

CAPITULO 6

Conclusiones

La calidad en el servicio divide opiniones dentro de las empresas, pero con esta tesis se puede evidenciar la idea de los beneficios y diferenciación positiva que esta brinda. La competitividad en el mercado ha creado en la alta dirigencia un cierto cuidado en sus clientes debido a la poca claridad de sus necesidades y elecciones en un mercado global donde existe una gran gama de productos y servicios.

Esta competitividad ha creado calidad, eficacia y mejoras en los productos, por lo cual el elemento de diferenciación va ser el servicio brindado a los consumidores. Ese plus que sobrepase las expectativas creando una fidelidad en el inconciente del consumidor.

Las empresas elegidas fueron organizaciones que brindan calidad en el servicio y estén involucradas en diferentes giros, todas ellas posicionadas como empresas líderes en la ciudad de Puebla. La elección de diferentes giros sirvió para dar a conocer y allegarnos de la importancia en la implementación de la calidad en el servicio y saber que seguirá siendo premisa en algunas organizaciones la implementación de un servicio de calidad mundial.

A pesar de ser un bien intangible las empresas entrevistadas están al margen de la importancia de brindar una buena calidad en el servicio, saben que el giro donde se desempeñan la competencia esta a la par, hablando de excelencia. Coinciden en el secreto de las mejoras que brinda la publicidad de boca en boca, se atraen cliente y se fortalece la fidelidad de los clientes ya obtenidos.

Por el otro lado observamos que en las cinco organizaciones se ofrece ese servicio de diferente estilo debido a su giro, mencionaremos de que manera aplican la calidad en el servicio y cómo los empresarios creen que ésta les beneficia con el fin de reforzar la teoría de la importancia de la calidad en el servicio en las empresas.

Se pudo observar que las empresas coinciden en su filosofía de brindar en todo momento un buen servicio a la clientela, pero las rutinas defensivas han creado pequeñas diferencias en lo que dicen y como lo llevan acabo.

También podemos concluir que las dos empresas más grandes y con mayor atención a clientes todos los días como los son Ford Rivera y Africam Safari, utilizan el doble ciclo, ya que se superan las cuatro variables reguladoras del primer modelo de Argyris dando paso a buscar las variables reguladoras del segundo modelo, las cuales son: información válida, elección libre e informada y compromiso interno por parte de los trabajadores. Por otro lado tenemos a Café Aguirre el cual aún busca poder llegar a manejar completamente el modelo opuesto del primer modelo, ya que aun cae en rutinas defensivas y difiere de lo que se dice a lo que se hace. Un caso diferente a todos que pudimos observar a lo largo de ésta tesis fue el de Sukho Night Club, ya que no cayeron en el uso de rutinas defensivas a pesar de que su teoría expuesta era la misma que su teoría en uso, la cual recaía en utilizar en el primer modelo de Argyris sin pensar utilizar el modelo opuesto ya que no se adecua a sus necesidades primarias. Finalmente podemos hablar del Instituto Dámicis, el cual utiliza el primer modelo opuesto de Argyris en donde aún se aprecian rutinas defensivas ya que difiere de alguna manera su teoría expuesta y su teoría en uso, aunque también demuestra que en algunos aspectos se enfoca en las variables reguladoras del segundo modelo sin que sea necesario cerrar de manera correcta el ciclo simple que se utiliza.

Recomendaciones

Después de realizar un análisis profundo sobre las empresas seleccionadas, quienes nos han llevado a la identificación de ciertas recomendaciones para poder llevar el éxito en las empresas aplicando la calidad en el servicio. No es fácil invertir en un bien intangible, correr riesgos o cambiar las estrategias de la empresa si todo marcha en orden. Pero podría ser de mucha utilidad e ir de la mano con su mejora continua que como director de estas prestigiadas empresas analizaran las estrategias de acción del día a día, lo que queremos decir es que se pueden retomar esas intensiones de querer brindar una calidad de servicio de clase mundial, pero sobretodo llevarlas acabo, creando así un ciclo doble.

Cabe recalcar que los profesionales destacados generalmente se mueven en un solo circuito puesto que al no fracasar no se ven obligados a aprender de ello, lo cual no indica que se va por mal camino ni esta en riesgo la existencia de la empresa. La mayor parte de la veces, el utilizar el circuito simple también llega por diferentes influencias como lo es la cultura, en el caso de México son pocas las empresas que utilizan el doble circuito y los que lo aplican suelen ser empresas grandes o internacionales con sus excepciones.

Aquí en México, mientras trabajan dentro de un circuito simple tienden a diseñar sus estrategias de acción bajo el mismo modelo que generalmente ofrecen cambios pequeños que pueden o no mejorar la estrategia de la empresa, resultan erróneas.

Estas empresas crean utilidad, pero podrían crear más aun si se tomara en cuenta aspectos como: dejar la capacitación en ciclo simple, crear conciencia en los empleados en las estrategias de la organización. Retomar las intensiones y reforzar el valor agregado brindado a los clientes.