

Para Recordar

El pilar de todo programa de calidad total de cualquier empresa es la satisfacción de los clientes, es la única manera de mantener rentables sus operaciones ante los mercados competitivos de la actualidad. Se habla de una estabilidad financiera ya que las expectativas de los grupos de interés se cubren en primer grado con recursos económicos.

La estructura de las organizaciones se dirige y administra como una cadena de valor, en la que por procesos de eslabones se agrega valor al producto, el cual comercializado y entregado con un servicio de calidad satisface a los clientes. Para satisfacer a los clientes externos primero se necesita satisfacer a los clientes internos de la organización.

Recuerda, es importante conocer el rol que juegan los diferentes individuos durante el proceso de compra, ya que influyen en la satisfacción del cliente.

Hoy en día, la estrategia competitiva de una empresa se centra en la creación de valor al cliente, se enfocan en: liderazgo en costos, diferenciación o enfoque mediante la definición de políticas, objetivos y metas dentro de la organización para los diferentes procesos de la cadena de valor.

Un producto de valor para el cliente es el que:

- Cuenta con las características que desea, necesita y espera.
- Es entregado a tiempo.
- Está respaldado por un servicio de calidad que lo mantiene en condiciones operativas durante su uso.

Un servicio de calidad:

- Cuenta con las características que desea, necesita y espera.
- Es entregado a tiempo.
- Su naturaleza no permite que se pueda corregir durante su uso.
- Requiere atención especial: solo se cuenta con una oportunidad de hacerlo bien, que es el momento de verdad.
- Naturaleza de interrelación humana.

Para Recordar

Para mejorar el nivel de satisfacción, la calidad en el servicio se debe medir y analizar mediante procedimientos similares a los que se utilizan en los programas de calidad en empresas de transformación. Los programas de calidad en las organizaciones de servicio tienen algunas características que los distinguen dada la naturaleza de los servicios.

Referencia:

Humberto Cantú Delgado (2011). Desarrollo de una Cultura de Calidad. Cuarta Edición. Mc Graw Hill. México, DF. pp.129-130
ISBN:978-607-15-0572-9