

# Brechas del servicio y la perspectiva de un cliente.

<https://katherig.github.io/>

KATHERI GUARDIOLA  
RAMÍREZ  
MARKETING DE  
SERVICIOS  
PRIMER SEMESTRE

En nuestra vida diaria todos nos vemos en la necesidad de utilizar servicios, mismos que nos ayudan a satisfacer nuestras necesidades, nosotros como clientes nos vemos en una constante creación de comparaciones acerca de los servicios que ocupamos y todo esto gira en torno a la calidad y satisfacción de acuerdo a nuestra percepción sobre dicho servicio, pero, ¿qué pasa cuando estos servicios no cumplen con las expectativas que tienen los clientes?

Como consumidores muchas de las ocasiones nos encontramos expuestos a situaciones en las que nos hemos sentido insatisfechos con algún tipo de servicio recibido y que este no se haya adecuado a nuestras exigencias y expectativas, afortunadamente para las empresas existe algo llamado “Modelos de Brechas del Servicio” el cual es de suma importancia determinar aquellos problemas que generan resultados no esperados en los clientes y que también afectan en la calidad y la experiencia que el consumidor recibe del servicio, sería ideal que las empresas oferentes de servicios buscaran la forma de evitar que estas brechas se generen, ya que de generarse estas podrían traer problemas para la empresa, los cuales pueden ir desde una pérdida en su flujo de clientes como una pérdida en su flujo de ingresos a consecuencia de la primera.

A lo largo de una serie de experiencias vividas como cliente, algo que hace excepcional a una empresa es un excelente servicio al cliente y esto va de la mano con el cumplir y superar aquello que un cliente espera, por lo que se traduce en un gran problema el no tener conocimiento sobre las expectativas del cliente, así como no contar con una buena interacción con estos, aquí se puede hablar acerca de aquellas empresas que no saben cómo compensar a un cliente cuando se tiene un error o por otra parte, no hace nada para intentar dar solución a las quejas que tienen los clientes, esto se convierte en un gran problema además de una situación desagradable, encuentro esta problemática muy común de las empresas que ofrecen servicios de conexión a internet llegando muchas de las ocasiones a convertirse en algo frustrante cuando no se soluciona la problemática reportada y es que, según la empresa estadounidense de software de servicio al cliente, Zendesk Inc, “Aproximadamente la mitad de los clientes afirma que se iría a un competidor después de tener una sola mala experiencia. En el caso de tener más de una mala experiencia, esa cifra alcanza el 80 %” (Zendesk Inc, 2020).

Algo que también he podido apreciar en mi experiencia como cliente es el encontrarse con que no tienen procesos bien sistematizados, así como un ambiente de servicio inapropiado, en definidas cuentas, no saben cómo hacer para dar lo que los clientes esperan, esto también puede afectar en las expectativas que tienen los clientes en el personal de atención, por experiencia esto se puede observar en negocios del sector informal en los que no se tiende a tener una buena sistematización en los procesos y tal vez muchas de las ocasiones un ambiente inapropiado de servicio lo cual afecta en la percepción que los oferentes tienen acerca de lo que los clientes quieren, por ejemplo, imagine que va a un negocio informal de

ropa, usted como cliente espera que este tenga un buen acomodo así como una buena atención hacia usted pero al llegar y observar en busca de lo que le interesa pero no lo encuentra por un deficiente acomodo y diseño del local donde se encuentra el negocio y espera que alguien lo asesore, sin embargo este negocio no cuenta con alguien que le dé la atención que usted como cliente necesita, esto transformara la expectativa que se tenía sobre el negocio generando muy probablemente una no muy buena experiencia.

Otro aspecto que puede hacer pasar al cliente de una expectativa buena a una percepción mala es que la empresa no entregue un servicio de acuerdo con los estándares que ya tiene definidos, ¿cuántas veces no se ha encontrado con algún empleado que no es muy productivo en su trabajo o, por otra parte, cuántas veces estos no cuentan con la suficiente tecnología para llevar a cabo sus actividades?, en lo personal es algo muy común dentro de mis experiencias, sobre todo en los negocios como los conocidos “Oxxos” en los que muy comúnmente las máquinas que ocupan son un tanto deficientes haciendo tedioso el recibimiento del servicio, lo cual resulta también tedioso para los trabajadores y estos a su vez podrían tener una baja en su productividad, tener las herramientas necesarias da buenos resultados, así como tener un buen reclutamiento de empleados eficientes.

Puedo asegurar que algo con lo que muy comúnmente se encuentran los clientes y me incluyo, es aquella comunicación de parte de las empresas que lleva consigo una sobre promesa, publicidad engañosa en pocas palabras, lo cual a nosotros como consumidores nos hace elevar nuestras expectativas y muy comúnmente terminamos decepcionados por el servicio que se recibe, esta es una práctica muy común entre muchas las empresas y a mi parecer una de las peores que puede haber ya que desde mi punto de vista esto te hace perder muchas veces el interés incluso por seguir consumiendo o tomando servicios de dichos establecimientos, un ejemplo que para mí ejemplifica muy bien esto y se ha encontrado muy presente en mis experiencias como cliente son aquellas marcas o empresas que ponen sus productos a la venta con promociones haciendo muy visibles y de buen tamaño estas pero, si hay algún tipo de especificación o condición al cliente estas se ponen en letras muy pequeñas, dificultando al cliente la comprensión total de lo que engloban a dichas ofertas, otro ejemplo de esto es que surgió un problema con la empresa Cinépolis en el año 2013, según la revista digital Expansión, “la firma aseguraba que "Ahora los miércoles son de 2x1 en Cinépolis, todas las funciones en todas nuestras salas", pero en letras pequeñas condicionaba la promoción pues no aplicaba para funciones como las de 4Dx, premieres, especiales o con contenido alternativo, así como tampoco en venta avanzada ni en Cinépolis VIP” (Expansión, 2013).

Existe una diferencia entre lo que se conoce como expectativa y percepción, las expectativas se forman a través de experiencias pasadas e información que nosotros como clientes hemos recolectado y es lo que se espera de los servicios, la percepción hace referencia a lo que este genera una vez que ya lo hemos comprado o adquirido, son evaluaciones subjetivas que los clientes tienen en base a la experiencia vivida en el servicio, esto es un aspecto muy importante ya que una vez que se cierra esta brecha y no hay una

diferencia entre la expectativa del consumidor y su percepción entonces podríamos decir que se ha entregado un servicio de calidad y que ha satisfecho al cliente, esto sería lo ideal, desde la experiencia como cliente, podría decir que son pocos los negocios que desde mi opinión han cubierto estos aspectos del servicio, por lo que considero se debería tomar más en cuenta y de esta forma una vez habiendo mejorado los aspectos anteriores entonces este aspecto final mejorará.

A lo largo de toda esto que se presentó solo queda preguntarnos, ¿será que un día todas las empresas podrán brindar un verdadero servicio de calidad a los clientes?, a lo largo del tiempo el servicio al cliente ha ido evolucionando y adaptándose mejor a las necesidades de estos, buscando cada vez mejores formas de llegar a él y ofrecer un servicio de calidad, tal vez es muy utópico decir o pensar que en el futuro podrá existir un servicio al cliente “perfecto”, sin embargo, no entra en duda que cada vez son más las empresas que prestan atención hacia las exigencias de su público y que, a su vez, son cada vez más los clientes que buscan un servicio de muy buena calidad aprendiendo a diferenciar y notar las deficiencias que llegan a tener estos y de esta manera en un conjunto, ayudando a las empresas a mejorar lo que estas ofrecen.

## Referencias

Zendesk Inc. (2020). *Informe de Zendesk sobre las tendencias de la experiencia del cliente de 2020*. San Francisco, California, Estados Unidos: Zendesk Documentation, <https://zen-marketing->

content.s3.amazonaws.com/content/resources/Zendesk\_CX%20Trends%  
20Report%202020\_Final\_es-ES.pdf.

Expansión. (2013). Profeco "regaña" a Cinépolis por su 2x1". *Expansión*,  
[https://expansion.mx/negocios/2013/10/10/profeco-regana039-a-  
cinepolis-por-2x1](https://expansion.mx/negocios/2013/10/10/profeco-regana039-a-cinepolis-por-2x1).