

El *Lean Service* una necesidad en los procesos de las organizaciones de servicio

Autor: Dr. Manuel Francisco Suárez Barraza, Ph.D.
Profesor Investigador SNI Nivel 1, Director de Posgrados de Negocios, UDLAP.



Espacio en el que ha aparecido el artículo y fecha en que ha sido publicado: e-consulta (16-03-2016).

El sector servicio representa el 80% de del Producto Interno Bruto en los Estados Unidos de América, en México esta cifra debe ser cercana al 68% según el INEGI. Ambos datos son realmente significativos cuando hablamos de economías que en tamaño son ampliamente superiores a varios países del mundo. No obstante, la productividad y la eficiencia en las empresas de servicio en el entorno mexicano distan mucho de ser elevada y por supuesto incremental al menos durante las décadas de la apertura del mercado nacional (hablamos del Tratado de Libre Comercio y otros).

Por otra parte, a partir de la década de los noventa se ha venido transformando las técnicas de Lean manufacturing (manufactura esbelta) hacia el área de servicios. Dicha transformación ha sido denominada por los especialistas como: "Lean Service". El Lean Service se puede entender como una filosofía de gestión enfocada a la reducción de los ocho tipos de "desperdicios" o MUDA por su palabra japonesa (sobreproducción, tiempo de espera, transporte, exceso de procesado, inventario, movimiento y defectos, potencial humano subutilizado) en servicios otorgados a un cliente. Eliminando el desperdicio, la calidad del servicio, los tiempos de respuesta y la satisfacción del cliente mejoran de manera sustancial.

A partir de las dos reflexiones anteriores surge una pregunta interesante. *¿En México se ofrecen servicios de calidad en tiempo y forma para los clientes?*

Una posible respuesta sustentando en investigaciones en el contexto de las empresas mexicanas de servicio es que el nivel de servicio es básico. En otras palabras, el servicio, entendido como el output (la salida) intangible de un proceso de una organización de servicios. Todo servicio tiene tres dimensiones para evaluarse:

Con estas tres dimensiones es posible evaluar los servicios en tiempo y forma en las organizaciones mexicanas. Un ejemplo sencillo con el servicio y las dimensiones puede ser un cliente-pasajero que va a ir al aeropuerto en una aerolínea que viaja por primera vez. El cliente llega al mostrado de la línea, si el trato es amable y orientado al servicio, el cliente recibe una buena percepción y, por lo tanto, el momento de la verdad es positivo. Ahora bien, la dimensión de la solución gira entorno a que su boleto y su vuelo están todo en orden y recibe su pase de abordar. Incluye un vuelo y llegue a su destino. La última dimensión es la de oportunidad (tiempo) si cumple con el tiempo señalado salir y llegar a tiempo a su destino. Como este ejemplo profundizaremos en el segundo artículo con varios casos para su análisis a mayor profundidad y la posible implementación del Lean Service.

Tags: *Lean Service, organizaciones de servicio, mercado nacional, servicios de calidad, Dr. Manuel Francisco Suárez Barraza, UDLAP.*

Acerca del autor: Doctor (Ph.D.) en Management Science por la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas ESADE Business School de la Universidad Ramón Llull en Barcelona, España. Graduado con Excelente Cum Laude. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores en México, Nivel 1 desde 2010. Cuenta con el Posgrado de Especialización en Administración Total de Calidad (TQC) y Mejora Continua de la Productividad (KAIZEN), en la Universidad de Sophia y la Asociación Central Industrial de Japón (CHU-SAN-REN) en Tokio y Nagoya Japón. Recibiendo entrenamiento en la Planta de Tsutsumi de Toyota Motor Company en Ciudad Toyota, Provincia de Aichi, Japón. Su experiencia profesional de más de 10 años se centró en colaborar en Bimbo y Pemex Exploración Producción. Ingeniero Bioquímico de Profesión. Trabajó como Profesor a tiempo completo de la Escuela de Graduados en Administración-EGADE Business School del Instituto Tecnológico de Monterrey (ITESM); Profesor de las sedes del ITESM en Perú, Colombia y Ecuador. Y profesor Visitante del ESADE Business School en el Master de Dirección de Operaciones de Barcelona España, durante 7 años. En sus últimos 6 meses en la EGADE fue Director del Doctorado en Administración. Ha publicado más de treinta en revistas científicas refereadas internacionales entre ellas Total Quality Management Journal, además de 7 libros del tema del Kaizen, uno de ellos ha vendido 3000 números en México y Latinoamérica. Editor Científico de varias revistas latinoamericanas y europeas en el ámbito de Calidad Total y Mejora Continua. Finalmente ha sido consultor de empresas españolas, sudamericanas y mexicanas tanto del rubro de Manufactura (distribución y producción) como el de Servicios tales como: Hoteles, Restaurantes, Talleres Mecánicos, Organizaciones Públicas de Gobierno, y Ayuntamientos. Asesor de la ONU en temas mejora y modernización del sector público.