

Que impere la cultura del buen trato

10/03/2016



Sin embargo ella está asociada a un fenómeno presente en la cotidianidad que perturba a un elevado por ciento de usuarios o clientes cada día.

Tiene que ver con la cultura del mal trato, cuyas raíces son tan fuertes y tan difíciles de eliminar que se extienden como los baobab del libro El Principito por la esfera de los servicios y el comercio, sin distinguir entre sector estatal o privado.

Es usual llegar al mostrador de una tienda y permanecer durante varios minutos sin que él o la empleada le pregunte que desea, por el contrario, lo puede mirar a uno con cara de pocos amigos si le interrumpe la conversación que tenía.

Cuantas veces hay que esperar que termine de atender a un compañero de trabajo, un familiar o una amistad, el cuadro de la caja, el conteo de los productos que tiene en el departamento o cualquier otro asunto, excepto el de estar pendiente a las necesidades del cliente.

El mal resulta tan recurrente, que en la mayoría de los casos ya es aceptado como una enfermedad endémica y hasta miramos como a un bicho raro a aquel que se dispone a rebelarse y exige la atención que merece.

Tales hábitos pueden encontrarse lo mismo en las tiendas que venden en moneda nacional como en las que lo hacen en divisa, sin que el precio multiplicado de las mercancías, en estas últimas, imponga al menos una distinción de mayor calidad en el trato.

El fenómeno no es ajeno tampoco a las nuevas formas de empleo que cobran auge por estos días mediante la autogestión, basta darse una vuelta por el área, donde se concentra la mayor parte de los trabajadores por cuenta propia para notar la diferencia entre unos y otros.

Mientras algunos llegan casi hasta el acoso por ofrecerle su mercancía, otros permanecen enfrascados en conversaciones con algún acompañante o abstraídos contemplando el panorama que los rodea, ajenos a los clientes que tienen delante.

Contaba un amigo que llegó a una cafetería particular a consumir y tuvo que recordarle en dos ocasiones a la empleada el pedido que había hecho, y para colmo tenía tan poca calidad que quedó curado de espanto y selló el asunto con un "no vuelvo jamás allí".

Son contados los ejemplos de unidades donde las administraciones velan y exigen por la buena atención, y resulta raro verle la cara a un directivo en el área de los servicios, por lo que cabe preguntarse qué métodos emplean para conocer el trabajo y la eficiencia de sus subordinados.

Los libros de quejas y sugerencias expuestos en casi todos los centros, parecen más bien objetos anacrónicos, pues casi nadie deja allí constancia de sus desventuras, ya que lo consideran una pérdida de tiempo.

Abocados a un cambio de mentalidad, como ha sugerido el Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros, Raúl Castro, urge traducir las palabras en hechos y comenzar a elevar la exigencia para rescatar la cultura comercial que antaño distinguió a los establecimientos.

Antiguos empleados del ramo recuerdan el buen trato y maneras de hacer para complacer al posible comprador y hasta las peripecias que se realizaban, como bajar un estante de zapatos en busca del número o modelo solicitado, por aquello de que " el cliente siempre tiene la razón".

Sin llegar a los extremos, el comercio y los servicios deben aunar voluntades de trabajadores y directivos para cambiar la imagen deteriorada que muestran hoy ante la población y garantizar que no existan clientes "invisibles" frente a sus mostradores. (Por Magaly Zamora Morejón,