

EVALUACIÓN DE CALIDAD, FUERZA COMPETITIVA PARA LOS SERVICIOS

***Por: Mónica Y. Castro Peña**

El hablar de calidad se hace en ocasiones un tema de ambigüedades y subjetividad, de acuerdo a las experiencias y realidades percibidas por los diferentes asistentes a un determinado evento; sin embargo, es un tema sobre el cual se han establecido diferentes procesos para la identificación de niveles de calidad especialmente en contextos organizacionales.

Las organizaciones se someten a procesos que analizan las características en sus diferentes dimensiones para finalmente saber si responden a los criterios que se consideran, permiten que el bien o servicio prestado pueda cumplir con las expectativas tanto de clientes como de las demás partes interesadas de la organización.

Para el caso de las empresas dedicadas a la prestación de servicios, algunas de las características propias de estos no ayudan a que el proceso de evaluación de la calidad sea sencillo más que en su aplicación, en el establecimiento de la metodología y de los criterios a evaluar. Como ejemplo, la característica de “heterogeneidad o inconsistencia”, hace referencia a la disparidad que puede existir en los diferentes momentos de prestación de un mismo servicio, y de las percepciones que estos puedan hacer surgir en el cliente, exigiendo una metodología de evaluación que podría considerarse más rigurosa que la aplicada a empresas dedicadas a la producción de bienes.

El desarrollo que han tenido las empresas de servicios en los últimos años obedece a factores de tipo económico, demográfico, sociológico y social y técnico, los cuales a su vez sustentan su importancia y propician un ambiente de oportunidades para el crecimiento y consigo la proliferación de empresas dedicadas a servicios.

De acuerdo con esto, es menester pensar en la importancia que representan los procesos de evaluación de calidad en este sector y que aun siendo compleja su medición, se hace necesaria al ser una potencial fuerza institucional y factor de diferenciación en el mercado, al representar este tipo de procesos la capacidad con la que cuenta una determinada organización en generar procesos que conlleven a la satisfacción final de su cliente y así disminuir la incertidumbre al momento de la decisión de compra que genera en el cliente la intangibilidad, como imposibilidad de conocer previamente con certeza el servicio por el que se pagará.

De esta manera, si bien aplicar evaluaciones de calidad, significa un esfuerzo organizacional importante en cuanto a inversiones y reorganización,

posteriormente puede significar un importante mecanismo para establecer una configuración de las percepciones de prestigio organizativo en los clientes, y una fuerza competitiva importante.

*Profesora Universidad Católica de Pereira