

Un punto de vista

# La calidad de los servicios de información

**Lluís Martínez-Ribes**  
Dtor. Dep. Marketing ESADE  
[www.martinez-ribes.com](http://www.martinez-ribes.com)



**Arnau  
aprovechó un día de  
Navidad para ir a  
Barcelona para buscar  
información sobre  
"aucas".**



**¿Qué calidad recibió?**

**- ¿ Un kilo?**

**- ¿250 gr.?**



## La Calidad

- **No se trata de hacer todo en grado máximo.**

– No es dar muchas cosas.

– Y todo a tope.

**Sino ...**

**Que coincida  
lo esperado con  
lo recibido.**



# Matices prácticos en calidad

- La calidad es subjetiva
  - Cada tipo de público tiene distintas
    - Expectativas
    - Necesidades
- Por tanto hay tantas calidades, como tipos de públicos tengamos.  
... o queramos servir.



# Matices prácticos en calidad

- Además, las percepciones también son distintas.
  - Esperado vs. Percibido
  - Esperado vs. Recibido
- Por tanto, hay que medir no sólo las horas de atención, las reclamaciones, sino sus percepciones.



# Matices prácticos en calidad

- Las expectativas & percepciones no sólo varían según cada tipo de público

sino también según el momento  
(tiempo):

- Cuando llego por primera vez
- Cuando es mi tercera visita
- Cuando estoy de ocio
- Etc.



## La calidad es multivariable

Públicos →	Estudiantes bachillerato	Estudiantes universitarios	Investigadores
Primer contacto			
Cuando busca			
Cuando encuentra			



En cada casilla  
hay distintos  
Factores Clave

# Diferenciando los Factores de servicio

- **Factores Clave del Éxito**

- Si existen, probablemente tendremos éxito.
- Por ejemplo:
  - **Suministrar soluciones completas.**
  - **La empatía del personal en contacto.**

- **Factores Clave de no-Fracaso**

- Su existencia no garantiza el éxito.
- Su ausencia conduce al fracaso.
- Por ejemplo:
  - **Horarios inadecuados al público.**
  - **Falta de luz en una biblioteca.**
  - **La base documental.**



**Dispuesto a continuar  
compartiendo ...**

[www.martinez-ribes.com](http://www.martinez-ribes.com)

