

# **Mercadeo Relacional Y Gestión De Calidad Para Las Empresas Como Estrategia Del Marketing**

**Ensayo**

**PRESENTADO POR:**

**JONNY MAURICIO VALDERRAMA FERNANDEZ**

**COD. 0104637**



**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA  
FACULTAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA (FAEDIS)  
PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS  
DIPLOMADO EN SISTEMAS DE GESTION DE CALIDAD**

**Bogotá, D.C.**

**2015**

# **Mercadeo Relacional Y Gestión De Calidad Para Las Empresas Como Estrategia Del Marketing**

## ***Introducción***

La calidad es un tema que se ha tratado bastante en los últimos años y más aún cuando vemos que la globalización ya no es un tema que esperamos que llegue a nuestro país pues en la actualidad ya se está viviendo y la calidad es un tema importante para poder competir en el mundo, este tema se ha estado explorando a lo largo de nuestra historia, se ha buscado nuevas técnicas y nuevos conocimientos para dar siempre la mejor calidad a las personas. Desde los inicios de la historia se ha visto como la curiosidad y las ganas por hacer mejor las cosas logren que se llegue a la calidad, logrando grandes avances para la humanidad un ejemplo puede ser la creación de la rueda donde ver como una piedra rodaba cuesta abajo pudo generar curiosidad en el hombre primitivo y hacer que este la pudiera mejorar hasta convertirla en aquel objeto rodante, ya con la evolución de la humanidad el hombre mejoro este concepto hasta llegar al neumático, dando así un objeto de uso cotidiano y mejorado, la calidad es un punto importante en este ejemplo ya que va ligado con el deseo de hacer las cosas mejores, y así como este ejemplo vemos como la calidad aplicada a la vida cotidiana ha hecho que hoy en día tengamos satélites en el espacio y grandes logros.

La calidad y los sistemas que la gestionan, han estado en constante evolución acomodándose al crecimiento, características, necesidades y preocupaciones que presenta nuestro mundo, hasta llegar a lo que actualmente definimos como calidad.

Cuando hablamos de empresa debemos hablar de calidad, esto debido a la fuerte competencia. La eficacia y la eficiencia son conceptos que existen obligatoriamente en la esencia de la calidad con que se toma la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, con el fin de gestionar el mejoramiento continuo para el desarrollo de actividades Nacionales e Internacionales, así como el mejoramiento interno de esta, las empresas deben estar enfocadas en dar calidad tanto interna como externamente.

El obtener un certificado de calidad no es todo lo que genera confianza en la empresa, también es de gran importancia mantener esta certificación y demostrar porqué se ha

obtenido, la importancia está en el diseño específico para el buen desarrollo, el conocimiento de la empresa.

Bien otro punto importante el mercadeo relacional, este es de gran importancia y va de la mano con la calidad, este está enfocado a captar clientes y la búsqueda de su satisfacción además de generar confianza con el cliente se busca establecer y mantener una relación duradera con este, es claro que para que una empresa tenga éxito debe tener clientes y no solo tenerlos sino fidelizarlos y aumentar, al igual que ocurre con la calidad desde los inicios del comercio y la competencia comercial lo que se ha buscado es mantener, satisfacer e incrementar los clientes para el crecimiento de la empresa, el mercadeo relacional es una excelente herramienta para este logro y para maximizarlo al máximo se debe hacer uso de los diferentes mecanismos que la tecnología nos brinda. En este documento se busca mostrar la relación que tiene el mercadeo relacional con la gestión de calidad y como esta nos ayuda a mejorar las empresas.

La constante competitividad y el desarrollo de la industria y la globalización, lo cual contribuye al desarrollo social y económico de los países, ha generado la necesidad que las mismas se desempeñen dentro de un alto nivel de atención y eficiencia.

### ***Calidad y Sistemas de gestión de calidad***

La calidad es una herramienta de gran importancia que permite el desarrollo y crecimiento de cualquier empresa, ya que a medida que pasa el tiempo los clientes esperan más y sus exigencias aumentaran, buscando los principales factores como el mejor precio, excelente atención razón por lo que dar calidad es muy importante.

Para lograr prestar un buen servicio, con calidad se debe implementar un sistema de gestión de calidad y este a la vez servirá para ser realmente competitivos, estos sistemas permiten mejorar y optimizar los diferentes procesos que se realizan.

Según definición de diferentes autores podemos citar la calidad como “La totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se relacionan con su capacidad para satisfacer determinadas necesidades” (VOEHL F, JACKSON P, ASHTON D. ISO 9000:

Guía de instrumentación para pequeñas y medianas empresas. México: Mc Graw Hill; 1997, p.1.)

“La calidad es el conjunto de aspectos y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas ó latentes de los clientes” (KOTLER, Philip; CAMARA, Dionisio; GRANDE, Idefonso y CRUZ, Ignacio. Dirección de Marketing. Madrid., Prentice Hall, 2000, p.64.)

Por lo que podemos decir que cuando hablamos de calidad hablamos de un conjunto cualidades que tienen servicio para cumplir de la mejor manera las necesidades, entonces se entiende que para tener éxito se debe tener calidad, pero no solo quedarnos en calidad, sino llegar a lo que se conoce como excelencia. Los sistemas de gestión de calidad son importantes para emprender este proceso por lo cual debemos definir y tener claro lo que es un sistema de gestión de calidad, se entiende por sistema de gestión “al mecanismo operativo de una organización para optimizar sus procesos. El objetivo es orientar la información, la maquinaria y el trabajo de manera tal que los clientes estén conformes con los productos y/o los servicios que adquieren.”( <http://definicion.de/sistema-de-gestion-de-calidad/>)

El sistema de gestión de calidad, se toma como el esfuerzo conjunto para mejorar la calidad de la oferta. Ya que cuando tenemos clientes satisfechos tendremos beneficio para la empresa entre los más importantes encontramos la fidelización, esta es de gran importancia ya que cuando un cliente es adepto nuestro este servirá a la vez de publicidad para la empresa. El implementar un sistema de gestión de calidad implica la optimización de recursos y la minimización de costos lo cual es un beneficio para la empresa pues esto hará que el producto sea más económico, más útil y satisfactorio para el cliente externo.

Los sistemas de gestión son una herramienta que sirve para la ejecución, la planeación y la evaluación de proyectos, por lo que es de gran importancia el capital humano o cliente interno ya que este debe ser constantemente capacitado para prestar el servicio de la mejor manera y cumplir los objetivos; los clientes internos son los propios trabajadores de la empresa, es decir sus proveedores. Un producto de calidad será aquel que cumpla sus

expectativas, como por ejemplo un informe bien presentado a un superior o el mantener los objetivos claros y estarlos evaluando constantemente.

Un Sistema de Calidad tiene como objetivo principal satisfacer las necesidades internas de la gestión de la organización, es decir va más allá de satisfacer los requisitos que impone el cliente. Está diseñado para evitar problemas en la ejecución de las actividades, pues al permitir que exista un error en la empresa puede ocasionar importantes pérdidas. El prevenir errores antes de firmar un documento importante nos genera un costo menor que cuando el servicio ya está terminado. De forma que los sistemas de calidad nos sirve principalmente para prevenir errores y evitar pérdidas económicas.

Una vez que tenemos claro el concepto de calidad así como el de sistemas de gestión de calidad, debemos preguntarnos por qué debemos certificarnos en calidad, pues todavía son muchas las empresas que consideran que es algo muy poco importante y que poco o nada tiene que ver con ellos, y en otros casos solo buscan obtener la certificación de calidad para mostrar al público que “tienen calidad”. Y en el caso de otras que fracasan al implantar procesos de mejora que se hacen de forma superficial y mal enfocados que terminan dejando un mal sabor de boca y haciendo que el proceso en vez de ser una mejora para la empresa tome la creencia de que todo lo que tenga que ver con calidad no sirve para nada.

Pero hay algo que no se puede negar y es que la forma correcta de hacer las cosas en una empresa es hacer las actividades necesarias, con el menor consumo de recursos, a tiempo y de la mejor manera para satisfacer lo mejor posible a los clientes, internos y externos. Esa es la finalidad de un proceso de Gestión Integral o Total de la Calidad, es tener una mejora continua en todos los procesos y de este modo lograr ser competitivos.

Para aplicar de mejor manera los procesos de mejora se debe tener unos requisitos muy importantes, también como creencias equivocadas que hacen entorpecer la aplicación de estos procesos.

Para que el proceso se afiance y se produzca una modificación profunda en la cultura de la empresa deben pasar varios años, pero durante este tiempo se deben empezar a notar las ventajas que tiene el implementar el sistema. El progreso al iniciar la implementación del sistema de gestión de calidad debe notarse en poco tiempo pues al evidenciarse lo contrario

evidenciaríamos que la forma en que se está haciendo no es la más apropiada. Sin embargo este camino no se debe forzar y apresurar pues la meta de la empresa es llegar a la excelencia, meta que constantemente está en evolución. Mientras exista la empresa, mientras tenga clientes y proveedores, cree nuevos productos, siempre habrá cosas que mejorar. El sistema de gestión de calidad exige un compromiso total ya que es una manera nueva de hacer las cosas que lleva aparejada la aparición de una cultura corporativa completamente nueva y para esto se toma un tiempo por lo que se toma como un objetivo a largo plazo.

El obtener certificación ISO y obtener certificación de calidad se debe entender que se está haciendo a conciencia, por lo que se debe integrar a todo el ámbito de la gestión empresarial sin olvidarse de un solo sector, se debe conocer muy bien cuál va a ser la función de todos y cada uno de los miembros de la organización, pues a partir del primer momento todos adquieren un compromiso firme y a un plazo indefinido que busca desempeñar de la mejor forma el trabajo diario, y con la seguridad de que todos los esfuerzos y recursos consumidos se verán retribuidos notoriamente si el proceso se implanta con seriedad.

*“Una Certificación de calidad consiste en que un Organismo competente, acreditado, asegure por escrito que un producto, proceso o servicio, debidamente identificado, cumple los requisitos especificados previamente para el mismo. Es una "certificación de confianza", que garantiza al comprador un nivel de Calidad adecuado en el bien o servicio que adquiere.”* (ISO 9001-2008, documento online [http://www.uvico.mx/elearning/cursos/CEN\\_DC\\_ISO/recursos/actividades/manual\\_ISO.pdf](http://www.uvico.mx/elearning/cursos/CEN_DC_ISO/recursos/actividades/manual_ISO.pdf))

Un punto a tener en cuenta es que muchas empresas ven la obtención del certificado de calidad como un trámite molesto lleno de papeleos que se debe conseguir si se quiere tener más clientes. Es por esta razón que se ve este proceso como fastidioso, caro y burocrático, en el cual toca preparar mucho papeleo y diferente documentación la cual lleva tiempo, el cual para muchos empresarios es el declive pues el tiempo en una empresa es limitado. Entonces al ver de esta forma la calidad, se dará la idea que este proceso es algo que funciona solo para corregir los problemas rápidamente o momentáneamente y así obtener la

certificación y no con su objetivo principal el de buscar mejora continua y llegar a la excelencia. Las organizaciones que solo se esfuerzan en conseguir la certificación no van para ningún lado y el enfoque hacia la excelencia esta totalmente desviado o es nulo, pues no se van a dar cambios reales en la cultura de la empresa y si se van a llenar de papeleo que nadie comprende pero que se debe llenar como requisito para certificarse. Lo importante de obtener el certificado no es el logo de la entidad certificadora y el numero en el nombre de la empresa es entender que se obtiene para generar calidad.

Al acceder al sistema de gestión de calidad las empresas, con frecuencia cometen el error de fomentar o ejecutar solo una fracción de este sin darse en cuenta que deben se debe tomar todos los aspectos para la totalidad de la empresa.

Al aplicar a medias los procesos de mejora de la calidad lo más probable es que se tenga éxito también parcial o un fracaso inevitable. Si lo que se busca es el éxito completo se deben tener en cuenta toda y cada una de las secciones de la empresa, que esto afecte a todas y cada una de las actividades que se llevan a cabo en la empresa así como el cambio realmente importante en la cultura de la organización. Ese es el objetivo a cumplir y la función principal a la hora de implementar el sistema. La unión entre la necesidad de la empresa /cliente y la visión global de la consultora. Unir esfuerzos hacia una visión global de la empresa es la mejor garantía de éxito.

Como todo nuevo movimiento en la empresa un sistema de gestión de la calidad debe tener unos objetivos, estos deben ser medibles y que sean aplicables a la Política de la Calidad establecida por la empresa. La política de calidad debe ser analizada en profundidad para que estos objetivos sean establecidos de la mejor forma. Es decir que este análisis debe estar orientado a examinar qué es lo que desea lograr la empresa al implementar un sistema de gestión de calidad. Como primera medida se debe poner en marcha un proceso de mejora continua para guiar el sistema de gestión de calidad ya que es algo que siempre debe estar pendiente en la organización.

La norma ISO 9000:2005 define a los Objetivos de Calidad como “algo ambicionado o pretendido relacionado con la Calidad”. (ISO 9001-2005. Documento en línea

[http://www.uvico.mx/elearning/cursos/CEN\\_DC\\_ISO/recursos/actividades/manual\\_ISO.pdf](http://www.uvico.mx/elearning/cursos/CEN_DC_ISO/recursos/actividades/manual_ISO.pdf)  
f)

La mejora continua es un proceso que se da cíclicamente, es decir que una vez terminado este proceso debe iniciarse nuevamente para no perder el objetivo principal que es la calidad, en muchas ocasiones las organizaciones que solo buscan el certificado realizan este proceso después de realizar la auditoría interna lo cual lleva a que los clientes internos no asuman su papel en este proceso y hagan lo que hay que hacer para cumplir con lo estipulado en el papel, pero esto genera inconformidad en estos al ver que es mucho papeleo el que hay que hacer en poco tiempo y que les está quitando tiempo del trabajo; por esto es importante que la mejora continua se dé desde el inicio de la implementación del sistema de gestión de calidad y de esta forma ir creando sentido de pertenencia tanto por la organización como por el certificado.

La estrategia al nivel más alto se encuentra definida por la Política de la Calidad, como según nos indica la norma ISO 9001:2008, en la cual encontramos las ideas en las que queremos guiar el sistema de gestión de calidad teniendo en cuenta los conceptos más importantes que están ligados a este, pues para empezar bien se debe tener claro que los recursos serán necesarios dedicar para el correcto funcionamiento de este.

La política de calidad como se dijo anteriormente es muy importante y se debe tener en cuenta para no contradecirle en los objetivos de calidad, pues estos son la meta a llegar a la excelencia, estos objetivos están en constante revisión y cambio por lo que se deben estudiar con detenimiento para que sea la alianza y extensión de la política de calidad de la organización.

Los objetivos de calidad deben ser medibles y comprobables pues estos determinan si lo que se ha pretendido alcanzar se está consiguiendo o no, esto es sumamente importante pues los objetivos no pueden estar desfasados, es de gran importancia tener en cuenta cada sector de la organización y con qué recursos se cuenta, así como a futuro como podemos optimizar lo que se tiene y como se puede ampliar.

Un ejemplo claro es un objetivo que toda empresa que busque calidad quiere para sí, el de "mejorar la calidad del producto" pero este es un objetivo escueto pues dicho así es



complicado determinar si la meta que se quiere realmente se logró o no. Por lo que es necesario definir en que medida se quiere mejorar y en qué cantidad se busca esta mejora.

Al igual que tener claro en qué medida se busca la mejoría de calidad para establecer objetivos, se debe tener en cuenta en que niveles y que funciones debe ejecutarse así como a que personas de les debe delegar la responsabilidad y que estos sirvan de instrumento de mejora al implementar, ejecutar y revisar el sistema de gestión de calidad. Los objetivos propuestos sirven como guía a las personas responsables de ejecutarlos y compartirlos con los de más por lo que al ser planteados se debe pensar muy bien que es lo que se desea conseguir.

Como aparece en la ISO 9001:2008 la dirección juega un papel muy importante pues esta asume la responsabilidad de “asegurar que se establecen Objetivos de la Calidad”. Entonces a diferencia de la política de calidad vemos que aunque la dirección no los establezca esta tiene la responsabilidad de revisarlos y confirmar si se pueden empezar a ejecutar o no.

Lo más recomendado a la hora de establecer objetivos en la organización es que cada área delegue esta función a su principal responsable, pues este conoce muy bien que es lo que quiere para lograr una mejoría constante y que estos objetivos se puedan socializar entre todos los involucrados en el departamento para mejorar así los objetivos a lograr.

Al no estar directamente involucrado en el proceso de planteamiento de los objetivos de calidad es de gran importancia que este los lea y revise pues estos deben quedar redactados y propuestos de forma que sean alcanzables, objetivos y realistas. En conclusión el establecer objetivos es algo que incumbe a absolutamente toda la organización, es de gran importancia y están fijados para alcanzar la calidad de la mejor manera sin olvidar que al buscar esta estamos buscando la satisfacción de los clientes y esto se evidencia al evaluar el grado de satisfacción, si no es la deseada o ha bajado quiere decir que los objetivos propuestos no son lo indicado.

Al implementar un sistema de gestión de calidad pueden surgir diferentes problemas, entre los cuales pueden estar la maquinaria obsoleta o la infraestructura no adecuada; Pero uno de los principales problemas que se evidencia al implementar un sistema de gestión de calidad es el cambiar la cultura organizacional, empezando desde los directivos llegando hasta los

clientes internos y externos, pues esto implica nuevas responsabilidades que pocos están dispuestos a aceptar por lo que de inmediato de deben poner en marcha soluciones para corregir estos problemas o mejor aun sabiendo que se va a implementar se debe prever estos inconvenientes.

Como una certificación ISO es un gran paso también es algo de gran responsabilidad tanto para el ente certificador, como para la organización por lo que se dan nuevos procesos que deben ser serializados y redactados de una forma en particular, al ser de esta forma es algo que genera inconvenientes al querer implementar un sistema de gestión pues no todos en la organización están preparados para esto, como solución a este inconveniente debemos tener en cuenta que se cuenta con un ente capacitador el cual sirve para disolver las dudas que se tengan en cuanto a esto, como también un consultor de calidad con el cual se puede hacer equipo para aprovechar sus conocimientos.

Otro gran problema que se presenta y es uno de los más comunes es el de implementar el sistema de gestión de calidad sin haber socializado el tema lo suficiente con los demás trabajadores, por lo que creara malestar e inconformidad en muchos, se entiende que al implementar el sistema se busca mejorar la calidad de la organización y que para esto deben haber grandes cambio por lo que esta implementación se debe dar gradualmente para no entorpecer el proceso. Como el problema trata es precisamente la falta de comunicación y sensibilización frente al tema lo que genera la tensión, se deben hacer capacitaciones antes y durante el proceso para que este sea tomado de la mejor manera

La poca documentación o información es otro error que se suele cometer pues al no hacerlo se incurre en errores como el no saber cómo redactar una no conformidad en una auditoria interna o peor aún no saber cómo y cuándo realizar estas o los procesos que se deben realizar al ejecutar un sistema de gestión de calidad. Para evitar llegar a esto se tiene una guía que se encuentra expuesto en el Numeral 8 de la Norma NTC ISO 9001-2008; también se debe volver parte de la cotidianidad, con un acompañamiento del consultor de calidad.

Cuando se implementa el sistema de gestión de calidad se evidencia que hay nuevas tareas por hacer, por lo que se debe evaluar muy bien como son repartidas, ya que este es un error y un problema que se presenta con frecuencia el cargar laboralmente a una persona se

evidencia, pues este puede en lugar de ayudar entorpecer el proceso y no estar conforme con lo que hace.

Al implementar un sistema de gestión de calidad se debe trabajar por procesos lo cual genera un problema en el clima organizacional, pues las personas al tener arraigada en su cultura otra forma de trabajar como bien puede ser las dependencias les cuesta adaptarse a esta nueva forma de trabajo, por lo que debe socializarse desde el primer momento como es el mapa de procesos realizando simulacros que ayuden a afianzar la implementación de este.

La medición de la satisfacción del cliente, es complicada pues ahora se cuenta con diferentes procesos que puede hacer complicada la tarea, al organizar el mapa de procesos se evidencia en qué lugar quedan los clientes, los encargados de esto tiene la información organizada acerca de estos.

El generar un mapa de procesos también es un problema frecuente al momento de implementar un sistema de gestión de calidad pues se complica un poco el mostrar los mapas de procesos con sus subdivisiones y responsables, para solucionar esto se debe socializar a todas las áreas mediante capacitación de como leer la información que se encuentra plasmada en el mapa, en estas capacitaciones se debe resaltar la importancia del sentido de pertenencia hacia la organización y el área en el cual se encuentra la persona.

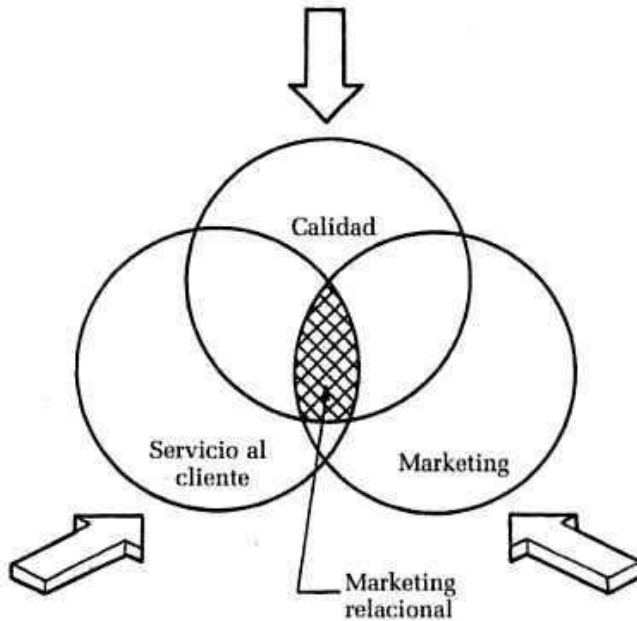
Y los dos grandes problemas que tenemos en el momento de implementar el sistema de gestión de calidad es cuando la compañía es lo suficientemente grande como para tener diferentes sucursales, pues todas deben ir orientadas al objetivo de la calidad y excelencia, el otro es la resistencia al cambio, este es complicado pues personas que vienen trabajando bajo un mismo sistema o una misma forma durante varios años se niegan a tener que hacer su trabajo de una forma distinta. Cuando la compañía se ha expandido lo suficiente es complicado mas no imposible el implementar el sistema de la mejor manera, para esto el día de hoy existen las ventajas tecnológicas que pueden ayudar a intercomunicar a las organizaciones y lograr que todas implementen de forma correcta el sistema en el segundo problema e debe hacer progresivamente pues cambiar la cultura organizacional se da poco a

poco, para esto debe hacerse la planificación de las capacitaciones y que estas sean lo más claras posibles y mostrando que beneficios trae a la persona la implementación del sistema de gestión de calidad.

### ***Marketing Relacional***

Una vez que se tiene implementado un sistema de calidad es importante no olvidarnos de que nuestra meta es llegar a la excelencia una estrategia que se puede implementar es unir el sistema de gestión de calidad con un complemento que le queda perfecto es el mercadeo relacional, por lo que como primera medida se debe entender que es.

El mercadeo relacional o marketing relacional es una estrategia que se utiliza para captar más clientes pero esa no es su función principal, se puede decir que la principal es la satisfacción de este mejorando la relación, por lo que esta estrategia es perfecta tanto para tratar con los clientes internos y externos. El mercado hoy en día es globalizado y se ha perdido un poco el contacto con el cliente por lo que es importante el uso de este para conocer mejor a los clientes brindándoles a esta seguridad y esta confianza que necesitan para elegir la organización sobre otras. Por lo que se puede decir que el marketing relacional tiene ligada la calidad, la atención al cliente y el mercadeo volviéndose uno solo como se puede evidenciar en la gráfica.



Tomado de <http://www.gestiopolis.com/que-es-marketing-relacional/>

Uno de los objetivos claves del mercadeo relacional es el crear relaciones a largo plazo con el cliente y que esta sea mutuamente satisfactoria con el fin de crear un lazo que permita seguir teniendo negocios a largo plazo. Por lo que es importante identificar a los clientes potenciales y más rentables para establecer una estrecha relación con ellos, que permita conocer las necesidades de estos y así permitir la evolución del producto a lo largo del tiempo.

Hay una afirmación que es muy importante tener en cuenta y es que el cliente es cada vez más exigente y el mercado actual es cada vez más competitivo. El valorar al cliente y crear una relación estrecha con este es asegurar el crecimiento de la organización. Al ligar el mercadeo organizacional con la calidad es importante prever, como reducir el coste de obtener nuevos clientes para incrementar la retención de éstos, el trato con el cliente pues como se le hable y trate a este es muy importante para iniciar un trato y mantener el contacto con este, así como el reconocer que cada cliente que se contacta es diferente y no se puede negociar con todos por igual de esta forma se puede satisfacer sus necesidades asegurando así el crecimiento.

La participación por parte del cliente en el mercadeo es importante y amplia, hecho por el cual se entiende que esta es amplia, esta valiosa información se va dando con el tiempo cuando se dialoga con los clientes y se va forjando la base de datos o base de información que se requiere para un cliente en específico. El conocer al cliente muy bien es sinónimo de que el marketing relacional se está elaborando de forma correcta, la idea es llegar a conocer al cliente como el tendero de barrio conoce a sus clientes y crean una relación de confianza.

El marketing relacional y el Customer Relationship Management (CRM) son diferentes pero están ligados, pues lo que busca el mercadeo es conocer y atraer clientes potenciales y el CMR es la herramienta que nos muestra la tecnología como aliada en la estrategia para captar clientes.

Cuando se habla de mercadeo relacional al interior de la organización se debe decir que este es implementado en todas las áreas de esta y se llama mercadeo relacional integral. Pues este es la fusión de las relaciones públicas y el mercadeo, entendiendo que el cliente interno también es único e importante. También es importante decir que el mercadeo relacional no solo se centra en captar clientes, también sirve para recuperar clientes que se creían perdidos.

El mercadeo relacional ejecuta actividades que son de gran importancia como el empoderamiento a los clientes, la administración de la voz del cliente y actividades para lograr socios, para ello se debe hacer buena recolección de datos, se deben identificar los clientes más productivos, se implementan las estrategias para contactar y fidelizar y se busca hacer una retroalimentación que ayude a ver qué hace falta o que hay que mejorar en el proceso. No siempre es fácil lograr convencer a un cliente por lo que es de gran importancia el diseño de las estrategias en el que tanto la empresa como el cliente se sientan que ambos ganan.

El recoger información acerca del cliente es importante y para hacerlo de forma correcta se pueden desarrollar diferentes estrategias. Al establecer un sistema de gestión de calidad se fijan unos objetivos claros que guían el funcionamiento de la organización, y al unir una estrategia de mercadeo relacional la información debe ir acorde a los objetivos que se quieren ejecutar, por lo que la información que requiramos de nuestros clientes será

diferente de uno a otro. Entonces partiendo de esto lo importante no es la cantidad de información sino la calidad de esta, ya con la información necesaria esta debe convertirse en análisis rigurosos que ayuden a tomar decisiones y convertirla en conocimiento estratégico que sirva para conocer el comportamiento del cliente.

Para las empresas globalizadas la estrategia de marketing relacional es importante por lo que se debe tener en cuenta la cultura de la región donde se encuentra situada y así acomodarse y realizar un mejor estudio del cliente, pues no es lo mismo tratar con un cliente colombiano, que con uno de Japón y viceversa, para esto es importante tener en cuenta la estrategia global de la empresa pero adaptarse a su vez a los clientes.

El cliente interno es de gran importancia a la hora de implementar estrategias de mercadeo relacional pues este debe estar debidamente capacitado. Entonces se debe ser consciente que la formación y el conocimiento es de gran importancia y ayuda a diferenciar una empresa de otra. Esta información es necesaria para saber cómo ejecutar de la manera correcta y efectiva los procesos de negocio.

¿Qué papel juega el internet en el mercadeo relacional? El mercadeo relacional está orientado al cliente y lograr mayor rentabilidad, desde hace varios años que el internet se volvió fundamental para las personas y en especial para las organizaciones, las cuales deben enfocarse en sacar el mayor provecho a esta tecnología y los recursos que esta ofrece para llevar a cabo un marketing relacional eficaz y más eficiente, es aquí cuando entra en juego el CMR.

El internet funciona para publicitarse en día de hoy existen muchas redes sociales para lograr esto como Facebook, twitter, youtube por nombrar las más importantes, pero no solo se utiliza para promocionarse el internet sirve para obtener información relevante sobre los principales mercados, también para el comercio turístico es de gran ayuda y para conocer en menor tiempo la satisfacción del cliente.

El uso de internet y su desarrollo permite recopilar grandes cantidades de datos tanto de clientes como de potenciales, esta herramienta es de gran utilidad para los mercados de consumo como agencias de viajes, o comercialización de productos.

El aplicar usos de la tecnología en el marketing relacional trae bastantes beneficios como hacer sentir más cómodo al cliente, diferenciarnos de la competencia, así como conocer más rápidamente que clientes no están satisfechos y la forma de recuperarlos, para así aplicar una mejora continua oportunamente y optimizar mejor la cartera de clientes de la empresa. De esta manera, la empresa crece en muchos sentidos de cara al cliente, ofreciendo mayor satisfacción y consiguiendo una nueva forma de fidelizar al cliente. Por supuesto, este se beneficia de una absoluta satisfacción.

La estrategia relacional surge una vez aplicado el mercadeo relacional, para medir en qué grado se ha tenido éxito implementándolo, cuando se evidencian resultados negativos se debe evaluar qué es lo que ha salido mal y aplicar los correctivos y acciones de mejora lo más pronto posible de lo contrario se tomara como un fracaso para el sistema de gestión de calidad y el mercadeo relacional; por el contrario cuando se evidencia un progreso y que se ha tenido éxito en su implementación se debe actuar para seguir avanzando y no estancarse, pues lo que funciona hoy puede no funcionar mañana, es importante conocer las oportunidades de mejora y aplicarlas pues con el éxito estas se evidencian y se pueden aprovechar. La estrategia relacional forma parte de la estrategia comercial y como parte de este forman parte de las políticas de lo que la empresa quiere lograr respecto a sus clientes; esta estrategia es un conjunto de objetivos que sirven para afianzar y fortalecer la relación con los mejores clientes por lo que debe estar planeada como un conjunto de actividades relacionales específico.

La estrategia relacional debe estar enfocada a que es lo que queremos conseguir, como vamos a hacerlo y porque creemos que tendremos éxito, un punto importante es saber cómo se va a diferenciar de los competidores y cuál es la ventaja competitiva con estos, qué valor tiene aplicar la estrategia relacional para crear un enlace con el cliente.

Algo importante en la estrategia relacional es que tiene un factor que no se puede obviar la creación y el desarrollo de una cultura corporativa que genere confianza en la profundización al mercadeo y lo relacional que se busca. Toda la organización debe conocer como es y adueñarse de esta cultura, es decir hacerla propia ya que en todos los procesos existe el cliente interno y este también tiene necesidades y se busca satisfacerlas,



al promover el cambio de cultura y darle la importancia que merece nuestro cliente interno se motiva a que estos implementen las estrategias del mercadeo relacional.

Por ultimo cuando se implementa un sistema de gestión de calidad lo que se busca es mejorar el producto que la organización ofrece, pero también llamar la atención de los clientes y los posibles nuevos clientes, por lo que aplicar el mercadeo relacional es perfecto y se complementa de la mejor manera al sistema de gestión de calidad, el aplicar estas dos de manera correcta puede contribuir a la forma en cómo ve el cliente el servicio que se le está prestando, si es de calidad óptima o por el contrario pierde el interés en este lo que haría que el cliente pierda la percepción de calidad que tiene del producto, a lo largo del texto se expuso que tanto para la gestión de calidad como para el mercadeo relacional se debe tener sumo cuidado con la forma en que se implementa cada uno pues lo que se busca es atraer a los clientes que se creían perdidos, los que se tienen mantenerlos y fidelizarlos y atraer a los potenciales. La relación que tienen los sistemas de gestión de calidad y el mercadeo relacional esta en generar a los clientes internos y externos la confianza en la calidad de los servicios ya sea obteniendo la certificación ISO o atrayendo su atención haciendo uso de diferentes estrategias, pues nada puede quedar al azar, todo lo que se haga debe estar planeado con anticipación, revisado constantemente y mejorado esto con el fin de que cada involucrado en el proceso haga con calidad y pasión su labor. El clima laboral es sumamente importante a la hora de atraer clientes pues lo que el cliente quiere es que le presten un servicio óptimo, el capacitarse en trato con los trabajadores o con el cliente es importante por lo que juega un papel importante en el marketing relacional y los sistemas de gestión pues esto contribuye a llegar a la meta que se busca la excelencia organizacional.

### ***Conclusiones***

El implementar un sistema de gestión de calidad no siempre es sencillo, se debe planificar muy bien el cómo hacerlo, para no entorpecer el proceso. Los sistemas de gestión de calidad no debe tomarse como algo que se hace solo por mostrar que se tiene calidad, es decir que se debe incorporar a la organización para realmente aumentar la calidad del servicio, no es solo decir que se tiene una certificación ISO, es demostrar el por qué se tiene.

La calidad busca satisfacer las necesidades de los clientes, para esto se debe hacer un cambio en la cultura de la empresa y desarrollar su implementación mediante distintas estrategias, ya que la empresa se trabajara a través de procesos. El certificarse en calidad es de gran importancia pues es el paso necesario para llegar a la excelencia además para evaluar los proyectos y renovarlos constantemente.

Los sistemas de gestión de calidad genera sentido de pertenencia pues se debe trabajar todos los procesos en conjunto ya que al fallar uno solo los demás se verán afectados, la comunicación y constante capacitación en el tema es importante, pues el clima laboral debe ser optimo sin sobrecargar a los empleados y directivos con engorrosos procesos, por ello se debe enfatizar en el trabajo en equipo pues todos en la empresa se convierten en colaboradores y deben ir por un bien común como el crecimiento de la empresa, el éxito y la satisfacción del cliente.

El mercadeo relacional es una herramienta que va de la mano con la calidad pues esta sirve para mantener la relación con los clientes, atraer potenciales y restaurar la fidelidad de los que se creían perdidos, para ello se debe evaluar las diferentes estrategias para lograrlo de la mejor manera sin contradecir los estándares de calidad de la empresa. Siempre debe ir enfocado en que se quiere, como se quiere y cuando se quiere lograr al igual que en la gestión de calidad debe ser constantemente evaluado y aplicar a tiempo las acciones de mejora.

El cliente interno juega un papel importante en el mercadeo relacional ya que este debe estar capacitado para conocer los procesos lo mejor posible y se sentirán cómodos para lograr que las metas propuestas se logren, el mantener buenas relaciones con el trabajador y que este sienta gusto por trabajar en mi empresa y no en la de la competencia es el ideal del mercado relacional interno.

El mercadeo relacional sirve para evidenciar que los procesos de calidad se están realizando de la mejor manera y que lo que busca la empresa es dar un servicio óptimo, a un menor costo, con rapidez, eficiencia y eficacia, para así llegar a la mayor cantidad de clientes y fidelizarlos hacia el producto de la empresa. De esta manera y aplicando las estrategias de gestión de calidad y mercadeo relacional se logra llegar más rápidamente a las metas

propuestas, pero estas deben ser evaluadas constantemente ya que el mercado evoluciona y los clientes por los general también van cambiando sus preferencias.

Por último el aplicar la tecnología es importante para aprovechar el mercadeo relacional al máximo, ya que esta sirve para comunicar la empresa con otras sedes si se tiene en menor tiempo, también para obtener datos de los clientes de manera más organizada y atraer clientes, este se va a sentir más cómodo y a la vez se pueden conocer los gustos a profundidad de estos, además que a través de las diferentes páginas que se pueden encontrar para publicitarse.

## **BIBLIOGRAFIA; WEBGRAFIA.**

**ISO 9000: Guía de instrumentación para pequeñas y medianas empresas. México: McGraw Hill; 1997, p.1. Documento online:**

<https://books.google.com.co/books?id=dQsLYlvTdwIC&pg=PA30&lpg=PA30&dq=ISO+9000:+Gu%C3%ADa+de+instrumentaci%C3%B3n+para+peque%C3%B1as+y+medianas+empresas.+M%C3%A9xico:+Mc+Graw+Hill;+1997&source=bl&ots=5XIVoRGtru&sig=g66E4ADLW-s1HeJLUW9qwu8SrzM&hl=es-419&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMIpKe5jIXcyAIViqQeCh1Q7AXd#v=onepage&q=ISO%209000%3A%20Gu%C3%ADa%20de%20instrumentaci%C3%B3n%20para%20peque%C3%B1as%20y%20medianas%20empresas.%20M%C3%A9xico%3A%20Mc%20Graw%20Hill%3B%201997&f=false>

**Dirección de Marketing. Madrid., Prentice Hall, 2000, p.64. Documento online:**

[https://books.google.com.co/books?id=bZVDiA\\_GDIEC&pg=PA363&lpg=PA363&dq=Di+recci%C3%B3n+de+Marketing.+Madrid.,+Prentice+Hall,+2000&source=bl&ots=EeV91M+cxqc&sig=6d6unkKxS4AsXycZZDd32I2-flw&hl=es-419&sa=X&ved=0CCsQ6AEwA2oVChMI3PqdpYXcyAIVipkeCh10UAis#v=onepage&q=Direcci%C3%B3n%20de%20Marketing.%20Madrid.%2C%20Prentice%20Hall%2C%202000&f=false](https://books.google.com.co/books?id=bZVDiA_GDIEC&pg=PA363&lpg=PA363&dq=Di+recci%C3%B3n+de+Marketing.+Madrid.,+Prentice+Hall,+2000&source=bl&ots=EeV91M+cxqc&sig=6d6unkKxS4AsXycZZDd32I2-flw&hl=es-419&sa=X&ved=0CCsQ6AEwA2oVChMI3PqdpYXcyAIVipkeCh10UAis#v=onepage&q=Direcci%C3%B3n%20de%20Marketing.%20Madrid.%2C%20Prentice%20Hall%2C%202000&f=false)

**URL:** <http://www.gestiopolis.com/que-es-marketing-relacional/>

**URL:** <http://www.gestiopolis.com/que-es-marketing-relacional/>

**URL:** <http://www.definicionabc.com/economia/gestion-de-calidad.php>

**URL:** <http://www.sgs.co/es-ES/Health-Safety/Quality-Health-Safety-and-Environment/Quality/Quality-Management-Systems/ISO-9001-Certification-Quality-Management-Systems.aspx>

**URL:** <http://www.solucionessig.com/portal/crm-operacional/marketing-relacional>

**URL:**

[http://www.degerencia.com/articulo/el\\_marketing\\_relacional\\_una\\_conceptualizacion\\_necesaria](http://www.degerencia.com/articulo/el_marketing_relacional_una_conceptualizacion_necesaria)

**URL:** <http://www.normas9000.com/importancia-gestion-calidad.html>

**URL:** <https://books.google.com.co/books?id=YMfCGu3B-yMC&pg=PA114&lpg=PA114&dq=mercadeo+relacional+y+la+gestion+de+calidad&source=bl&ots=e4LVwLPSw1&sig=KuDdCr5CA9LS9EdWVx73LwacBUc&hl=es-419&sa=X&ved=0CB0Q6AEwAGoVChMI9Nfut-dxwIVxxceCh3mNwF6#v=onepage&q=mercadeo%20relacional%20y%20la%20gestion%20de%20calidad&f=false>

**URL:** <http://www.dnvba.com/es/Certificacion/Pages/Por-que-implantar-un-sistema-de-gestion.aspx>