

# La voz del cliente



**Por: Carmen Martí**  
**Directora Ejecutiva Puerto Rico SBTDC**

**Los negocios existen si hay clientes. Por esta razón, es importante que el empresario se enfoque en ellos y los mantenga satisfechos. Uno de los criterios del Programa de Excelencia en Desempeño *Baldrige*, es precisamente el enfoque en el cliente.**

**E**s uno de los temas que más importancia le da este Programa de Excelencia el cual ha sido aplicado con excelentes resultados por empresas multinacionales exitosas a través del mundo.

Los empresarios deben considerar todas las maneras posibles que le ayuden a escuchar la “voz del cliente” para mantenerlo y/o motivarlo a que regrese al negocio. No es solamente ofrecerle el mejor producto y servicio posible.

Se debe prestar mayor atención a sus comentarios y recomendaciones. La tecnología permite mayores accesos para obtener retroalimentación del cliente. El empresario puede establecer mejor comunicación para entender cómo el cliente piensa del negocio y cómo le gustaría ser tratado. Pero es de suma importancia analizar esa información. Si se evalúa correctamente se podrán aplicar estrategias que ayudarán a mejorar la lealtad del cliente lo que

redundará en el éxito del negocio a largo plazo.

**Pero, ¿cómo se escucha al cliente o cómo se obtiene la información de éstos?**

Cuando el cliente llega por primera vez a un negocio se puede identificar información básica como su género, su edad, y hasta su lugar de procedencia. Además, se puede conocer cómo se enteró del negocio, lo cual le ayuda a medir cuan efectivo es el plan de mercadeo de su negocio. Se recomienda mantener un sistema que recoja estos datos para establecer tendencias y definir mejor las estrategias. Además, a través de esta información se puede definir que tipo de público está

Viene de la página anterior

atrayendo el negocio o cual es la percepción del público. Por ejemplo, ¿Están llegando al negocio más personas jóvenes o personas mayores de edad? Si el empresario quisiera atraer otro tipo de cliente o entiende que debe mejorar la oferta de productos para continuar atrayendo ese mercado, ya tiene la información para tomar las decisiones debido a que tiene una base más objetiva.

### ¿Cómo se obtiene información sobre la satisfacción del cliente?

Puede ser que un cliente satisfecho hable bien de un negocio sin que el empresario lo pregunte. Puede ser que el cliente se manifieste sobre lo bien que se siente con el servicio que recibió. Esta información se debe mantener o anotar en algún sistema. Por otro lado, se debe prestar atención especial a la

cantidad de devoluciones del producto o servicio que se vende. Esto es otra manera de escuchar a un cliente no satisfecho. Se recomienda mantener un listado de las llamadas donde los clientes critican algún servicio. Recuerde que si se mantiene la información cuando se definen las estrategias se puede utilizar como base ese listado. Las devoluciones o llamadas de crítica o “quejas” son información valiosa que le llega al empresario, quien no ha tenido que ir a buscar o invertir para obtener esa información o sea es reactiva. Sin embargo, se puede ser

pro-activo, y obtener la información del cliente a través de encuestas, grupos focales, entrevistas, visitas o entregándole alguna tarjeta donde pueda evaluar el producto o servicio.

El empresario puede utilizar los resultados de las encuestas para evaluar sus servicios y definir nuevas estrategias. De nada vale, si a pesar de tener la información de lo que necesita el cliente, el empresario no hace los ajustes. Recuerde que el desempeño y calidad de su negocio los evalúa el cliente y el tener acceso a esta información es de gran valor.

Los clientes demuestran su satisfacción adquiriendo otro producto o servicio, visitándolo frecuentemente o refiriendo otros clientes. Por lo que la relación cliente-negocio no solo se limita a tratar de reducir errores va mucho más allá. Se debe procurar mejorar la actitud hacia el servicio, mejorar los mecanismos de acceso y ofrecer respuestas más rápidas. Estas estrategias redundarán en relaciones más duraderas.

En resumen, preste atención a lo que el cliente dice. Ofrézcale herramientas para que evalúe su negocio, exhórtelo a escribir su opinión para obtener retro-alimentación. En esa evaluación puede medir su satisfacción con el producto o servicios, empleados, facilidades, acceso y se podrán hacer los ajustes necesarios. Éxito!



## Historias de éxito

### Vanessa Piereschi Nova Terra, Arecibo

**V**anessa Piereschi identificó una necesidad con el reciclaje de equipo electrónico y tecnológico. Esta emprendedora empresaria fundó la compañía Nova Terra en el Municipio de Arecibo.

La empresa, la cual comenzó en el año 2000, se dedica al reciclaje de equipo electrónico que ya está obsoleto y que el usuario prefiere descartar. Nova Terra ha sido muy exitosa en

este servicio y se ha estado expandiendo hacia nuevas líneas de productos a base del procesamiento de estos metales. Como resultado del proceso de reciclaje de estas computadoras y equipo electrónico se exportan productos que luego se venden a otras compañías manufactureras que a su vez las incorporan en sus nuevos productos.

La empresa Nova Terra además contribuye en la



Vanessa Piereschi

reducción del impacto ambiental de desperdicios electrónicos los cuales de otra manera están siendo desechados en los vertederos,

en terrenos que pueden derivar contaminación ambiental. Los servicios y productos de Nova Terra son exportados a Asia, América Latina y Europa.

La empresa ha solicitado asesoría del Centro de Comercio Internacional del Puerto Rico SBTDC. Además está certificada en varios programas de la SBA. En mayo de 2011 recibió el reconocimiento que otorga anualmente la agencia federal como Exportadora del año 2011.

## Reconocimientos en la Semana de Pequeños Negocios

**E**l Puerto Rico Small Business and Technology Development Center realizó una actividad durante la Semana de Pequeños Negocios para compartir y reconocer a unos 60 empresarios exitosos de toda la Isla. “Los empresarios exitosos aquí reunidos tienen varias cualidades en común. Éstos demuestran una gran pasión por su negocio, son muy persistentes

e innovadores y asumen riesgos” aseguró Carmen Marti, quien ofreció un mensaje para todos los reconocidos.

Algunos de los empresarios participantes fueron exportadores, como Marta Burgueras de *B&B Manufacturing*, Jorge Rodríguez de *Best Car Mats*, Jorge Toledo de *Cerraduras Toledo*, Iris Vincent de *Prime Air*, y el Arquitecto



Empresarios reconocidos del Centro de San Juan sostienen sus placas de reconocimiento.



Empresarios reconocidos del Centro de San Germán sostienen sus placas de reconocimiento.

Luis Puig de *Integra*. Otros empresarios reconocidos por el SBTDC de San Germán fueron Oscar Quiles, de *Pentaq*, Roque Abad, de *Empresas Roque Abad* de Mayagüez, Luis y Maritere Negrón de *Mantex* en Sabana Grande, Waldemar Dávila de *Car Wash Plus* en Cabo Rojo, los ingenieros Rivera y Sotomayor de *Renewable Solutions*, de

Mayagüez, y Carlos Rivera de *Dulzura Borincana*. Otros empresarios reconocidos fueron la familia Sánchez de *San Mar Manufacturing*, Nereida y Mark Williams de *Spicy Caribe*, Juan Arroyo, de *Limber de Mami*, Edward Feliciano de *KCS*, y Vanessa Bobet de *Ponciana Bakery* y Fernando Rodríguez de *Prime Janitorial*, de Ponce, entre otros.

## Continúa con éxito Programa Educativo Baldrige

**C**omo parte del Programa Educativo de Excelencia en Desempeño *Baldrige* unos 125 empresarios se han beneficiado de temas expuestos por examinadores y expertos en Perfil Organizacional, Liderazgo, Planificación Estratégica, Enfoque hacia el Cliente y Métricas. Además, estos empresarios han aprendido a utilizar las herramientas Franklyn Covey, Balanced Scorecard y han escuchado los testimonios de empresas reconocidas *Baldrige* que

utilizan exitosamente estos criterios del programa como el Ritz Carlton, el Puerto Rico SBTDC, y el Poudre Valley Health System, en Colorado, entre otros.

Este esfuerzo es parte de la Alianza Competitividad Global, apoyada por Pridco y las asociaciones empresariales del País, la cual se enfoca en orientar a los empresarios para que mejoren sus resultados y aumenten su competitividad.



Vista parcial de los participantes de una de las actividades sobre el Programa *Baldrige*.

# Próximas actividades para negocios

## Oportunidades de negocios con Agencias federales, estatales y municipales

### “MATCHMAKING EVENT”

**Viernes, 5 de agosto de 2011, de 8 AM a 12 PM**  
Universidad Interamericana de San Germán

#### Orientaciones previo al evento:

**Viernes, 8 de julio, 10 AM a 12 PM**  
Inter de San Germán

**Viernes, 15 de julio, 10 AM a 12 PM**  
Inter de Ponce

**Entrada libre de costo**

**Viernes, 24 de junio de 2011, 10:00 AM a 12:00 PM**  
*Patentes y propiedad intelectual para su idea de negocio*  
Union Plaza, San Juan

**Martes, 28 de junio de 2011, 10:00AM a 12:00PM**  
*Fondos para investigación y desarrollo de su idea de negocio*  
Union Plaza, San Juan

**Viernes, 8 de julio de 2011, 8:00 AM a 12:00 PM**  
*Contabilidad básica para negocios*  
Union Plaza, San Juan

**Viernes, 12 de agosto de 2011, 1:00 PM a 5:00 PM**  
*Cómo incursionar en el mercado internacional*  
Inter de Ponce

**Miércoles, 17 de agosto de 2011, 1:00 PM a 5:00 PM**  
*Cómo incursionar en el mercado internacional*  
Union Plaza, San Juan

**Arecibo**  
(787) 878-5269

**Caguas**  
(787) 744-8833 Ext. 2909

**Ponce**  
(787) 842-0841

**San Juan**  
(787) 763-5108

**Innovación y Tecnología**  
(787) 763-6811 Ext.233

**InterEmpresa**  
(787) 250-1912 Ext. 2221

**Fajardo**  
(787)863-2390

**San Germán**  
(787) 892-6760

**Comercio Internacional**  
(787) 763-2665

**Oficinas Ejecutivas**  
(787) 763-6811

Para registro e información  
de seminarios accese:  
[www.prsbtcd.org](http://www.prsbtcd.org)

PUERTO RICO | Fideicomiso para Ciencia,  
Tecnología e Investigación



**UNION PLAZA BUILDING**  
**416 PONCE DE LEON AVE.**  
**SUITE 912 SAN JUAN PR 00918**

