

LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE COMO UN INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Aportado por:

Reyner Pérez Campdesuñer. Ingeniero Industrial, Master en Dirección,
Profesor del Centro de Estudio del Turismo,
reyner@faceii.uho.edu.cu

Marcia Noda Hernández.. Ingeniero Industrial, Master en Dirección,
Vicerrectora Docente.
mnodea@ict.uho.edu.cu

Gelmar Garcia Vidal..Ingeniero Industrial, Profesor del Centro de Estudio de
Gestión Empresarial. ggarcia@faceii.uho.edu.cu

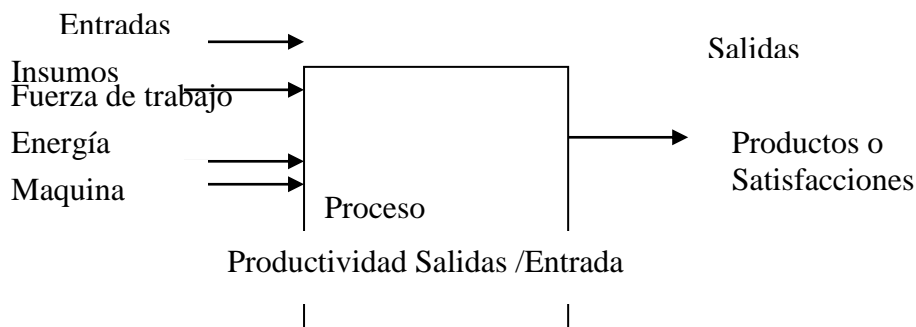
Margarita de Miguel Guzmán. Ingeniero Industrial, Master en Dirección.
Profesor del Departamento de Ingeniería Industrial.
maguy@faceii.uho.edu.cu

Resumen

En este trabajo se realiza la fundamentación de la propuesta para utilizar el indicador de satisfacción del cliente como indicador de productividad y de esta forma lograr una mayor certeza a la hora de ver la productividad como una medida del desempeño de los trabajadores, al tiempo que se propone además, sobre esta base, la utilización de la relación entre la satisfacción del cliente externo y la del cliente interno lo que facilitaría además poder estimar el grado de eficiencia que se logra con los gastos que se realicen con vistas a incrementar el desempeño de los trabajadores.

Palabras Clave: Productividad, Satisfacción de los Clientes.

Usualmente por productividad se entiende la relación entre la producción obtenida en un proceso y los factores puestos a contribución para la obtención de aquel resultado.



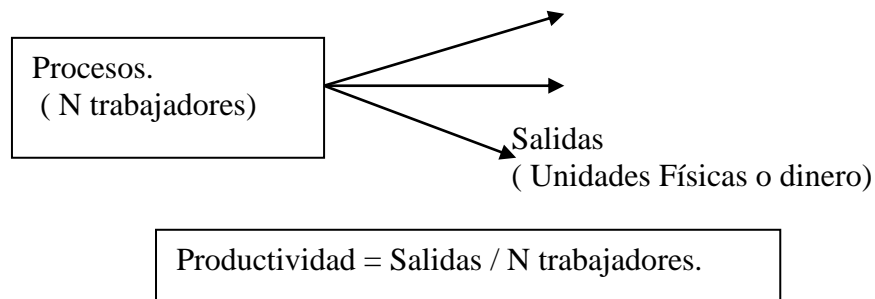
Un primer paso, indispensable, para esta definición precisa de productividad es la medida, tanto de los resultados como de los factores puestos a contribución, lo que exige se hayan determinado previamente las unidades de medida, de las entradas y las salidas.

Cuando al determinar la productividad, la unidad en que se mide el resultado obtenido no es la misma que la utilizada para medir los factores aportados, se obtiene PRODUCTIVIDAD respecto a aquellos factores.

La productividad han de expresarse siempre las unidades con que se han medido sus componentes. El factor respecto al cual se mide la productividad viene siempre en el denominador. Así las expresiones: Ton/Kw, Ton/Hora-hombre, Ton/m² nos medirán la productividad de un proceso respecto a los factores energía, mano de obra y espacio, respectivamente.

Aunque como se ve el indicador productividad puede referirse a cualquiera de los factores que intervienen en el proceso productivo. Es muy corriente que al hablar de productividad en general se sobreentienda que se trata de la productividad de la mano de obra, ya que este ha sido utilizado en todos los tiempos como medida del grado de desempeño y de las potencialidades de incrementar las ganancias de los procesos productivos.

La productividad se ha visto expresada como la relación entre las salidas del proceso y la cantidad de trabajadores que de forma directa o indirecta intervinieron en el logro de estas, las salidas son expresadas usualmente en unidades físicas o en su equivalente en valor (precio).



Sin embargo, en la actualidad a la luz de los cambios macroeconómicos que están teniendo lugar no siempre el valor de la productividad es sinónimo de desempeño pues esta puede aumentar o disminuir y no precisamente por cambios en el rendimiento empresarial.

Cuando producto a los cambios de mercado el precio de la producción final aumenta, la productividad tiende a aumentar aún cuando el rendimiento interno, visto en unidades físicas haya disminuido, o por el contrario cuando lo que se incrementa es el precio de la materia prima y no resulta factible, por razones de mercado, el incremento del precio del producto, si el volumen de producción permaneció constante la productividad de la empresa se mantuvo y el rendimiento empresarial fue menor.

Específicamente en el sector turístico, utilizar la productividad como indicador de desempeño de los trabajadores resulta menos favorable por las formas de comercialización de este tipo de producto, en primer lugar el volumen de personas a las que se le prestarán servicios no será determinado por el esfuerzo de los trabajadores sino de los encargados de la comercialización del producto, los que muchas veces no pertenecen ni siquiera a la organización por otro lado la mayoría de las veces ya el servicio ha sido vendido a un precio fijo por lo que cualquier esfuerzo que realice el personal por incrementar el consumo de productos dentro del servicio sólo contribuirá a incrementar los gastos sin afectar los ingresos. Bajo estas condiciones resultaría ocioso o ficticio dividir los ingresos entre el volumen de trabajadores pues estos en realidad poco han hecho en que esta sea mayor.

Sin embargo como evidencian estudios realizados (2), existe una alto índice de correlación entre la satisfacción lograda en los clientes como salida de cualquier proceso de servicio y el grado de satisfacción de los trabajadores.

Por las razones antes descrita es que se surge la idea de utilizar el indicador de satisfacción del cliente como indicador de productividad o de desempeño para los servicios turísticos. La propuesta se sustenta en las siguientes razones:

Todo producto o servicio destinado a ser adquirido por un cliente debe producir en este un nivel de satisfacción y por tanto la misma puede ser considerada una salida del proceso.

El grado de satisfacción que se alcance siempre será directamente proporcional al esfuerzo del personal del proceso.

Una mejora en la satisfacción constituye un anuncio muy probable de un mejor desempeño en el futuro por el incremento del número de clientes.

Un incremento en la satisfacción generalmente origina un incremento de los gastos de los clientes y por tanto mayores ingresos para el proceso.

Al ser la satisfacción común para cualquier tipo de proceso, siempre que se empleen similares escala para su medición es posible utilizarla para ser estudios comparativos y desarrollar programas de mejoras.

Cuando la unidad de medida adoptada es la misma para el numerador y el denominador de la expresión de la PRODUCTIVIDAD es frecuente utilizar la denominador de RENDIMIENTO, expresado mediante una magnitud sin dimensiones.

Si se decidiera aceptar la idea de medir la productividad mediante la satisfacción de los clientes y además en vez de dividir la misma por la cantidad de trabajadores se hiciera por el valor de la satisfacción de estos entonces se podría conocer el rendimiento de lo invertido en lograr la satisfacción del cliente interno, ya que como se sabe esta última condiciona de modo directo la satisfacción del cliente externo y las salidas.

La aplicación de ambas ideas permitiría contar con un indicador más preciso del desempeño de los trabajadores además de poder evaluar la eficiencia de los gastos realizados en materia de estimulación y formación del personal además de contribuir a la mejora de la calidad de los servicios.

Bibliografía.

Como mejorar la productividad en el taller. Castanyer, Francesc Figueras 1999 ALFAOMECA GRUPO EDITOR, S.A. de C.V. MARCOMBO, S.A., Barcelona, España.

La satisfacción del cliente un indicador de productividad. Noda, Marcia. 1997, Holguín , Cuba

LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE COMO UN INDICADOR DE PRODUCTIVIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Aportado por:

**Reyner Pérez Campdesuñer. Ingeniero Industrial, Master en Dirección,
Profesor del Centro de Estudio del Turismo,
reyner@faceii.uho.edu.cu**

**Marcia Noda Hernández.. Ingeniero Industrial, Master en Dirección,
Vicerrectora Docente.
mnodea@ict.uho.edu.cu**

**Gelmar Garcia Vidal..Ingeniero Industrial, Profesor del Centro de Estudio de
Gestión Empresarial. ggarcia@faceii.uho.edu.cu**

**Margarita de Miguel Guzmán. Ingeniero Industrial, Master en Dirección.
Profesor del Departamento de Ingeniería Industrial.
maguy@faceii.uho.edu.cu**