

Boletín 1-1997, artículo 3º

Generadores de Calidad

Ing. Lilliana Ocampo Fallas

La calidad es un vértice crucial para el éxito o fracaso de cualquier actividad, por lo que esta debe ser un área estratégica de la misma. La obtención de la calidad deseada, es un proceso que comienza por el conocimiento de las necesidades de los usuarios o clientes, con el fin de brindar servicios que satisfagan esas necesidades y se prolonga hasta la asistencia después de la prestación del servicio.

- Son abundantes los casos en la vida diaria, en que este principio se olvida. Como ejemplos tenemos los siguientes:
 - - Ofertas restringidas que obligan a comprar una marca de artículo no deseada.
 - - Las filas de espera interminables en las cajas de los bancos y supermercados.
 - - Los empleados que discuten sobre su fin de semana y se exasperan cuando los "interrumpe" un usuario que osa manifestar interés por un servicio del cual ellos tienen la responsabilidad de brindar.

La calidad pasa por el respeto y la comprensión del cliente o usuario, por lo que es inútil hablar de calidad si la voluntad no coloca al usuario en el centro de las preocupaciones.

Aunque frecuentemente no se percibe de manera explícita, para cualquier funcionario el objetivo debe ser la calidad. La administración de la calidad no es un asunto de especialistas, es un asunto de aquel que se hace cargo de una actividad para conducirla con calidad, por lo tanto al aceptar un trabajo, y por el cual nos remuneran, debemos estar conscientes de que somos los únicos responsables por la calidad en nuestra actividad y no nuestros compañeros de al lado.

La reacción de un cliente o usuario es inmediata al servicio, si Usted tiene a su cargo un servicio y lo hace mal en ese eslabón que le corresponde en la cadena de experiencia del usuario o cliente, probablemente esté borrando de la mente de ese cliente todos los recuerdos de buen trato que hasta ahora había tenido, y lo que es peor se encargará de divulgarlo a otras personas. Pero si lo hace bien, Usted tiene la posibilidad de desvirtuar todas las equivocaciones que hubiera podido ocurrir antes de que el cliente llegara a Usted.

Saber escuchar las reacciones y las opiniones de los usuarios o clientes, nos aporta información sobre su grado de satisfacción, lo cual debemos utilizar para definir los planes de corrección o de mejora. Si cada vez que se realiza una prestación de servicio, este será evaluado por parte de los usuarios o clientes, debemos estar conscientes de las características del servicio sujetas a evaluación, con el fin de proceder a una descripción completa y precisa del mismo, y a un mejoramiento continuo. A continuación se realiza una síntesis de dichas características:



- **Fiabilidad:** es la probabilidad de que el servicio esperado pueda realizarse satisfactoriamente en las condiciones establecidas.
- **Capacidad de respuesta:** disposición para ayudar a los usuarios o clientes y brindar un servicio rápidamente.
- **Apariencia:** las instalaciones, equipo, personal y materiales a emplear deben poseer una prestación adecuada.
- **Profesionalidad:** el personal debe tener las habilidades y la destreza requeridas para la ejecución del servicio.
- **Cortesía:** educación, respeto, consideración, y amabilidad con el cliente.
- **Credibilidad:** veracidad, creencia y honestidad en el servicio que se presta.
- **Seguridad:** eliminación de peligro, riesgo o duda.
- **Comunicación:** mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharles.
- **Resarcimiento:** habilidad para compensar al cliente cuando, por alguna razón, las cosas han salido mal.