

Atención al cliente en las operaciones de limpieza de pisos en alojamientos

Contenidos:

- 1.1 Tipologías de clientes, pacientes o usuarios en general.
- 1.2 Normas de actuación ante la petición de un cliente, paciente o usuario.
- 1.3 Quejas y reclamaciones de un cliente, paciente o usuario.
- 1.4 Técnicas elementales de comunicación.

Objetivos:

- Identificar los diferentes tipos de clientes, pacientes o usuarios.
- Reconocer las diferentes técnicas básicas de comunicación y atención al cliente.
- Aprender a responder a las posibles demandas de un cliente.
- Conocer los pasos a seguir ante una queja o reclamación.

Tipología de clientes, pacientes o usuarios en general.

Un **cliente** es aquella persona que recibe los servicios de un establecimiento.

Como hemos visto anteriormente, la actividad principal de los alojamientos, ya sean turísticos o no turísticos, es el hospedaje de clientes. Aunque lo que desarrolla cada uno de ellos es bien distinto, todo lo que realizan debe estar enfocado a la **satisfacción del cliente**.

Los clientes pueden clasificarse según diferentes criterios:

GRADO DE EXIGENCIA

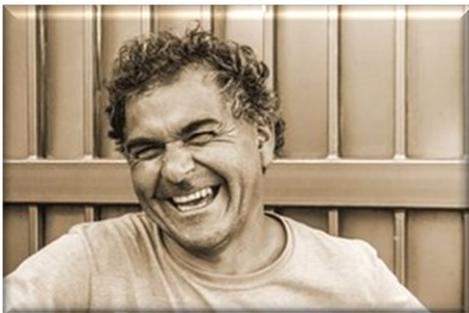
Cuando hablamos del grado de exigencia nos referimos a la atención que demanda el cliente por parte del establecimiento. Con respecto al grado de exigencia podemos distinguir entre:

- **Cliente minucioso:** no tiene dudas de lo que quiere y exige determinadas cosas concretas a las cuestiones que plantea.
Es un cliente muy tajante, por lo que si tiene alguna queja se le deberá dar una respuesta eficiente, clara y concisa.
- **Cliente indeciso:** le cuesta decidirse y expresar lo que quiere, por lo que pedirá la opinión del profesional. Necesita más tiempo de dedicación que otros, ya que es necesario orientarle y asesorarle sobre diferentes cuestiones.



VOLUNTARIEDAD

Con la voluntariedad se hace referencia a aquello que motiva al cliente para acudir al establecimiento. En relación a esto podemos distinguir entre:



- **Cliente voluntario:** es el que acude al establecimiento porque él mismo lo ha elegido. Es más fácil hacer que se sienta satisfecho, puesto que lo más probable es que tenga buenas referencias del lugar o haya estado anteriormente en el establecimiento.
- **Cliente obligatorio:** acude al establecimiento porque necesita un determinado servicio y no tiene otra opción. Es más complicado conseguir su satisfacción.

ASIDUIDAD

Se trata de la frecuencia con la que se hospeda un cliente en el establecimiento. Se puede distinguir entre:

- **Cliente habitual:** acude al establecimiento con frecuencia, hasta tal punto que el trato puede llegar a ser muy cercano. Es un cliente satisfecho, ya que sigue demandando los diferentes servicios.
- **Cliente ocasional:** sólo va al establecimiento de vez en cuando o en alguna ocasión. Puede que esté satisfecho o puede que acuda a dicho establecimiento por alguna obligación.



SEGÚN SU COMPORTAMIENTO

Se basa en la forma de actuar de un cliente con las demás personas que se encuentran en el establecimiento. En este caso se puede distinguir entre:

- **Cliente grosero:** tiene un trato ofensivo, es provocador y está siempre de mal humor.
- **Cliente educado:** trata con respeto al personal, suele pedir las cosas por favor y si tiene alguna queja la expone de buenas maneras.
- **Cliente hablador:** es una persona amistosa y sonriente. En general, hay que dedicarle mucho tiempo y necesita una atención continua, por lo que a veces puede resultar un tipo de cliente pesado.
- **Cliente desconfiado:** es un tipo de clientes que no atiende a explicaciones, ya que nunca suele fiarse de las opiniones de los demás. Nunca llega a estar del todo satisfecho y realiza críticas constantes.

SEGÚN SU GRADO DE SATISFACCIÓN



Como su nombre indica, esta clasificación hace referencia al grado de satisfacción que demuestre el cliente por el servicio prestado. Podemos distinguir entre:

- **Cliente complacido:** es aquel que se marcha con la sensación de haber recibido los servicios por encima de lo que él esperaba. Para él, lo que se ha encontrado en el establecimiento está por encima de sus expectativas.
- **Cliente satisfecho:** es el tipo de cliente que considera que ha recibido los servicios tal y como esperaba. No han recibido nada por encima de sus expectativas, pero tampoco por debajo.
- **Cliente insatisfecho:** es aquel que no se va contento del establecimiento. Para él, los servicios que se le han prestado no han sido lo esperado y se va con mala imagen del lugar.

Por otra parte, muchos de estos tipos de cliente se asemejan a los tipos de pacientes que pueden existir en los establecimientos no turísticos como hospitales. No obstante, vamos a ver más concretamente los tipos de pacientes que nos podemos encontrar:

- **Paciente quirúrgico:** es aquel que se encuentra hospitalizado porque ha sido intervenido quirúrgicamente. Es muy importante tener especial cuidado al limpiar la habitación de este tipo de pacientes, ya que muchas veces tienen colocados drenajes, goteros...
- **Paciente ambulatorio:** es aquel que asiste al establecimiento para recibir un tratamiento concreto, permanece allí el tiempo necesario, pero no se queda alojado.

- **Paciente aislado:** permanece en una habitación separada del resto debido al riesgo de infección. Puede ser aislado para evitar que contagie su enfermedad a las demás personas o bien para que dicho paciente no sea contagiado.
- **Paciente pediátrico:** es un paciente infantil. Independientemente del motivo por el que haya sido ingresado, cuando existen pacientes de este tipo es muy importante extremar las precauciones al utilizar productos químicos y los diferentes útiles de limpieza.
- **Paciente psiquiátrico:** es un tipo de paciente que se encuentra internado en centros especializados en salud mental. En estos casos también se debe tener cuidado al utilizar los productos y útiles de limpieza, para evitar que puedan ser manipulados por ellos.
- **Paciente de UCI:** debido a su gravedad se encuentra ingresado en esta unidad específica del hospital. Si se debe limpiar esta zona, habrá que asegurarse de qué tipo de productos y útiles se pueden utilizar y cuáles no.

Independientemente del tipo de cliente o paciente al que tengamos que prestarle los servicios, siempre debemos ser respetuosos y tener un comportamiento correcto, nunca hay que dejarse llevar por la actitud que tengan ellos hacia nosotros.

Normas de actuación ante la petición de un cliente, paciente o usuario.

Muchas de las empresas de hoy en día están más orientadas a conseguir nuevos clientes en vez de conservar a los clientes que la empresa ya posee. Esto supone una pérdida en la calidad de los servicios, ya que la gestión de calidad siempre debe estar orientada a la satisfacción del cliente. Para conseguir esto es necesario conocer las expectativas que tiene el cliente, así será más fácil ofrecerle los productos o servicios que necesita.

Existen una serie de principios básicos que ayudarán a que la atención se realice de una forma óptima, podemos resumirlos en los siguientes:

- Cuando el cliente haga una pregunta o una petición, se deberá mostrar siempre disponibilidad para ayudarle.
- Se intentarán solucionar las peticiones de los clientes lo antes posible.
- En el caso de que se tarde un poco en solucionar el problema, se debe informar al cliente para que no se sienta desatendido.
- Nunca se le dice a un cliente que no se le va a prestar ayuda. Siempre se intentará buscar una solución o alternativa.
- Se deben escuchar las peticiones con mucha atención para evitar equivocarse.
- Siempre se debe tratar al cliente con educación y respeto.
- Utilizar siempre expresiones de educación como “por favor” y “gracias”.

EN LA LIMPIEZA DE HABITACIONES

Las normas de actuación en las habitaciones de los clientes consisten, en primer lugar, en avisar al cliente de que se va a entrar en su habitación con el fin de limpiarla. Para ello:

- Se llamará a la puerta y si se encuentra el cliente en la habitación y pide que se vuelva luego, se volverá en otro momento.
- Si nadie responde se llamará de nuevo.
- Si después de dos avisos no hay respuesta se abre la puerta se entra y se procede a la limpieza.
- Si mientras se realiza la limpieza llega el cliente se le debe preguntar si quiere que se siga con la limpieza o si se vuelve en otro momento.



Quejas y reclamaciones de un cliente, paciente o usuario.

En primer lugar, es conveniente decir que las quejas y reclamaciones no deben tomarse como un problema, sino que son algo que ayuda a los establecimientos a mejorar y a solucionar posibles errores para que no vuelvan a repetirse.

Los principales motivos por los que pueden surgir las quejas son los siguientes:

- Ineficacia del personal.
- Retrasos en los diferentes servicios prestados.
- Incumplimiento de promesas.
- Defectos en los servicios o productos.

Ante una queja es conveniente:

- Agradecer la queja
- Escuchar con atención
- Resolver el problema
- Aclarar y analizar los hechos
- No interrumpir
- Ofrecer soluciones
- Obtener la máxima información
- Comunicar la solución
- Prevenir errores futuros
- Seguimiento de la queja

Dependiendo del grado de insatisfacción del cliente nos podemos enfrentar a situaciones de mucho enfado de las que no seamos responsables e incluso de las que no dispongamos mucha información al respecto. Por ello, es importante que ante todo seamos capaces de no dejarnos llevar por los nervios y tratemos de encontrar una solución lo antes posible.

Para resolver una queja es conveniente seguir los siguientes principios:

- **Tener una actitud positiva:** que el cliente perciba que no somos una amenaza, sino una forma de resolver el problema.
- **Ofrecer soluciones:** así el cliente comprenderá que estamos tratando de buscar la mejor solución y las aceptará mejor.
- **Buscar información:** desde donde empieza el problema hasta cualquier posible solución para arreglarlo.
- **Escuchar:** debemos escuchar detenidamente al cliente, sin interrumpirlo, pero haciendo preguntas que nos ayuden a esclarecer el problema.
- **Disculparse:** debemos ofrecer al cliente nuestras disculpas e intentar hacerle ver que nos estamos poniendo en su lugar para tratar de ayudarle.

En el caso de **las reclamaciones**, son un instrumento que el consumidor tiene a su disposición para remitir a la Administración Pública para que ésta conozca las posibles infracciones o vulneraciones de los derechos que el consumidor tiene reconocidos.



Todos los establecimientos están obligados a tener hojas de reclamaciones a disposición del consumidor que las solicite. Estas hojas se recogen en **el libro de reclamaciones** y están compuestas por cuatro copias:

- Una **verde** para la persona que realiza la reclamación.
- Una **blanca** para la Administración.
- Una **amarilla** para el establecimiento.
- Una **rosa** para el control de inspección.

Las hojas de reclamaciones deben contener una serie de apartados que son los siguientes:

- Identificación del establecimiento.
- Datos de la persona que reclama.
- Motivo de la reclamación.
- Exposición de la reclamación.
- Fecha.
- Firma del reclamante.

Una vez que la oficina municipal de información al consumidor (OMIC) recibe la reclamación, ésta puede tramitarse de las siguientes maneras:

- **Traslado a otro organismo:** en caso de que los motivos de la reclamación no sean competencia de las oficinas de consumo.
- **Mediación:** es un sistema voluntario y gratuito de resolución de conflictos entre consumidores y empresas. En este caso, la Administración solicita a la empresa reclamada que proponga una solución al problema en un plazo de quince días.
- **Inspección:** si al tramitar una reclamación, la Administración observa indicios de infracción, puede trasladar el caso a los servicios de inspección para que se inicie un expediente sancionador.

La finalidad de un expediente sancionador es evitar que el que ha cometido las infracciones pueda seguir cometiéndolas en perjuicio de los consumidores. La sanción suele ser económica.

Técnicas elementales de comunicación



La comunicación es el proceso a través del cual se intercambia información entre dos o más personas. Al comunicarnos, no sólo damos un mensaje específico, sino que transmitimos aspectos tan importantes como valores o creencias. De ahí la importancia de la comunión en cualquier empresa.

Las diferentes etapas de la comunicación son las siguientes:

- Desarrollo de la idea.
- Codificación del mensaje.
- Emisión del mensaje.
- Recepción del mensaje.
- Interpretación de mensaje.
- Feed back.

Para desarrollar estas etapas correctamente debemos conocer cuáles son los elementos necesarios en cualquier comunicación:

EMISOR

Es quien elige y selecciona el mensaje que quiere transmitir y cómo lo va a transmitir. Las características del emisor van a condicionar la comunicación.

CÓDIGO

Es la forma de transmitir el mensaje y puede ser:

- **Código lingüístico:** se utiliza el lenguaje verbal, ya sea oral o escrito. Incluye los diferentes idiomas.
- **Código no lingüístico:** se transmite a través de gestos o por medios acústicos o visuales.

MENSAJE

Es el conjunto de ideas e informaciones que se transmiten y que será interpretado por el receptor.

RECEPTOR

Es quien recibe el mensaje. Para analizar el mensaje objetivamente, el receptor debe descomponer el mensaje y después actuar ignorándolo o almacenándolo.

CANAL

Es el medio físico por el que se transmite el mensaje. Puede ser por teléfono, por presa, por videoconferencia...

CONTEXTO

Son las diferentes situaciones o condiciones en las que se produce la comunicación. Puede ser:

- **Situacional:** circunstancias temporales en las que se produce la comunicación.
- **Socio histórico:** época o circunstancias sociales en las que se produce el mensaje.

- **Lingüístico:** lo que se dice antes o después del mensaje para condicionar su interpretación.

FEED BACK

Son las respuestas que el receptor de un mensaje envía al emisor. El feed back puede ser:

- **Positivo:** si la respuesta es una aprobación.
- **Negativo:** si la respuesta resulta de un desacuerdo.

Existen una serie de actuaciones que pueden dificultar la comunicación:

- Transmitir el mensaje con prejuicios.
- Utilizar un lenguaje demasiado profesional.
- No vocalizar.
- Incoherencia entre lo que se dice y lo que se hace.
- No tener predisposición a escuchar.
- No empatizar.
- No saber escuchar.



Actividades

1. Completa las siguientes afirmaciones...

- a) Un cliente es aquella persona que recibe los _____ de un _____.
- b) La actividad principal de los alojamientos siempre debe estar enfocada a la _____.

2. Señala la respuesta correcta...

Los clientes se pueden clasificar según...

- a) Grado de exigencia.
- b) Voluntariedad.
- c) Asiduidad.
- d) Todas las respuestas son correctas.

3. Une con la respuesta correcta...

...acude al establecimiento porque él mismo lo ha elegido.
Cliente voluntario es aquel que... ...acude al establecimiento porque no tiene otra opción.
...no está satisfecho con los servicios.

4. Enumera cómo pueden ser los clientes según su comportamiento...

5. ¿Cuál es la diferencia entre un cliente complacido y uno satisfecho?

6. Indica si las siguientes afirmaciones son verdaderas o falsas...

- a) Cuando el cliente haga una pregunta o una petición, se debe mostrar siempre disponibilidad para ayudarlo.
- b) Cuanto más se tarde en solucionar las peticiones de un cliente mejor, así se verá que nos hemos tomado tiempo en resolverlas.

7. Enumera algunos de los motivos por los que pueden surgir las quejas de un cliente.

8. Completa la siguiente tabla...

PARA RESOLVER UNA QUEJA	-
	-
	-
	-
	-

9. Señala la respuesta correcta...

¿Para quién es la copia amarilla de la hoja de reclamaciones?

- a) Para la persona que realiza la reclamación.
- b) Para la Administración.
- c) Para el establecimiento.
- d) Para el control de inspección.

10. ¿Qué apartados debe contener una hoja de reclamaciones?