

CALIDAD TOTAL

2. La cultura del servicio al cliente

Objetivo

El alumnos estudiaran y aprenderán los elementos y características más importantes que deberá reunir una organización, que se aprecie de considerar contar con un modelo de administración en la calidad y conjuntamente con sus perspectivas a considerar sobre los retos y exigencias de hoy en día, respecto de sus clientes, competidores y mercados que son cada día más y mejor preparados.

2.1 La empresa de alta calidad

La palabra empresa proviene del vocablo “emprender” es decir, iniciar algo; empezar un conjunto de actividades encaminadas a un fin específico y predeterminado.

La empresa de alta calidad empieza con el deseo de una organización de superar el desempeño del mercado. A través de estrategias se emprenden una serie de acciones y de procesos que darán continuidad para evaluar el desempeño de la organización.

Derivado de la anterior podemos deducir que la competitividad obliga y compromete a las organizaciones a transformarse, considerando los factores o elementos internos y externos en la configuración de las empresas.

Las empresas de alta calidad, para ser competitivas, necesitan reconfigurarse considerando la información y tecnología, para innovar procesos de cambio y mejora. En estos escenarios, mantener la cuota de mercado equivale a incrementar permanentemente la eficacia, para que de esa manera se pueda dar respuesta a los requerimientos de los clientes y a la fuerte acción de la competencia.

En estos escenarios, mantener la cuota de mercado equivale a incrementar permanentemente la eficacia, para que de esa manera se pueda dar respuesta a los requerimientos de los clientes y a la fuerte acción de la competencia.

Para ello, primero las empresas de alta calidad necesitaran diagnosticar cuáles son sus necesidades, el segundo punto es analizar la funcionalidad de las tecnologías y la posibilidad de combinar varias de ellas.

Saber que queremos en el futuro, analizar nuestros puntos fuertes y débiles, evaluar objetivamente el cambio y estar conscientes de la imprescindible necesidad de mejorar son el primer paso para lograr un cambio.

El proceso de cambio puede considerarse desde distintos puntos de vista: “el cambio total del estilo de gestión y estructura o el cambio continuo en el producto o servicio como parte de la vida cotidiana de la empresa, al que llamaremos renovación”.

Los factores que aceleran el cambio en las organizaciones son:

- La búsqueda de mejores rendimientos.
- Las computadoras por el procesamiento de información.
- Alza en venta de productos por las comunicaciones.

- La robótica y los sistemas flexibles de fabricación.
- Nuevas tecnologías y conocimientos administrativos.
- La búsqueda de excelencia.
- La agresiva competencia internacional.
- Los descubrimientos tecnológicos.
- Aumento en productividad y calidad de ciertos países.
- La globalización de la economía

Posteriormente seleccionar las que considere conveniente, para finalmente empezar a construir su propia tecnología de gestión, y ser competitivas.

En Resumen

Hoy más que nunca es urgente entender la dinámica de la renovación. Los avances científicos y tecnológicos de los últimos años exigen a las empresas una renovación constante para ganarle la competencia al futuro; o dicho de otra manera, en la lucha por sobresalir, la única constante es el cambio; las organizaciones que no acepten la necesidad de cambio, tendrán que resignarse a desaparecer.

2.2 Cultura organizacional y cultura de servicio

La Cultura Organizacional

Es el conjunto de hábitos, creencias, valores y tradiciones, interacciones y relaciones sociales típicos de cada organización. De la misma manera, toda organización tiene un cultura propia.

La cultura de una organización no es estática, sino que experimenta alteraciones con el transcurso del tiempo, dependiendo de las condiciones internas y externas.

Algunas organizaciones logran renovar constantemente su cultura manteniendo su integridad y su personalidad, en tanto que otras permanecen con su cultura atada a patrones obsoletos y pasados de moda.

El Desarrollo Organizacional considera que para cambiar una organización, la única manera viable es cambiar su cultura, es decir, los sistemas en los cuales las personas viven y trabajan.

La Cultura de Servicio

Es una de las palancas competitivas de las organizaciones en la actualidad. Las organizaciones se deben caracterizar por el altísimo nivel en la calidad de los servicios que se entrega a los clientes.

La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en la organización. La cultura de servicio, es una de las palancas competitivas de las organizaciones en la actualidad.

La calidad de los servicios depende de las actitudes de todo el personal que labora en la organización. El servicio es, en esencia, el deseo y convicción de ayudar a otra persona en la solución de un problema o en la satisfacción de una necesidad.

El personal en todos los niveles y áreas debe ser consciente de que el éxito de las relaciones entre la organización y cada uno de los clientes depende de las actitudes y

conductas que observen en la atención de las demandas de las personas que son o representan al cliente.