

# **CALIDAD EN EL SERVICIO EN LOS BANCOS, ¿UN NÚMERO O UNA PERSONA?**

**Antonio Castelán Valdivia**  
[acasteva@hotmail.com](mailto:acasteva@hotmail.com)

## **RESUMEN**

En el presente documento se realizará un análisis de lo que representa hoy en día la calidad en el servicio dentro del sector financiero en México, la problemática se aborda desde una perspectiva clara para hacer consciencia sobre los futuras ideas de la calidad dentro de los llamados centros de atención o call center que hoy en día lo mismo venden un seguro de vida hasta levantar un reporte de robo de tarjetas, problema que confunde a la mayoría de los clientes en un momento de toma de decisiones que marcan la pauta para sus finanzas.

## **Abstract**

In the present document an analysis will be realised than it nowadays represents the quality in the service within the financial sector in Mexico, the problematic one is approached from a perspective clear to make conscience on the future ideas of the quality within the calls centers of attention or call to center that nowadays the same sells a life insurance until raising a report of card robbery, problem that confuses in a while to the majority of the clients of decision making that marks rules for their finances.

En los últimos años dentro de la banca mexicana se han visto diferentes competidores para quererse adueñar de todo tipo de segmentos en el mercado nacional y en los cuales su encomienda es la atracción del dinero y utilidades para sus corporaciones; basta recordar que más del 70% del mercado financiero en México se encuentra en manos de capitales extranjeros, y que por ende les da lo mismo que en una sucursal bancaria los trabajadores sean capacitados para hacer un depósito vía ventanilla que para hacer una venta de una tarjeta telefónica o moneda conmemorativa.

Sin embargo para el cuenta-habiente resulta hasta cierto punto molesto que le anden vendiendo de todo tipo de servicios, ya que uno va por una operación específica y termina oyendo el abanico de oportunidades de inversión dentro de cualquier entidad financiera, sin embargo no hay que quitar la vista que el sector financiero vive de eso, de sus utilidades y entre más oportunidades de mercado segmentado tenga para ofrecer sus productos: ya sean de manera directa (inversiones, tarjetas de crédito, depósitos, etc.) como indirectas (monedas conmemorativas, gastos médicos mayores, tarjetas telefónicas de larga distancia, etc.), el resultado se verá reflejado en sus utilidades y dividendos repartidos para los empleados y los accionistas respectivamente.

A raíz de esas acciones un poco incómodas y hasta cierto punto difícil de entender para los clientes, la banca tomó la decisión de crear los "call center" o "centros de atención al cliente", dicho modelo se gestionó bajo la primicia en primera instancia vía telefónica que al día de hoy

permanece, independientemente de las tecnologías actuales y que se convertiría según en su momento se dijo en una manera de hacer crecer las oportunidades de atención y ser más atractivas con algunas personas que no podían ir a una sucursal ya sea por problemas de tipo físicos o de tiempo, sin embargo; como se comentó renglones arriba; la banca no era, ni es empresa sin fines de lucro, esto orillo a que se manejara un esquema independiente del banco, así es como se empezaron a dar también indicadores externos diferentes a una sucursal, como son las operaciones por teléfono que sin conocimiento de la persona un asesor lo podía ayudar, esto limitaba solamente a imaginarnos la gesticulación y viceversa, eso ahorra en un principio tiempo y sobre todo enfrentamiento entre la ventanilla y el cliente, ya que se podía hacer la transacción y al momento de ofertar sus productos se podía colgar el teléfono o continuar oyendo por medio del alta voz. Esto era lo que en un principio se ordenó ofrecer en un centro de atención a clientes, sin embargo en la actualidad se ha desdibujado la razón de ser de estos centros.

La manera en que se instala un call center es muy sencilla no implica mucho dinero en infraestructura tecnológica ni en mobiliario, motivo por el cual el asesor cuenta con su propio espacio o cubículo, una diadema y su línea telefónica en el mejor de los casos en otros escenarios solo tienen un conmutador del cual les transfieren las llamadas que entran; antiguamente cuando no se tenían computadoras se hacían los reportes vía papel que eran hasta cierto punto una medida de control y orden de la persona, hasta llegar al día de hoy que pueden ser rastreadas las llamadas y grabadas argumentando: “esta llamada puede ser grabada para fines de calidad en el servicio”.

Sin embargo la apertura de estos centros dieron origen también a una nueva manera de vender un servicio hacia los clientes y aprovechar un mercado atractivo, dando inicio a diferentes variantes que en un vendedor en promedio deberá de tener en cuenta y que más adelante analizaremos.

Mientras tanto mencionemos las ventajas y desventajas de un call center

#### **Ventajas**

- Ahorro de tiempo
- Evitamos tener un contacto más que el debido en la operación
- Total libertad al asesor para persuadir al cliente
- Crear cultura al vendedor de “calidad en el servicio”
- Capacitación constante
- Plan de carrera dentro del call center

#### **Desventajas**

- Poco espacio
- Stress laboral
- Plan de pagos en mayor parte por las comisiones o incidencias levantadas
- Constante rotación de personal
- Imagen de que los call center son incompetentes y no cumplen muchas veces su razón por la cual fue creada
- Pirateo de información y base de datos

No hay que desviar la atención de que estamos hablando de los call center como centros de información y apoyo hacia el cliente externo ya que también existen los call center para empleados dentro de una misma organización, en algunas empresas les asignan diferentes nombres como son: líneas de atención a los empleados o centro de atención a los usuarios, entre otros; estos tienen la política de manejarse de diferente manera ya que la principal característica es que aquí no hay pago por comisión sino que se les asigna un sueldo fijo y sobre todo tiene que servir de línea de enlace para cubrir las quejas, inquietudes y sugerencias a todos los miembros de la organización; cosas que a veces no suceden en algunos casos como por ejemplo: el acoso por parte de los mandos medios o abuso de autoridad entre otros que son los más comunes.

Sin embargo regresando al tipo foráneo, en este servicio se deberá de reunir requisitos básicos dentro del área ya que al final del día este último es el que les generará una imagen ante la

sociedad, y será factor detonante sobre el buen funcionamiento del negocio o un mal desempeño de los empleados, factores que a simple vista parecen fáciles de manejar sin embargo hoy en día es muy difícil de encontrar en una persona que sepa realmente lo que es trabajar en esta área y tener a cargo un call center, dicho individuo deberá de llenar requisitos tan simples pero fundamentales como son:

**Un buen timbre de voz:** la razón de un operador es el poder suficiente para atender y convencer de manera agradable al cliente y más si tiene un timbre de voz entendible en el otro extremo del teléfono; nuestro cliente quedará más satisfecho y convencido de la operación realizada.

**Conocer a sus compañeros de trabajo:** muchas veces a la hora de levantar una queja te mandan a otro departamento y al final del día ellos te comentan que no conocen a la persona.

**Certificar a la gente con la que se encuentra en un centro de atención telefónica:** dado a las intempestivas economías por lo regular los empleos son para aquellos que no tienen experiencia y/o se encuentran actualmente estudiando, eso complica mas la misión de la empresa ya que no trabajan por amor a la camiseta sino mas bien por el dinero que puedan ganar y eso nos da a entender que el día de mañana se irán por mas retribución monetaria y a lo mejor dentro de su área de estudio

**Educación del operador:** hoy en día nos estamos topando con una falta de valores y de educación en las escuelas que no se sabe como contener, los académicos dicen: la educación se aprende en casa, mientras que los padres comentan a sus hijos: “en la escuela te educan”, sin embargo ese choque de ideas a llegado a grado tal que tenemos del otro lado personas en la bocina de mal modo o simplemente groseras como si nos estuvieran haciendo un favor mas no ven mas allá de que es algo recíproco.

**Compromiso de discrecionalidad:** sin duda la gran rotación de personal que se da en los call center siempre vienen por lo general con las noticias del pirateo de información o de la cartera de clientes, esto es según ellos un “castigo” del ejecutivo hacia la empresa y se lleva la información que tiene a su cargo, entre otros datos podemos mencionar la discrecionalidad ya sea del teléfono o el correo electrónico y así hacen su marketing o telemarketing desde otra empresa con datos realmente confidenciales, que se puede prestar para fines de delincuencia organizada; en México se pueden obtener los datos en el mercado negro por un costo de \$2 (dos pesos) por cliente en el caso de bases de datos simples según revela un estudio realizado por el periódico el UNIVERSAL

**Los gerentes son personas que no tienen preparación o experiencia en estos tipos de negocios:** debido a que hay una problemática mundial, en México no podría ser la excepción y es más común de lo que se cree considerando que la edad en “promedio” para encontrar un buen trabajo concluye entre los 35 y 50 años de edad, por ende las personas se ven obligados a tomar este tipo de trabajo sin tener algún entrenamiento ni algún diplomado en resolución en conflictos lo que da pauta a generar toda la gran rotación de empleados y por ende una fuga de talentos dentro de las compañías

En México actualmente los call center deben de estar regulados y afiliados en el instituto mexicano de teleservicios, una agrupación que tiene más de 25 años de vigencia en el mercado y en el cual te deben brindar asesoría sobre el buen funcionamiento de un call center y sobre todo manejar estándares de ética y lealtad hacia el empleador como el empleado sin olvidar al cliente, dicha organización maneja diferentes modelos de certificación y acreditamientos/convenios con distintas universidades.

Hasta este momento se trató el modelo de un call center desde un punto social-crítico sin embargo hay algo que también origina mucho de los problemas descritos anteriormente: el aspecto monetario, como comenté renglones arriba muchas personas que laboran en algún

centro de atención son estudiantes, amas de casa o personas que no son de difícil contratación en algún empleo de oficina ya sea por su "edad" o por sus distintas ocupaciones o simplemente para así convenir a sus intereses, en México hay personas que laboran no de manera directa en un call center sino que operan solamente allí de manera periódica y que se consideran fuera del negocio, o en otros casos, este tipo de personas deberá de tratarse de una manera algo complicada para ganar sueldos ya que no tienen ningún convenio escrito, ni firmado con la empresa sino que la empresa le asigna ciertas tareas que lo pueden hacer desde la comodidad de su casa o en algún café internet, aquí vemos que el modelo económico que más se adecuaría también sería el de las comisiones pero en muchos casos no se maneja así su esquema y es algo perjudicial tanto para la empresa como para la persona que recibe los servicios ya que no se va a poder adaptar a las necesidades o a los tiempos, siendo allí el único beneficiado será la persona que sirve de intermediario o el vendedor.

Como comentarios finales puedo decir que mientras no exista una verdadera regulación y un manual de buenos manejos para atender un call center se seguirá dando este tipo de prácticas desleales y que en lugar de beneficiar a una gran cantidad poblacional los perjudica debido a los constantes cambios tecnológicos que están demandando nuestra sociedad, ya que cada vez los call center en lugar de ir a un resurgimiento están sentenciados hacia una retroceso y en cierto punto caótico debido a la gran falta de oportunidades y planes de carrera que exigen los jóvenes hoy en día dentro de todas las corporaciones, también, hoy en día vemos que a los encargados de este tipo de negocios se les facilita hacer publicidad por medio de viva voz y eso origina un punto para poder atacar y estar en mejores estrategias de penetración del mercado; una falta también de regulación económica y es que como se pudo observar existen lagunas legales que permite la evasión fiscal por medio de una estrategia lógica/legal y que en gran medida sea causante de esa gran rotación de personas y del gran robo de información que se dan en las corporaciones y sobre todo que las personas ganen por su trabajo y sean leales con índices de confianza comprobables y éticos dentro de las exigencias que demandan tanto ellos como su entorno, también comenté no solo son las prácticas desleales el motivo de las lucha por el cliente sino también debería de existir una fusión con ciertas características y no solamente el trabajo y desarrollar un plan de trabajo para que todos ganen a largo plazo.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

1. Daniel Goleman, La inteligencia social: La nueva ciencia de las relaciones humanas. Editorial Planeta, México 2006. Primera edición. ISBN 970-37-0562-6
2. <http://www.eluniversal.com.mx/notas/673768.html>
3. <http://www.imt.com.mx/index.php>
4. <http://www.issdemexico.com/somos/historia.htm>
5. <http://www.asociacionmexicanademercadotecniadirecta.org.mx/CODIGODEETICA/TELEMARKETING.pdf>
6. <http://www.proglocode.unam.mx/contenido/industria-del-telemercado-ciudad-mexico-economia-y-trabajo-sociedad-informacion>