



Compendium
ISSN: 1317-6099
ISSN: 2477-9725
compendium@ucla.edu.ve
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado
Venezuela

CALIDAD DE SERVICIO

Mirabal, Alberto

CALIDAD DE SERVICIO

Compendium, vol. 24, núm. 46, 2021

Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88067978001>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional.

CALIDAD DE SERVICIO

Alberto Mirabal
Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado,
Venezuela
albertomirabal@ucla.edu.ve
 <https://orcid.org/0000-0003-3263-5206>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88067978001>

CALIDAD DE SERVICIO

En cualquier área del saber, llámese medicina, administración, ingeniería, periodismo, derecho, veterinaria, servicio social o comercio, por hacer referencia a algunas disciplinas o sectores de trabajo, vale tanto la calidad del producto o resultado generado, como la atención implicada en el proceso. Ante ello, cabe hacerse una pregunta: ¿proporcionamos desde nuestra instancia, un buen servicio y estamos claro de lo que involucra este concepto? Puede ser obvio el asentimiento en la referida pregunta, si bien paradójicamente solemos percibir el continuo e inadecuado servicio en diferentes actividades comerciales y profesionales en la que somos eventualmente clientes y responsables, ante lo cual, pareciera que la naturalidad, el respeto e incluso la formación transversal hubiesen perdido impacto y relevancia. Sin ánimo de generalizar, evidencias de tardanza en la atención de citas médicas previamente establecidas en determinado horario, desinterés por clientes que hacen presencia una tienda, respuestas imprecisas o a destiempo, o simple y llanamente un enfoque más hacia la producción y venta, y menos hacia el cliente o consumidor como elemento clave, representan debilidades que parecieran acentuarse o al menos hacerse más perceptibles en la cotidianidad. Indudablemente, consideraciones de orden estructural pueden dar relativa explicación del referido comportamiento, lo cual lastimosamente se complejiza más ante la presencia de elementos coyunturales que de no resolverse en la inmediatez, atentan contra la sobrevivencia organizacional.

Dentro de este contexto, la Covid-19 ha suscitado numerosos desajustes, y por tanto, la necesidad de adaptaciones a las que hemos debido recurrir. Sería extremadamente difícil y escapa de estas apreciaciones, precisar el desbalance generado en cada situación, grupo o individuo, si bien desde el plano gerencial, lo cual atañe a cualquier organización (clínica, comercio, fábrica, organismo gubernamental, taller, etc.), la pandemia ha implicado cambios y barreras muy puntuales donde no todos estaban preparados. Por ejemplo y a efectos del mantenimiento de la actividad o negocio, muy diversas razones de orden tecnológico vinculantes con el teletrabajo (manejo de programas, plataformas y equipos); restricciones en la comunicación por asuntos de distanciamiento o uso de implementos que entorpecen la recepción y transmisión de la información; limitaciones en el acceso y conexión de la red; barreras de orden físico que implican redimensionamiento de espacios, acondicionamientos ergonómicos o arreglos en áreas particulares (hogar, por ejemplo); acomodos en la movilidad y formas de transporte, y tanto más, incidencia emocional por escaso contacto gregario (pares, compañeros de trabajo o clientes), han representado aspectos donde “el servicio” como parte sustantiva de la actividad que se lleva a cabo, pareciera haberse “repotenciado”.

Cabe acotar que si bien este tema ha sido abordado curricularmente en disciplinas generalmente asociadas a la administración y comercio en general, su efectividad no siempre se ha hecho evidente, y en consecuencia, se amerita de reforzamiento y perentoria presencia con miras a su aplicación desde las diversas instancias que fueren, sin demérito de aquellas organizaciones que desde siempre la han incluido como parte de sus principios. En todo caso, ¿Era forzoso que una situación coyuntural reflejara su mayor necesidad a efectos de sobrevivencia organizacional? Ante un escenario post-pandémico, ¿qué retos en el particular implicará

este y otros componentes en materia de modelos de negocios? ¿Será entendido, asimilado y aplicado el concepto formal y metodológicamente desde la óptica donde prime la actitud hacia la afabilidad y capacidad de respuesta? Quizás allí radique en buena medida, la diferenciación y sustentabilidad.