



## CALIDAD EN EL SERVICIO Y TRATO AL USUARIO

[Este Documento representa una pequeña parte del Manual que recibe cada Participante](#)

[Vea el Temario del Curso - Solicite aquí su Cotización](#)

**...La calidad de servicio es percibida por el usuario de acuerdo a la comunicación verbal y no verbal**

La comunicación es un proceso en el que intervienen distintas variables. Una de ellas son los códigos de comunicación.

El código verbal puede ser asimilado al lenguaje hablado o escrito. El código no verbal corresponde a todo lo que no es lenguaje verbal, es decir, gestos, movimientos, uso del espacio, volumen, tono e intensidad de la voz, entre otros.

La falta de coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos puede ser fuente de una percepción de mala atención de parte del cliente.

**La forma en que comunicamos determina en gran medida la relación que le proponemos al Cliente: amistosa, hostil, confiable, empática. sobre esta base, las personas construyen la percepción que tienen**

### Calidad de producto

Corresponden a las características, propiedades y estándares de calidad de los productos, que satisfacen las necesidades del cliente, otorgándole valor a su negocio. Para todo producto existe un mercado que responde a las expectativas del cliente, el cual finalmente es el que le atribuye la calidad al producto.

Existen ocasiones donde la calidad del producto se pone en juego y es cuando el cliente toma la decisión de preferir un producto (parte de su stock), por sobre otros, "pagando" el valor que le confiere. Un ejemplo, es cuando el cliente asume que el producto que se le distribuye cumple con todos los requisitos de calidad ( presentación y contenidos del productos, en condiciones estándares) y este llega en otras condiciones.



### Calidad total y mejoramiento continuo

Las organizaciones de la década de los noventa se enfrentan ineludiblemente a la supremacía de dos principios fundamentales, Calidad y Servicio. Estos guían el conjunto de prácticas administrativas y operativas, a la vez que conducen al desarrollo de actitudes características en las personas....



La Orientación al cliente no es un estado transitorio o puntual, sino un proceso continuo DE MEJORAMIENTO que requiere capacitación y desarrollo constante del personal para adecuarse a los permanentes cambios en la organización. Esta organización es una búsqueda de innovación permanente en pro de un compromiso que debe ser asumido por todos los miembros de la empresa.



### Concepto de cliente

**CLIENTES EXTERNOS** : Son las personas que recurren a nosotros, las cuales atendemos en la distribución de productos y servicios, y que tienen expectativas determinadas de atención en cuanto a la calidad entregada.

**CLIENTE INTERNO** es, en palabras simples, el proceso siguiente. Si usted no hace bien su trabajo, ¿quién reclama al interior de la empresa? Ese, muy probablemente, es su cliente interno. Nos referimos en primer lugar al recurso humano de **Transportes Lorca Ltda.**, nuestro jefe directo es nuestro cliente, todas aquellas personas que usted le presta un servicio al interior de la empresa; en segundo lugar, existe una relación directa como clientes internos de **T.A.R.**(Transporte Andina Refrescos) y **Embotelladora Andina**.

El concepto de cliente es crítico al establecer los estándares de calidad que **Transportes Lorca Ltda.** Espera de sus trabajadores.

El cliente no es sólo el destinatario final del proceso, sino también lo es el empleado individual que recibe un servicio de otro o de un grupo. Las distintas áreas al interior de la empresa son clientes unos de otros, en distintas combinaciones. De este modo, se hace necesario definir a estos clientes internos y externos, para luego identificar sus necesidades. **Recuerden que calidad consiste en satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.**



Las relaciones entre **proveedores y clientes** son una de las más importantes interacciones que ocurren en nuestra empresa....

