(*) Gerente de Márketing de Ilaria-Perú

Avanzando en la cultura del consumidor

BEATRICE CIABATTI B.
Empresaria (*)

Las empresas, así como las entidades estatales que atendemos al público, hemos implementado el libro de reclamaciones como parte del proceso para desarrollar los mecanismos establecidos en el Código de Protección y Defensa del Consumidor. Esta disposición nos compromete a registrar física o virtualmente las quejas y reclamos de los clientes así como las soluciones dadas.

En honor a la verdad, en estos últimos 25 años las empresas peruanas hemos mejorado mucho en la atención al cliente. Durante los años 70, debido a la política proteccionista del Gobierno, la industria local, alentada por la falta de competencia, abusó del consumidor dándole servicios y productos de mala calidad. Cuando en los años 90 se vuelven a abrir las importaciones, la competencia obligó a las empresas a luchar por la lealtad de sus clientes y encontrar una diferenciación especialmente a través del servicio.

> "La meta última es lograr que la excelencia en el servicio también se expanda a las provincias"

Hoy, el consumidor se ha vuelto más exigente y se queja de los malos servicios. Bancos, seguros y compañías de transporte aéreo se encuentran entre las entidades con mayores quejas y de ahora en adelante el consumidor descontento con el servicio podrá exigir el libro para registrar su queja hasta de la ferretería, quiosco de periódicos o bodega.

Pero recordemos cómo ha evolucionado la experiencia de compra en el Perú. Algunos ejemplos: la bodeguita de la esquina, con su cartel "Hoy no fio y mañana tampoco", se convirtió en una cadena con servicio legendario que atiende hasta los domingos, los bancos ya no nos obligan a colas kilométricas en plena calle, las farmacias ofrecen servicios de delivery. Hoy, la atención hacia el consumidor peruano es esmerada inclusive en instituciones públicas como Reniec, Sunarp y varias municipalidades.

Como vemos, las empresas peruanas ya habían emprendido el camino hacia un servicio superior, y para quien venía haciendo su tarea, el libro de reclamaciones es solo una formalidad.

En el futuro, las empresas deben seguir innovando para continuar con la mejora de este proceso; la meta última es lograr que la excelencia en el servicio también se expanda a las provincias para llegar a satisfacer a todos los peruanos y lograr, así, que el consumidor sea la prioridad y este pueda hacer valer sus derechos en un Estado democrático.