

## ¿CALIDAD EN EMPRESAS DE SERVICIOS? (Juan Carlos Romero Moreno / Juan Pablo Romero Moreno)

[Revista Apertura online](#)

En una época donde la calidad se ha posicionado definitivamente como un factor estratégico para el éxito de los negocios, aún no ha logrado ocupar un lugar de privilegio en las agendas de muchas empresas de servicios de nuestro país o, por lo menos, no se ha encontrado la forma de obtener los niveles de calidad esperados por los clientes.

Repasemos algunos ejemplos que le resultarán familiares: Reintegros médicos que nunca llegan, largas horas de espera en los aeropuertos, cargos en cuentas bancarias erróneas, personal de un call center muy mal capacitado y con malos tratos hacia su clientela, colas más largas de lo aceptable en los peajes de las autopistas, trámites terriblemente burocráticos para dar de baja un servicio, interrupciones seguidas en los servicios de subterráneos, esperas interminables en una clínica privada, importantes demoras en el check in de un hotel, etc etc etc.

Pese a que existen actualmente vastos análisis que demuestran la conveniencia económica para las Organizaciones de trabajar con sistemas y/o metodologías de calidad, pareciera ser que sigue siendo un tema pendiente en los servicios que se prestan en nuestro país. Por ejemplo, en un estudio realizado por el Ing Pedro Univaso de la Universidad Austral, develó que sólo el 33% de las empresas encuestadas utilizan la Metodología de Calidad Six Sigma (una de las herramientas más poderosas y mundialmente probadas) en Argentina pero que la gran mayoría (78%) lo implementó solo en algunos sectores su Organización y mayormente se trata del rubro manufactura (60%). Otro dato interesante de esta investigación fue identificar que las métricas de calidad más utilizadas por las Empresas que sí utilizan Six Sigma en Argentina son el número de quejas y la tasa de defectos. Como dice Univaso, "parecería ser que las Empresas Six Sigma poseen una visión del Cliente más comprometida..."

Si nos remitimos a lo que pasa fuera de nuestro territorio, Al Gore cuenta en un capítulo sobre Servicios Gubernamentales dentro del Manual de Calidad de J Juran, que en el año 1996, siendo él Vicepresidente de la Nación, el Gobierno asumió el compromiso de "poner en marcha mejoras visibles, reconocibles y evaluables en el servicio a los clientes". Años después de asumido este compromiso aseguraba que "La mayoría de las Agencias Gubernamentales habían establecido y publicado normas de servicio al cliente". y daba ejemplos tales como: "los clientes saben que la entrega de sus paquetes a la mañana siguiente está garantizada, los contribuyentes que vayan a una Oficina de la Seguridad Social sabrán que serán recibidos en 10 minutos, los estudiantes que llamen solicitando información sobre préstamos directos sabrán que se les pondrá al habla con un interlocutor humano en 35 segundos"

También tenemos ejemplos interesantes del otro lado del Atlántico. Allá por el año 1999, el Consejo de Unión Europea comenzó a promocionar el concepto de Autorregulación entre las Empresas y agrupaciones industriales. El mismo tiene la finalidad de lograr un alto nivel de protección de los consumidores mediante mecanismos internos de control. Un tiempo después la Unión de Cerveceros de España implementaba su propio Código de Autorregulación. Algo similar ha ido ocurriendo en América latina. En el año 2003 la legislación Colombiana estableció como obligatoria a todas las Entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera la Defensoría del Cliente y en Chile esta iniciativa fue impulsada a todos los Bancos e Instituciones financieras.

### Algunas señales positivas

En nuestro país tenemos un primer ejemplo de autorregulación promovido por la Asociación Argentina de Compañías de Seguros, que ha implementado el *Defensor del Asegurado*, según nos comenta el Diputado de la Legislatura de la Ciudad de Buenos Aires Gerardo Ingaramo, que podría ser un rumbo a seguir por otras Agrupaciones de Servicios.

El Diputado Ingaramo, nos comenta que el Congreso Nacional ha dictado recientemente una nueva ley de defensa de consumidores y usuarios. Esta norma, entre muchos derechos nuevos para el consumidor incorpora el derecho de este último para solicitar la baja de un servicio utilizando el mismo canal que se usara para su adquisición y que, las empresas tienen un máximo de 72 hs para efectivizarla y entregar el correspondiente certificado.

La problemática de consumo y sobre todo en grandes concentraciones urbanas como la Ciudad de Buenos Aires es compleja. Sin perjuicio de ello el Diputado Ingaramo comenta que el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, a través de la Dirección de Defensa del Consumidor está trabajando con mucho ahínco para hacer efectivos estos derechos y nos resume la estrategia de la siguiente manera: adecuación de la legislación local a partir de las modificaciones introducidas por la nueva ley de defensa de consumidores, implementación de programas de divulgación y concientización de los derechos de los consumidores; agilización de los procesos atinentes al conflicto de consumo y finalmente propender al involucramiento y toma de conciencia por parte de las empresas y los proveedores de servicios en general respecto de la importancia del respeto del consumidor como un eslabón más y cada día más valorado en la cadena de valor del proceso productivo.

Creemos que es un desafío muy importante tanto para los consumidores, haciendo valer nuestros derechos, como para las empresas y su personal desde sus respectivos trabajos, intentando mejorar día a día el servicio que brindan a sus clientes. El camino es largo y difícil, ya que se trata, en definitiva, de un cambio cultural importante. Sin embargo confiamos en lograrlo...