



Gerencia del _____ servicio

Nancy Peña Acosta*

Innovar, en el tema de la Gerencia del Servicio, fue el propósito de un seminario reciente realizado en la U. N. cuyo propósito es afianzar en los participantes los conceptos de la calidad en las empresas de servicios partiendo del principio de "Hacer las cosas bien desde la primera vez". Además resaltar el enfoque de la calidad del servicio hacia el cliente, que toma como base el recurso humano.

En este seminario, Universidad Nacional - Empresa, se planteó la Gerencia del Servicio como una economía donde las relaciones son más importantes que los productos y en

la que, para competir a nivel de calidad se debe hacer una adecuada fijación de estándares ya que la empresa es un equipo que brinda una garantía de calidad al cliente.

Estamos en la era de la pirámide invertida donde el cliente es primero, por lo que es fundamental incentivar la calidad desde abajo; hacer que el trabajador defina su misión, sienta que es parte de la compañía para que la satisfacción del negocio realizado sea de todos.

Es fundamental un programa de normalización para la empresa en el que se fijen estándares de excelencia, se sea obsesivo sobre el conoci-

miento del cliente, se diseñan productos para maximizar su satisfacción y se crean y manejen expectativas. Deberá ser claro, para todo empresario, que es necesario dar más de lo que el cliente pide porque resulta cinco veces más caro conseguir un cliente nuevo que mantener uno antiguo. Esto depende a la vez del cuidado que el mismo empresario dé a su empleado, ya que es él quien cuidará de los clientes.

* Presidente Asociación de Estudiantes de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Colombia, seccional Santafé de Bogotá. A.E.U.N.

CUPON DE SUSCRIPCION

Publicacion de los Departamentos de Gestión Empresarial y Finanzas
Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de Colombia

Nombres(s) _____ Apellido(s) _____

Profesión _____

Dirección _____

Teléfono _____ A.A. _____

Ciudad _____ Departamento _____

País _____ Fecha de iniciación de la suscripción _____

Suma enviada _____ \$ _____

Correos de Colombia

Adpostal

Estos son nuestros servicios (utilízalos):

- SERVICIO DE CORREO ORDINARIO
- SERVICIO DE CORREO CERTIFICADO
- SERVICIO DE CERTIFICADO ESPECIAL
- SERVICIO ENCOMIENDAS ASEGURADAS
- ENCOMIENDAS CONTRA REEMBOLSO
- SERVICIO CARTAS ASEGURADAS
- SERVICIO DE FILATELIA
- SERVICIO DE GROS
- SERVICIO ELECTRONICO BUROFAX
- SERVICIO INTERNACIONAL AIRMAIL
- SERVICIO "CORBA"
- SERVICIO RESPUESTA COMERCIAL
- SERVICIO TARIFA POSTAL REDUCIDA
- SERVICIOS ESPECIALES

Télefonos para quejas y reclamos: 134-03-04
141-55-36 Bogotá

Cuente con nosotros
Hoy que creer en los Correos de Colombia



Somos testigos del cambio radical que se ha generado de productos por servicios. Es importante entonces, tener presente algunos rasgos como son:

- La distribución del tiempo.
- Las buenas relaciones afectivas.
- Las características de líder en todos los estamentos.
- El saber comunicarse.
- La conformación de un equipo de trabajo.
- Optimizar la calidad antes de crecer.
- Manejo y optimización de todos los recursos.
- Flexibilización en los horarios.
- Equipos adecuados y modernos al servicio que se presta.
- La facilitación en el manejo de pago.
- El manejo de la información, en todos los niveles de la empresa.

Un objetivo fundamental de la empresa es garantizar su supervivencia por medio de la preferencia de un número de clientes. Los márgenes de utilidad en las empresas de servicios, actualmente, son muy bajos, por lo tanto la pérdida de un

cliente es crítica y más aún en un mercado de competencia en el cual es difícil lograr fidelidad.

Una estrategia del servicio consistirá en establecer la forma en que se va a presentar, y la búsqueda de elementos complementarios entre otros: seguridad, cumplimiento, información confiable, y compensación por deficiencias al usuario. Las características de una estrategia de servicio serán entonces: realismo, claridad, globalidad, flexibilidad, perseverancia y tacto.

El mercado tiene dos actores: el que consume (consumidor) y quien decide la compra (cliente); el primero, que busca la satisfacción de necesidades y el segundo, que realiza decisiones económicas. Es necesario percibir los cambios en estos actores para investigarlos, aprendiendo a diagnosticar y a medir consumidores individuales y no grupales, pues cada persona tiene gustos y exigencias diferentes.

La empresa, para lograr sus objetivos, debe tener visión del futuro, compartida con su equipo para lo-

gar su apoyo (actuación conjunta). Esta visión debe ser amplia y detallada, positiva y alentadora con alcance; debe justificar el esfuerzo y realizar los valores que determinan la rectitud de los objetivos.

"Una visión de futuro sin acción pierde sentido; una acción sin visión del futuro también lo pierde".

Es tarea de todos, los futuros empresarios, crear empresas de éxito que se caractericen por:

- La predisposición a la acción.
- El acercamiento al cliente.
- El espíritu empresarial.
- La estructura simple.
- La flexibilidad.

Se debe tener en cuenta que en Colombia el 86% de las empresas tienen menos de 10 empleados, lo que hace que la empresa, junto con la Universidad, se enfoquen a investigar la empresa colombiana y que la Universidad no siga canalizando a sus estudiantes de Administración al estudio de casos extranjeros, sin conocer los propios. □



TARIFAS

	Colombia	Otros Países
Suscripción por 1 año (2 números)	\$5.400	US\$20
Suscripción por 2 años (4 números)	\$10.800	US\$40
Suscripción de apoyo (un año)	\$8.000	US\$30
Suscripción de apoyo (dos años)	\$16.000	US\$60

Profesores y estudiantes 30% de descuento (adjuntar copia del carné vigente).

FORMA DE PAGO

Cheque de gerencia _____ No. Banco _____
 Ciudad _____
 Giro Postal No. _____
 Cheque cruzado _____ No. Banco _____
 Cheques a nombre del Fondo Especial de la Facultad de Ciencias Económicas.

ENVIAR A: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Colombia A.A. 14490, Santafé de Bogotá, Colombia.

En nuestro próximo número:

- Autogestión y desarrollo municipal
Francisco Rodríguez Vargas
- Educación y formación. En búsqueda de la prosperidad nacional.
Günter Rochow
- Tecnología
Gerardo Zuloaga Abril
- Incubadora de empresas
Bernardo Parra Restrepo
- La hipótesis del mercado eficiente e información contable
Juan Abel Lara Dorado
- Producción en los años 90
Arturo Camargo
- El control económico-social en las comunidades precolombinas en latinoamérica.
Daniilo Ariza.