

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ PARA LOGRAR LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

QUALITY CONTRIBUTIONS OF THE AUTOMOVE SECTOR TO ACHIEVE CUSTOMER LOYALTY

LUISA FERNANDA GIRALDO JARAMILLO

Administración de negocios

Bogota, Colombia.

u6700982@unimilitar.edu.co

Artículo de Investigación

DIRECTOR

Ph.D. Ximena Lucía Pedraza Nájjar

Doctora en Administración – Universidad de Celaya (México)

Magíster en Calidad y Gestión Integral – Universidad Santo Tomás e Icontec

Especialista en gestión de la producción, la calidad y la tecnología - Universidad Politécnica de Madrid (España)

Especialista en gerencia de procesos, calidad e innovación – Universidad EAN (Bogotá D.C.)

Microbióloga Industrial – Pontificia Universidad Javeriana

Auditor de certificación: sistemas de gestión y de producto

Gestora Especialización en Gerencia de la Calidad - Universidad Militar Nueva Granada

ximena.pedraza@unimilitar.edu.co; gerencia.calidad@unimilitar.edu.co



La U
acreditada
para todos

**ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE LA CALIDAD
UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE INGENIERÍA
NOVIEMBRE DE 2019**

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ PARA LOGRAR LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

QUALITY CONTRIBUTIONS OF THE AUTOMOVE SECTOR TO ACHIEVE CUSTOMER LOYALTY

LUISA FERNANDA GIRALDO JARAMILLO

Administración de negocios

Bogota, Colombia.

u6700982@unimilitar.edu.co

RESUMEN

El presente artículo de investigación tiene como propósito demostrar los aportes de la calidad en el sector automotriz para lograr la fidelización de los clientes, para ello se estudió referentes normativos y teóricos sobre la fidelización del cliente en el sector automotriz. Igualmente se planeó y diseñó una entrevista de cinco preguntas abiertas dirigidas a expertos en el sector, para reconocer los factores asociados a la fidelización, e identificar las fallas en los procesos que afectan la calidad y, de alguna manera, a los aportes de la normatividad, donde a través de sus respuestas permitieron identificar la falta de formalismos para aplicar técnicas de medición de satisfacción del cliente, y tener la posibilidad de que a través de una buena experiencia sigan comprando y tener confianza para referenciar los servicios prestados a otras personas.

Palabras clave: Fidelización, automotriz, comunicación, herramientas de medición, mejoramiento continuo.

ABSTRACT

The purpose of this research article is to show the contributions of quality in the automotive sector to achieve customer loyalty, for this, the theoretical and normative reference on customer loyalty in the automotive sector has been studied. Likewise, an open five-question interview was planned and designed for an expert in the sector, to recognize the factors associated with loyalty, and identify failures in processes that affect quality and, in some way, the contributions of regulations, where, through

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

their responses, they identified the lack of formalities to apply customer satisfaction measurement techniques, and have the possibility that through a good experience they continue to buy and have confidence to reference the services provided to other people.

Keywords: Loyalty, automotive, communication, measurement tools, continuous improvement.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el mundo es más dinámico y cambiante, gracias a las nuevas tecnologías y a la disposición a los tratados vigentes entre naciones, lo que ha permitido penetrar mercados inexplorados y encontrar artículos que en años anteriores eran difíciles de adquirir (Portafolio & Bogota, 2018), además, en Colombia para algunos sectores, como el automotriz, las políticas gubernamentales y normativas hacen que los procesos de importación sean más dinámicos fomentando la compra de vehículos, principalmente automóviles (Bejarano Alonso, 2015).

Las importaciones en Colombia han presentado comportamientos de crecimiento de un 11.2% en el 2018, a comparación del año anterior, 2017; esto explica el aumento de la demanda interna de consumo e inversión. Esta tendencia se puede ver reflejada en el total de compras con un porcentaje de participación de 26.7%, donde los vehículos para transporte de mercancía, autopartes, vehículos para transporte de personas y chasis de vehículos automóviles fueron protagonistas. En el primer trimestre del 2019, la tendencia de crecimiento se sigue sosteniendo porque gracias a la ley 1943 de 2018, ley de financiamiento se eliminará el IVA para la adquisición de bienes. (Ministerio de Industria, 2019).

El sector automotriz en Colombia se caracteriza por dos operaciones fundamentales: ensamble y autopartes, (Torres Castellar & Mendoza Álvarez, 2016) es decir, en el territorio nacional no se realiza transformación de materias primas, simplemente se desarrolla los procesos de armado, montaje y pintura, y según el informe del sector automotor, “El total de matrículas del sector

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

automotor en el mes de julio de 2019 fue de 22.874 vehículos, que representaron un crecimiento del 18,4% respecto al mismo mes del año anterior cuando se matricularon 19.315 unidades.”, (Andi & Fenalco, 2019, p. 1) lo que indica la importancia de este sector en el país, ya que presenta un comportamiento de crecimiento, llevando a encadenamientos productivos con otros sectores como ensamblaje, fabricación de partes, metalmecánica, cueros, textiles, caucho, entre otros.

También en este sector, los segmentos que han presentado mayor participación son los de la línea utilitarios (45.208) y automóviles (68.309), donde la ciudad de Bogotá D.C. tuvo una participación del 29.5% en automóviles. (ANDI & FENALCO, 2019), a pesar que el panorama automotriz presenta un comportamiento favorable para los negocios que se dedican a la venta de autopartes o a la prestación del servicio de mantenimiento preventivo y correctivo, este sector afronta grandes retos para crear valor y lograr sobrevivir, puesto que en los talleres o en los centros de servicios técnicos automotriz (servitecas) sus servicios no están estandarizados y normalmente es un oficio que se practica de manera empírica.

Un marco de referencia importante en la gestión de la calidad para el sector automotriz es la NTC - ISO - TS 16949:2009. (ISO & ICONTEC, 2009), el cual está basado en la NTC - ISO 9001:2015. (ISO & ICONTEC, 2015), siendo su eje las buenas prácticas en el diseño, manufactura de productos y la satisfacción de requisitos de los clientes, así como también el mejoramiento continuo para lograr la permanencia en el mercado a largo plazo.

Como este artículo está enfocado a la satisfacción, cumplimiento de requisitos y fidelización del cliente, las normas ISO/IRIS 10001:2018 (ISO O. d., 2018) e ISO 10002:2018 (ISO t. , 2018) son también un referente para tener en cuenta, ya que son las guías que a través del código de conducta sirven para mantener un nivel elevado de la satisfacción del cliente, promesas,

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

disposiciones, cómo tratar las quejas relacionadas con el producto y la prestación del servicio y logran que se cumplan las normas NTC - ISO - TS 16949:2009 y NTC - ISO 9001:2015

En la ciudad de Bogotá hay un sinnúmero de sitios especializados para el diagnóstico y mantenimiento de vehículos, los cuales ofrecen gran variedad de servicios, en mecánica preventiva (cambio de aceite y revisión) y correctiva (mecánica general y reemplazo de repuestos).

Así como existe gran variedad de empresas que ofrecen estos servicios, de igual manera, la opinión y percepción de las personas hacia ellos es muy volátil, puesto que a la falta de trazabilidad y acompañamiento en los servicios no garantiza la fidelidad y el retorno de los usuarios para que se conviertan en clientes frecuentes y no simplemente un cliente momentáneo; (Grainer, Noble, Bitner, & Broetzmann, 2015) además que se sabe que la probabilidad que un cliente insatisfecho, transmita la mala experiencia en el servicio recibido, a más de diez personas o en el peor de los casos, que lo publique en redes sociales, será una opinión que podrá llegar a gran cantidad de personas y éstas a su vez la replicarán, ampliando el riesgo que la empresa que presta este servicio llegue a desaparecer en el sector automotriz. (Ardila Palencia, 2015)

Por este motivo, se plantea la siguiente pregunta - problema para el desarrollo de este artículo: ¿Cuáles son los aportes de la calidad en el sector automotriz para lograr la fidelización del cliente?

1. MATERIALES Y MÉTODOS

Con el fin de saber cuáles son los aportes de la calidad en el sector automotriz para lograr la fidelización del cliente, se realizó la búsqueda de documentos referenciales sobre el sector automotriz, fidelización y toma de decisión de compra. Una vez es recolectada la información y se analizó ésta, se procedió a establecer y diseñar la entrevista que se realizó a expertos sobre el

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

sector automotriz, conoedores de la prestación del servicio y factor diferenciador en el medio el cual aporta a la toma de decisión y fidelización del cliente.

Finalmente, al aplicar las entrevistas, las respuestas de los expertos se analizaron y debatieron, las cuales aportaron a la realización de este artículo dejando las herramientas suficientes para construir unas conclusiones y finalmente poder decir cuál es el aporte de la calidad en el sector.

1.1. Referentes normativos:

NTC ISO/TS 16949:2009 SGC Requisitos particulares para la aplicación de la norma ISO 9001:2015 para la producción en serie y de piezas de recambio en la industria del automóvil: Estándar de gestión de la calidad basado en la NTC ISO 9001:2015, en el cual se establece un marco de referencia de mejores prácticas para la gestión de calidad automotriz, un enfoque sistemático para lograr la mejora continua, demostrar la capacidad para proporcionar productos que satisfagan los requisitos del cliente, prevención de defectos y en la reducción de los desperdicios, a través del establecimiento de los procesos, su secuencia e interacción, métodos de control, disponibilidad de recursos e información, realizar seguimiento, medición y análisis.

Una manera para cumplir con los requisitos de la norma anteriormente mencionada, principalmente para lograr e incrementar la satisfacción del cliente, es el apoyo de la ISO 10001:2018 Directrices para los códigos de conducta de las organizaciones: Donde su enfoque es desarrollar y utilizar un código de conducta compuesto por promesas y disposiciones en el tratamiento de la entrega del producto, devoluciones e información personal de los clientes.

Igualmente de una manera en conjunto o independiente la ISO 10002:2018 Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones: La cual proporciona una orientación sobre el proceso de tratamiento de las quejas y la creación de un ambiente enfocado al cliente.

1.2. Fidelización del cliente en el sector automotriz:

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

El sector automotriz, permite que en el mercado se encuentren diferentes modelos de negocio, una gran variedad de lugares y maneras de trabajar para vender, comprar y realizar mantenimiento de los vehículos, llevando a que los clientes cuenten con gran variedad y ampliando las opciones de elegir, además al no contar con un acompañamiento apropiado y un manejo de las garantías poco confiable no garantiza la fidelidad, el retorno y la posibilidad de que no recomiende el servicio a las personas cercanas o como se está presentando en la actualidad una persona insatisfecha activa en redes sociales dará a conocer en estos medios su experiencia, llegando a incontables personas y estas a su vez podrán replicar esa información duplicando el número de personas que accederán a esta información, de allí la importancia de que quienes participan en este sector tengan en cuenta los aportes de la calidad.

La fidelización de los clientes no solamente consiste en el manejo de la publicidad, ofertas o promociones que se les ofrece a los clientes, consiste además, en la calidad del servicio, el de mayor impacto, y en las acciones dirigidas a conseguir que las relaciones entre clientes y empresas sean estables creando un sentimiento positivo para que el cliente siga comprando, aumente el volumen de compra, confianza para aportar sugerencias, mejoras al negocio y atraiga nuevos clientes recomendando los productos y servicios recibidos. (Gonzalez, 2018)

Igualmente las empresas al contar con un mayor conocimiento de los clientes permiten adaptarse mejor a las necesidades o preferencias, es más rentable en el transcurso del tiempo porque valoran el servicio que se les presta y facilita el ofrecimiento de nuevos productos y servicios. Lo anteriormente mencionado se puede lograr a través del ofrecimiento de productos y servicios de la calidad que se espera, brindar a los clientes orientación, disposición para resolver dudas e informar el progreso en la medida que va avanzado la prestación del servicio, inspirar confianza al demostrar conocimiento de los productos y servicios que se están ofreciendo,

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

mostrando respeto y consideración, emplear técnicas de comunicación efectivas, mostrar preocupación por prestar un buen servicio, observar el negocio desde el punto de vista de los clientes para identificar las principales dificultades que se puedan presentar, ofrecer una buena impresión con la imagen que se desea proyectar del negocio y mantener contacto para tratar de adelantarse a nuevas necesidades. (Ávila, 2016). Además es muy importante tener la relación post-venta, donde el cliente pueda opinar sobre el servicio recibido, para así la empresa mejorar las fallas que posiblemente hayan surgido.

1.3. Planeación y diseño de la entrevista:

Para efectos del desarrollo de este artículo se realizó una entrevista de investigación estructurada a 3 expertos en este sector, para ello, como se puede observar en la tabla 1, se formularon preguntas abiertas de enfoque cualitativo, así mismo la entrevista se caracterizó por plantear preguntas estandarizadas, es decir, se formulan preguntas de la misma manera y en el mismo orden a cada uno de los objetos de estudio. (Cobos, 2018)

Tabla 1
Planeación De La Entrevista

PREGUNTAS	INTERPRETACION
1. ¿Cuánto tiempo lleva participando en el sector automotriz?	Nivel de experiencia en el sector
2. ¿Por qué cree que los clientes lo prefieren o refieren sus servicios?	Identificar los factores asociados a la fidelización del cliente en el sector automotriz.
3. ¿Cuál es el valor agregado que ofrece frente a la competencia?	Definir las fallas en los procesos actuales que afectan la calidad e impactan la fidelización del cliente en el sector automotriz.
4. Cuando se presenta un requerimiento o reclamo de un cliente. ¿Cuál es el procedimiento que implementan para solucionarlo?	Analizar aportes de los referentes normativos de la NTC ISO/TS 16949:2009, ISO 9001:2015, ISO 10001:2018 e ISO 10002:2018.

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

5. ¿Existen protocolos y métodos para resarcir a un cliente insatisfecho, si el caso lo requiere?	Analizar aportes de los referentes normativos de la NTC ISO/TS 16949:2009, ISO 9001:2015, ISO 10001:2018 e ISO 10002:2018.
---	--

Fuente: Elaboración propia

Una vez planeada las preguntas y establecido el objetivo de éstas, para la ejecución de la entrevista, se procedió a diseñar la estructura que se le presentó a los expertos donde inicialmente se les explicó el objetivo de esta investigación y finalmente se procedió al planteamiento de las preguntas, como se puede observar en el Anexo.

2. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se entrevistaron personas de formación empírica en el sector y de formación profesional en ciencias administrativas, que ocupan cargos de nivel gerencial en su propio emprendimiento, comercial en un concesionario de tradición, trayectoria y confianza y operativo en una serviteca tradicional, donde una vez aplicada las entrevistas, se pudo notar la falta de formalismo para los procedimientos que miden el nivel de satisfacción y procedimientos para el fortalecimiento de las relaciones con los clientes (Cabrera, 2016), para describir mejor los anteriormente mencionado, a continuación se relaciona la entrevista con sus respuestas y respectivo análisis:

Primera pregunta: ¿Cuánto tiempo lleva participando en el sector automotriz?: 30, 12 y 8 años, lo que muestra que el nivel de experiencia en el sector es amplia y recorrida, demostrando pasión e interés por el sector.

Segunda pregunta: ¿Por qué cree que los clientes lo prefieren o refieren sus servicios?: Los entrevistados tuvieron en común en sus respuestas en decir que el buen desempeño en las labores, la calidad de los productos y la atención que se les presta a los clientes son los elementos que hacen que los elijan y vuelvan a sus establecimientos con sus vehículos para el mantenimiento preventivo y correctivo, demostrando que es una característica natural que surge en las organizaciones dar importancia a la satisfacción y complacencia de sus clientes. Es de

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

resaltar que solamente el profesional que trabaja en el concesionario, manifestó que emplean mecanismos de medición propios de la marca, donde le indica el proceso racional de una situación de compra generado por elementos afectivos y emocionales para evaluar los niveles de satisfacción (Arroyo, García Fernández, Bernal García, Lara Bocanegra, & Gálvez Ruíz, 2016) y si refieren los servicios a otras personas.

Tercera pregunta: ¿Cuál es el valor agregado que ofrece frente a la competencia?: El valor agregado que ofrecen los entrevistados, es contar con el respaldo de la trayectoria de la organización y la generación de confianza a través de la demostración de lo realizado a los clientes, resaltando la marca y productos que se utilizaron en la prestación del servicio. El valor esperado por los clientes a través del tiempo evoluciona llevando a que las empresas estén constantemente agregando valor a sus servicios creando como un “Combo”, en el que el enfoque fundamental es crear a los clientes experiencias e ir más allá de lo que esperan y así lograr hacer un factor diferenciador con la competencia (Rodríguez, 2017), de allí la importancia de que las organizaciones cuenten con una apropiada gestión de las relaciones o mecanismos de comunicación que les brinden el suficiente conocimiento sobre las tendencias de consumo de sus clientes y preferencias, incrementando su participación en el mercado y creando una ventaja competitiva (Martínez Arroyo, 2019).

Cuarta pregunta: Cuando se presenta un requerimiento o reclamo de un cliente. ¿Cuál es el procedimiento que implementan para solucionarlo?: Los elementos en común que los entrevistados manifestaron fue: Escuchar, identificar el requerimiento, entender, dar solución, resarcir y ofrecer disculpas; la comunicación con el cliente y el mejoramiento continuo son elementos importantes que la normatividad aporta para canalizar esfuerzos y lograr el éxito en la conquista y satisfacción de cliente, a través de directrices que guían a las organizaciones con

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

requerimientos mínimos para lograrlo, además para cumplir con los requisitos de las normas ISO 9001:2015 y la ISO/TS 16949:2009, las organizaciones se puede apoyar en la norma complementaria ISO/FDIS 10001:2018, en la cual se encuentra las directrices para crear un código de conducta en el que se establecen las promesas y disposiciones para prevenir quejas; al momento de formular esta pregunta a la persona empírica, manifestó que normalmente no suele recibir reclamos o efectuar garantías en el servicio, lo que indica que a pesar de que presta un buen servicio no es una garantía ni una manera de medir la satisfacción del cliente, ya que muchas veces un cliente insatisfecho no manifiesta su descontento y simplemente no retorna al mismo sitio (Martinez, 2018).

Quinta pregunta: ¿Existen protocolos y métodos para resarcir a un cliente insatisfecho, si el caso lo requiere?: La mayoría de las respuestas de los entrevistados manifestaron que no cuentan con procedimientos oficiales para resarcir un cliente insatisfecho, pero si tienen en claro que es importante dar solución oportunamente y buscar que el cliente continúe adquiriendo los servicios con la organización, para esto la norma ISO 10002:2018 da orientación para el tratamiento de las quejas creando un ambiente enfocado al cliente abierto a la retroalimentación y el aumento de la capacidad para mejorar los productos y servicios.

3. CONCLUSIONES

Un aporte importante de las normas de sistemas de gestión es que permiten que las organizaciones demuestren la capacidad de cubrir los requisitos y aspirar a aumentar la satisfacción del cliente a través de canales de comunicación en donde se tenga claridad del como proporcionar información, tratar consultas, pedidos, cambios, obtener retroalimentación, controlar, manipular la propiedad del cliente, establecer acciones de contingencia (ISO & ICONTEC, 2015), mejorar continuamente haciendo énfasis en la prevención de defectos y

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

reduciendo desperdicios en la cadena de suministros (ISO & ICONTEC, 2009) son los aportes de la norma que proporciona herramientas para las organizaciones canalizar esfuerzos que pretendan la sostenibilidad y posicionamiento en el mercado a largo plazo.

Igualmente para cumplir con los requisitos de las normas de gestión, existen normas complementarias de la calidad las cuales guían y aportan directrices que direccionan las actividades de las organizaciones para cumplir con lo que las normas exigen y además, el más importante, es satisfacer las necesidades de los cliente asegurando la permanencia en el tiempo a través de la implementación de prácticas que fortalezcan la comunicación y la personalización de los servicios.

Si las organizaciones entienden que el cliente es un elemento central, sabrá que a partir de las interacciones este tiene expectativas y percepciones desde el servicio prestado, lo que lleva a que las organizaciones que se proyectan sostenerse en el tiempo, piensen que el servicio debe ser visto como la combinación de la calidad del servicio, la satisfacción y las interacciones futuras, a su vez las organizaciones se deben anticipar detectando los clientes potenciales y desarrollar propuestas de valor a través canales de comunicación constantes con el cliente (Vidales, Rojas Berrio , & Robayo, 2018).

Además de lo anteriormente mencionado, en las servitecas, en los centros de servicio técnico automotriz, deben aplicar técnicas de trabajo o filosofías que pretenden buscar la excelencia, una de esas es la adopción de la filosofía japonesa las 5s, las cuales consisten en clasificar las herramientas o elementos de trabajo, mantener en el puesto de trabajo estrictamente lo necesario, eliminar desperdicios, procurar un entorno de trabajo limpio, ordenado y ser disciplinado para mantener las buenas prácticas (Echeverría, Sanz Angulo, De Benito Martín, &

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

Galindo Melero, 2015), ya que darán seguridad y confianza al mostrar una imagen responsable, seria y profesional en sus labores.

4. REFERENCIAS

- ANDI, A. d., & FENALCO, L. d. (2019). *Informe del sector automotor*. Obtenido de http://www.andi.com.co/Uploads/07.%20INFORME%20DEL%20SECTOR%20AUTOMOTOR%20A%20JUL%202019_637012095593106949.pdf
- Ardila Palencia, X. D. (2015). Seguimiento al cumplimiento del SGC en el área de taller de una empresa del sector automotriz. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Arroyo, J. B., García Fernández, J., Bernal García, A., Lara Bocanegra, A., & Gálvez Ruíz, P. (2016). El valor percibido y la satisfacción del cliente en actividades. Barcelona: Revista de Psicología del Deporte.
- Ávila, E. (29 de Octubre de 2016). *¿Cómo elegir taller mecánico?* Obtenido de Editora El Sol, S.A. de C.V.: <http://ezproxy.umng.edu.co:2048/login?url=https://search.proquest.com/docview/1>
- Bejarano Alonso, L. F. (2015). Perspectivas del serctor automotriz en Colombia. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Cabrera, N. S. (2016). Aplicación e implementacion de las entrevista forense a menores de edad víctimas de delitos sexuales en el circuito judicial de Zipaquirá, Cundinamarca. Bogotá D.C.: Universidad Militar Nueva Granada.
- Cobos, D. C. (Junio de 2018). Diseño del procedimiento de seleccion de practicantes y/o pasantes conforme a las necesidades de la jefatura de formacion, instruccion y educacion naval en Bogotá. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.
- Echeverría, C. L., Sanz Angulo, P., De Benito Martín, J., & Galindo Melero, J. (2015). Aprendizaje del Lean Manufacturing mediante Minecraft: aplicación a la herramienta 5S. Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de Información.
- Gonzalez, Y. V. (2018). Estudio de herramientas para la fidelizacion de clientes en el sector de mantenimiento y servicio automotriz. Bucaramanga: Universidad Nacional Abierta y a Distancia.
- Grainer, M., Noble, C. H., Bitner, M. J., & Broetzmann, S. M. (2015). Lo que quieren los clientes insatisfechos. Harvard Deusto Marketing y Ventas.

APORTES DE LA CALIDAD EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ

- ISO , O. d. (2018). *Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for codes of conduct for organizations*. Obtenido de Directrices para los códigos de conducta de las organizaciones ISO/FDIS 10001:2018: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:10001:ed-2:v1:es>
- ISO , t. (2018). *Quality management — Customer satisfaction — Guidelines for complaints handling in organizations*. Obtenido de Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones: <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:10002:ed-3:v1:en>
- ISO, I., & ICONTEC, I. d. (2009). Sistema de gestión de la calidad. Requisitos particulares para la aplicación de la norma ISO 9001:2015 para la producción en serie y de piezas de recambio en la industria del automóvil.
- ISO, I., & ICONTEC, I. d. (2015). Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos.
- Martínez Arroyo, J. A. (2019). La gestión de la cadena de valor en un entorno competitivo y cambiante. México: SIGNOS – Investigación en sistemas de gestión, 11(1), 55-70. DOI: <https://doi.org/10.15332/s2145-1389.2019.0001.03>.
- Martinez, A. L. (mayo de 2018). La satisfacción del cliente factor de fidelidad en negocios de restauración en Colombia. Bogotá, Colombia: Universidad Militar Nueva Granada.
- Ministerio de Industria, C. y. (2019). *Informe Económico –Primer trimestre de 2019-*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/getattachment/estudios-economicos/estadisticas-e-informes/informes-economicos/informes-macroeconomicos/2019/informe-economico-01/oee-mab-informe-economico-primer-trimestre-de-2019.pdf.aspx>
- Portafolio, & Bogota. (24 de Marzo de 2018). *Dominio del mercado*. Obtenido de <http://ezproxy.umng.edu.co:2048/login?url=https://search.pr>
- Rodriguez, A. R. (7 de Abril de 2017). La Importancia del servicio al cliente y el reflejo de las ventas en una empresa. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granda.
- Torres Castellar, R. C., & Mendoza Álvarez, J. A. (2016). *La industria automotriz colombiana y sus retos competitivos frente al entorno económico*. Obtenido de <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/libreempresa/article/view/814/630>
- Vidales, C. P., Rojas Berrio , S. P., & Robayo, Ó. J. (2018). Evaluación de la lógica dominante del servicio para el caso de los seguros de automóviles en Colombia. Colombia: Universidad del Magdalena Clio America.

ANEXO

Esta entrevista se realiza como una actividad académica, como requisito de grado para especialización de gerencia de la calidad, con el fin de elaborar un artículo de carácter investigativo, con el objetivo de establecer los aportes de la calidad en el sector automotriz, para lograr la fidelización del cliente

Profesión: _____

Cargo: _____

1. ¿Cuánto tiempo lleva participando en el sector automotriz?
2. ¿Por qué cree que los clientes lo prefieren o refieren sus servicios?
3. ¿Cuál es el valor agregado que ofrece frente a la competencia?
4. Cuando se presenta un requerimiento o reclamo de un cliente. ¿Cuál es el procedimiento que implementan para solucionarlo?
5. ¿Existen protocolos y métodos para resarcir a un cliente insatisfecho, si el caso lo requiere?

Figura 1 Estructura de Entrevista (Fuente: Elaboración propia)