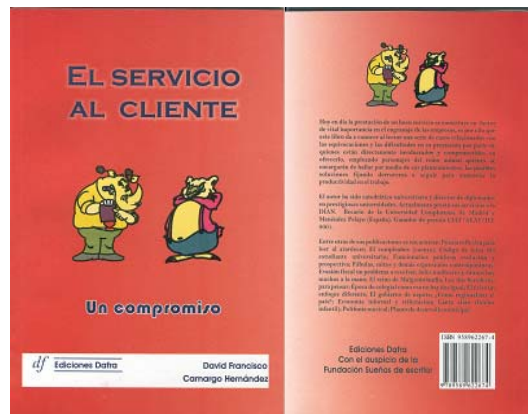


SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

# SERVICIO AL CLIENTE: Un compromiso



Ediciones Dafra

## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**

### **DAVID FRANCISCO CAMARGO HERNANDEZ**

Economista de la Universidad Central de Bogotá  
Especialista en Planeación  
de la Universidad Jorge Tadeo Lozano  
Estudios en la Universidad Complutense de Madrid  
y Menéndez Pelayo (España).  
Profesor universitario. Director de diplomados  
Funcionario de la D.I.A.N.  
Ganador de premios internacionales.

# SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

## SELVÓPOLIS



En una selva remota donde los humanos no habían llegado, existía una civilización de animales superiores, capaces de pensar y hablar. Estaban organizados política, económica, social y culturalmente.

Así comienza esta historia donde el elefante mas viejo era la suprema autoridad, escogido en ese cargo por su serenidad, sabiduría y además por el respeto que merecía esa inmensa mole de carne.

Se trataba de SELVÓPOLIS, un lugar donde los medios de pago lo constituían unas extrañas hojas provenientes de árboles muy escasos, sirviendo como poder de compra.

Los negocios giraban en torno a la producción y comercialización de las frutas y demás vegetales. Existían todas las profesiones y estaban bastante desarrolladas las artes y las ciencias. No se presentaba la figura del cazador y el cazado, esa etapa ya había sido superada.

Las tiendas se ubicaban en cavernas y, como en cualquier economía que se respete se daban las exportaciones entre las regiones que componían a SELVÓPOLIS, separadas de forma natural por ríos.

Las ventajas de dicha cultura radicaban fundamentalmente en que no había problemas de contaminación ambiental, ni vallas publicitarias que impidieran la visibilidad. El agua la administraba una junta veedora que protegía los ríos y quebradas. Los cocodrilos monopolizaban el transporte acuático y las tertulias eran el fuerte de cada noche, porque se reunían en familia, alrededor de fogatas y estaban tan acostumbrados a ellas que ni los tigres tenían miedo a la candela. Los macacos controlaban las comunicaciones, otros animales regulaban diferentes actividades que sería dispendioso narrar, sin embargo existían graves problemas en el SERVICIO al cliente.

Para la mayoría de las actividades que desarrollaban se presentaban quejas por parte de los usuarios, por la *mala atención brindada*.

El rey elefante con la acostumbrada calma que lo caracterizaba, escuchaba diariamente a los quejosos, también atendía llamadas y escritos, estaba visiblemente interesado en dar pronta solución a dicha problemática, pero para ello era necesario saber con exactitud lo que ocurría y analizar si había patrones de conducta que se repitieran para corregirlos.

A continuación veremos algunos casos representativos de quejosos y las posibles soluciones que daría el rey para mantener la armonía en el reino.

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

### LOS QUEJOSOS



Comenzaremos con la *tienda* “el follaje” de la jirafa Petra, que por el volumen de ventas tenía varios operarios para la atención al público.

quejoso: Roco el “ñu”

Asunto:

En una oportunidad Roco visitó la tienda de Petra, se sentó y se dispuso a almorzar, a esa hora del día el lugar era muy concurrido. Solicitó **SERVICIO** a uno de los meseros, un antílope que pasó por su lado rumbo a la cocina, quien con amabilidad le dijo que en seguida lo atendería. El “ñu” esperó pacientemente, se trataba de alimentos de buena calidad por su presentación, sabor y aroma, por eso la mayoría de los animales frecuentaban el lugar. Pasaron varios minutos y Roco seguía con su mirada al mesero, quien estaba tan atareado que posiblemente se había olvidado de él, por eso le recordó halándolo suavemente de la cola, en un momento que cruzó por su lado cargando jugosos platos con hojas frescas que iban con destino a otros comensales. Éste con un movimiento afirmativo de cabeza dio a entender que había recibido el mensaje. Transcurría el tiempo y el ñu se molestó al ver que no era atendido. Se levantó de la silla visiblemente disgustado y se dispuso a marchar. Cuando alcanzó la salida, la propietaria del establecimiento que atendía la caja, le pidió el ticket. El ñu contestó con ironía: ¿cuál ticket si no me atendieron?. Protestaba por el pésimo **SERVICIO**. Petra ofreció disculpas e insistió para que se quedara, ella misma lo atendería. El ñu se negó y se retiró, se le había quitado el apetito.

¿Qué había sucedido?.

Petra, la propietaria del establecimiento no tuvo un *control visual* sobre el grupo de comensales y por tal razón no se enteró a tiempo de lo que sucedía, posiblemente por estar pendiente de la cocina o de la recepción y del pago de quienes se marchaban.

El mesero sabía de la presencia del ñu y sin embargo *no atendió* su pedido, por el *exceso de solicitudes que provenían de todas partes al mismo tiempo*, olvidando por completo su petición y no ofreció el **SERVICIO**, aunque su trato fue siempre cordial.

Una vez escuchado el caso, el elefante tomó la siguiente nota en un cuadernillo que sacó de su escritorio: A pesar de estar *acreditado* el negocio y tener significativa clientela, se incurrió en el error de no prever la mayor afluencia de

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

comensales en un momento determinado, para brindar un SERVICIO ágil y oportuno empleando un adecuado plan de contingencia.

En Roco quedó la sensación de un mal SERVICIO, a pesar de observar que se trataba de un establecimiento que ofrecía productos de buena calidad.

El elefante, una vez terminó su charla con Roco fue a tomar un poco de agua, estaba tan sediento que casi acaba con el líquido que había en un pequeño foso, luego escuchó al segundo quejoso.

Este caso hacía referencia a una *pizzería* denominada “la pepita”, cuyo propietario era el mono Tulio quien al poco tiempo de inaugurar el establecimiento había logrado una excelente acogida.

**Quejoso:** El ciervo Ronald.

Asunto: en cierta ocasión Ronald ingresó al establecimiento de Tulio y solicitó una porción de pizza, su temperamento nervioso lo hacía desconfiado. El mono lo atendió con prontitud y amabilidad trayéndole una pizza de gran tamaño, para motivarlo a que volviera. Al ciervo le agradó el trato, la limpieza, la calidad, el precio y por supuesto el SERVICIO.

Siguió frecuentando el establecimiento en varias oportunidades, pero la última vez que fue, se dio cuenta que el lugar no estaba tan colmado como en otras ocasiones, en las que incluso le tocó esperar parado mientras se desocupaba alguna mesa o llegar mas temprano para ser atendido primero. El mono Tulio había contratado varios empleados, desentendiéndose de sus clientes y se la pasaba junto a la caja registradora hablando por teléfono todo el tiempo, entregando el cambio sin reparar de quien se trataba ni dar las gracias como siempre hacía cada vez que se marchaban los clientes. En eso llegó un mesero y procedió a traer lo solicitado por el ciervo pero la pizza no tenía la calidad de otras veces. su sabor no era el mismo. El ciervo la consumió dejando un pedazo en el plato como muestra de insatisfacción. Se acercó a la caja y canceló recibiendo las vueltas de manos de Tulio, quien hizo una venia como gesto de saludo porque estaba hablando por teléfono. En un momento dado Ronald quiso preguntarle porqué había desmejorado la calidad de su producto, pero prefirió quedarse callado pensando que no valía la pena hacerlo y que esa había sido la última vez que entraba al establecimiento, al fin y al cabo no vio ningún interés en el propietario del establecimiento por preguntarle como lo habían atendido.

¿Qué ocurrió?. El exceso de confianza por haber acreditado el negocio y la afluencia de público hicieron que Tulio conscientemente desmejorara la calidad del producto, posiblemente para reducir costos y obtener mayor ganancia, dejando en manos de sus subalternos el SERVICIO. Había abandonado el trato personalizado brindado en un comienzo, dedicándose únicamente a recibir las utilidades, despreocupándose por completo de mantener comunicación con sus antiguos y nuevos clientes. Es la hora que no se explica porqué ha venido perdiendo paulatinamente su clientela, cuando lo entiende posiblemente habrá fracasado.

Como se sabe el principal juez es el cliente, porque se da cuenta de los *cambios positivos o negativos* en la prestación de un SERVICIO, y un cliente insatisfecho es más perjudicial que cinco satisfechos, porque se puede encargar de desprestigiar el negocio.

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

El Elefante que a propósito se llamaba **Reinaldo**, sacó su libreta de apuntes y escribió la siguiente reflexión:

*Algunas empresas fracasan o están al borde de llegar a caer después de estar en la cúspide, porque desmejoran la calidad de sus productos y el SERVICIO al cliente. Es posible que crean que siempre se mantendrán en la cima sin mayores esfuerzos.*

Un tercer caso correspondió al camello Renzo que fue a la copiadora del búho don Eloy cuyo establecimiento llevaba el mismo nombre. En ese lugar utilizaban hojas de plátano como papel para duplicar la información.

En una ocasión llegó Renzo a fotocopiar un libro con grabados de la familia, iba con afán pues tenía un compromiso importante y preguntó a don Eloy si podía contar con las copias de inmediato, éste amablemente contestó que sí y recibió el trabajo entregándolo a uno de sus operarios. Pasaban los minutos y Renzo observaba inquieto el reloj que pendía de su cuello, mientras mascaba unas hojas secas. Su pedido no había sido atendido oportunamente y por el contrario don Eloy seguía recibiendo más pedidos prometiendo lo mismo. Visiblemente disgustado pidió que devolvieran su libro, pero en ese momento comenzaron a copiarlo para no perder la venta, de tal manera que se vio precisado a esperar. A pesar de su insistencia para que agilizaran el fotocopiado, el operario que lo hacía se tomó su tiempo. La Joroba de Renzo se movía de un lado para otro por el disgusto causado. Por fin le entregaron las copias y Renzo sin dar las gracias se marchó prometiendo no volver nunca más. Había recibido un mal SERVICIO.

¿Qué ocurrió?.

Se retuvo a Renzo con engaños, utilizando esa modalidad para acaparar la clientela viéndose afectado el SERVICIO, porque se llevó una *imagen negativa* tanto de don Eloy como de sus colaboradores, que se comprometían con todo el mundo y no cumplían a tiempo.

El cliente por lo general es observador y Renzo pudo darse cuenta de lo que sucedía, porque efectuó un *seguimiento visual* y *constató* que su solicitud no había sido atendida con oportunidad.

Reinaldo pensó: si en realidad lo que se promete al cliente se cumpliera habría tal satisfacción en EL SERVICIO que él mismo se encargaría de dar buenas referencias del establecimiento que visita, pero cuando se antepone el deseo de obtener mayores beneficios y no se cuenta con la infraestructura y los operarios suficientes, se da una mala atención y el negocio puede irse a pique.

Reinaldo estaba cansado y consideró que por ese día era suficiente de quejas retirándose a su hogar, no sin antes repartir los respectivos turnos a quienes se acercaban a expresar su inconformidad en busca de soluciones.

En SELVÓPOLIS llovía copiosamente y los mosquitos se pegaban al cuerpo, Reinaldo con su cola trataba de espantarlos. Su familia estaba compuesta por la elefanta Rossy, su compañera y dos elefantitos, Fito y Fita.

Fito era muy inquieto y cada vez que llegaba su padre quería subir a su lomo. Ese día Reinaldo estaba tan cansado que no deseaba nada, pero el elefantito lo hacía con más ahínco teniendo que resignarse a complacerlo. Esa actitud lo hizo llegar al siguiente cuestionamiento: ¿Qué tal un cliente así de latoso?. ¿Cómo no prestarle un SERVICIO siendo tan persistente?.

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

Hay clientes que presionan demasiado y hacen hasta lo imposible por ser atendidos en el momento que llegan, valiéndose de trucos en los que son capaces de afirmar: *“estoy aquí desde hace rato y nadie me colabora”*. El empleado que está a cargo del SERVICIO se *indigna* al ser presionado por su jefe, para que atienda a aquel *“avisado”* de quien se dejó convencer. También suele suceder que los usuarios se valgan de sus influencias para ser atendidos porque sostienen una amistad con el jefe obligado al subalterno que los atienda con premura sin respetar el turno correspondiente.

El subalterno cumple la orden impartida en contra de su voluntad ante la impotencia de no poder rehusarse, lo que se traduce en un irrespeto para con él y los clientes que están a la espera de ser atendidos.

Hay quienes cumplen la instrucción retardando adrede la solicitud del *cliente manipulador*, con el fin de incomodarlo y castigar de alguna manera su picardía.

A la mañana siguiente Reinaldo se dirige a su oficina. En la entrada hay un letrero que dice: *“si se acerca a dialogar están abiertas las puertas, si lo hace con el fin de indisponer mejor no venga”*.

El cuarto caso es el de la librería de la osa Leila. Se trataba de una de las librerías mas grandes y reconocidas de la comarca, ofreciendo al público toda clase de libros, los cuales se exhibían al público en estanterías de vidrio debidamente organizados por temas. Los clientes solicitaban aquellos libros que llamaban su atención y Leila se los alcanza aunque estuvieran bien arriba de los anaqueles ya que su corpulencia le permitía tomarlos sin utilizar escalera, solo tenía que pararse en sus dos patas traseras. Los posibles compradores observaban que las pastas de los libros estaban protegidos con plástico con el precio y cuando preguntaban si podían destaparlos para ojear su contenido, Leila contestaba que: *solo si los iban a adquirir*. El cliente al oír eso, inmediatamente se retiraba.

Leila se quejaba de las ventas que no eran las mejores, no comprendía ¿por qué teniendo tan buen surtido vendía menos que otras librerías pequeñas?. No era posible que ofreciendo mercancía tan bien presentada y atendiendo al cliente con respeto, las ventas no se incrementaran.

¿Qué era lo que estaba sucediendo?.

Leila no se había dado cuenta que el mundo de los negocios requiere de un mayor acercamiento con el cliente y que un buen SERVICIO, no es simplemente brindar una excelente presentación de los productos ni un trato cordial, sino que era indispensable explorar las necesidades del cliente y para ello se necesitaba ofrecer un SERVICIO mas personalizado, donde el cliente pudiera observar plenamente el material, lo que requería de un lugar donde los usuarios se sintieran cómodos y observaran aquello que les interesara y que posiblemente adquirirían. De esa manera consideraba Reinaldo que Leila podría incrementar sus ventas y ofrecer un SERVICIO adecuado, efectivo y personalizado.

Reinaldo anotó: “dar un buen SERVICIO no significa únicamente calidad, presentación, ni *un trato amable*, se requiere permitir que el cliente se encargue de *explorar si lo que desea adquirir se ajusta a sus necesidades* y no comprar algo sin estar plenamente convencido, para después arrepentirse de efectuar una inversión equivocada”. En eso llegó a su memoria el día que compró a su hijo Fito un libro infantil muy llamativo por su carátula y el resumen que traía al respaldo. Cuando llegó a su casa y lo destapó para observarlo en detalle se dio cuenta que no era nada de lo

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

que él quería para su pequeño. Esa situación se había presentado por no tener la oportunidad de observar el material a fondo antes de adquirirlo.

A algunos compradores no les interesa saber si la procedencia de lo que desean adquirir es legítima, “ese *no es su problema*”, pero también hay quienes consideran que sí es importante y al saber que no son de buena fuente, no los adquieren, así se los ofrezcan a bajo precio.

Por lo general el cliente *dice ser conocedor de lo que compra* y espera obtener ventajas en el momento de la negociación. Luego de hacer la adquisición se va con la satisfacción de haber efectuado una excelente compra y de recibir un buen SERVICIO, sin embargo pueden suceder dos cosas: que efectivamente haya adquirido un bien de buena calidad, o que sea de mala calidad y si esto último ocurre nunca volverá a ese lugar porque el SERVICIO, en ese caso está supeditado al deseo de vender y no de beneficiar a quien compra.

Reinaldo llegó a la conclusión de que: *el SERVICIO como tal, también es un producto que se puede adquirir y que puede ser de buena o mala calidad, según principio de honestidad de quien lo ofrece.*

Se acordó del camaleón Leucadio, de profesión abogado a quien alguien se acercó a solicitar sus servicios para atender un caso de carácter penal y después de recibir un anticipo por su labor no hizo nada para dar una solución, únicamente se interesó en su beneficio y no el del cliente.

Luego de haber escuchado a Leila, Reinaldo tomó la carta de un quejoso que se dirigía a él en los siguientes términos:

Su excelentísimo rey de SELVÓPOLIS. En días pasados se presentó una emergencia sanitaria en mi casa, se taparon las cañerías y alguien me recomendó a don Julián, el papagayo que era alguien muy agradable con diálogo fluido y un completo dominio del tema, de tal manera que me convenció de que era el indicado para realizar el trabajo. El precio me pareció justo, incluso ofreció garantía por su labor. Durante el tiempo que estuvo trabajando llegamos a iniciar una amistad y cuando terminó su trabajo me preguntó como me había parecido el SERVICIO y yo le contesté: EXCELENTE.

A los pocos días se taparon nuevamente las cañerías y procedí a llamarlo para que solucionara el problema y prometió hacerlo pronto, pero pasaron los días y nunca se presentó, se hacía negar. Mi pregunta es: ¿qué debo hacer para que cumpla, si no se firmó ningún contrato?.

Reinaldo se puso a pensar llegando a la siguiente reflexión: *Hay quienes dicen tener experiencia en el desarrollo de alguna actividad y se comprometen a cumplirla, mostrando un trato cordial para ganarse al posible cliente y al final el resultado es un SERVICIO de pésima calidad. Otros tienen la suficiente experiencia y hacen las cosas con celeridad pero sin planificar su trabajo porque consideran que a menor tiempo para ejecutarlo mayor será el beneficio y no colocan el empeño ni el interés suficiente para hacerlo bien.*

Reinaldo contestó al quejoso que lo único que podía hacer era persuadir en buenos términos a don papagayo para que corrigiera el trabajo mal hecho y si en definitiva no lo hacía, no había otra alternativa que conseguir a alguien verdaderamente idóneo para que no volviera a tener esa clase de dificultades y como consuelo le dijo: *quien presta un mal SERVICIO tarde o temprano se le cierran todas las oportunidades, porque con su actitud se va encargando de ser identificado, llegando con el tiempo a ser rechazado.*



## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

Eso significa una cosa. Que el SERVICIO una vez se presta puede tener uno de los dos efectos, el inmediato, o el mediato como en este caso, porque el resultado se ve en un lapso breve de tiempo. El cliente percibe en un primer momento un SERVICIO EXCELENTE y después cambia su parecer considerándolo como PÉSIMO, tal situación se presenta porque quien ofrece sus servicios busca la manera de obtener beneficios, sin interesarle conservar al cliente y no le preocupa si éste se molesta, porque considera que se trata de un SERVICIO más y no siente la necesidad de conservarlo.

Ese comportamiento se presenta con frecuencia, en quien tiene la falsa idea de que *el cliente es quien lo necesita* y por tanto le da lo mismo si lo contratan o no en un futuro, porque cree que el mercado es ilimitado.

Quien ofrece sus SERVICIOS profesionales, debe tener muy en claro que el crecimiento de su empresa depende de la cartera de clientes que va acumulando con el transcurso de los años, y quien no sigue esa regla de oro, está irremediablemente condenado al fracaso. El SERVICIO debe ser *permanente*, procurando mejorarlo cada vez más o, por lo menos, alcanzar niveles de aceptación. Debe existir un contacto continuo con el cliente para mantenerlo cautivo evitando que se vaya para donde la competencia.

El papagayo Julián cometió una grave equivocación al ofrecer un SERVICIO nada ético o ANTI-SERVICIO, porque perdió no solo la posibilidad de mantener una amistad, sino de conservar la prestación de un buen SERVICIO a futuro.

No siempre los resultados en la prestación de un SERVICIO son los óptimos, por tal razón se debe estar sujeto a correctivos dejando de lado la idea de lucrar por todo. Se ha sabido que algunos prestadores de servicios para mantener una buena imagen, han tendido que asumir pérdidas en la prestación del mismo.

Hay quienes desarrollan una labor y luego de culminarla son llamados para que corrijan algo que no quedó bien, como el caso del papagayo Julián y como no van a recibir beneficios adicionales no vuelven, porque sencillamente les significa pérdida de tiempo y dinero, que podrían obtener con otro cliente. Piensan que seguir trabajando donde no van a obtener significativas utilidades no tiene sentido y por lo tanto se constituye en un factor desmotivante suficiente para no seguirlo ejecutando, así sean consientes que los van a tildar de incumplidos e irresponsables. A algunos de ellos se les ve deambulando en busca de nuevas oportunidades que con dificultad van a obtener porque se han encargado de cerrar todas las puertas. Debido a esa circunstancia, es que en los contratos se procura que a quien va a prestar un SERVICIO se le dosifiquen los pagos para mantener una motivación permanente y el cumplimiento a cabalidad del contrato.

Reinaldo concluyó que en la prestación de un SERVICIO intervienen varios elementos: *el conocimiento, el deseo de hacerlo, la constancia, la disciplina y lo más importante el ánimo que debe mantenerse todo el tiempo para cumplir con el objetivo.*

Reinaldo escribió en su cuadernillo:

*Quien presta un SERVICIO con profesionalismo brindando una adecuada posventa, por lo general mantiene una significativa cantidad de contratos que le permitirán un nivel permanente en sus ingresos. (Flujo constante).*

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

Sin embargo a Reinaldo lo asaltó una duda: ¿será que el SERVICIO es finito, o debe mantenerse sin medición en el tiempo?.

Estaba en esa reflexión cuando entró la llamada de un quejoso que, sin proponérselo con su caso, le daría la respuesta.

Quejoso: don Hipo el hipopótamo.

Don Hipo, un hipopótamo de 500 kilos de peso de temperamento calmado, se dedicaba a la profesión de conductor de vehículos pesados. Cada semana viajaba por todo el reino llevando y trayendo alimentos. Se trataba de una labor de bastante cuidado, porque requería de toda su pericia para no estropear la mercancía. Don Hipo era experto y nunca había sabido lo que era arruinar siquiera una baya. La empresa donde laboraba tenía por costumbre colocar en sus automotores un letrero que decía: *“si tiene alguna queja de nuestro SERVICIO, favor llamar al teléfono “X”*. En sus veintiocho años de estar conduciendo nunca habían llamado para dar una queja, al contrario don Hipo había recibido cartas de felicitaciones de la Compañía por su excelente desempeño.

Un día que transportaba un volumen considerable de frutas de doña TITA la guacamaya, quien había contratado el SERVICIO por primera vez con la Compañía, tuvo el infortunio de estropear varias cajas al colisionar con otro vehículo que afortunadamente no fue de importancia pero cuando entregó la mercancía en el lugar de destino, el cliente verificó el mal estado de algunas de ellas, procediendo a llamar a la gerencia a quejarse por el MAL SERVICIO, prometiendo no volver a contratarlos. El gerente al saber lo ocurrido ofreció disculpas a la cliente y le indicó que le sería devuelto el valor de la pérdida. TITA aceptó sin ocultar su disgusto sin embargo se reafirmó en su decisión de no volver a utilizar sus servicios diciéndole: *que tal si hubiera sido una mercancía difícil de sustituir, con reintegrar su valor no se solucionaría nada*. El gerente aceptó sus razones y se despidió respetuosamente. Ese mismo día llamó a don Hipo y lo recriminó por el mal SERVICIO, sancionándolo por una semana y descontando el valor de la pérdida de su salario.

Don Hipo se quejó con Reinaldo y le decía: cómo es posible que siendo un buen trabajador durante toda mi vida, por una queja se dañe mi reputación y me digan que no brindo un buen SERVICIO. Debieron haberme sancionado, pero no descontar el valor de mi salario puesto que toda mercancía que transporte está asegurada.

Reinaldo llegó a la conclusión que LA EXCELENCIA EN EL SERVICIO no existe, porque lo que para unos es buen SERVICIO para otros no. La EXCELENCIA EN EL SERVICIO vendría a ser la sumatoria de todos los servicios individuales en cualquier momento del tiempo, pero eso jamás se daría porque nadie puede garantizar que una queja se presente en el momento menos pensado, bien sea porque efectivamente se ha tenido alguna falla o aunque no se haya cometido, así lo haga ver el cliente. Por lo tanto habría que diferenciar el cliente nuevo que puede ser ocasional, del cliente antiguo que es quien realmente puede hacer un juicio de valor y calificar de bueno o malo el SERVICIO. El cliente esporádico al recibir un mal SERVICIO por alguien en la Compañía, de inmediato lo asocia a ésta, llevándose una mala imagen de la misma. Por lo tanto esa es la clase de clientes de quienes hay que tener mas cuidado, porque un juicio de valor apresurado puede desmejorar la imagen de aquella compañía que por tradición ha brindado un buen SERVICIO. En resumidas cuentas el SERVICIO no es finito, debe ser permanente.

Hay dos clases de clientes: el cliente interno y el cliente externo. El primero hace parte de la organización y como tal merece recibir un buen trato para que pueda brindar un adecuado SERVICIO. Al segundo que es ajeno a la Organización, está relacionado

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

con ésta directa o indirectamente y es el más importante, porque de él depende el éxito o fracaso de las empresas.

Quejoso: la grulla Ramona

Rosita la danta laboraba como guardiana de SELVÓPOLIS y gracias a su investidura podía controlar la entrada y salida de sus habitantes. Un día Rosita abordó a la grulla Ramona solicitándole su identificación, justamente ese día Ramona no la llevaba y Rosita luego de revisarla no la dejó pasar. Llovía intensamente y la pobre Ramona al no encontrar un refugio cercano, se mojó completamente. Disgustada fue en busca del documento y una vez lo presentó pudo ingresar al reino mirando con indignación a Rosita.

Ramona se quejaba con Reinaldo de Rosita porque según ella le había prestado un mal SERVICIO, sugiriéndole que la cambiara de puesto. Cómo es posible le decía, que conociéndonos desde hace mucho tiempo no me hubiera permitido ingresar, además de haberme manoseado como si ocultara algo.

Reinaldo con ese comentario cayó en cuenta que hay quejosos que no tienen la razón y hacen juicios de valor equivocados, olvidando las responsabilidades de los demás y así se lo expresó a Ramona, que una vez escuchó el mensaje se retiró disgustada. Reinaldo anotó en su cuaderno: en la prestación de un SERVICIO, una cosa es la amistad y otra el deber.

Al rato ingresó la comadreja Rut que se quejaba del mal SERVICIO recibido por parte de Goyo el camaleón, funcionario de una entidad donde ella había elevado una solicitud y aunque no era de su competencia resolverla, estaba en la obligación de haberla orientado. De esa situación Reinaldo tomó los siguientes apuntes:

Quien tiene como tarea ofrece un SERVICIO, no debe olvidar que: así no sea de su competencia, debe buscar la manera de resolver las inquietudes del cliente y si desconoce la manera de hacerlo, debe indicarle quien puede hacerlo y no enviarlo a un lugar equivocado para que comience a “rebotar” de un lado para otro sin lograr una respuesta a sus inquietudes.

Quejoso: Rita la cuerpo espín quien, fue a cancelar un recibo en una entidad Financiera y después de haber permanecido en la fila por largo rato llegó donde YITO el cajero del banco, un armadillo de mirada hostil, quien le dijo que esa clase de documentos no se recibían en la entidad. Rita arrojaba espinas de la indignación. ¿Cómo es posible que después de tan prolongada espera no hubiera sido enterada para no perder tiempo?. Que mal SERVICIO el que ofrecen, protestó retirándose del lugar.

Reinaldo estuvo de acuerdo con que se había prestado un mal SERVICIO por falta de una adecuada señalización, en la que se informara al usuario del SERVICIO, por algún medio de comunicación como carteles, pancartas o por parte de algún funcionario, sobre esa clase de solicitudes. Rita también tuvo culpa, porque presentó cierta pasividad al no haber preguntado antes de hacer la fila. Reinaldo se acordó de un caso parecido sucedido a Renata su esposa en días pasados, cuando había llegado a su casa echando chispas de la ira porque después de haber aguardado largo

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

rato para ser atendida por el cajero de un banco, al llegar a la ventanilla éste le dijo que su solicitud debía presentarla en otra ventanilla y cuando se dirigió a ella ya habían cerrado.

*El SERVICIO indudablemente requiere de canales de comunicación hablados o escritos para que sea más dinámico y efectivo frente al cliente externo.*

Quejoso: Otoniel el coyote.

Se quejaba del deficiente SERVICIO por parte de Policarpo el cartero, un canguro que había llegado a esa selva hacía muchos años y cada vez que lo enviaban a entregar encomiendas, dejaba algunas de ellas en lugares equivocados por el afán de terminar rápido. Esa situación la había corroborado Otoniel, porque a otros habitantes del reino les había sucedido lo mismo, ocasionando graves perjuicios.

¿Qué ocurrió?. Que Policarpo aunque efectivamente cumplía con su trabajo al entregar todos los encargos, cometía imprecisiones que ponían en tela de juicio la imagen y la efectividad de la empresa para la cual laboraba.

Reinaldo tomó la siguiente nota en su cuadernillo:

*Un buen SERVICIO es sinónimo de agilidad, prontitud y eficiencia, y cuando alguno de ellos falla se convierte en un mal SERVICIO.*

Reinaldo se acordó de Fita su hija, que cada vez que Renata le preguntaba si había cumplido con sus deberes de estudiante, le contestaba que sí, y efectivamente al verificar las tareas estaban hechas, pero su contenido no correspondía a lo solicitado, lo que significaba que Fita en realidad no cumplía con sus compromisos, todo por el afán de irse a jugar con sus amiguitas.

De esa situación Reinaldo concluyó que: *para que un SERVICIO se preste como es debido, se requiere compromiso, responsabilidad y exactitud. Quien presta un SERVICIO a las carreras en realidad está trastornando el normal funcionamiento de aquellas empresas que se esmeran por presentar una imagen de eficacia y eficiencia.*

No hay que olvidar que en el momento que estemos ofreciendo un SERVICIO, debe haber vocación, como el caso de doña Liboria la gorila, quien adoptó a un bebe orangután que había encontrado casi moribundo en un rincón de la selva, expuesto a todos los peligros. Liboria tenía un corazón tan generoso que ayudaba a cuanta criatura desprotegida e indefensa que hallaba, sin esperar retribución diferente, a la satisfacción de servir a los demás.

Quejoso: Don Teo el zorrillo.

Don Teo se quejaba de Baudilio el topo recaudador de impuestos, que maltrataba a los usuarios y en vez de prestar un SERVICIO a SELVÓPOLIS, abusaba de su investidura, cuando iba a visitar a algún deudor no escatimaba esfuerzos para obligarlo a que pagara, no importando la situación económica en que estuviera. Don Teo se encontraba en dificultades económicas y a pesar de saberlo Baudilio, presionaba en los cobros sin dar mayores opciones de pago. Si la filosofía del reino se basaba en la protección y apoyo a la comunidad ¿por qué Baudilio se empeñaba en complicar las cosas?.

¿Qué ocurría?. Sencillamente que a Baudilio se le había subido el cargo a la cabeza y confundía la función de SERVICIO con el AUTORITARISMO, porque una cosa es

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

presionar para que pague el moroso que tiene forma de hacerlo y otra bien distinta es obligarlo a cumplir con un pago cuando no se tiene forma de hacerlo, por lo menos en el corto plazo.

Reinaldo anotó en su cuadernillo:

*Cuando El SERVICIO se coloca en cabeza de alguien que representa a una Compañía, dicho funcionario está obligado ética y moralmente a hacerlo con diligencia y espíritu de justicia, comprometiéndose a dar lo mejor de sí con esmero, brindando un SERVICIO de calidad.*

Quejoso: tortuguin.

El último quejoso que atendió Reinaldo fue don TORTUGUÍN, quien tenía una tienda de abarrotes con toda clase de surtido, se quejaba porque pagaba un arriendo muy elevado mientras que las ventas eran escasas.

Reinaldo indagó por el SERVICIO y don Tortuguin respondió que él se preocupaba por atender bien al cliente ofreciendo un SERVICIO de máxima calidad y sin embargo no obtenía buenos resultados. Reinaldo conocía a don Tortuguin y sabía que a pesar de ser muy atento, tenía el defecto de ser demasiado lento y eso hacía que los clientes se exasperaran por su tardanza en la atención prefiriendo retirarse.

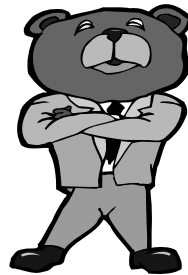
Reinaldo hizo sus últimas anotaciones:

*Definitivamente un SERVICIO en el cual no se encuentren elementos como: la celeridad y efectividad no va a dar resultados positivos. Todo esfuerzo en beneficio del cliente requiere de dichos elementos para ser eficiente.*

El cliente interno hace parte de las organizaciones y de su decidido compromiso en el cumplimiento del deber depende la buena o mala imagen que éstas proyecten, siendo el cliente externo lo más importante para que subsistan. De ahí la importancia que se brinde un buen SERVICIO.

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

### EL SIGNIFICADO DE UNA SONRISA



En Selvópolis los animales tenían la dificultad de no poder expresar el sentimiento de alegría porque no podían reír, carecían de ese don, su naturaleza se lo impedía, convirtiéndose en un problema para la prestación de un buen SERVICIO ya que la sonrisa se constituye en factor importante para cumplir con tal propósito.

¿Pero cómo superar tal escollo?

Reinaldo sabía que la sonrisa se constituía en un factor motivacional y con solo producirla en forma EXPONTANEA se abrirían muchas puertas, se harían amistades, se limarían asperezas y en fin, era la piedra angular para mejorar los problemas del SERVICIO en aquella comarca.

Envío varios emisarios al mundo de los humanos con el ánimo de saber cómo imitarlos, encargando a Sacarías el oso gris y Demetrio el chimpancé, que por su estructura ergonómica y la posibilidad de andar en dos patas les facilitaba conseguir la información, por lo que se disfrazaron de personas para no ser reconocidos y se fueron a investigar.

Lo primero que encontraron fueron dos hombres que estaban libando en una taberna. Desde afuera se escuchaban sus carcajadas. Sacarías y Demetrio se ubicaron en una mesa alemana, observando aquellos rostros desencajados de tanto reír y pidieron de la misma bebida que tomaban aquellos dos parroquianos, el traductor era el chimpancé quien había aprendido el dialecto por uno de sus primos que habitó con los humanos por mucho tiempo.

Trataron de reír y los músculos de sus caras no respondieron, faltaba algo, ¿pero qué sería?. Siguieron intentándolo, de sus hocicos salía la expresión de risa: ja, ja, ja, ja, pero no sentían nada. Tomaron apuntes de las actitudes de esos dos humanos y luego se marcharon a seguir explorando. Por el camino encontraron a un viejo que descansaba debajo de un puente y al aproximarse, éste les solicitó dinero. Demetrio traía bastante del que reunió su pariente y que nunca utilizó porque le parecía muy graciosa aquella forma de comerciar. Demetrio extendió su mano peluda cubierta con un guante para no delatarse entregando bastantes monedas a aquel hombrecillo. Era una suma considerable y al recibirlo el anciano esbozó una sonrisa de agradecimiento. Sacarías apenas lo miraba y Demetrio simulando un tono de voz parecido al humano preguntó: ¿por qué te ríes?. El viejo contestó: de alegría. El chimpancé sacó de uno de los bolsillos de su pantalón otro fajo de dinero y al verlo el viejo exclamó: ¡que

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

cantidad!. El chimpancé le dijo: si me contestas una pregunta te lo doy todo. ¿Cuál? preguntó ansioso el vejete. ¿De dónde proviene tu risa?. El anciano permaneció en silencio por un momento, le causaba extrañeza tal pregunta, sin embargo contestó: la risa es una expresión NATURAL motivada por un sentimiento que surge en los individuos causada por algún hecho o acontecimiento que los hace tener tal reacción. Demetrio entregó el dinero y se despidió, Sacarías apenas hizo una venia tomando apuntes en el cuaderno que le había dado Reinaldo, y como estaban cansados de andar en dos patas, hicieron otras indagaciones y regresaron al reino para no ponerse en evidencia.

Tan pronto como llegaron fueron recibidos por Reinaldo, quien estaba ansioso por saber como les había ido en su misión. Los dos contaron lo que había sucedido y Sacarías entregó el cuaderno a Reinaldo quien leyó el contenido, sus ojos se fijaron en la frase: *la risa es una expresión NATURAL motivada por un sentimiento que surge en los individuos causada por algún hecho o acontecimiento que los hace tener tal reacción.*

Reinaldo analizó dicha frase y la relacionó con el SERVICIO. Pensó que no podía haber un SERVICIO plenamente aceptado sin tener en cuenta aquel sentimiento natural que hace que sea espontáneo.

Si sonreír es algo que no podían expresar los habitantes de Selvópolis ¿cómo hacer para sustituir la risa por algo expresivo?.

Reinaldo decidió entonces crear una fábrica de máscaras con todas las caras de los animales del reino con expresiones de alegría, de tal manera que cada habitante contara con la suya, para expresar sentimientos de agrado y propagando su empleo en el reino.

*Cuando en la prestación de un SERVICIO interactúan varios individuos para ofrecerlo a un mismo cliente, se puede correr el riesgo de que el servicio se deteriore.*

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

### LA COQUETERÍA EN EL SERVICIO



Los seres de aquella selva mostraban agrado por sus congéneres y lo expresaban de manera diferente.

En cierta oportunidad, Alirio el puma cajero de una entidad bancaria tuvo inconvenientes con un cliente porque éste se quejó a la gerencia del mal SERVICIO. El gerente preguntó el motivo de su descontento y el quejoso un oso hormiguero que tenía los pelos parados por la indignación causada, le comentó que Alirio se la pasaba coqueteando con cuanta atractiva fémina se acercaba a su cubículo retardando la atención. No era la primera vez que ocurría, en reiteradas oportunidades había sucedido, ya que Alirio tenía la costumbre de demorarse atendiendo alguna chica con el fin de conquistarla. En oportunidades se ausentaba a contestar el teléfono causando malestar al no evacuar con prontitud a los usuarios porque “rayaba” en el descaro de atender primero a las chicas atractivas sin importarle los demás clientes.

Ante tal situación al gerente no le quedó mas remedio que reubicarlo en otra labor para evitar el deterioro en la prestación del SERVICIO, no sin antes amonestarlo por esa conducta poco ética.

Definitivamente la prestación de un SERVICIO requiere de personal capacitado y entrenado para tal fin, que tenga claro cual debe ser su posición frente al cliente externo, ofreciendo la mejor imagen sin comprometerse con nadie para evitar sesgar el SERVICIO.

Reinaldo consideraba que el SERVICIO repetitivo tiende a generar lazos de amistad entre el cliente interno y el cliente externo, que dificultan su prestación porque deja de ser objetivo e imparcial.

Reinaldo escribió en su cuaderno: *en la prestación de un SERVICIO se requiere que haya rotación del personal para evitar no solo el cansancio del cliente interno, sino que se disminuya la efectividad en la prestación del mismo al considerarse indispensable en el cargo.*

#### **La parte positiva de la coquetería en el servicio.**

**Maciel** la chimpancé trabajaba como vendedora de seguros de vida, utilizando una vestimenta llamativa. Cada vez que iba a visitar a un cliente se acicalaba lo mejor posible y coqueteaba con los clientes como estrategia para lograr la venta.



## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**

En cierta oportunidad visitó al orangután Peter, a quien consideraba un cliente difícil y tuvo que esperar pacientemente hasta que descendió de un árbol muy alto y pudo ofrecerle sus servicios. Su simpatía era tal que logró convencerlo de la necesidad de adquirir un seguro de vida, máxime si tenía en cuenta que en la altura en que vivía podía tener algún contratiempo y dejar desprotegido su núcleo familiar. Maciel era carismática, sabía aprovechar sus condiciones innatas y eso la convertía en una buena vendedora. Contaba con dos herramientas fundamentales para ofrecer un buen SERVICIO: *su capacidad como vendedora para persuadir al cliente y su belleza natural.*

# SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

## LA DINÁMICA



A Reinaldo se le ocurrió formar dos grupos con los directamente afectados para efectuar algunas dinámicas en procura de mejorar el SERVICIO. Los primeros se auto – denominaron: **los inconformes** integrado por los quejosos y el otro grupo por **los emprendedores** conformados por aquellos que prestaban sus servicios y de quienes se quejaban.

La dinámica consistía en que el primero de los grupos debía presentar un listado de las principales dificultades en el SERVICIO y el segundo, de las equivocaciones, con el propósito de aportar entre todos las ideas fundamentales que harían parte del fundamento legal del MINISTERIO DEL SERVICIO que Reinaldo estaba interesado en crear, obteniéndose el siguiente resultado:

### Dificultades en el SERVICIO:

- ♦ Con frecuencia se presentan roces entre el cliente interno y el cliente externo lo cual es inevitable, pues en cualquier momento surgen inconvenientes que se deben afrontar con tacto y de manera diligente.
- ♦ Otro problema es la objetividad para decidir quién tiene la razón frente a una discusión, si quien presta el SERVICIO o quien lo recibe.
- ♦ Aunque se brinde un buen SERVICIO el quejoso lo puede hacer ver como deficiente.
- ♦ En oportunidades el cliente presiona para ser atendido con celeridad, argumentando que tiene premura, saltando los conductos regulares.
- ♦ Hay quienes se dedican a desinformar generando una imagen negativa del SERVICIO.
- ♦ El atender muchos clientes simultáneamente, en ocasiones dificulta y desmejora la prestación de un buen SERVICIO.
- ♦ El SERVICIO se dificulta cuando se tiene que atender a clientes desagradables e incultos.
- ♦ Cuando el cliente interno tiene que soportar presiones al recibir instrucciones contradictorias.
- ♦ La falta de elementos de trabajo o la obsolescencia de los mismos, hace que el cliente interno no brinde un SERVICIO de calidad.
- ♦ La revisión excesiva para dar curso a algún trámite, hace que el cliente externo se impaciente y se originen conflictos con el cliente interno.
- ♦ Cuando no hay una adecuada comunicación entre quienes ofrecen un servicio, se puede correr el riesgo de que lo presten deficientemente.
- ♦ Quien presta un servicio debe tener en cuenta que lo primero es el cliente y no discutir con él, porque aunque no tenga la razón, la imagen de un buen servicio se la concede.

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

- ♦ Cuando se tiene desconfianza en el cliente interno el servicio se deteriora.
- ♦ Si los clientes no dicen lo que piensan y actúan negativamente, el SERVICIO se torna complejo porque se desconoce el motivo de su disgusto.
- ♦ Cuando el cliente interno no goza de buena salud vive amargado y no brinda un SERVICIO que sea eficiente.
- ♦ El no escuchar las inquietudes de los clientes, impide saber si se está prestando un buen o mal SERVICIO, para mantenerlo o mejorarlo.
- ♦ Cuando un directivo se encierra en su oficina e ignora lo que sucede con la prestación del SERVICIO está permitiendo que se desmejore.
- ♦ Hay que aprender a conocer al cliente externo para no cometer indiscreciones.
- ♦ Cada queja se convierte en un inconveniente cuando no se mejora la calidad del SERVICIO.
- ♦ Hay clientes reticentes que no colocan la queja pero si hablan mal del SERVICIO.
- ♦ Otra dificultad es cuando el cliente externo inventa malos tratos y manipula para ser atendido.
- ♦ El cliente inconforme que nunca está satisfecho con el SERVICIO busca siempre lo negativo y cualquier esfuerzo para convencerlo de lo contrario es infructuoso.
- ♦ Hay quienes sin tener argumentos se quejan del SERVICIO, todo porque no obtienen lo que desean.
- ♦ El trato descortés afecta negativamente el SERVICIO y en oportunidades quien ofrece un mal servicio oculta su identidad para no ser sancionado.
- ♦ El cliente que siente que nadie hace nada por el y no escuchan sus razones.
- ♦ El cliente que llega en estado de embriaguez a generar malestar en la prestación del SERVICIO.

*Si el mal genio aparece en la prestación de un servicio no permita que lo contagie, porque la imagen de un buen servicio se desvanece. Escuche calmadamente entienda la posición del cliente. Sin una adecuada comunicación no se logra un servicio eficiente.*

### **Equivocaciones en el servicio:**

El grupo de los emprendedores llegó a las siguientes conclusiones:

- ♦ Una equivocación en la prestación del SERVICIO, es tener actitud indiferente o una mirada de desagrado hacia el cliente externo lo que en oportunidades es suficiente para que se lleve una imagen negativa de la Organización.
- ♦ Hay quienes no comparten las experiencias en la prestación de un SERVICIO, con el propósito de hacerse indispensable en la prestación del mismo.
- ♦ El cliente interno que alienta al cliente externo para que se queje del SERVICIO.
- ♦ El jefe que no se entera de los problemas en el SERVICIO y toma decisiones erróneas, todo por desconocimiento de la realidad.
- ♦ Hay quienes se ausentan continuamente de los puestos de trabajo, desmejorando la calidad del SERVICIO buscando pretextos para deshacerse del cliente externo y dedicarse a hacer actividades diferentes a las de su cargo.
- ♦ Una mala presentación de la información deteriora la imagen de la organización y dificulta la prestación del SERVICIO.
- ♦ El cliente externo que siendo atendido, permanece en el lugar entorpeciendo la labor de quienes prestan el SERVICIO.
- ♦ El cliente interno que mejora la prestación del SERVICIO cuando está supervisado y cuando no, lo desmejora.
- ♦ La inadecuada utilización del vocabulario por parte del cliente interno, hace que se tenga un SERVICIO poco creíble.

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

- ♦ Las excesivas explicaciones confunden al cliente externo.
- ♦ Un factor nefasto para el buen SERVICIO es cuando alguien que lo está prestando bien, no recibe mensajes de aliento.
- ♦ El cliente externo que inicia un diálogo con el cliente interno y que al final termina discutiendo con éste.
- ♦ El cliente interno en oportunidades se sale de quicio por presión del cliente externo, que no espera que inicie la jornada habitual cuando ya quiere ser atendido utilizando términos displicentes.
- ♦ El cansancio de brindar un SERVICIO permanente hace mella en quien lo ha ofrecido diligentemente.
- ♦ Quien se toma atribuciones que no le corresponden en la prestación de un SERVICIO.
- ♦ Una de las grandes equivocaciones en el SERVICIO es pensar que quien inicia motivado se va a mantener así y no se efectúan los respectivos ajustes para oxigenar al personal a cargo. Quien no está motivado cuando presta un servicio debe tener por seguro que su labor es improductiva.
- ♦ Cuando una solicitud no es atendida o una explicación no es dada a tiempo por distracción de quien atiende.
- ♦ Quien ofrece un servicio debe hacerlo diligentemente dejando a un lado los propios intereses.
- ♦ El informar al cliente externo después de una larga espera que su trámite no se puede efectuar en dicho lugar.
- ♦ Quien prestando un SERVICIO muestra inseguridad en lo que afirma.
- ♦ El que atiende con gentileza y ofrece una deficiente información por falta de capacitación, hace ver el SERVICIO como algo negativo.
- ♦ Quien tiene la exclusividad en la prestación de un SERVICIO y se da el lujo de despreciar al cliente externo enviándolo a otra parte, porque no se quiere comprometer.
- ♦ Quien se compromete a dar un SERVICIO cuando no está en condiciones de hacerlo.
- ♦ Quien llega tarde a prestar un SERVICIO y se toma su tiempo para ofrecerlo.
- ♦ El excesivo tiempo de espera por lentitud o exceso de trabajo, hace que el cliente externo se desespere y proteste.
- ♦ Tratar al cliente externo con apatía desmejora la calidad del SERVICIO. (Desaire).
- ♦ Tratar a los clientes con ínfulas de superioridad.
- ♦ Utilizar un diálogo poco entendible.
- ♦ Caer en la rutina y trabajar en forma mecánica.
- ♦ Ceñirse al reglamento sin tener en cuenta al cliente externo.
- ♦ Ser evasivo con el cliente externo.
- ♦ Hay clientes internos a quienes les agrada más contestar negativamente que positivamente.
- ♦ El excesivo papeleo deteriora la prestación del SERVICIO.
- ♦ El estar deprimido y enojado se manifiesta en la prestación de un SERVICIO.
- ♦ Cuando no se presta un SERVICIO a un ritmo constante.
- ♦ Cuando se espera que las cosas sucedan en forma ordenada y predecible y no se prevén posibles inconvenientes en la prestación de un SERVICIO.
- ♦ La terquedad queriendo demostrar que siempre se tiene la razón.
- ♦ El volverse distante con el cliente externo.
- ♦ Al cliente externo le molesta que lo consideren un problema.
- ♦ Reírse o quitarle importancia a las inquietudes del cliente externo.
- ♦ No se debe menospreciar al cliente externo, por el contrario se le debe tratar con respeto y actitud complaciente.
- ♦ Cuando hay un manejo excesivo de documentos, el SERVICIO comienza a perder efectividad.
- ♦ Una indumentaria inapropiada hace que el SERVICIO

## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**

- se vea deficiente.
- ♦ Cuando el SERVICIO se confía a terceros se puede ver perjudicado.

Reinaldo después de haber escuchado a los grupos procedió a solicitar a su asistente, el caimán Lotario que pasara a limpio lo expuesto por cada grupo.

# SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

## VISIÓN DEL SERVICIO



Frente a este tema, Reinaldo hizo un análisis prospectivo recogiendo ideas de lo que debería ser el SERVICIO en un mediano plazo.

Escribió en un tablero :

- ♦ El SERVICIO debe ser de calidad. Quienes presten algún SERVICIO deben ser conocedores de los procesos en forma integral. Se debe contar con herramientas informáticas modernas y procesos sistematizados integrados. El servicio debe ser equitativo, transparente, regido por normas. Debe contribuir al desarrollo sostenible de la organización.
- ♦ Se debe planificar la prestación del servicio en forma eficiente, eficaz y productiva. El aprendizaje dirigido a mejorar el servicio debe ir acorde con las necesidades de la organización donde haya auto-capacitación permanentemente.
- ♦ Se debe procurar reducir hasta donde sea posible, las quejas y reclamos en el SERVICIO.
- ♦ Disponer de una infraestructura que permita hacer más funcional y oportuna la prestación del SERVICIO.
- ♦ Debe existir una política corporativa claramente definida en materia del SERVICIO. Se debe buscar al máximo la satisfacción del cliente.

# SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

## LA ATENCION AMABLE



Reinaldo invitó a los quejosos y a su contraparte a una conferencia sobre atención amable, para ello escogió como expositor a Pancracio un cien pies con grandes capacidades oratorias, quien expresó lo siguiente:

La Atención amable es sinónimo de cordialidad, sencillez, amor y agrado para realizar cualquier tipo de actividad que involucre a quienes prestan un SERVICIO y para ello se requiere:

- ♦ Conocer integralmente las funciones y procedimientos que permitan al cliente externo recibir clara y oportunamente la información solicitada.
- ♦ Ser cordial y respetuoso en todo momento.
- ♦ Capaz de brindar soluciones a las inquietudes de los clientes.
- ♦ Creativo, positivo, entusiasta y responsable.
- ♦ Capaz de aceptar errores y enmendarlos.
- ♦ Puntual y disciplinado en el trabajo.
- ♦ Capaz de mantener el interés en el trabajo que realiza, sintiendo que es importante tanto para él como para los demás.
- ♦ Saber escuchar al cliente cuando exponga su caso, suministrando información veraz y oportuna.
- ♦ Saber informar al cliente.
- ♦ Tener la capacidad de abordar a los clientes y orientarlos.
- ♦ Manejar apropiadamente los medios de comunicación.
- ♦ Debe ser un conocedor del manejo de las herramientas informáticas que estén a su disposición
- ♦ Ser ágil y recursivo.
- ♦ Atento a cualquier cambio en los procedimientos actualizándose permanentemente.
- ♦ Manejar situaciones complejas en la relación con los clientes. Tener sentido de identidad y pertenencia.
- ♦ Control de sí mismo bajo presión.
- ♦ Seguro de sí mismo.
- ♦ Saludar al cliente externo con gentileza, utilizando un tono de voz apropiado.
- ♦ Debe preguntar el motivo de su presencia en el lugar.
- ♦ Respetar los turnos correspondientes.
- ♦ Aclarar inquietudes, recibir solicitudes o indicar si puede resolver su caso o quien puede hacer lo.

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

- ♦ Despedirse con amabilidad. Debe mantener la política institucional en lo referente al mejoramiento del SERVICIO. Se hace necesario un ambiente físico y laboral conveniente.
- ♦ Una adecuada señalización para identificar la prestación de los servicios. Se necesita que los procesos fluyan normalmente (integrados y secuenciales). Comodidad y seguridad para el cliente.
- ♦ Ofrecer servicios complementarios.
- ♦ Se requiere una planta de individuos previamente y suficientemente capacitados en el SERVICIO.
- ♦ Conformar un grupo interdisciplinario que tenga aptitudes en materia de SERVICIO, de acuerdo con perfiles previamente establecidos.
- ♦ Capacitar a quienes sean seleccionados en manejo de grupos, de herramientas informáticas y en el trato.
- ♦ En el servicio debe haber profesionales involucrados y no pensar que es un trabajo solo para auxiliares.
- ♦ Debe darse Inducción en los procesos relacionados con los servicios que se prestan a los clientes.
- ♦ Planear el trabajo desarrollando las labores en forma ágil, eficiente y oportuna, proyectando una buena imagen del SERVICIO al cliente externo, para lo que se requieren los siguientes pasos:
  1. Tener un puesto de trabajo organizado.
  2. Jornada de trabajo adecuada, en donde no se deterioren los niveles de atención y se permita dar un cubrimiento a los requerimientos de los clientes.
  3. Ubicación de las herramientas de trabajo en forma apropiada para laborar de manera más cómoda y eficiente.
  4. Disponer y desplegar estratégicamente formatos plegables y demás documentos facilitando su entrega oportuna a los clientes externos.
  5. Atender en forma ordenada siguiendo unos turnos establecidos.
  6. Acordar estrategias a seguir en cuanto a programas a gran escala, con el fin de evitar que hayan congestiones y represamientos de documentos, haciendo más funcional y operativo el SERVICIO.

Para mejorar la imagen institucional por medio de la atención amable se requiere:

- ♦ Trabajar estrechamente con quienes brindan atención al cliente, escuchándolos y ofreciéndoles alternativas de mejoramiento para beneficio del cliente externo. Informar al cliente externo por medio escrito todo lo referente a la agilización de trámites, plazos para el cumplimiento de sus obligaciones, normas legales, etc. Contactar al cliente externo para enterarlo de los servicios en materia informática a su disposición (páginas en Internet, página web, correo electrónico, la dirección donde se pueden comunicar, etc).
- ♦ Evaluar y solucionar las quejas y reclamos presentadas.
- ♦ Evaluar y poner en práctica las sugerencias de los clientes.



# SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

## REFLEXIONES SOBRE EL SERVICIO

### (LA REUNIÓN)



Reinaldo presentó a los asistentes, las siguientes reflexiones en procura de mejorar el servicio, las cuales fueron leídas por Lalo el gallinazo:

- La relación cliente interno - externo debe ser armoniosa para evitar contradicciones que perjudiquen el SERVICIO.
- Un SERVICIO debe ser bueno y para mantenerse se requieren correctivos evitando su deterioro.
- Cuando un buen SERVICIO no es permanente su calidad se disminuye.
- La agresividad del cliente externo puede generar ofuscación en aquellos clientes internos que aún no han asimilado bien la cultura del SERVICIO.
- En el SERVICIO se aconseja no colocar individuos con actitudes primarias, porque muestran con facilidad su verdadero temperamento perjudicando la prestación del SERVICIO.
- Quien presta un SERVICIO debe considerarse un líder (autoestima).
- La diferencia entre éxito y fracaso en la prestación de un SERVICIO es cuestión de sensibilidad, actitud, sinceridad.
- Cambiar con cierta regularidad la ubicación de los objetos es factor motivacional para prestar un buen SERVICIO.
- Quien presta un SERVICIO ante todo debe saber que adquiere un compromiso con él mismo y con los demás.
- En el SERVICIO hay quienes aspiran acaparar los mejores medios y espacios para la atención al cliente. El SERVICIO debe ser integral y homogéneo.
- Si no hay confianza y colaboración entre los clientes internos, el SERVICIO se deteriora.
- Hay que ser lo suficientemente pacientes para hacer entender al cliente externo que el cliente interno no es el culpable de lo que a él le suceda, y que por el contrario lo que pretende es ayudarlo a solucionar sus dificultades con voluntad y deseo de servir.
- La excelencia en el SERVICIO no existe, siempre habrá que mejorar.
- El SERVICIO es cíclico.
- La atención amable hace parte del SERVICIO y genera satisfacciones. (Amistades).
- Quien atiende público debe tener vocación de SERVICIO.
- El mantener un buen SERVICIO significa estar todo el tiempo buscando su mejoramiento.
- Un mal elemento en el SERVICIO genera discordia e inconformismo.

## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**

- Cuando el que ofrece un SERVICIO no tiene la precaución de acercarse al cliente, pierde la oportunidad de hacer una buena presentación o venta.
- El SERVICIO debe dirigirse al cumplimiento de propósitos comunes.
- El líder en el SERVICIO debe tener como filosofía beneficiar a los demás como si fuera para si mismo.
- El SERVICIO se debe sustentar en valores.
- Se deben crear las condiciones y el ambiente necesario para que el SERVICIO sea eficiente.
- Debe haber comunicación permanente entre los equipos de trabajo que ofrecen el SERVICIO.
- Desarrollar habilidades comunicativas escuchando a quienes solicitan un SERVICIO.
- Diseñar tácticas para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
- Se debe estar mentalizado para prestar un buen SERVICIO.
- Quien solicita un SERVICIO aspira que no tenga que desplazarse por varias partes para poder obtener los resultados que espera.
- Se debe tener una actitud positiva y un carácter alegre en la prestación del SERVICIO al cliente ya que los estados depresivos son contagiosos.
- Se presta un buen SERVICIO cuando se disfruta trabajando con y para otros.
- Hay que ser capaces de colocar al cliente en el centro de atención.
- Se debe tener un alto nivel de energía disfrutando del trabajo a un ritmo apropiado.
- Se debe considerar el SERVICIO como una labor muy importante.
- No se trata solamente de atraer nuevos clientes sino de conservar a los que se tienen.
- Los clientes necesitan sentirse bien recibidos, atendidos con puntualidad, cómodos, ser comprendidos, recibir ayuda, sentirse importantes, ser apreciados, reconocidos y respetados.
- En el SERVICIO al cliente se deben promover las sugerencias para mejorar.
- Hay que recibir con amabilidad cualquier queja.
- Hacer hasta lo imposible por atender bien al cliente, con la seguridad que repercute positivamente en el SERVICIO.
- Sonreír hasta en los momentos que no se tengan deseos.
- Aceptar horarios flexibles.
- Ofrecer un SERVICIO que vaya más allá de lo que los clientes esperan.
- Explicar los beneficios y características de los servicios que se prestan.
- Hay que asegurarse de cumplir el compromiso para con el cliente.
- Hay que escuchar las quejas, ofrecer disculpas, darse por enterado, explicar que se hará lo necesario para resolver cualquier problema y agradecer al cliente por haberle dado a conocer su problema.
- Se necesita tener una visión del trabajo en la cual se crea.
- Hay que ser creativos y romper la rutina.
- Cultivar los valores para lograr liderazgo en el SERVICIO.
- Se debe tener criterio para prestar un buen SERVICIO.
- En la prestación del SERVICIO, la mayor parte de sus integrantes deben ser productivos sin necesitar de un líder.
- Se necesita voluntad para ofrecer un buen SERVICIO, persistencia, empatía, poder de persuasión, conocimiento, integridad.
- Hay que amar lo que se hace.
- Hay que tener mentalidad para el SERVICIO y espíritu emprendedor.
- Quien presta un SERVICIO debe tener en claro un alto nivel de responsabilidad.

## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**

- Demasiadas normas o deficiencia de ellas desmejoran el SERVICIO.
- El SERVICIO debe ser confiable, tener buena apariencia, prontitud de respuesta, seguridad para transmitir lo que se desea, atención individualizada.
- El cliente juzga la confiabilidad del SERVICIO después de experimentarlo.
- Un SERVICIO poco confiable es un mal SERVICIO.
- Mejorar el SERVICIO es mejorar el desempeño.
- La tecnología contribuye a agilizar el SERVICIO, al automatizar o eliminar los sistemas manuales que causan errores.
- Quien presta el SERVICIO debe tener la suficiente información y conocimiento.
- La confianza en sí mismo es un factor motivacional repercutiendo positivamente en el SERVICIO.
- El cliente no siempre tiene la razón pero, de todas maneras, hay que prestarle un buen SERVICIO.
- Hay que ver a través de los ojos del cliente y desde su punto de vista, colocándose a su lado.
- Los clientes son comprensibles cuando saben que se están haciendo esfuerzos para brindarles un buen SERVICIO.
- El SERVICIO debe ser continuo e integral, satisfaciendo plenamente de las necesidades y expectativas de los clientes.
- La presentación de un buen SERVICIO debe conducir a asegurar la lealtad del cliente.
- Conocer a profundidad a los clientes, realizando investigación permanente y sistemática sobre ellos.
- Hay que crear estrategias y hacer seguimiento a los niveles de satisfacción.
- Generar la participación de los clientes internos en la presentación del SERVICIO.
- La auditoria del SERVICIO es uno de los elementos fundamentales en un programa de SERVICIO al cliente. Es el conjunto de estrategias diseñadas para escuchar al cliente y conocer cómo recibe el SERVICIO.
- Para prestar un buen SERVICIO se hace necesario determinar los índices y evaluar periódicamente la satisfacción y competitividad.
- Se siente bien cuando se es felicitado por el cliente.
- En la forma de hacer las cosas se valora la calidad del SERVICIO.
- Cuándo existe una visión del SERVICIO y el cliente externo está primero, se espera un SERVICIO de calidad.
- La imposición para prestar un buen SERVICIO genera distorsiones en su prestación.
- Los clientes compran EL SERVICIO que les interesa y beneficia.
- Cada quien tiene sus propias razones y opinión de un SERVICIO y no las que le quieren hacer ver.
- El cliente siempre está dispuesto a pagar por un SERVICIO de calidad.
- Hay que satisfacer al cliente y protegerlo.
- Se debe tener una visión prospectiva del SERVICIO.
- Se debe contar con un archivo de clientes y brindarles SERVICIO permanente.
- Al cliente que piensa que no lo escuchan o no creen lo que dice, debe demostrársele con hechos que el SERVICIO ha mejorado.
- Las promesas que no se cumplen generan insatisfacción en el cliente.
- Hay que tener contacto permanente con el cliente externo para ayudarlo a solucionar sus dificultades.

## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**

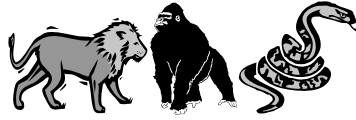
- Una equivocación por parte del cliente interno podría convertirse en una experiencia positiva que el cliente externo puede asimilar bien.
- Al cliente le agrada que lo atienda quien tiene la capacidad para solucionar sus inquietudes o dificultades.
- Hay quienes están deseosos por ayudar al cliente externo y no están interesados que les reconozcan su gestión.
- Hay quienes no están interesados en resolver los problemas del cliente y la imagen de un SERVICIO que pudo ser bueno se deteriora.
- No se debe interrumpir al quejoso, no importa lo que desee expresar.
- Si alguien presta un servicio deficiente, no culpe al compañero o la organización que representa, si lo hace el cliente externo escuche sus razones sin entrar a controvertir.
- No utilice la palabra problema cuando en realidad no existe. Aunque en la prestación de un SERVICIO no dejan de haber dificultades, trate de minimizarlas.
- Llegue a acuerdos de solución con el cliente, analice ventajas y desventajas.
- No explique como se produjo el error, busque soluciones.
- Comunique lo que puede hacer, no aquello que no puede realizar.
- En la prestación de un SERVICIO no hay que tratar de hacer las cosas, hay que hacerlas lo mejor posible.
- Hay que ver la prestación del SERVICIO hacia futuro para mejorarlo.
- Tome su tiempo para solucionar un problema no se acelere por hacerlo rápido, porque desconfiarán de la efectividad de su gestión, haga seguimiento y supervisión a la solución ofrecida.
- Aprenda de sus errores, nadie gana siempre.
- Es mejor que sus clientes se quejen con usted, de esa forma puede brindar los correctivos en la prestación del SERVICIO.
- Hay que aprender a manejar emocionalmente al cliente con actitudes irracionales, luego solucione sus dificultades.
- No se razona con alguien que está enojado, Utilice su experiencia para persuadirlo y lograr calmarlo.
- No discuta con el cliente, busque soluciones.
- Los clientes que se sienten atacados reaccionan desmintiendo, culpando o contraatacando.
- No hay que disminuir el valor de lo que el cliente dice.
- No tome como algo personal la queja del cliente.
- Trate al cliente como si formara parte de la organización.
- Pida ideas para mejorar el SERVICIO.
- La calidad del SERVICIO no es un destino, es un viaje sin final.
- Hay que tener imaginación para resolver los problemas del cliente.
- Se debe estar plenamente convencido que un SERVICIO es bueno, para ofrecerlo de igual manera.
- Un SERVICIO eficiente genera rentabilidad y contribuye al desarrollo y crecimiento de las organizaciones.
- La magia del SERVICIO debe consistir en dejar la mejor impresión en el cliente.
- El Titanic del SERVICIO significa que no debe haber exceso de confianza en la prestación del mismo, se debe estar alerta para no ir a colapsar.
- La estética del SERVICIO tiene que ver con la prestación de un SERVICIO en las mejores condiciones, haciéndolo agradable a los ojos del cliente externo.
- La filosofía del SERVICIO debe ser siempre la satisfacción del cliente.

## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**

- Principios básicos del buen SERVICIO son: la pulcritud, la eficiencia, la celeridad y la efectividad, acompañados de la humildad como principal virtud.
- Un buen SERVICIO impacta en el mercado de manera positiva.
- El cumplimiento de las promesas repercute positivamente en la prestación del SERVICIO.
- Lo indeseable del SERVICIO tiene que ver con las actitudes individuales frente a las dificultades que se suscitan en la prestación del mismo.
- Lo deseable de un SERVICIO es la satisfacción del deber cumplido, sea o no reconocido.
- La armonía en el SERVICIO se presenta cuando hay compatibilidad entre el cliente interno y el cliente externo.
- Para que haya un SERVICIO de calidad se deben asignar recursos e implantar acciones de mejoramiento (proyectos de servicio) y toma de decisiones.
- El cliente externo se convierte en un multiplicador positivo o negativo del SERVICIO.
- Para que se hable bien de un SERVICIO, ante todo se requiere de credibilidad.
- Para la prestación de un SERVICIO eficiente se requiere de adiestramiento.
- Premiar el buen SERVICIO es un incentivo para quien lo ofrece y se convierte en un factor motivacional.
- Debe haber un perfil de los puestos de trabajo estrechamente relacionado con el SERVICIO.
- Se deben tener en cuenta los aportes de los clientes para mejorar el SERVICIO.
- Mensajes de SERVICIO (Lemas), como por ejemplo: hacemos las cosas bien, pensamos en su bienestar, el cliente está primero etc., son mensajes que al cliente le agrada ver o escuchar.
- En la prestación de un SERVICIO debe haber una constante retroalimentación.
- El estrés en el SERVICIO se puede evitar efectuando continuas rotaciones en quienes lo prestan.

## SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

### LA FIESTA DE INTEGRACION



Reinaldo ofreció una fiesta a los habitantes de SELVÓPOLIS para estrechar los lazos de amistad entre sus habitantes y mejorar las relaciones entre ellos.

En la fiesta el ñu se presentó con un traje lujoso llevaba sus cachos brillantes, se había aplicado vaselina. Doña jirafa lucía su vestido de pepas amarillo y masticaba una hoja de laurel para mantener buen aliento. Ronald el ciervo, iba acompañado de una bella amiga sin poder ocultar el tic nervioso que tenía. Rita se había colocado en la cabeza unas flores silvestres quedando bastante exótica. Otoniel el coyote, llevaba un corbatín de color vino tinto que combinaba perfectamente con su traje gris. Don Teo el zorrillo, se había aplicado una colonia con aroma muy agradable. Don hipo llevaba un vestido negro con zapatillas blancas que lo hacían notar entre los presentes.

Todos danzaban al ritmo de la música, la orquesta invitada era la de Pancho el chimpancé que tocaba instrumentos de viento. Reinaldo estuvo acompañado por su esposa e hijos.

Bailaban y bailaban degustando diversos platillos dispuestos para la ocasión, al finalizar la fiesta se habían limado asperezas. Los presentes cambiaron de actitud y prometieron mejorar el SERVICIO aceptando ser más tolerantes, haciendo críticas constructivas, para que en todas las actividades ejercidas en SELVÓPOLIS se presentara un buen SERVICIO, permitiendo aumentar el bienestar de todos sus habitantes.

# SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

## EL MINISTERIO DEL SERVICIO



En cada establecimiento de SELVÓPOLIS se colocaron algunos carteles alusivos al SERVICIO, para recordar a todos que la prestación de un buen SERVICIO era tan importante que nadie podía permanecer ajeno.

Con el tiempo se instauró el MINISTERIO DEL SERVICIO para que velara por su adecuada prestación, dicho ministerio tendría las siguientes funciones:

1. Velar por el adecuado funcionamiento de las instituciones de SELVÓPOLIS, haciendo énfasis en una buena prestación del SERVICIO al cliente, tanto interno como externo.
2. Monitorear el SERVICIO prestado por los particulares, sancionando a quienes no lo brindaran adecuadamente.
3. Ofrecer capacitación permanente a quienes necesitaran orientación en materia del SERVICIO.
4. Desarrollar políticas tendientes a reducir las dificultades y equivocaciones en materia de prestación de algún SERVICIO en particular.
5. Conformar un comité de vigilancia y control en la prestación de los SERVICIOS.
6. Premiar a quienes brindaran el mejor servicio al cliente.
7. Prevenir posibles eventualidades que se pudieran presentar en materia de prestación de SERVICIOS.
8. Proyectar a futuro, estrategias que permitieran mayor eficiencia y eficacia en el SERVICIO.
9. Participar en foros internacionales en la búsqueda constante del mejoramiento del SERVICIO.
10. Establecer una normatividad permanente de obligatorio cumplimiento por todos los habitantes del reino, en materia del servicio.
11. Instaurar un SERVICIO de calidad.
12. Elaborar indicadores de medición del SERVICIO.
13. Procurar que la prestación de un buen SERVICIO se volviera costumbre en el reino.

*Mientras no nos convenzamos que el SERVICIO al cliente debe estar en manos de las personas más idóneas y no dejemos de ver su prestación como un castigo, entonces dicho SERVICIO estará condenado al fracaso.*

## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**



# SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO

## TEST DEL SERVICIO



Reinaldo elaboró un cuestionario con las siguientes preguntas:

1. ¿Cómo cree que se pueda mejorar el SERVICIO?.
2. ¿Cómo podría contribuir al mejoramiento del SERVICIO?.
3. ¿Qué impide que haya un buen SERVICIO?
4. ¿Cómo debe contribuir la Compañía para mejorar el SERVICIO?.
5. ¿Cuál cree que deba ser el papel de los jefes para brindar un buen SERVICIO ?.
6. ¿Cómo influyen los procesos en el SERVICIO?
7. ¿Qué papel juega la tecnología en el SERVICIO?
8. ¿Hacia dónde cree que tienda el SERVICIO en un futuro?
9. ¿Qué nuevos conceptos o teorías conoce sobre SERVICIO?.
10. ¿Qué papel juegan los clientes en el SERVICIO?
11. ¿Cómo influyen los comportamientos individuales en el SERVICIO?.
13. ¿Cuál es el impacto que genera el SERVICIO en los clientes?.
14. ¿Qué principios y valores se deben tener en cuenta en el SERVICIO?.
15. ¿Qué tipo de capacitación debe darse para mejorar el SERVICIO?.

## **SERVICIO AL CLIENTE: UN COMPROMISO**

- 16 ¿Qué aspectos se deben contemplar para identificar el perfil de quien presta un SERVICIO?.

**Este libro se terminó de imprimir  
en los talleres de ediciones Dafra .**

**División gráfica**

**Con el apoyo de:**

**La Fundación Sueños de Escritor**

**Tel: 5601884**

**Apartado Aéreo N. 36792 de Bogotá**

**E-mail: fundaescriptor@hotmail.com**

**Bogotá, Colombia.**

**2005.**