

Fuente: Expresiones, UDLAP

Fecha: 30 de enero, 2018

La importancia de la calidad del servicio en la economía mexicana

Autor: Dr. Manuel F. Suárez Barraza, profesor de tiempo completo del Departamento de Administración de Negocios Internacionales, UDLAP.

El sector servicios ha tenido un crecimiento exponencial dentro de la economía mexicana a partir de la década de los noventa. Diferentes autores han indicado que la economía mexicana está evolucionando a convertirse en una economía del tercer sector, es decir, el de servicios, dejando atrás a la manufactura y por supuesto al campo mexicano. Para el INEGI los servicios contribuyen con aproximadamente el 60% de la producción agregada del Producto Interno Bruto. De esta manera, cada día la importancia de los mismos entre los ciudadanos es primordial para el desarrollo económico del país.

Ahora bien, no basta con tener una economía centrada en los servicios, sí los mismos no se otorgan con la calidad necesaria para hacerlos crecer. El término *calidad en el servicio* se puede entender de manera simple como el cumplimiento de los requerimientos y especificaciones del servicio de un cliente. Por lo tanto, cuando se brinda un servicio por parte de una organización a cualquier cliente se pueden presentar tres tipos de calidad en el servicio que asegura la satisfacción de los mismos. El primer tipo es la **calidad del servicio implícito**, es decir, aquella para que el servicio fue diseñado. Por ejemplo, un vuelo por parte de una aerolínea comercial sirve para que el pasajero sea transportado (el servicio del transporte de un lugar a otro). El segundo tipo, es la **calidad del servicio explícito**, todos aquellos requerimientos del servicio que el cliente indica a la organización además del implícito. Por ejemplo, solicitud de comida vegetariana para el vuelo comercial de un cliente, más peso en las maletas del cliente, entre otras solicitudes. Finalmente, se encuentra el tercer tipo, la **calidad del servicio sorprendente**. Esta forma de calidad en el servicio es aquella que rebasa las expectativas de un cliente. Siguiendo el mismo ejemplo de los servicios de una aerolínea, podría ser obtener un viaje gratis después de cada tres vuelos nacionales, entre muchos otros más. Esta última clasificación representa la posibilidad de la empresa para convertir su servicio en algo extraordinario que el cliente percibirá y seguramente valorará de forma permanente.

En México por lo general los clientes no recibimos buenos servicios de las organizaciones que lo brindan, lo que hace que las personas que se enfrentan a estos servicios no le sean leales a las empresas y fácilmente cambien de organización. Dicho efecto negativo impacta seriamente a las empresas dedicadas al tercer sector. Por esta razón si queremos una economía fuerte del sector servicios se tiene que mejorar ampliamente las tres formas de calidad en el servicio que se

otorgan en el país lo que provocará mayor satisfacción de los clientes y por lo tanto mayor lealtad de los mismos. Una reacción en cadena positiva para la economía de servicios de nuestro país.

Tags: Calidad del servicio, economía mexicana, clientes, sector servicios, Manuel F. Suárez Barraza, UDLAP

Acerca del autor: Es 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.