



DISNEY

Y  
EL

ARTE

DEL SERVICIO

AL

CLIENTE

VLADIMIR BARRA HERNANDEZ<sup>1</sup>



n la actualidad, el crecimiento de las empresas de servicios ha creado una demanda en la investigación de esta área para lograr una de las tareas más importantes como lograr desarrollar una cultura de servicio que permita tener clientes plenamente satisfechos.

Una cultura de servicio se enfoca en servir y satisfacer a los clientes y dentro de una organización esta cultura debe iniciar desde la alta dirección y continuar por el resto del personal, la empresa debe estar enfocada a servir de mejor manera a los clientes, ésta se verá beneficiada al permanecer y crecer dentro del mundo de los negocios de servicios.

La teoría fundamental que el autor maneja en el libro de "Disney y el Arte del Servicio al Cliente" es muy clara en relación a los servicios y se refiere en él sobre los sorprendentes esfuerzos que la organización en conjunto hace para satisfacer de manera permanentemente a los invitados. Así también como la forma en que esta compañía cuida a la perfección los detalles en cada uno de los rincones de este parque para hacer que los invitados se envuelvan en un ambiente perfecto y vivan al máximo una experiencia única que los haga recordar por siempre su visita a este lugar.

De la misma manera, podemos ver la importancia que se le da al respeto de los individuos en esta organización, así como todos los que en ella participan tienen un alto respeto hacia los invitados que son la razón de ser de este parque. También vemos la manera en que la organización se preocupa en el día a día por innovar a cada momento los actos de todo el reparto y así conseguir experiencias únicas e irrepetibles entre todos los invitados.

<sup>1</sup>**SOBRE EL AUTOR**, es Lic. en Relaciones Turísticas Internacionales y Maestro en Administración de Empresas de Servicio por la UPAEP. Se ha desempeñado en la industria hotelera y actualmente es Coordinador de la Lic. en Administración Turística en la Universidad del Valle de Puebla, así mismo es docente en la Universidad Iberoamericana Puebla. Especialista en procesos de gestión de calidad en el servicio, líder y entrenador certificado por el Service Quality Institute. Miembro de la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería, Gastronomía y Turismo Capítulo México.



Por otra parte, una de las aportaciones innovadoras del autor es la manera en que redacta el libro y la forma en que las ideas y procesos para dar un servicio de calidad en el parque de Disney se presentan, ya que en cada momento se despierta el interés por seguir con la lectura.

Vemos de manera clara y objetiva ejemplos de una verdadera cultura de servicios que todo el cuerpo de reparto vive y como esta filosofía de vida está presente en todos los niveles de la organización.

El tema que se plantea en el libro lo aplico directamente en el trabajo que realizo, ya que al ser una empresa de servicios de hospedaje, constantemente estamos haciendo uso de herramientas y estrategias que nos permiten desempeñar efectivamente todas las actividades que realizamos y que finalmente están encaminadas a proporcionar un servicio al cliente.

El tema que se plantea en el libro lo aplico directamente en el trabajo que realizo, ya que al ser una empresa de servicios de hospedaje, constantemente estamos haciendo uso de herramientas y estrategias que nos permiten desempeñar efectivamente todas las actividades que realizamos y que finalmente están encaminadas a proporcionar un servicio al cliente.

Constantemente una empresa enfocada al 100% a los servicios debe estar en constante cambio y apegándose siempre a las necesidades que los clientes demandan, es por ello que el autor habla sobre el Ciclo del Servicio de Calidad y en Disney está integrado por cuatro elementos que son: un tema de servicio, estándares de servicio, entrega de sistemas e información y detalla de manera muy clara los elementos anteriores.

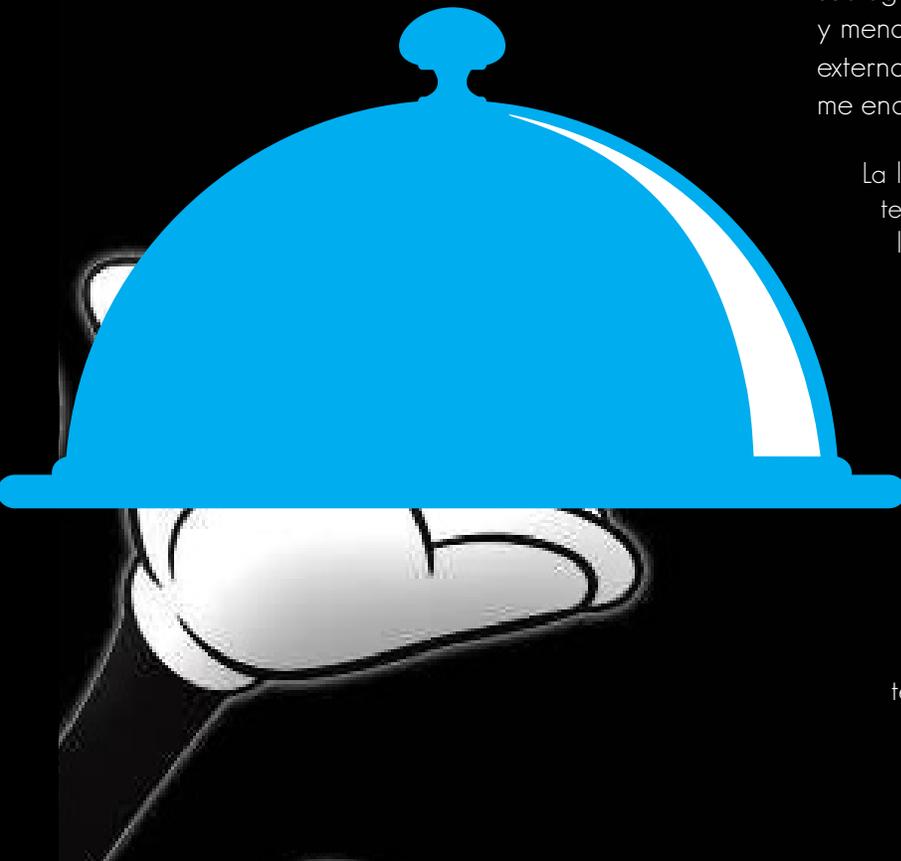
En relación al Ciclo del Servicio de Calidad, en la empresa para la cual laboro, aplicamos procesos similares solo que de manera no estandarizada, es decir, no contamos con un lineamiento que establezca los pasos a seguir para proceder objetivamente con un Ciclo de Servicio de Calidad. Esto, consecuentemente, trae muchos problemas para el Hotel donde trabajo ya que no se sigue una misma línea de atención y servicio a los huéspedes, sin embargo, con esto no quiero decir que el Hotel tiene un pésimo servicio, solo que hay demasiado desvío de esfuerzos y recursos al no contar con algo establecido que ayude a mejorar la atención que se les brinda a los huéspedes.

Lo anterior, representa para mí un reto debido a que veo una oportunidad de desarrollo en el área de atención y servicio a huéspedes. La lectura de este libro definitivamente me ha ayudado a tener un panorama más amplio y preciso sobre las diversas formas en que podemos conjuntar acciones encaminadas a dar un servicio de calidad a todas los huéspedes y clientes que el Hotel tiene.

Por sorprendente que parezca, el Hotel no cuenta con fraseologías para recibir, atender y despedir a los huéspedes y menos aún para atender llamadas telefónicas internas y externas, así que este ha sido el tema principal sobre el cual me encuentro trabajando.

La lectura de este libro mejoró el conocimiento previo que tenía sobre este rubro y aprendí también la manera en que los miembros del reparto trabajan sobre las atenciones de saludos, sonrisas y una actitud siempre dirigida a dar lo mejor de sí a un invitado cuando requieren de cierta información y aún cuando solo se trate de dar un "buenos días" o un "que le vaya bien".

Por otra parte, considero que en el mundo de los negocios, el tema del servicio al cliente cobra cada vez mayor importancia y esto se debe a que ya todas las empresas, sin importar el giro que tengan, finalmente también dan un servicio. Muchas empresas se centran en atender asuntos sobre como administrar, dirigir, controlar los recursos financieros, etc., y dejan a un lado el tema del servicio al cliente.



Todos, y en especial los directivos y dueños de empresas, debemos darnos cuenta de lo importante que es tener un cliente totalmente satisfecho y de lo mucho que esto repercute en la organización.

Para poder mantenerse y crecer en estos días, se debe cuidar al máximo el servicio al cliente, innovando y creando experiencias únicas para cada cliente. Toda empresa que no se centre en buscar como satisfacer a sus clientes irá poco a poco saliendo del mercado hasta el momento de desintegrarse. Hay que tener en cuenta que los clientes cada vez están más informados, exigen más y sobre todo analizan mucho la acción de comprar un producto o servicio, eligiendo a la empresa que además del producto o servicio esencial les de servicios suplementarios o valor agregado a lo requieren.

Aunado a lo que he mencionado, considero que el autor tiene razón en el planteamiento de su tema debido a que hoy por hoy las empresas se deben centrar en los clientes, así también como en la búsqueda de procesos que ayuden a los empleados y directivos de una organización a trabajar para que sus clientes no se sientan defraudados después de haber consumido algún producto o servicio. Sobre todo, las empresas que se dedican a los servicios, deben estar enfocadas al servicio, ya que como bien sabemos, los servicios generan incertidumbre y duda sobre la buena calidad que este servicio pueda tener, así que debemos apoyarnos en los elementos que ayudan a que los clientes reduzcan sus dudas sobre la buena o mala calidad de un servicio.

Tales elementos pueden ser las instalaciones, la presentación del personal, los actos previos al uso de un servicio, etc. , pero sobre todo, ya que tenemos al cliente con nosotros, debemos hacer que viva una experiencia única y que no pueda repetir o tener con la competencia, ya que esto es lo que distinguirá a la empresa de las demás.

Y bien, fungiendo como "abogado del diablo" comento que el autor de este libro no presenta las cuestiones problemáticas que toda empresa por muy buena que sea experimenta, sobre todo tratándose de una empresa donde el factor humano tiene mucho que ver. Resulta fácil decir que los recursos humanos son la clave del éxito de una empresa, sin embargo, el autor no plantea lo difícil que resulta trabajar con seres humanos, seres que cambian repentinamente y que se afectan también por factores ajenos a las cuestiones laborales, como pueden ser relaciones familiares, condiciones económicas, estilos de vida, etc. El autor menciona sobre la filosofía de vida que los miembros del reparto tienen en Disney, pero no habla sobre otras cuestiones importantes para



el buen desarrollo de un trabajo como lo es la remuneración que los empleados tienen y quizá pueda ser un causante de ciertos problemas que se presenten en esta compañía.

Por último, concluyo que actualmente el servicio al cliente es un tema de desarrollo para muchas empresas, un tema sobre el cual se debe hablar todos los días y en cada momento, un tema que debe ser priorizado por los directivos y propietarios de organizaciones, que sin importar el giro, centren sus esfuerzos en satisfacer a los clientes. Si nos enfocamos a cumplir siempre las expectativas de los clientes y a buscar el más allá de su satisfacción, la empresa se irá manteniendo y crecerá, contará con ventajas competitivas que ayudarán a que todos, clientes, empleados, directivos y accionistas ganen en todos los aspectos. Debemos comprender que todos estamos para servir y es a través del servicio como podremos sobresalir en muchos aspectos de nuestras vidas.