

EL ORGULLO DE SERVIR

Jorge Yarce

Actitud de disponibilidad y ayuda generosa para quien está empeñado con nosotros en la misma tarea y requiere de nuestro trabajo o espontánea colaboración, o como consecuencia de un compromiso.

La palabra *servidor*, en lugar de significar, como antiguamente pudo ocurrir, algo emparentado con el servilismo o con la esclavitud, es de las más palabras más unidas a la calidad de las personas, sobre todo de las que trabajan ofreciendo determinadas prestaciones a terceros, que esperan de ellas su contribución o cooperación, bien porque han pagado por ello o porque es una obligación que han adquirido por otra razón.

“Servidumbre de amor es señorío”, reza un antiguo refrán popular. Como queriendo indicar que cuando se sirve como fruto de amor al trabajo, a la contribución a los demás, a la empresa o institución y a la sociedad, se posee un dominio de sí mismo y se es señor o señora en el sentido pleno de este término. Quien quiera ser persona de calidad, que sirva bien.

Es tan profunda la forma como el servir está enraizado en la vida humana que podríamos decir, sin exageración alguna, que no *“se sirve para vivir sino que se vive para servir”* y que el servir es tan idéntico a realizarse como persona, que *“la vida es para servir; si no, no se sirve para nada”*.

Aprender a servir

El servicio requiere aptitudes (condiciones y capacidades psicológicas) pero, sobre todo actitudes (condiciones totales de la persona, un conjunto de valores en forma de hábitos estables) que señalan una conducta ante la necesidad de contribuir, cooperar y colaborar dentro de las tareas de un grupo o institución, bien sea de cara al cliente externo (sus usuarios o receptores de unos determinados bienes, productos o servicios) o al cliente interno (los demás partícipes de la tarea con nosotros que necesitan de nuestro servicio y nosotros del suyo).

El servicio implica una actitud ética, es decir, algo valorativo en términos de conducta, para bien o para mal. Un referente que determina si obro bien o mal de cara al servicio que presto y en mi conducta como persona, así como en el valor de mi trabajo. Cada vez que yo sirvo, estoy obrando en términos de valores o antivalores, dependiendo si logro o no el objetivo de prestar o dar una contribución que se espera de mí. Es muy importante destacar que el servicio se aprende. No sólo porque se pongan en práctica recomendaciones, experiencias y técnicas comprobadas en diversas latitudes y tipos de empresas, sino porque hay diversas formas de mejorarlo y perfeccionarlo.

Todos tenemos que pensar que las personas somos lo importante y, por tanto, debe darse entre todos una relación humana interpersonal positiva. De parte nuestra es una relación de servicio en cada puesto de trabajo esforzándonos por servir un poco mejor cada día. Así se llega a la excelencia en el servicio, con detalles, no con grandes decisiones o con grandes declaraciones o dando pasos gigantescos. Son unos pasos pequeños cada día los que, con el tiempo, nos hacen recorrer grandes distancias de mejoramiento y de calidad

El servicio funciona bien si funcionan bien las personas.

Estas son los actores principales del servicio en una institución. Dan sentido a los procesos que desarrollan en procura de un buen servicio. Sobre todo, si evitan que sus acciones se queden enredadas en los papeles, es decir, re reduzcan a burocracia y a disculpas: *“es que yo aquí obedezco”, “es que yo me limito e entregar unos formularios”, “es que no sé decirle qué debe hacer”*. Si el cliente es lo primero, no pueden ser primero las disculpas: *“Es que”...“pensé que...” “creí que”,* formas de disfrazar la ineficacia, la falta de visión global del servicio de la empresa, falta de información actualizada.

Estrategia y persona actuarán eficientemente si cuentan con un sistema, si conocen bien las formas y procedimientos para prestarlo y para evitar lo inadecuado, lo que causa demora, la falta de información. Lo importante es que sea un proceso transparente: se suministran unos insumos, se establecen unos requisitos, se verifica su cumplimiento, se producen los resultados.

Para dar un buen servicio hay que, entre otras cosas:

1. Escuchar a todo aquel que espera de alguien un servicio Entender bien lo que el cliente quiere y expresa.

2. Saber que la gente llega con problemas y quiere soluciones, no que le pongan barreras o dificultades. La gente espera ser servida de una determinada manera y si no lo logra se siente defraudada

3. Servir es atender con amabilidad, con aceptación a la persona y no con rechazo, apatía o indiferencia. Servir es respetar al cliente como persona y como usuario con pleno derecho a algo por lo que ha pagado. Servir no es sólo informar sino ayudar a hacer las cosas

4. Servir es obrar de acuerdo a procedimientos y funciones, pero también es ir más allá cuando lo que requiere el servicio no está previsto en los procedimientos

5. El servicio tiene que ser amable, humanizado y cordial, prestado con corazón, con amor, con un sentimiento de agrado al hacer aquello. Se nota en las palabras, los gestos, la diligencia, la comprensión, etc. Es dar facilidades y no poner dificultades

6. Servir es, muchas veces, acudir a detalles inesperados, que en el cliente tienen una gran acogida porque se siente tratado como persona

7. En la estrategia de servicio capital saber cuál es la expectativa del cliente frente al servicio.

8. Servir es ocasión de agradar a las personas a las que se sirve, de hacerlas sentir bien. En el servicio no se puede discriminar a nadie.

Todos tenemos que aspirar a ser los mejores en el servicio. No bastaría con repasar una lista de tareas y decir que todas se hicieron bien. Hay que tener conciencia de que siempre se puede servir mejor

El servicio, cadena de actos

Hay que cuidar sobremanera la sucesión o cadena de acciones y situaciones que vive quien solicita un servicio, y quien se va encontrando con diferentes personas, de modo que los resultados le darán la visión sobre cómo ha sido servido. Y sacará la conclusión, si el servicio es bueno o ha habido equivocaciones.

Si quienes sirven en la misma institución actúan como islas, pueden ofrecer un espectáculo contradictorio al cliente porque no le hablarán el mismo lenguaje, ni sentirá que se le está tratando de la misma forma.

Por eso es conveniente conocer el trabajo de los demás, sobre todo de los que más interactúan con nosotros para tener una idea global de lo que hacemos y mejorar la visión del servicio que prestamos, la calidad, por ejemplo, de la educación que se imparte en un centro de enseñanza

En cada acto de servicio se construye la cultura de la organización, siempre que estén en juego los valores corporativos bajo la forma de vivencia arraigada y repetida por parte de sus integrantes

Hay que reforzar también aquellos valores que tienen que ver más directamente con el servicio, como la calidad, la excelencia, el compromiso, la disponibilidad, la autoexigencia, la responsabilidad, la prontitud y la cordialidad.

Es muy conveniente estar en actitud de desaprender los antivalores, lo que dificulta el arraigo de los valores del servicio, como pueden ser: la apatía, la indiferencia, la desatención, el negativismo, el irrespeto, la incoherencia, la pereza o el desinterés. Tan importante es desaprender los hábitos negativos como aprender los positivos.