



¿Los clientes aplastados por el plan?

Publicado: Martes 16 mayo 2017 | 07:19:29 pm.

Publicado por: Osviel Castro Medel

«Nuestro primer objetivo es cumplir y sobrecumplir el plan de ventas previsto para esta etapa, y en segundo lugar, brindar un buen servicio al pueblo, que tanto se lo merece».

La frase no fue extraída de la novela *Comerciendo a toda costa*, escrita por Armando Llena Arcas, hace ya varios años. La «disparó» un administrador cuando le preguntaron sobre los propósitos de su colectivo para honrar una fecha marcada.

Si —pasando del chiste a la seriedad y viceversa— la transcribo ahora en estas páginas rebeldes, es porque denota una nociva filosofía, que echa por tierra el sueño de colocar al ser humano en el primer peldaño de la sociedad, por encima de los números helados o de los tecnicismos absurdos.

Y también la traslado a este espacio porque ese directivo no es el único que a lo largo de nuestra geografía antepone el susodicho plan a la satisfacción del público, al que, en hipótesis, debe dedicarse en cuerpo y alma.

¿Cuántas veces hemos chocado con regentes que hablan con orgullo de los miles o millones de pesos del «plan de ventas» y no dicen una palabra del número de maltratos o de la cantidad de insatisfacciones, o al menos del «nivel de errores» cometidos en la atención al pueblo?

Claro que deben existir planes como vías para saltar económicamente y como punto de comparación con otros períodos. Sin estos, difícilmente pueda saberse si vamos o no en el camino de la progresión soñada y todavía no lograda.

Por cierto, aún se trazan metas numéricas que están demasiado lejos de las demandas de la realidad, algo que ha de «gritarse» a los cuatro vientos para entenderlas cuando se hable o escriba de cumplimientos y sobrecumplimientos.

Sin embargo, debería existir, en la teoría y más en la práctica, un «plan para complacer al cliente», que mida cualitativamente el grado de satisfacción de los ciudadanos. Deberíamos tener, en nuestro entorno, herramientas que nos estimularan cada día a mejorar —y no a empeorar— las prestaciones públicas.

¿Con qué frecuencia encontramos a un administrador, puertas afuera de la instalación, preguntando a las personas cómo las atendieron o cómo se sintieron mientras recibían el servicio? ¿Quién cree que con el famoso libro de quejas y sugerencias o con la publicación del teléfono para «atención al cliente» ya resolvió el problema?

Un catálogo sobre las 50 frases más importantes para lidiar con un «usuario», como a veces lo llamamos aquí, expone: «Un cliente es el visitante más importante en nuestras instalaciones. No depende de nosotros, nosotros dependemos de él. Él no es una interrupción en nuestro trabajo. Es él el propósito del mismo. No estamos haciendo un favor al servirle. Él nos está haciendo el favor de darnos la oportunidad de hacerlo».

Ojalá una parte mínima de ese catálogo empezara a desembarcar en la filosofía del directivo mencionado al principio. Ojalá llegara de verdad a nuestros planes y proyecciones para empezar, alguna vez, a soñar con la ansiada excelencia.

<http://www.juventudrebelde.cu/opinion/2017-05-16/los-clientes-aplastados-por-el-plan>