

ESQUEMA DE SERVICIO COMO PUNTO DE PARTIDA PARA EL ÉXITO EN UNA EMPRESA DE CONSULTORÍA DE PROYECTOS

SERVICE SCHEME AS THE BASIS TO A PROJECT CONSULTANT COMPANY'S SUCCESS

Ing. Marco Antonio Salcedo Leal¹
Mtra. María del Carmen Vásquez Torres
Mtra. Beatriz Alicia Leyva Osuna
Mtra. Irma Guadalupe Esparza García

Resumen

En la actualidad la calidad en el servicio de la atención al cliente se ha hecho indispensable para que cualquier organización independientemente de su giro logre el éxito, este corresponde al grado de satisfacción que experimenta un cliente, relacionada con la atención recibida, la eficiencia del servicio recibido y la manera en que el servicio fue percibido. Por tanto la presente investigación está enfocada en una empresa dedicada a la consultoría de proyectos productivos llamada Servicios al Desarrollo Empresarial (SEDEM), ya que ésta se encarga de brindar un servicio integral a cada uno de sus clientes, dependiendo de las necesidades de cada uno de ellos, así como de los avales que posea cada uno de ellos. Partiendo de lo anterior surge la necesidad de diseñar e implementar un esquema de servicio al cliente, cuyo objetivo es la de fidelizar los clientes en base a la calidad del servicio ofrecido mediante la estandarización de sus procesos, logrando un tiempo de respuesta más eficiente en cada uno de ellos.

Palabras Clave: Esquema de servicio, atención al cliente, servicio

Abstract

Nowadays, the need for a qualitative attendance service has become a must for any independent organization to achieve success, which corresponds directly to the degree of satisfaction experienced by a client concerning the received attention and the service's approach. Therefore, the main focus of this research is taken upon "Servicios al Desarrollo Empresarial" (SEDEM), a company dedicated to the consultation of productive projects offering an integral service to each of their clients according to their necessities as well as those of the endorser's. Due to this, the necessity of designing and implementing a service scheme for the client is generated, a scheme whose objective lies in promoting loyalty regarding the quality of the offered service through the standardization of its processes, achieving an efficient response.

Keywords: Scheme of service, customer care, service.

¹ Tesista de la Maestría en Administración y Desarrollo de Negocios. Correo electrónico: mark_salcedo@hotmail.com

Introducción

Antecedentes

De acuerdo con Zeithalm y Bitner (2002), la importancia de la atención al cliente para las empresas en la actualidad se ha convertido en cierta ventaja competitiva que les permite mantenerse en el mercado, crecer y obtener rentabilidad. Esta ventaja atrae a los clientes y crea la confianza suficiente para que vuelva solicitar los productos y servicios ofrecidos por la empresa, obteniendo con esto que la misma logre un posicionamiento en el mercado y a su vez obtenga más ganancias y pueda desarrollarse de una forma integral y satisfactoria.

El cliente en una empresa es lo principal, es por esa razón que todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

Planeamiento del problema

Hoy en día para toda empresa, el servicio al cliente ha cobrado gran auge, ya que la competencia es cada vez mayor, los productos ofertados son cada vez mayores y más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado. Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, y sobretodo un servicio rápido. El "Servicio" según Peel (1990), citado por Zeithalm (2002), a quien señala por la claridad de su idea, puede ser descifrado como "aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad".

Objetivo

Diseñar un esquema de servicio al cliente para una empresa dedicada a la elaboración, puesta en marcha y capacitación de proyectos productivos, con el fin de obtener la fidelización de los clientes por la calidad en el servicio ofrecido.

Fundamentación Teórica

La importancia del servicio al cliente es muy relevante ya que si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal del personal o de la empresa y divulgue acerca de su mala experiencia a otros consumidores y esto conlleve a la difamación de la misma, cabe recalcar que es más costoso conservar a un cliente que atraer a uno nuevo, es por ello que resulta necesario hacer buen uso de la calidad en el servicio. Por otra parte si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos, así como también promoverá y efectuará comentarios positivos de nuestra empresa lo que impactará positivamente a la organización en un mayor número de posibles clientes potenciales.

Toda organización se debe de caracterizar por la calidad en sus servicios que presta, la calidad de los servicios dependen de las actitudes de todo el personal que labora en la empresa, la calidad es un elemento importante para definir un servicio ofrecido, ya que con base en este criterio, el consumidor establece la diferencia entre el servicio de una empresa y el de sus competidores.

Cuando los productos son tangibles, la calidad se utiliza para comparar diversos bienes del mercado. No obstante, en servicios, la calidad es más difícil de probar porque un servicio se consume en el mismo momento en que se produce. La empresa de servicios debe establecer requisitos y especificaciones que permitan fijar metas de calidad en los diversos niveles de la organización, la calidad es un concepto formulado a la luz de la percepción del consumidor y solo puede definirse con base en las especificaciones que satisfagan sus necesidades. En otros términos el consumidor determina que es la calidad, la calidad de un servicio tiene dos dimensiones una instrumental que describe los aspectos físicos del servicio y otra relacionada con las características funcionales, que describe los aspectos intangibles o psicológicos del

servicio. En consecuencia como afirma Gronross (2001), citado por Lamb, Hair y McDaniel (2011), un servicio se identifica por los aspectos técnicos y funcionales, los dos componentes de la calidad, por otra parte dado que un servicio se consume en el mismo momento en que se produce, los aspectos técnicos y funcionales deben estar bien articulados, para que proporcionen al consumidor una percepción objetiva de la calidad.

Metodología

La metodología que se utilizó en el estudio fue de la forma siguiente, primeramente se eligió al sujeto de estudio, se determinó que en esta investigación se diseñaría y aplicaría un instrumento con el objetivo de medir la satisfacción del cliente de la empresa: Servicios al Desarrollo Empresarial (SEDEM), para evaluar las condiciones de servicio.

Sujeto

El sujeto en estudio es Servicios al Desarrollo Empresarial (SEDEM), es una empresa la cual ofrece sus servicios para el desarrollo empresarial, mediante la elaboración e implementación de proyectos productivos basándose en las necesidades de cada uno de los clientes, buscando constantemente la mejora para poder proporcionar un servicio integral.

Materiales

Para la elaboración del esquema de servicio para la empresa de Servicios al Desarrollo Empresarial (SEDEM) se utilizó la metodología de los seis pasos que propone Zeithalm y Bitner (2002).

Procedimiento

El procedimiento que se efectuó en la presente investigación para el diseño, implementación, puesta en marcha y evaluación de la propuesta del esquema de servicio al cliente de forma breve fue el siguiente.

- Se mantuvo un constante apego con la empresa de consultoría Servicios al Desarrollo Empresarial (SEDEM), en la cual se proporcionó toda la información necesaria para la realización de la investigación.
- Una vez recaudada la información esta se analizó para detectar las debilidades y en base a ello proponer estrategias para mejorar la insatisfacción de los clientes.
- En base a las debilidades encontradas se diseñó y se implementó el esquema de servicio al cliente, el cual fue basado en los seis pasos que propone Zeithalm y Bitner (2002) para la construcción de un esquema de servicio.

Resultados y discusiones

A continuación se presenta el esquema de servicio propuesto considerando como base los elementos de un esquema de servicio, según Zeithalm y Bitner (2002).

1.) Identificar el proceso que será esquematizado.

En este paso se visualizó de manera general las partes de mayor interés para la empresa en base a los resultados arrojados por las encuestas aplicadas (apéndice 1), dando como resultados lo que muestra la figura 2.

2.) Identificar al cliente o el segmento de clientes que experimenta el servicio. En este paso se segmentó el mercado dependiendo el rubro del negocio a emprender o ampliar, así como el tipo de dependencia gubernamental a la cual se le solicitó el apoyo.

Los siguientes pasos podrán mostrarse en el esquema de servicio propuesto (ver figura

1)

3.) Mapa del proceso del servicio desde el punto de vista del cliente. En esta parte se realizó un proceso tomando en cuenta el grado de satisfacción del cliente acerca del producto o servicio recibido.

4.) Mapa de las acciones de los empleados de contacto en escena y tras bambalinas.

En este punto se esquematizó el grado de comunicación entre empleados dentro de la organización visible para el cliente para de esta manera evaluar la calidad de su comportamiento y comunicación para impactar positivamente con el cliente.

5.) Vincular las actividades del cliente con las de la persona de contacto para las funciones de apoyo necesitadas. En esta parte se debe de tener mayor tacto ya que es donde se tiene la última y mayor percepción del cliente por parte del empleado en escena.

6.) Añadir evidencia de servicio en cada paso de acción del cliente.

En este paso se efectuó un valor agregado en el diseño del esquema para así recalcar la calidad en la atención y por ende la calidad en el producto y sobretodo en el servicio.

A continuación se muestra el Esquema de servicio propuesto para la empresa considerando cada uno de los puntos antes mencionados.

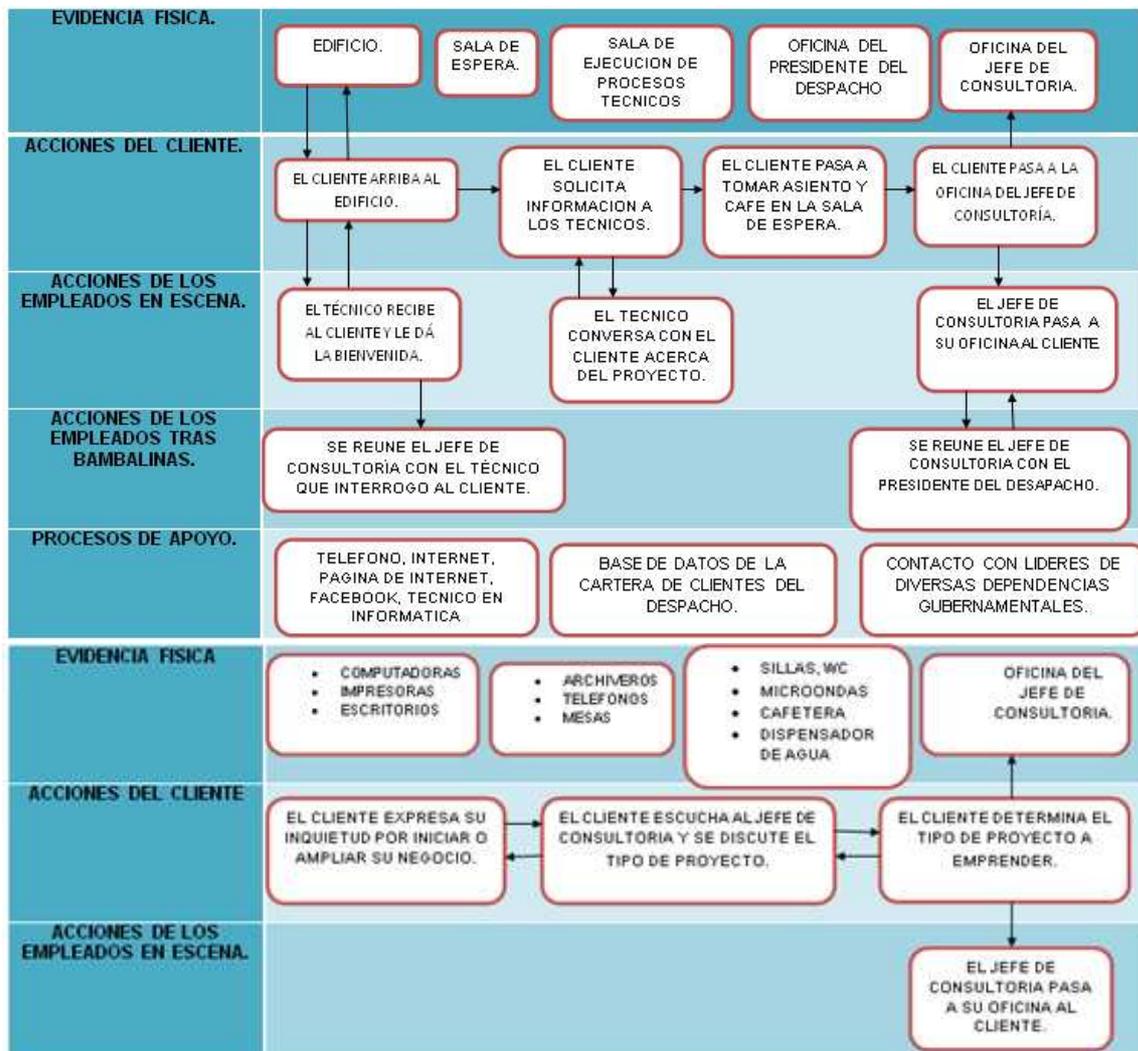


Fig. 1 Esquema de servicio propuesto
Fuente: Elaboración propia

A continuación se ilustra el esquema de servicio actual de la empresa SEDEM:



Fig. 2 Esquema de servicios actual
Fuente: Información de SEDEM

Discusiones

Las diferencias más significativas entre el esquema de servicios actual que tiene el despacho de consultoría y el esquema propuesto, primeramente el esquema actual posee ciertas incongruencias repetitivas en el procedimiento de flujo que se sigue, además el esquema esta hecho de una forma no esquematizada, en forma de diagrama de flujo sin hacer mención de los componentes de un esquema de servicios citado por Zeithalm y Bitner (2002), en el esquema

propuesto se toma como referencia los componentes citados y en base a ello se diseña y se realiza el diseño, además se sigue un proceso de lectura adecuado y se separan notoriamente cada uno de los pasos a realizarse dentro de los componentes marcados tales como: evidencia física, acciones de los clientes en escena, acciones de los clientes tras bambalinas y sus respectivos procesos de apoyo, cabe señalar que ambos esquemas presentan similitudes tales como la interacción de los clientes y empleados dentro del proceso, así como en ambos se propone brindar un servicio de capacitación y seguimiento una vez que se haya puesto en marcha el proyecto productivo.

La finalidad de este diseño e implementación del esquema de servicio es eliminar o en su defecto reducir al máximo las deficiencias en cuanto a calidad de servicio se refiere y a su vez lograr el posicionamiento en el mercado de clientes mediante la fidelización de los mismos logrando una lealtad hacia la empresa de consultoría Servicios al Desarrollo Empresarial (SEDEM).

Conclusiones

La finalidad de este trabajo fue conocer la percepción del cliente sobre la imagen de la empresa, el servicio al cliente y la calidad del producto final. En las encuestas realizadas, el resultado obtenido por parte de la imagen de la empresa, se encuentra bajo una percepción más negativa que los demás aspectos, una de las soluciones es una inversión en la infraestructura y modernización del edificio.

Por la parte de servicio al cliente, se mostró una respuesta más favorable, con un buen trato, este esquema fue satisfactorio a excepción de la pregunta seis de las encuestas, donde se muestra inconformidad en cuanto al tiempo de espera para ser atendido, es por esta razón que

se optó por el diseño é implementación de un esquema de servicio al cliente, ya que este es el elemento principal para toda empresa. Por último la calidad del producto, se nota que el cliente no entiende los aspectos que afectan o que llevan a un proyecto productivo un trámite satisfactorio. Lo que crea una mala percepción por parte del cliente ante las cualidades del producto entregado.

El esquema de servicio al cliente llevará a la empresa a lograr tener un personal más apto y sensible ante estas situaciones delatadas, al estar preparados e informados de cómo guiar e informar a los clientes de los requerimientos, pasos y normas a seguir para obtener un proyecto satisfactorio, y como principal objetivo dejar satisfecho al cliente y lograr su fidelidad.

Bibliografía

Kotler P., (2004) Dirección de mercadotecnia. México: Editorial Prentice-Hall Hispano americana S.A.

Lamb Ch., Hair J. y McDaniel C., (2011) Marketing, México: Editorial CENEGAGE.

Stanton W, Etzel M., & Walker B. (2007) Fundamentos de Marketing. México: Editorial McGraw Hill.

Zeithalm, Valerie y Bitner, Mary Jo (2002) Marketing de servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa. México: Editorial McGraw Hill.

Apéndice I

ENCUESTA DE SERVICIO

Objetivo: Medir la satisfacción del cliente de la empresa SEDEM para evaluar las condiciones de servicio.

Instrucciones del cuestionario: Lea cuidadosamente la pregunta en orden numérico y escriba la respuesta en el cuadro asignado.

Imagen de la empresa

1. ¿Considera un fácil acceso a las oficinas de SEDEM?
 - a. Insuficiente
 - b. Suficiente
 - c. Bastante
 - d. Mucho

2. ¿Le brinda confianza el personal y ambiente de trabajo en SEDEM?
 - a. Insuficiente
 - b. Suficiente
 - c. Bastante
 - d. Mucho

3. ¿Cómo considera tecnología y material con la que cuenta la empresa Para desempeñar el servicio?
 - a. Insuficiente
 - b. Suficiente
 - c. Bastante
 - d. Mucho

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Atención al cliente

4. ¿El trato que tuvo en la empresa cumplió con sus expectativas?
- a. Insuficiente
 - b. Suficiente
 - c. Bastante
 - d. Mucho
5. ¿Recibió toda la información que necesitaba?
- a. Insuficiente
 - b. Suficiente
 - c. Bastante
 - d. Mucho
6. ¿El tiempo de respuesta le pareció adecuado?
- a. Insuficiente
 - b. Suficiente
 - c. Bastante
 - d. Mucho
7. ¿Después de recibir el servicio mantiene contacto con el despacho?
- a. Insuficiente
 - b. Suficiente
 - c. Bastante
 - d. Mucho
8. ¿Se le brindaron y evaluaron alternativas de servicio ante el proyecto solicitado?
- a. Insuficiente
 - b. Suficiente
 - c. Bastante
 - d. Mucho

<input type="checkbox"/>

