Giraldo, A., Bravo-Castillo, M. y Montoya-Serrano, A. (2013). El factor del talento humano en las organizaciones. *Ingeniería industrial*, 34(1), 2–11. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4786562>
- Mena, D. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & gestión*, 46, 11–47. <https://www.redalyc.org/journal/646/64664303002/>
- Mendoza, L. y Montoya, L. (2025). Innovación y ventaja competitiva: revisión teórica basada en análisis de correspondencias múltiples. *Innovar2*, 35(96), e103157. <https://doi.org/10.15446/innovar.v35n96.103157>
- Ming, W., T. B. y Lee, P. (2018). How quality management system components lead to improvement in service organizations: A system practitioner perspective. *Administrative Sciences*, 8(4), 73. <https://doi.org/10.3390/admsci8040073>
- Moreno-Menéndez, F., Aguado-Riveros, U., Hadi-Mohamed, M., Tapia-Silguera, R., Silva-Infantes, M., Rada-Vittes, J., Huaynate-Espejo, L. y González-Prida, V. (2025). Organizational Commitment and Administrative Management in Public Service Delivery: Evidence from an Emerging Governance Context. *Administrative Sciences*, 15(6), 231. <https://doi.org/10.3390/admsci15060231>

- Moreno, F., Sánchez, K., Hermis, C., Aliaga, R. y Ñaurima, H. (2023). Compromiso organizacional y gestión administrativa en el personal de una comisaría de la región Junín - Perú. *E-Revista Multidisciplinaria Del Saber*, 1, e-R-MS01132023. <https://doi.org/10.61286/e-rms.v1i.20>
- Mosqueira, G. (2020). La cultura organizacional y su incidencia en la calidad de servicio del personal administrativo de la Universidad Nacional de Trujillo: 2016. *SCIENDO INGENIUM*, 16(2), 157–163. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2896%0A>
- Muñiz-Jaime, L., Tomalá-Yáñez, R. y Alvarado-Guaranda, J. (2022). La planificación estratégica y su aporte al desarrollo empresarial de las mipymes en Manabí. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 372–383. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383413>
- Navarro-Pérez, P., Melgarejo, Z. y Vera-Colina, M. (2024). Gestión empresarial y desempeño en las pymes desde la mirada de las finanzas comportamentales. Una revisión sistemática de la literatura. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 34(94), 1–32. <https://doi.org/10.15446/innovar.v34n94.116809>
- Noriega, A. y Farfán, J. (2025). El desarrollo organizacional en las empresas micro, pequeñas y medianas empresas (PYMEs): una revisión sistemática. *Revista Impulso*, 5(9), 204–220. <http://www.scielo.org.bo/pdf/ri/v5n9/2959-9040-ri-5-09-204.pdf>
- Núñez, E., Moncayo, O., Medina, E. y Muñoz, C. (2022). Administrative management and its impact on the company's productivity, training plan. *Journal of Business and Entrepreneurial Studie*, 6(3), 83–96. <https://doi.org/10.37956/jbes.v6i3.300>
- Omotoye, O., Abdulazeez, A. y Olusesi, L. (2022). Human resource management in entrepreneurial business: a literature review. *RUDN Journal of Public Administratio*, 9(1), 73–82. <https://journals.rudn.ru/public-administration/article/view/30594>
- Onur, N., Yetim, A., Guven, Y., Gozen, E., Ozbey, D. y Degirmen, G. (2024). Employer Brand Attractiveness and Organizational Commitment: The Moderating Role of Organizational Support. *Sustainability*, 16(13), 5394. <https://doi.org/10.3390/su16135394>
- Ordoñez, J., Ordoñez, S. y Zurita, S. (2023). La satisfacción laboral y su relación con la satisfacción del cliente: Estado del arte. *SCIENDO*, 26(2), 215–220. <https://doi.org/10.17268/sciendo.2023.031>

Ortíz-Fernandez, J., Baldeón-Tovar, M., Medina-Pelaiza, L., Ortiz-Huamán, C. y Godiño-Poma, M. (2024). Gestión por procesos en las empresas. Una revisión sistémica. *Gestionar: revista de empresa y gobierno*, 4(1), 7–22. <https://doi.org/10.35622/j.rg.2024.01.001>

Page, M., McKenzie, J., Bossuyt, P., Shamseer, L., Tetzlaff, J., Moher, D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. y Moher, D. (2021). Updating guidance for reporting systematic reviews: development of the PRISMA 2020 statement. *Journal of clinical epidemiology*, 134, 103–112. <https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2021.02.003>

Pahi, M., Ahmed, U., Sheikh, A., Dakhan, S., Khuwaja, F. y Ramayah, T. (2020). Leadership and Commitment to Service Quality in Pakistani Hospitals: The Contingent Role of Role Clarity. *Sage Open*, 10(4), 2158244020963642. <https://doi.org/10.1177/2158244020963642>

Palafox, M., Ochoa, S. y Jacobo, C. (2019). La cultura organizacional como base para la permanencia en las organizaciones. *Revista San Gregorio*, 1(35), 202–212. <https://doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1109>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Simon and Schuster. <https://acortar.link/AWPelj>

Park, B.-J. y Shin, J.-G. (2021). The Impact of Participative Leadership on Job Commitment of Employees: The Mediating Effect of Psychological Empowerment and The Moderating Effect of Issue Leadership. *The Journal of the Korea Contents Association*, 21(6), 533–551. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2021.21.06.533>

Parrales, V., Aguirre, M., Ledesma, G. y Garófalo, D. (2022). Gestión administrativa factor fundamental para la productividad en las pequeñas y medianas empresas. *Journal of science and research*, 7(2), 136–150. <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/2663>

Pazos-Nunura, M., Rios-Rios, S., Santaria-Lopez, E. y Ochoa-Paredes, F. (2024). Exploring the link between administrative management and service quality in elderly care centers: A correlational case study. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 11(4), 161–166. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2024.04.018>

Peña, D., Sánchez, M. y Sancan, L. (2022). Gestión administrativa y su impacto en la calidad del servicio. *RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento*, 6(1), 120–131. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8878582>

- Pennetta, S., Anglani, F. y Mathews, S. (2024). Navigating through entrepreneurial skills, competencies and capabilities: a systematic literature review and the development of the entrepreneurial ability model. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(4), 1144–1182. <https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2022-0257>
- Peralta, M., Horna, E., Horna, E. y Heredia, F. (2023). Gestión administrativa en unidades de gestión educativa: una revisión literaria. *Revista Educación*, 47(1), 663–675. <http://dx.doi.org/10.15517/revedu.v47i1.49904>
- Pillco, S. (2023). Compromiso organizacional en la gestión administrativa de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú. *Gaceta Científica*, 9(4), 143–152. <https://doi.org/10.46794/gacien.9.4.2094>
- Porporato, G., Galindo, R. y Morcillo, J. (2023). Digitalización de los procesos contables y administrativos en las pymes españolas. Un caso de estudio. *Revista de Contabilidad y Tributación*, 478, 165–194. <https://doi.org/10.51302/rcyt.2023.11465>
- Quijano, R., Argüelles, L., Magaña, D. y Aguilar-Morales, N. (2019). Cultura organizacional y liderazgo bajo la percepción gerencial en mipymes del sector hotelero. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 12(2), 56–66. <https://ssrn.com/abstract=3463260>
- Ramírez-Torres, W. (2023). Análisis de la gestión del talento humano en el contexto empresarial actual: una revisión bibliográfica. *INNOVA Research Journal*, 8(2), 83–106. <https://doi.org/10.33890/innova.v8.n2.2023.2234>
- Ramírez, A., Ramírez, R. y Calderón, E. (2017). La gestión administrativa en el desarrollo empresarial. *Contribuciones a la Economía*, 15(1), 1–21. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9032964>
- Ramos-Rivadeneira, D. y Jiménez-Toledo, J. (2024). La innovación desde las tecnologías emergentes para la competitividad empresarial. *Revista Gestión y Desarrollo Libre*, 9(17), 1–14. <https://doi.org/10.18041/2539-3669/gestion-libre.17.2024.11052>
- Reyes-Zavala, L. y Veliz-Valencia, M. (2021). Calidad del servicio y su relación con la satisfacción al cliente en la empresa pública de agua potable del cantón Jipijapa. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 6(4), 570–591. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/2586>

Rodriguez, J. y Quintero, I. (2022). Capacidades de innovación empresarial en américa latina revisión de literatura. *Ciencias administrativas*, 19, 1–8. <https://dx.doi.org/https://doi.org/10.24215/23143738e096>

Rodriguez, R. y Moreira, M. (2023). Innovación tecnológica y su efecto en la gestión administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Quevedo. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 7(2), 13–23. <https://doi.org/10.18779/csye.v7i2.660>

Rojas-Martínez, C., Niebles-Nuñez, W., Pacheco-Ruíz, C. y Hernández-Palma, H. (2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas. *Información tecnológica*, 31(4), 221–232. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>

Rojas, C. y Calderón, P. (2020). Manejo adecuado de la atención al cliente para lograr satisfacción y fidelidad. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(11), 36–51. <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/91>

Romero, Y., de la Ossam, S. y Buelvas, J. (2021). as nuevas competencias del administrador de Empresas en Colombia: Revisión de tema. *Conocimiento global*, 6(1), 165–179. <https://doi.org/10.70165/cglobal.v6iS1.138>

Salas-Canales, H. (2021). Construcción de marcas verdes: Preocupación de las organizaciones por el cuidado y protección ambiental. *Revista de ciencias sociales*, 27(3), 415–427. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36779>

Sanabria-Zotelo, M. (2024). Digitalización de Procesos Administrativos y Financieros en las Chiperías de Coronel Bogado, Paraguay. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(6), 554–565. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.6.2761>

Sánchez, R. y Parra, C. (2024). La relación entre la asociatividad empresarial, la productividad y la competitividad: una revisión de la literatura. *Revista Universidad y Empresa*, 26(46), 1–34. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.13484>

Santa, M., Collantes, Á. y Nauca, E. (2020). Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada. *Epistemia Revista Científica*, 4(2), 1–10. <https://doi.org/10.26495/re.v4i2.1322>

Sebai, J. (2021). De l'expérience à la satisfaction patients : force d'amélioration en France. *Vie & sciences de l'entreprise*, 211212(1), 137–158. <https://doi.org/10.3917/vse.211.0137>

Setyaningsih, S., Widjojo, R. y Kelle, P. (2024). Challenges and opportunities in sustainability reporting: a focus on small and medium enterprises (SMEs). *Cogent business & management*, 11(1), 2298215. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2298215>

Shagui-González, J., Ruiz-Calva, M. y Villavicencio-Rodas, M. (2022). Influencia de la calidad del servicio en la fidelización e imagen de marca de las principales cadenas de moda textil. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(2), 159–173. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385759>

Shah, T., Khattak, M., Zolin, R. y Ali, S. (2019). Psychological empowerment and employee attitudinal outcomes: The pivotal role of psychological capital. *Management Research Review*, 42(7), 797–817. <https://doi.org/10.1108/MRR-05-2018-0194>

Shi, Z. y Shang, H. (2020). Una revisión sobre la calidad de servicio y el modelo SERVQUAL. *Lecture Notes in Computer*, 188–204. https://www.researchgate.net/publication/342822437_A_Review_on_Quality_of_Service_and_SERVQUAL_Model

Silva, J., Bedoya, E., Vilorio, E., Arias, Z. y Silva, J. (2025). Aplicación de modelos servqual y servperf para evaluar la calidad del servicio médico en diferentes países. Una revisión sistemática. *Conocimiento global*, 10(1), 16–34. <https://doi.org/10.70165/cglobal.v10iS1.564>

Sokhan, I., Jiren, L., Kandahura, K., Hoi, N. y Matkovskyi, P. (2024). Innovative Solutions in Administrative Management: Trends and Prospects. *Salud, Ciencia y Tecnología-Serie de Conferencias*, 3, 655. <https://conferencias.age-ditor.ar/index.php/sctconf/article/view/655>

Spieth, P., Breitenmoser, P. y Röth, T. (2023). Business model innovation: Integrative review, framework, and agenda for future innovation management research. *Journal of Product Innovation Management*, 42(1), 166–193. <https://doi.org/10.1111/jpim.12704>

Tamayo-Buitrago, S., Mejía-Gil, M. C. y Ceballos, L. M. (2021). Exploración de las experiencias memorables y la fidelización en las ventas por catálogo. *Revista Universidad y Empresa*, 23(40). <https://doi.org/10.12804/REVISTAS.UROSARIO.EDU.CO/EMPRESA/A.8548>

Terán-Bustamante, A., Dávila, G. y Castañón, R. (2019). Gestión de la tecnología e innovación: un modelo de redes bayesiana. *Economía, Teoría y Práctica*, 50, 63–100. <https://doi.org/10.24275/ETYP/AM/NE/502019/Teran>

- Thi, L. y Young-joo, A. (2021). Service Climate and Empowerment for Customer Service Quality among Vietnamese Employees at Restaurants. *Sustainability*, 13(3), 1172. <https://doi.org/10.3390/su13031172>
- Touma, M., Burbano, J., Gómez, D. y Crespo, H. (2024). Influencia del enfoque de calidad total en la administración de operaciones de las empresas. *Polo del Conocimiento*, 9(10), 1347–1364. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/8179>
- Umrani, W., Ahmad, I., Rasheed, M., Ahmed, U., Pahi, M., Jhatial, A. y Abbsai, G. (2022). Managing intellectual capital: role of corporate entrepreneurship and absorptive capacity on firm performance. *Knowledge Management Research & Practice*, 20(5), 719–731.
- Vahedi, H., Shivryari, S., Soltanmohamadi, S. y Babakhanian, F. (2024). The Role of Leadership Competence and Organizational Culture in Enhancing Healthcare Service Quality. *Journal of Archives in Military Medicine*, 12(3), e156498. <https://doi.org/10.5812/jamm-156498>
- Vicente, V. y Flores, W. (2023). Calidad de servicio y fidelización de los clientes en tiempos de COVID-19 en el Grupo Médico “Señor de Huanca” Cusco, Perú-2021. *impulso, Revista de Administración*, 3(4), 57–72. <https://doi.org/10.59659/impulso.v.3i4.20>
- Vite, H., Palomeque, I. y Romero, W. (2018). Análisis de calidad del servicio de atención al afiliado en centros de salud del iess Caso santa rosa y pasaje. *Revista de Investigación Talentos*, 5(2), 68–78. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8551210>
- Wiyatno, T., Kurnia, H., Zulkarnaen, I. y Nuryono, A. (2024). How Influenced Management Behavior is on the Implementation of Total Quality Management (TQM) and Company Operational Performance. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 15(3), 225–237. <https://doi.org/10.24867/IJIEEM-2024-3-359>
- Wu, W.-L. y Yi-Chih, L. (2020). Do work engagement and transformational leadership facilitate knowledge sharing? A perspective of conservation of resources theory. *International journal of environmental research and public health*, 17(7), 2615. <https://doi.org/10.3390/ijerph17072615>
- Yeh, S.-H. y Huang, K.-C. (2025). The Impact of Organizational Commitment and Work Motivation on Retention Intention: Evidence from Long-Term Care Institution Caregivers Based on Expectancy Theory. *Healthcare*, 13(22), 2832. <https://doi.org/10.3390/healthcare13222832>

Yoon, Y. y Cha, K. (2020). A Qualitative Review of Cruise Service Quality: Case Studies from Asia. *Sustainability*, 12(19), 8073. <https://doi.org/10.3390/su12198073>

Yopan, J., Palmero, N. y Santos, J. (2020). Cultura organizacional. *Controversias y concurrencias Latinoamericanas*, 11(20), 263–289.

Zaruma-Pincay, M., Gómez-Mite, Lady, Menoscal-Pincay, M. y Ponce-Salazar, M. (2022). La innovación empresarial como fuente de desarrollo para las microempresas del Cantón Jipijapa. *Dominio De Las Ciencias*, 8(1), 430–477. <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/2581>

Zavala-Choez, F. y Vélez-Moreira, E. (2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 264–281. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539687>

Zavaleta, M., Chamoly, K. y Santamaría, S. (2024). Gestión eficiente en el gobierno local: El rol de la simplificación administrativa. *Podium*, 45, 107–124. <https://doi.org/10.31095/podium.2024.45.7>

Zúñiga-Santillán, X., Tapia-Núñez, D., Espinoza-Toalombo, R., Romero-Cárdena, E. y Romero-Cárdena, E. (2025). Meta-Analytical Analysis of Competitiveness in Small- and Medium-Sized Manufacturing Enterprises: The Role of Technology and Quality. *Applied Sciences*, 15(8), 4124. <https://doi.org/10.3390/app15084124>

SOBRE LOS AUTORES

Raul Edgardo Tabra Castillo

Universidad Ramon Llull

<https://orcid.org/0000-0001-6088-0503>

Paul Florez Cardoso

Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

<https://orcid.org/0009-0003-4869-4160>

Hilda Luz Calisaya Mestas

Universidad Nacional de Moquegua

<https://orcid.org/0009-0000-4813-6693>

Katty Jacqueline Rios Vera

Universidad Nacional de San Agustín

<https://orcid.org/0000-0002-3446-3025>

Bernabe Teodoro Vila Hinojo

Universidad Nacional Intercultural de la Selva Central Juan Santos
Atahualpa

<https://orcid.org/0000-0001-7795-3211>

GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y CALIDAD DE SERVICIO



PILARES ESTRATÉGICOS PARA LA MEJORA CONTINUA

www.arcoeditores.com
contato@arcoeditores.com
(55)99723-4952

ARCO
EDITORES ● ● ●