



IX Coloquio Internacional de Tecnologías
Aplicadas a los Servicios de Información
Acceso Abierto a la Información y
Gestión del Conocimiento
Servicios de Información del Siglo XXI



**ORIENTACIÓN AL CLIENTE: GENERALIDADES Y PRECISIONES PARA SU
LOGRO EN LAS ORGANIZACIONES DE INFORMACIÓN.**

Villardefrancos Álvarez, María del Carmen

RESUMEN

En un entorno tan complejo como el actual, con clientes cada vez más exigentes en calidad, diversidad y plazos, debe colocarse en el centro de los intereses de la organización el dominio de la información sobre su satisfacción, comportamiento y necesidades, lo cual ofrece a la organización ventajas competitivas en el medio en que se desarrolla.

Las OI cualesquiera que estas sean según la tipología que pueda establecerse al respecto, justifican su existencia y todas sus actividades por los servicios y productos informativos que diseñan y elaboran en respuesta a necesidades y requerimientos del universo de usuarios a los que debe ofrecer beneficios.

Esta visión de los servicios hace que la orientación al cliente se convierta en una necesidad apremiante en las organizaciones de información, más si se tiene en cuenta que la "información" sólo es tal si es utilizada. Entonces planear los servicios en forma poco satisfactoria para los usuarios no es una estrategia válida para estas organizaciones. La "oferta de servicios" se muestra como característica consustancial al quehacer informacional en estas organizaciones, por tanto, la "orientación al cliente" en los servicios de Información, es inevitable.

En el presente trabajo se abordan los conceptos y evolución de la orientación al cliente, haciendo énfasis en los factores determinantes para lograr el éxito. Se presentan modelos, técnicas y herramientas que garantizan efectivamente la Orientación al Cliente.