ECONOMÍA TRADICIONAL A LA ECONOMÍA DIGITAL: TRANSICIÓN Y EVOLUCIÓN DE LOS PILARES DE LA GERENCIA DE LA CALIDAD.

TRADITIONAL ECONOMY TO THE DIGITAL ECONOMY: TRANSITION AND EVOLUTION OF THE PILLARS OF QUALITY MANAGEMENT.

Villafañe Moizant, German Alonso
villagermanalonso@gmail.com
Universidad Latinoamericana y del Caribe – ULAC

RECIBIDO: 12/11/2022
ACEPTADO: 15/01/2023

RESUMEN

El trabajo tuvo como propósito general de analizar la transición y evolución de los pilares de la gerencia de la calidad de la económica tradicional a la nueva economía digital. Se trata de una investigación documental con una rigurosidad científica y sistemática de indagación, recolección, organización, interpretación y presentación de datos e información de fuentes primarias y secundarias basado en el análisis de documentos bibliográficos (escritos), gráficos (grabados, mapas), audiovisuales (discos, películas), entre otros (muestras). La conexión a Internet y el acceso a la información en tiempo real han cambiado la forma de acceder a los productos y servicios tradicionales. Transformando las perspectivas y paradigmas de la gestión de la calidad tradicional como sus modelos, formación, gestión del servicio, personas y sus relaciones y medición. En este sentido, sectores como el bancario o el comercio se han transformado gracias a la tecnología, y otros como el agrario ya están en camino. A mediados de la década del 90, el canadiense y experto en finanzas Don Tapscott escribió 'La Economía Digital', un libro en el que avisaba sobre cómo la aparición de Internet y la digitalización de la información podrían cambiar la forma de hacer negocios en el futuro. El tiempo le ha dado la razón al autor hasta tal punto que hoy esas innovaciones tecnológicas están muy presentes en las actividades comerciales, tanto de las grandes y pequeñas empresas como de las finanzas personales. En concreto, la economía digital ha venido para cambiarlo todo su infraestructura, modo de gerencia y vender.

Palabras Claves: Economía Digital, Economía Tradicional, internet, comercio, gerencia de la calidad

ABSTRACT:

The general purpose of the work was to analyze the transition and evolution of the pillars of quality management from the traditional economy to the new digital economy. It is a documentary research with a scientific and systematic rigor of inquiry, collection, organization, interpretation and presentation of data and information from primary and secondary sources based on the analysis of bibliographic documents (written), graphics (engravings, maps), audiovisual (records, movies), among others (samples). The Internet connection and access to information in real time have changed the way of accessing traditional products and services. Transforming the perspectives and paradigms of traditional quality management such as its models, training, service management, people and their relationships, and measurement. In this sense, sectors such as banking or commerce have been transformed thanks to technology, and others such as agriculture are already on their way. In the mid-1990s, Canadian finance expert Don Tapscott wrote 'The Digital Economy', a book in which he warned about how the emergence of the Internet and the digitization of information could change the way of doing business in the world. future. Time has proven the author right to such an extent that today these technological innovations are very present in commercial activities, both in large and small companies and in personal finance. Specifically, the digital economy has come to change everything in its infrastructure, management mode and sales.

Keywords: Digital Economy, Traditional Economy, internet, commerce, quality management

INTRODUCCIÓN

Para hacer frente a la intensa competitividad, toda organización o emprendedor debería orientar la toma de decisiones en torno a la diferenciación y diversificación de los bienes y servicios que ofrece. Para ello requiere de herramientas y sistemas que apoyen la gestión. Esto significa que la organización debe garantizar un producto o servicio ideal para el mercado. Para Juran (1969) (citado por Ibañez y Castillo, 2012) esto se llama gestión de calidad, pero no se centra solo en la calidad de un producto, servicio o la satisfacción de sus clientes, sino en los medios para obtenerla. Por lo tanto, la gestión de calidad asegura la calidad y el control de los procesos.

Históricamente, Ibáñez y Castillo (2002) sostienen que la calidad nace a principios del siglo XX en Estados Unidos; luego los japoneses lo adoptan en los 40 y se expande por todo el mundo en los 80. Esto muestra, la importancia que las organizaciones le otorgan a los principios de calidad, generando estandarizaciones, normalizaciones y documentaciones de los procesos productivos sobre todas aquellas organizaciones con visión de globalización. Asimismo, surgen las organizaciones internacionales que promocionan y atienden temas relacionados con la calidad, tales como la International Academy of Quality (IAQ) y la American SocietyforQuality (ASQ) entre otras. Asimismo, están las organizaciones de normalización en calidad como la International OrganizationforStandardization (ISO).

Para el Instituto de Dirección de Proyecto PMI (2013) (siglas en inglés: Project Management Institute) la gestión de la calidad es un proceso que certifica que las actividades inherentes en el diseño, planificación e implementación de un proyecto sean efectivas y cónsonas con el objetivo, misión y visión del mismo. Gerencia en un contexto económico tradicional, según Drucker (2006) es un sustantivo y una acción, como el sujeto o sujetos responsables del éxito o fracaso de un negocio, son quienes dirigen el trabajo de otros hacia la consecución de un objetivo predeterminado. También se entiende como un conjunto de principios y funciones claves. Es el ejercicio de mando, la coordinación de los recursos, el proceso de toma de decisiones, la definición de la misión y rumbo de la empresa. Vista la gerencia través de la Calidad Total.

Según Deming (1989) esa gerencia está basada en un control y mejoramiento continuo de la calidad de los procesos de trabajo desde los proveedores hasta los clientes. Es el enfoque gerencial que logra mejorar la calidad de los productos y servicios de cualquier organización. La calidad es responsabilidad de aquellos que hacen el trabajo, no de un grupo de especialistas e inspectores. Los clientes son los jueces finales de la calidad; las mediciones internas se deben hacer tomando en cuenta las características de calidad que necesita el cliente.

No obstante, Drucker (2006) sostiene que la sociedad está evolucionando generando nuevos ordenes mundiales y con ellos nuevos modelos prácticos de la economía y en consecuencia de la gerencia organizacional. En este sentido, los cambios acelerados sucedidos en la sociedad actual, radican esencialmente en los rasgos distintivos sin precedentes de la sociedad de este siglo XXI, el mismo autor señala; "la decadencia continua de la manufactura como productora de riqueza y empleos, y los cambios de forma, estructura y función de la sociedad anónima y su alta gerencia". Resulta

evidente que estos cambios llevan a una nueva manera de producción, naciente por la revolución informática y el internet. Donde las organizaciones deben perfilarse o evolucionarse hacia gerencia globalmente competitiva, de calidad perfecta, sustentable e innovadora.

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Gerencia de la Calidad

La gestión de la calidad es una filosofía de gestión empresarial que considera inseparables las necesidades del cliente y las metas de la empresa, asegura eficacia máxima dentro de la empresa y afianza el liderazgo comercial mediante la puesta en funcionamiento de procesos y de sistemas que favorecen la excelencia, al tiempo que impiden los errores y aseguran que todas las metas de la firma se logren sin despilfarrar esfuerzos, de acuerdo a la definición que la British Quality Association (B.Q.A.) aportó en 1989 respecto de las técnicas comprendidas en el paradigma de Total Quality Managment (T.Q.M.).

Por parte la International Organization for Standardization – ISO (Organización Internacional de Normalización) define que son las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización en lo relativo a la calidad. La dirección y control en lo relativo a la calidad generalmente incluye el establecimiento de la política de la calidad, los objetivos de la calidad, la planificación de la calidad, el control de la calidad, el mejoramiento de la calidad y el aseguramiento de la calidad (ISO 9000:2000)

De hecho, el concepto de gestión ha evolucionado a partir de los años 50, En un principio la lógica de Taylor aplica la inspección para medir la calidad del producto en la etapa final de su fabricación, sin orientación a clientes ni a procesos, por tanto, la calidad se identifica con la actividad de inspección de los productos (verificar defectos). Luego, germina el control de la calidad basada en datos estadísticos, durante el proceso productivo. Posteriormente, la gerencia de la calidad, afecta a todos los miembros de la empresa. Esta idea adquiere impulso con el establecimiento de normas internacionales como marco para la garantía de la calidad.

Economía Digital

Según ROIG C. J. M. 2002. La economía digital en algunos productos ya no tiene que ser empaquetados y distribuidos a través de una tienda física (software, noticias, música, video, etc.). Ahora una diversidad de productos y servicios son distribuidos directamente a través de Internet (Boletos de avión, obras musicales, servicios personalizados de noticias, reservaciones turísticas, servicios bancarios). Distintos sectores de diferentes industrias cambiaron la forma de operar sus negocios, obteniendo beneficios significantes por el desarrollo de productos y servicios digitales.

El Desarrollo de la Economía Digital es el conjunto de estrategias y acciones para contribuir al impulso de la competitividad del sector productivo de una organización mediante su inserción a la economía digital; la cual implica migrar de una economía con un escaso grado de aprovechamiento de las tecnologías de la información, a una en donde se generaliza el uso de estas tecnologías en todas las actividades económicas, culturales y sociales. El aprovechamiento generalizado de las Tecnologías de Información genera incrementos en la productividad y en la competitividad de los agentes económicos, contribuyendo así a la generación de bienestar y mayores oportunidades de progreso.

Entre las actividades de comercio electrónico se incluyen el pedido y pago electrónico y on-line de bienes que se envían por correo u otro servicio de mensajería, así como el envío on-line de servicios como publicaciones, software e información. También se incluyen otro tipo de actividades, tales como diseño e ingeniería corporativa, marketing, comercio compartido, subastas y servicios postventa.

Pilares o principios de la Calidad

En relación a los modelos anteriormente mencionados, podemos observar que todos ellos tienen una gran cantidad de elementos comunes en su fondo, veremos la intención de estos modelos, entendiendo que, independientemente de las sistemáticas que establezcan y desarrollen, hay una serie de elementos que no podemos olvidar nunca si queremos gestionar de una manera correcta y con sentido.

Para ello, las normas UNE EN ISO 9001 y, más concretamente, la UNE EN ISO 9004, y el modelo EFQM, basan su fundamento en unas prácticas y elementos consensuados por los mayores expertos del mundo en temas de gestión, llamados «Los ocho principios de gestión de la calidad». Han sido en estos principios en los que se han basado la mayoría de los modelos de gestión para desarrollar las diferentes herramientas que proponen.

Un principio de la gestión de calidad es una pauta o convicción amplia y fundamental para guiar y dirigir una organización, encaminada a la mejora continua, en el largo plazo, de las prestaciones por medio de centrarse en el cliente a la vez que identifica las necesidades de todas las partes interesadas.

A continuación, vamos a desarrollar estos ocho principios, entendiendo que su correcta comprensión debe ser fundamental para cualquier tipo de gestión que queramos emprender.

Estos principios son:

1. Organización orientada al cliente.
2. Liderazgo.
3. Participación del personal.
4. Enfoque a procesos.
5. Enfoque del sistema hacia la gestión.
6. Mejora continua.
7. Enfoque objetivo hacia la toma de decisiones.
8. Relación mutuamente satisfactoria con el suministrador.

MÉTODOS

Diseño de la investigación es bibliográfico que según Palella y Martins (2012) se fundamenta en la revisión sistemática, rigurosa y profunda de material documental de cualquier tipo, se procura el análisis de los fenómenos o el establecimiento de la relación entre dos o más variable, se utiliza procedimientos lógicos, análisis, síntesis, deducción, inducción entre otros. Esta investigación, conste en la revisión de archivos sobre la transición y evolución de los pilares de la gerencia de la calidad de la economía tradicional a la nueva economía digital.

También se enmarca, en el tipo de investigación; documental de clase monográfica que, según los mismos autores, se concreta exclusivamente en la recopilación de información de diversas fuentes, indagando sobre un tema documentados e interpretado reflexivamente. De acuerdo, a este tipo de investigación se tuvo como etapa la Búsqueda de la fuente (impresas y electrónica), lectura inicial de los documentos disponibles, elaboración de un esquema preliminar, recolección de los datos mediante lectura evaluativas y elaboración de resumen. Análisis e interpretación, formulación del

esquema definitivo y redacción del informe final

Se utilizaron fuentes primarias; documentos, tanto manuscritos como impresos, escritos y/o editados en el periodo que se investiga diarios, documentos públicos, testimonios, orales y fotografías entre otros. Asimismo, fuentes secundarias; todos los documentos, libros o artículos, escritos posteriormente al periodo estudiado y que se refieren a temas relacionado con el objeto de estudio. Todos los textos que consultamos en la revisión inicial del estado del tema hacen parte de este tipo de fuentes. También se consideran como fuentes secundarias los diccionarios, enciclopedias, manuales, catálogos etc.

RESULTADOS

Según Drucker (2006) la sociedad futura será una sociedad en la cual, factores como la economía, nuevas ideologías, la nueva demografía y los trabajadores del conocimiento, harán que las organizaciones se modifiquen tanto en el ámbito gerencial como el papel que el trabajador ejerce en la empresa, las nuevas tecnologías serán impulsadoras de la economía para estas organizaciones que deben de definir nuevas estructuras y tareas para la alta gerencia.

La economía digital, medida por el gasto en TIC, los usuarios de Internet y la diversificación de sus usos, ha adquirido una creciente importancia en los países de América Latina. Según él informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2019), Durante la última década, la región se ha convertido en un mercado emergente en el uso de aplicaciones TIC por las empresas, el gobierno y los individuos, y el gasto en este rubro alcanzó a 295 000 millones de dólares en 2019, cerca de 5,2% del PIB. El gasto de América Latina fue equivalente a 8% del total mundial, como resultado de un crecimiento sostenido que alcanzó a 12,1% en 2019, el segundo más alto después de la región de Asia Pacífico. El gasto mundial en TIC se descompone en telecomunicaciones (47%), servicios TIC (24%), dispositivos (17%), software (8%) y centros de datos (4%). El mercado de Internet en América Latina se ha expandido aceleradamente, alcanzando a 133 millones de personas en 2019. Durante el período 2009-2019, la región fue la segunda con más rápido crecimiento de la población que usa Internet (15% promedio anual), después de la de Medio Oriente-África. Como el promedio de crecimiento anual en el mundo fue de 10%, América Latina aumentó su participación de 7,3% a 9% el mismo lapso.

Se este modo, la economía como la sociedad han venido transformándose considerablemente, y la internet abrir puerta a una nueva era digital que otros llaman revolución informática y que evolución cada vez más rápido dando resultados económicos alentadores y productivos. Es decir, la aparición de la Internet como importante canal de distribución de bienes y servicios está cambiando a fondo las economías, los mercados y las estructuras industriales; los productos y servicios y su flujo; la segmentación de los consumidores, sus valores y su conducta; los mercados de empleos y de mano de obra. Investigadores como Castells sostienen que la tendencia de la economía digital será la revolución industrial de fines del siglo XXII y comienzos del XXII.

Sin duda, la revolución industrial también tuvo grandes consecuencias para la familia. Durante largo tiempo, el núcleo familiar fue la unidad de producción. No obstante, el crecimiento que se observa de la denominada economía digital, se centra en cuatro aspectos fundamentales:

1. El desarrollo constante de Internet y sus tecnologías inherentes: En 1994, tan sólo en Estados Unidos, existían 3 millones de usuarios. Cuatro años después se superaba la cifra por 100 millones de usuarios de diversos países del mundo. Finalmente, los expertos pronostican que para el año 2020, Internet alcanzará a 10 millones de personas. Por supuesto que esta expansión demandará un aumento en la inversión de infraestructura tecnológica (computadoras, software, servicios y comunicaciones).
2. El aumento de comercio electrónico entre empresas: Recientemente la mayoría de las grandes empresas comenzó a utilizar a Internet para propósitos comerciales con sus respectivos socios de negocio. Pronto, algunas de ellas reportaron beneficios significantes, en materia de productividad, por el uso adecuado de las tecnologías de comunicación. Los procesos de creación, compra, distribución y venta de productos y servicios cambiaron positivamente y de forma exponencial.
3. La distribución digital de bienes y servicios: Con la llegada de la economía digital, algunos productos ya no tienen que ser empaquetados y distribuidos a través de una tienda física (software, noticias, música, vídeo, etc.). Ahora una diversidad de productos y servicios son distribuidos directamente a través de Internet (boletos de avión, obras musicales, servicios personalizados de noticias, reservaciones turísticas, servicios bancarios). Distintos sectores de diferentes industrias cambiaron la forma de operar sus negocios obteniendo beneficios significantes por el desarrollo de productos y servicios digitales.
4. La proyección en la venta de bienes y servicios tangibles: La Economía digital impulsada por la convergencia de la informática, las comunicaciones y las nuevas tecnologías, está revolucionando la forma de gestionar los negocios. El comercio electrónico crece rápidamente impulsado por nuevos clientes, nuevos valores en la forma de realizar los negocios, una infraestructura tecnológica en continua expansión y un marco legal razonable. En tan sólo cinco años Internet ha pasado de ser una red de tres millones de usuarios, la mayoría residente en Estados Unidos, a ser un medio de comercio masivo, con casi 200 millones de usuarios en todo el mundo. El tráfico en Internet se duplica cada 100 días. Todo apunta a que el comercio a través de Internet sobrepasará los 700 000 millones de dólares en los próximos tres años.

En este sentido, la consolidación de la globalización de los mercados hasta la revolución continúa en las tecnologías de la información y de la comunicación. Las organizaciones, en esta primera década del siglo XXI, deben enfrentarse a realidades inevitables. Una de ellas es la creciente demanda del público de un mayor compromiso de calidad por parte de los proveedores respecto a los productos o servicios que ofrecen. Sin embargo, la calidad ha dejado de ser un aspecto más y se ha convertido en uno de los principales factores competitivos, sin el cual cualquier empresa estará condenada al fracaso y a su posterior desaparición. En la actualidad el coste es un factor indispensable y de mayor visibilidad en las empresas. Si una empresa no es competitiva en cuanto a costes, ni siquiera puede ingresar en el mercado y si a esto se agrega la relación coste calidad, se estará ante una fórmula que quien no logre satisfacerla no podrá mantenerse en el mercado y menos aún entrar a nuevos.

Los teóricos como Deming (1989), Drucket (2006), castells (2005), Downs(200), Fernandez (2000), Gelinier y Pateyron (2001), Mujica (2007), Nueno (2000), Ohmaes (2005), han insistido en que la Calidad ha de ser un

valor de referencia y pertenencia para la gestión de las organizaciones presentes y futuras. Este interés se expresa tanto en los productos, como en todos los procesos que intervienen en la elaboración de un producto o servicio y viene dado por diversas razones, entre las que se pueden señalar; el aumento de la prodcutividad, cambio del mercado, diminsicion de los costos asociado a la producción, incrementos de la exigencia de los clientes y a orientación de las organizaciones hacia los resultados.

De acuerdo con Williams (2001) la gerencia se ve en la necesidad de insertarse y cambar has nueva economía, adquiriendo nuevas habilidades ligadas a la capacidad de diseñar y coordinar sistema intensivo de información. Con las tecnologías permitirán asistir a nuevos escenarios empresariales, logrando de esta forma el surgimiento de modelos de producción innovadores. En este sentido, la nueva dinámica del cambio, la dialéctica, la interacción en red de la sociedad, la ruptura epistémica de la gerencia moderna, la globalización, el ambiente, el liderazgo emancipador deliberante y dialógico entre otros. Traes consigo la invención y la reinvención de la gerencia de la calidad apropiada del conocimiento, de la innovación de las tecnologías de la información y comunicación y una actitud competitiva.

El amplio potencial de difusión de las TIC ha fomentado investigaciones sobre el impacto de su producción y uso en el crecimiento económico y la productividad. En tanto tecnologías de propósito general, la inversión en ellas tiene efectos en el crecimiento económico agregado. Para Estados Unidos, la aceleración del crecimiento después de 1995 es atribuible principalmente a un uso más intensivo de las TIC en la economía. En la Unión Europea y Japón, la inversión en TIC también ha contribuido significativamente al crecimiento y la productividad en las últimas décadas (Jorgenson, 2005; Timmer y otros, 2007). El modelo de determinantes del crecimiento utilizado es el desarrollado por Jorgenson y Griliches (1967) para el análisis empírico del crecimiento económico. Utiliza los servicios de capital por tipo de activo y el factor trabajo para identificar los aportes de los diferentes factores al crecimiento. El modelo parte de una función de producción estándar en la que el producto se obtiene de la combinación de tecnología, capital y trabajo. Es decir, el crecimiento del producto se puede descomponer como la suma de los cambios en la tecnología y los factores productivos, cada uno ponderado por su producto marginal. Suponiendo la existencia de mercados de factores completos y eficientes y rendimientos constantes a escala, el pago de los factores productivos es igual a su productividad marginal.

En este contexto, la productividad multifactorial es un indicador de la eficiencia con la que la economía combina trabajo y capital para generar valor agregado. Autores como Prescott (1998) y Easterly y Levine (2002) señalan que las variaciones de la productividad explican la mayor parte de las diferencias del ingreso entre países. Sin embargo, el hecho de que el aporte de la productividad se estime como residuo implica que cualquier sesgo introducido por errores u omisiones en la estimación de la función de producción contaminará la estimación de la productividad multifactorial. Los principales resultados de la investigación sobre la contabilidad del crecimiento en países de América Latina están asociados a la evolución de la inversión TIC y la contribución de las TIC al crecimiento económico. Uno de los aportes de este capítulo es la construcción de una serie de largo plazo de la formación bruta de capital

fijo en TIC, que consolida tres activos (equipos informáticos, telecomunicaciones y software) para Argentina, Brasil, Chile y México. Los resultados se compararon con los de España e Italia. Países que, entre los desarrollados, tienen el PIB per cápita más cercano al de la región y los de Estados Unidos, una economía con un mayor nivel de desarrollo y producción de TIC.

DISCUSIÓN

1. La implementación de los dispositivos digitales al ambiente empresarial asociado a la franca explotación de la internet y a los profundos cambios en el perfil de consumo ha sido la combinación perfecta para agilizar la comercialización de productos y/o servicios y para ampliar las oportunidades de negocio.
2. De hecho, la economía digital ha revolucionado la forma cómo las empresas lidian con sus negocios y proyectan su futuro, tanto es así que, en los últimos años, la adopción de esta metodología económica ha registrado un elevado crecimiento en el ambiente empresarial.
3. Incluso, en 2020, estuvo en el centro de las estrategias en virtud del impacto negativo del COVID-19 en las finanzas posicionándose, de esta manera, como una modalidad bastante efectiva para incrementar los ingresos y el nivel de rentabilidad de las empresas.
4. En términos generales, la economía digital consta de las actividades comerciales llevadas a cabo a través del uso de tecnologías de computación digital abarcando, de este modo, los productos y servicios producidos y comercializados en el ambiente virtual.
5. De hecho, la economía digital configura una sólida tendencia de mercado, una vez que las personas son cada vez más dependientes del ambiente online para subsanar sus demandas de consumo ya sea por comodidad o por una mejor gestión del tiempo.
6. Por lo tanto, podemos decir que la economía digital es una modalidad consolidada cuyos pilares son:
7. Estimular la lealtad del cliente teniendo en cuenta el entorno competitivo y la necesidad de tener experiencias cada vez más personalizadas;
8. Potencializar la innovación mediante la creación de un vínculo más estrecho y significativo entre los colaboradores y sus empresas, así como a través de la comprensión del impacto de los nativos digitales en el futuro de la estructura laboral de las organizaciones;
9. Optimizar la utilización de los recursos analizando cómo minimizar el uso de insumos manteniendo los niveles de calidad y de excelencia.
10. Además de tener en cuenta los puntos señalados anteriormente, es imprescindible que las empresas presten atención a las tendencias y a las posibilidades de mercado para luego, adaptarlas acordes a los pilares.
11. ¿Cuáles son las ventajas más relevantes de esta tendencia económica?
12. En los últimos tiempos, la economía digital y el medio corporativo han desarrollado un vínculo muy estrecho, una vez que la digitalización ofrece numerosas ventajas para las organizaciones, independientemente de su rubro de actuación o tamaño.
13. Bajo este contexto, el impacto de las tecnologías potencializa el crecimiento de los negocios principalmente porque la gran variedad de opciones de productos y servicios agiliza y simplifica

la toma de decisión inherente a la jornada de compra.

14. La nueva economía es una economía global: Una economía basada en conocimiento volatiliza las fronteras. Los productos y servicios adquieren gran movilidad buscando explotar las ventajas comparativas de bloques y regiones. La globalización y la tecnología actúan como causa y efecto de un mismo proceso de desarrollo mundial.
15. La nueva economía es una economía de conocimiento: Las ideas de los individuos, la información y la tecnología se convierten en parte de productos (confecciones, tarjetas, casas, autos, televisores, teléfonos y otros productos inteligentes). Los activos claves de la organización radican en los trabajadores del conocimiento (capital intelectual).
16. La nueva economía estará basada en la innovación: La actividad de innovación se compromete con la renovación continua de productos, sistemas, procesos, mercadotecnia y manejo del personal. Ciclos de vidas de los productos y servicios. muy cortos. En una economía de innovación la imaginación y creatividad humana es la principal fuente de valor. Aprender a comprender las necesidades de los clientes, de sus clientes, es innovar y entrar en la cadena de valor sostenible.
17. La nueva economía es digital: Los nuevos medios, la autopista de la información y la nueva economía se construyen sobre la base del bit. Los medios de transmisión, reproducción, visualización y presentación de la información convergen hacia un mundo digital. Nuevos conceptos de trabajo y capacidades creativas se desarrollan a partir de la digitalización de servicios profesionales (diseño asistido por computador, trabajo en grupo medido por computador, laboratorios virtuales, etc.)
18. El sector económico más importante se sustenta en la convergencia de las industrias de la Informática, las comunicaciones y la información. El desarrollo del hardware y del ancho de banda de las comunicaciones abre el camino para que las nuevas ganancias estén en el sector de los servicios de información donde se crea
19. Las empresas, funciones y personas necesitarán subir a la cadena de crear valor o desaparecerán. Las actividades cuya esencia está en la repetición de señales de información tienden a desaparecer presionadas por la interconexión en red entre consumidores y productores de bienes y servicios. La intermediación de información se reconfigura hacia la agregación de valor en la transacción a través de un profundo análisis de productores y consumidores.
20. La configuración de la gestión de la calidad hará posible que la economía digita sea más competitiva, compleja, evolutiva y sustentable. Para ellos e necesarios liderazgos casados con ese pensamiento.

CONCLUSIONES.

Una de las tareas más importantes de la gerencia de las organizaciones del futuro, y especialmente de la multinacional, será compaginar la calidad, las demandas contradictorias que hacen al negocio tanto las necesidades de utilidades a corto y a largo plazo, como los diversos interesados en la corporación: los clientes, accionistas (sobre todo inversionistas institucionales y fondos de pensiones), empleados del conocimiento y comunidades.

Internet, con su variedad de tecnologías, ha sido promotor de cambio y principal constructor de una nueva sociedad global en la era digital. Gracias a este nuevo sistema de comunicación e información cada una de las etapas comprendidas en los procesos básicos de las organizaciones, (creación, producción, comunicación, venta, servicio y control) pueden encontrar amplias posibilidades de proyección para resolver complejas operaciones de cualquier índole, simplificar o suprimir pasos innecesarios, detectar irregularidades e inventar nuevas maneras de coordinar procesos, de un modo más ágil y efectivo, en busca de la innovación.

La calidad constituye un valor y eje alrededor del que giran las estrategias competitivas de un número creciente de organizaciones, y tiene un conjunto de implicaciones, entre las que se destacan la necesidad de la mejora del desempeño general, mantenimiento de una posición en el mercado, el logro de los compromisos y aceptaciones de las personas con el objetivo de mejora constante de la organización. Las diferentes definiciones aportadas en cada momento de su desarrollo han estado dirigidas fundamentalmente de acuerdo con el objeto de preocupación (producto, proceso, cliente, servicio, etc.), y de la manera de implantación (gestión), con el fin de lograr Organizaciones cada vez más competitivas.

La gestión de la calidad es más estratégico y complejo, es considerada parte integrante de la estrategia global de la empresa, y se gestiona como factor estratégico, tanto que Cela (1996), sostiene que;

> La gestión de la calidad, tiene impacto estratégico en la empresa y representa una oportunidad competitiva, poniendo especial énfasis en el mercado y en las necesidades del cliente. Así, la gestión de la Calidad ya no es un método para evitar reclamaciones de los clientes insatisfechos, sino para crear sistemas y actividades para hacer bien las cosas a la primera y no esperar a que se produzca el error para corregirlo, sino que se mueve en un contexto de proactividad (detectar las cosas mal hechas antes de que se produzcan) y de mejora continua de la Calidad de todos los procesos de la empresa.

La calidad, y su gestión en las empresas, han evolucionado siguiendo una secuencia de estadios o fases que de forma general a continuación se presenta, sin ignorar que todas las fases o etapas en el movimiento de la calidad son, en la actualidad, de mayor o menor aplicación dependiendo del tipo de empresa de que se trate y del país donde se refieran; a la inspección, control estadístico del proceso, control integral y calidad total moderna.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Ibañez, N. y Castillo, R. (2012). Epistemología de la Gerencia y sus Métodos. 2da Edición. Editorial Universidad de Carabobo. Venezuela.

Castells, M. (2004). La era información. Economía. Sociedad y cultura. La Sociedad Red. Vol. I. 5ta Edición. Editorial Siglo Veintiuno, S.A. México.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe – CEPAL (2019). Economía digital para el cambio estructural y la igualdad. Disponible en: http://www.cepal.org/Socinfo

Deming, E. (1989). Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis. Editorial Díaz de –santos, S.A. España.

Downs, A. (2000). Los siete milagros del management. Editorial Prentice Hall. España.

Drucker, P. (2006). La gerencia en la sociedad futura. Editorial Norma. Colombia.

Fernández, J. (2006). Fundamentos de la organización de empresas. Breve historia del management. Editorial Nancea. España.

Gélinier, O y Pateyron, E, (2001). La nueva economía del siglo XXI. Editorial Paidos, SAICF. Argentina.

Mujica, M. (2006). El discurso epistemológico. Implicado de las teorías administrativas a partir de la década de los años setenta, en el contexto de la sociedad informacional. Editorial Blue Cube. Venezuela.

Ohmae, K. (2005). El próximo escenario global: desafíos y oportunidades en el mundo sin frontera. Editorial Norma. Colombia.

AUTOR

Villafañe Moizant, German Alonso

Licenciado en Contaduría Pública de la Universidad del Zulia. Magister en Gerencia Financiera de Universidad Nacional Experimental "Rafael María Baralt". Doctorado en la Universidad Latinoamericana y del Caribe – ULAC. Director de Administración de la Secretaría de salud del estado Falcón y Director de compra y contratación de la Alcaldía del municipio Miranda