

PRIMER BOLETIN - LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO

A través de este artículo que se presentará en tres ediciones, se pretende ilustrar, bajo el símil de la cocina, cómo se puede “cocinar y preparar” una organización exitosa, enfocada a la excelencia en el servicio, lo cual sugiere contar con algunos ingredientes indispensables.

El modelo se centra en que, en las empresas como en la cocina, se cuenta con elementos para construir un sistema armónico. La preparación de un exquisito plato depende de la utilización correcta de todos y cada uno de los ingredientes. Así mismo ocurre en las organizaciones: deben mezclarse eficiente y eficazmente todos los ingredientes, lo que permitirá al final, presentar los mejores resultados con la excelencia en el servicio.



1-. COMIENZE POR CREAR UNA CULTURA DEL SERVICIO

“Conozca bajo que parámetros va a cocinar: Limpie y Prepare el lugar”

Antes de iniciar la preparación y cocción de la organización ideal, es indispensable conocer la base del diseño de nuestro plato principal y ello requiere a su vez tener claridad sobre las bases que darán inicio a esta actividad, es decir, conocer las condiciones internas y externas con que se cuenta, así como la filosofía gastronómica.

En términos administrativos, una organización debe reflejar adecuadamente su cultura y para ello debe aprender y aprehender los elementos necesarios, tales como las creencias, valores, normas y formas de pensar que la caracterizan, predominando el sentido de servicio al cliente. En este sentido es necesario tener presente que la calidad y el servicio deben ser gestados culturalmente.

Un factor preponderante que usualmente los directivos desestiman en este ejercicio está relacionado con el talento humano, “elemento” indispensable en la ejecución del proyecto y catalizador indiscutible del progreso y maduración. Esta es tan solo una de entre tantas variables que deben ser de suma consideración en razón a que tienen gran incidencia en la implementación del modelo. Dentro de otros aspectos

fundamentales se encuentran: los procesos de desaprendizaje en el manejo de las actividades que se realizaban en el pasado (paradigmas), la preeminencia de los retos para directivos, la exigencia de imaginación y creatividad, el manejo de la incertidumbre ante lo desconocido entre muchos otros.

En primera instancia se considera importante atender el direccionamiento estratégico planteado inicialmente a fin de establecer la necesidad de reajustarlo, redefinirlo o cambiarlo.

En tal virtud convendría realizar un diagnóstico de la empresa a nivel interno, externo y competitivo para definir las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas de la entidad y una vez realizado el cruce de información en dicha matriz, en donde se establecen las posibles situaciones que pueden atenuar los efectos y aprovechar algunas variables, se procedería a establecer un plan de acción inmediato y a su vez, establecer la cultura Corporativa de la organización: Misión, Visión, Valores, Objetivos estratégicos, Estrategias, Metas e Indicadores de gestión.

Dentro de la implementación del programa de calidad, resulta indispensable definir la cadena de valor de la empresa, enfocando sus actividades por procesos, diseñándolos, documentándolos, divulgándolos, midiéndolos y ajustándolos. Tal como se hace con el desarrollo de una receta gourmet, son los procesos los que permiten llevar a cabo, controlar y realizar una evaluación de la calidad del Chef respecto a la calidad del plato a preparar. La interacción transversal entre las diferentes áreas de la organización mejorará significativamente los canales de comunicación, lo cual, adicionado a cierto nivel de empoderamiento, animará la participación general de la organización en la toma de decisiones conducentes al mejoramiento continuo.

De esta manera, la organización se orientará hacia un trabajo en equipo, con logro de resultados, enfocado hacia las personas (clientes), tal como sucede en un Restaurante de primer nivel, en el que la sincronización de la "cuisine" (la planeación, ejecución y servicio) se orienta a la satisfacción, no solo del cliente por el plato sino por la calidad del servicio (oportunidad, etc.)

Continuará...