
CAPITULO 2

Desarrollo del servicio

Antecedentes

Antiguamente, para vender, sólo bastaba tener un producto para satisfacer una necesidad. Por ejemplo anteriormente, ¿Quién no se acuerda de la poca cantidad de supermercados que existían, hablaremos del caso particular de la ciudad de Hermosillo?, Sólo por hacer alguna referencia, aunque en realidad esto se dio en las ciudades más importantes del país, había muy pocas opciones en lo que se refiere a supermercados en esta ciudad, en aquellos tiempos las tiendas V.H. eran las que acaparaban prácticamente todo el mercado consumidor, y no por la mejor atención que tuvieran por parte del personal y por que estos fueran los mejores precios, sino que no había otra opción, pero que pasa al llegar la competencia en este caso de las tiendas Ley donde el cliente –consumidor, tiene otra parte donde comprar, aunado a esto con el crecimiento y la apertura del TLC, donde ya no solo hay competidores de cadenas comerciales mexicanas, sino que se establecen también centros comerciales como Wait Mart, Price Club, solo por mencionar algunos. Los empresarios mexicanos ven que ya existe una competencia y que el cliente tiene más poder de elección a donde ir comprar.

Estos acontecimientos no sólo se manifestaron en el área de los supermercados, sino que fue a nivel generalizado, hablemos de compañías de seguros, empresas de telefonía celular, bancos, restaurantes, hoteles, hospitales, panaderías, cines, bancos, agencias de autos, etc.

Con el mismo crecimiento se comienza a invertir en personal capacitado, por lo cual el recurso humano empieza a cumplir con un papel relevante, en el que se necesita una verdadera conciencia de lo que es el servicio, ya que los productos ofrecidos se pueden decir que son prácticamente los mismos, y se diferencian cada vez menos unos de otros.

Por esto el concepto de servicio ha revolucionado tanto en los últimos años, y creo que en beneficio para el cliente, pero al mismo tiempo para el personal que labora en la empresa como para el mismo empresario, ya que en la medida en que seamos capaces de satisfacer al primero en mención, en esa forma el personal estará capacitado, preparado y se dará una reciprocidad implícita en la empresa ya que su principal cliente será su empleado, realmente no es posible que el personal de una buena atención al público si no tiene el ejemplo de la empresa para la cual trabaja.

En el presente capítulo hablaremos de algunos puntos claves necesarios con los que deberá contar una empresa para capacitar al personal en función de la satisfacción de los clientes.

2.1 Capacitar al personal positivamente, en función de nuestros clientes

¿Qué son las actitudes?

Empezaremos por definir la palabra actitud, como la manera en que reaccionamos ante una determinada situación, y dependiendo de cómo lo hacemos podemos clasificarla en una actitud positiva o negativa.

¿Por qué damos tanta importancia a las actitudes en una situación de trabajo, o simplemente a la actitud que tenemos ante la vida diaria? Creo que como seres humanos pensantes y cambiantes gran parte de lo que sucede a nuestro alrededor

son por nuestras actitudes que como ya lo mencione anteriormente reaccionaremos ante una determinada situación.

Si la enfocamos al trabajo positiva o negativamente tendrá un impacto en el cliente que permanecerá tal vez para toda la vida en su mente, y determinará que esa persona sea un cliente satisfecho o no, pero no es importante destacar en este tema lo negativo, si no hablar de la importancia que es el mantener una actitud positiva en situaciones de trabajo, para beneficio propio y por consiguiente para mis clientes.

La presente disertación ya sea que la adecuemos, a ti que tienes un puesto a nivel gerencial, en el cual tienes personal a tu cargo, o a ti que deseas tener tu propia empresa y necesitas tener las herramientas clave para capacitar a tu personal.

Dentro de las habilidades necesarias para ser un buen gerente se encuentran, la comunicación, administración del tiempo, motivación, planeación, delegación de responsabilidades, liderazgo, capacidad para toma de decisiones, entre tantas otras, para que todas estas habilidades sean exitosamente ejercidas es necesario que se fundamenten solidamente en una actitud positiva.

Las actitudes son: Creencias u opiniones conscientemente sostenidas, positivas y negativas, opciones dotadas de cierta carga emocional o en las que cuando menos interviene un sentimiento, un estímulo o disposición a la acción.

¿Qué tiene que ver la personalidad con ser positivo?

La personalidad es un hecho estable en el sentido de que no podemos atribuirle la misma a personas esencialmente diferentes, es una estructura, lo que significa que sus componentes se relacionan entre sí y tienen efectos recíprocos, es resultado de la interacción entre nuestros mecanismos biológicos innatos y el medio ambiente en que nos desarrollamos, cada personalidad es distinta, por lo que podemos afirmar que cada persona es diferente.

2.2 La actitud positiva en situaciones de trabajo

□ Actitudes y Acciones

Actitudes y acciones se relacionan entre sí, aunque no siempre como lo esperaríamos, funciona en ambos sentidos, pues así como las actitudes pueden afectar las acciones también las acciones pueden tener efectos en las actitudes, por lo que podemos decir que la firmeza de una actitud es reflejo de su importancia para alguien.

□ Factores que influyen en las actitudes en el trabajo

Nivel salarial, condiciones de trabajo, conducta de la dirección, variedad del tipo de trabajo, libertad de elección del empleado. El peso de algunos de estos factores en las actitudes es fácil de deducir. Un sueldo bajo, la aburrición provocada por un trabajo repetitivo, la sensación de escaso control y condiciones de trabajo hostiles tendrán inevitablemente una influencia muy poderosa en la actitud y pueden provocar la adopción de actitudes negativas. Sin embargo, la cuestión decisiva es la importancia que se le otorgue a la conducta de una empresa para determinar la actitud de su personal. Es probable que no se pueda influir en los siguientes aspectos:

- ✓ Influir directamente en el nivel salarial
- ✓ Modificar las condiciones de trabajo
- ✓ Hacer que una determinada labor resulte más importante

Lo que, en cambio, si puede hacer es influir con su conducta en las actitudes del personal, ya que, como mencione anteriormente el vínculo existente entre actitudes y conducta es recíproco.

□ Los beneficios de una actitud positiva

Los beneficios de una actitud positiva pueden ser representados por un conjunto de círculos concéntricos. Si lanza una piedra, por pequeña que está sea, a un estanque, notará que, tras el fuerte impacto inicial, empezarán a formarse al instante numerosos círculos concéntricos a cada cual más amplio. Ocurre el mismo efecto cuando en las empresas se adopta una actitud positiva en todos los aspectos. El efecto de esa actitud positiva beneficiará no sólo al gerente en lo particular, sino también a su creciente círculo de influencia.

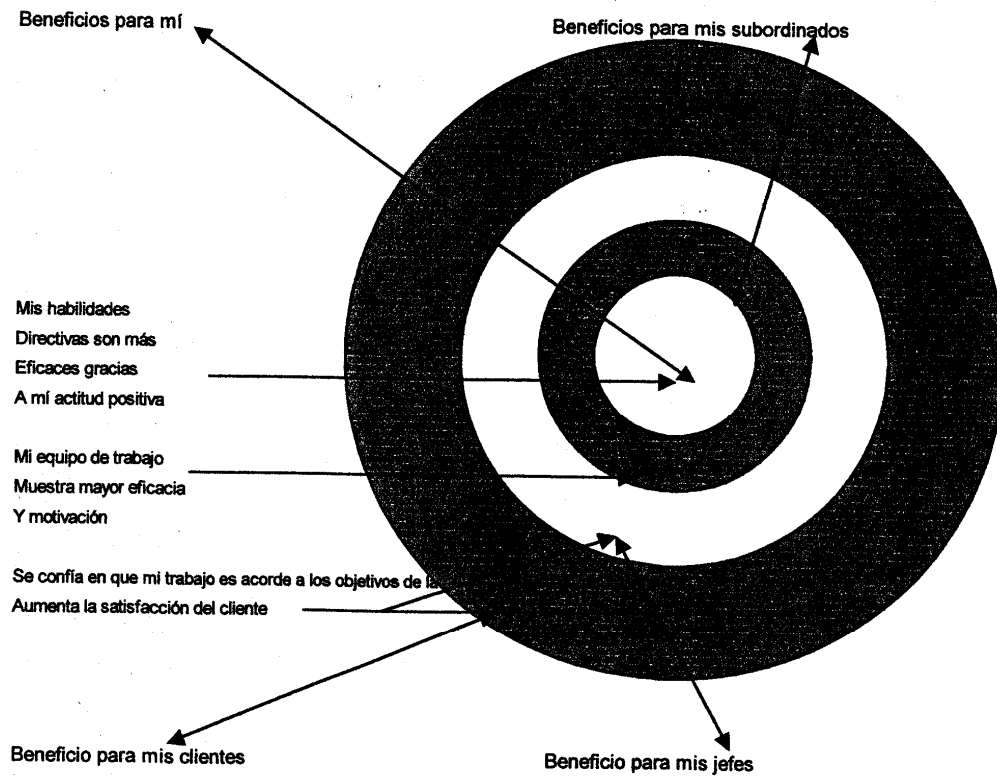


Fig.4 Beneficios que aportan una actitud positiva en la empresa

✓ **Clientes**

Una actitud positiva para hacer las cosas lo mejor posible trátense de objetivos de producción, plazos de espera y respuesta, atención personal o rapidez de entrega se traducirá en ventajas para el cliente. La rapidez en el manejo de trámites sería un ejemplo obvio. Una actitud positiva en la calidad y rapidez de respuesta puede significar grandes beneficios en la impresión de los clientes acerca de la empresa

- ✓ Mayor eficiencia.
- ✓ Mejor servicio.
- ✓ Mayor confianza.
- ✓ Mayor calidad del producto.

✓ **Personal**

Al personal les estimulará saber que se encuentran laborando en un ambiente donde se sienten motivados, y en donde pueden prosperar y desarrollarse.

✓ **Usted**

Se sentirá mejor consigo mismo, se elevará su autoestima, podrá sentirse más seguro.

✓ **Sus jefes**

Sus superiores confiarán en la capacidad de usted para adecuarse a los objetivos y propósitos de la empresa.

La calidad y la eficiencia de los servicios y productos de los que ellos son responsables en última instancia se verán favorecida.

Dado que habrá menos problemas que resolver, se dispondrá de más tiempo para el desarrollo proactivo y constructivo y ya no para la reducción reactiva de consecuencias graves. Una actitud positiva contribuirá a elevar la moral de la planta laboral.

2.3 Actitud Proactiva

Proacción es administrar de adentro hacia fuera, esto es dentro de la integridad de cada persona, desde nuestro interior.

El cambio continuo que sucede en el universo, nos obliga a asumir una actitud proactiva. Si es necesario debemos modificar nuestros hábitos en lo personal o en las acciones cotidianas.

Debemos buscar la capacitación constante, sobre todo para actualizarnos, si tenemos una actitud proactiva, estaremos preparados para cambiar anticipadamente, antes de que las circunstancias nos obliguen o que sea demasiado tarde, una actitud positiva y proactiva representan un gran porcentaje de éxito.

La persona que asume una actitud proactiva y la enfoca en función de su trabajo y en la satisfacción de los clientes, tendrá mayor posibilidad de destacar y sobresalir en la empresa, ya que buscará dentro de sus actividades diarias la forma de hacerlas mejor y se vera reflejado en la buena labor que desempeñe.

En el punto anterior hablamos de actitudes, podemos observar la importancia que tienen en situaciones de trabajo, es primordial para los directivos de la empresa buscar que la actitud hacia el personal, sea una actitud altamente positiva, donde el personal sienta un ambiente de confianza y pueda crecer.