LITORALPRESS

Fecha: 18-06-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Edición Especial I
Tipo: Noticia general
Título: **Frustración e insatisfacción: Cuando la atención al usuario falla y lleva la paciencia al límite**

Pág. : 11
Cm2: 508,8

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

Son dolores de cabeza para la ciudadanía que a veces han terminado en situaciones de violencia

Frustración e insatisfacción: Cuando la atención al usuario falla y lleva la paciencia al límite

Chatbots que dificultan el contacto con personas o la presión por dejar propina antes de haber recibido atención alguna son parte de un conjunto de situaciones diarias que, según expertos, afectan no solo la experiencia del cliente, sino también impactan el ánimo social.

EQUIPO DE CRÓNICA PARA EL FUTURO

"Mucha fila, siempre pasa lo mismo. Es muy caótico y si no conoces a alguien del lugar, no te van a ayudar y te cobran un ojo en la cara". Así describe su experiencia en la notaría una abogada que debe ir allí en promedio dos veces por semana.

Su relato ejemplifica una de las tantas situaciones cotidianas que generan molestia y frustración. Desde esperas interminables para realizar trámites simples hasta la casi imposibilidad de renunciar a servicios que, por el contrario, se pueden contratar por teléfono o internet en un par de minutos.

Estos episodios "agotan nuestros recursos cognitivos y emocionales (...). La paciencia y la capacidad de dar una respuesta armada o de analizar una situación se deteriora. Todo eso redunda en problemas de convivencia social", sostiene Jorge Blake, académico de la Facultad de Ciencias Sociales de la U. de los Andes.

Agrega que estas y otras tantas situaciones pueden escalar hacia la violencia: "Los recursos se van agotando (...) y pueden llevar a la sociología de la violencia, a esta respuesta socialmente construida de romper estas normas (...). Es un sentimiento de agresión: como yo fui maltratado, no me importa cómo voy a tratar a los demás. Es casi un 'ojo por ojo'". Así, afirma, no solo se deteriora la experiencia del usuario, sino también se afecta el ánimo social.

MACARENA PÉREZ

Más de un millón de solicitudes ha recibido la herramienta "No molestar" del Sernac.

CEDIDA

Largas filas afuera de notaría a la espera de atención.

Vuelva mañana

Probablemente a nadie le gusta hacer trámites, pero cuando estos se deben realizar en condiciones adversas, el ánimo para enfrentarlos se deteriora inmediatamente. Pese a ello, es común encontrar en servicios públicos y privados salas de espera en mal estado, donde ni siquiera hay asientos ni baño o uno en condiciones higiénicas lamentables; menos de la mitad de los módulos atendiendo a los usuarios y filas fuera de las oficinas, que eran común en pandemia —por las restricciones de aforo—, pero que hoy son incomprensibles.

Felipe Wilson, profesor de la Escuela de Administración de Servicios de la U. de los Andes, sostiene que muchos servicios "están diseñados desde el punto de vista de la operación de la empresa y no desde la perspectiva del cliente". Pone como ejemplo los horarios de atención: "Hay un tema ahí que me parece que está muy ajustado a la necesidad operacional del banco, de la isapre (...). Nunca he entendido muy bien cuál es la necesidad de tener cerrado".

No hay humanos disponibles

Si hay un reclamo que se ha hecho recurrente es la automatización del servicio al cliente y la casi imposibilidad de hablar con humanos, pues en su lugar hay asistentes virtuales generalmente poco resolutivos.

Wilson sostiene que "son muy pocas las empresas que tienen bien resuelto los chatbots para que realmente den la respuesta necesaria al cliente" y cree que no hay ejemplos exitosos "ni en la banca ni en *retail*".

"Se ha dejado un poco de lado el cuidado con el cliente, porque efectivamente las personas necesitan el contacto con alguien, especialmente cuando es un tema más complejo", añade.

Silvana Rodríguez, directora del Centro de Experiencias y Servicios de la U. Adolfo Ibáñez, reflexiona que "las dificultades para comunicarnos con personas reales y en algunos servicios el uso abusivo de chatbots van creando una distancia con las personas y tiene efectos negativos en los ciudadanos". Y plantea que experiencias reiteradas de mala atención pueden tener consecuencias profundas: "Vas generando apatía emocional y eso no contribuye al desarrollo".

"No molestar"

A lo anterior se suman las llamadas, mensajes y correos *spam*, que fácilmente pueden superar la decena en un día, y que han llevado a muchos a no contestar llamadas de desconocidos.

En 2024, el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) recibió 1.184.066 solicitudes de la herramienta "No molestar", destinada a eliminar a las personas de listas de difusión de empresas que envían promociones y publicidad no deseada. Este año, hasta mayo, se sumaban otras 551.812.

Las compañías más reportadas son Claro, WOM, Movistar y Entel. Además, solo en 2024 se ingresaron 11.873 "avisos de incumplimiento", es decir, reportes de consumidores que fueron contactados pese a haber pedido ser eliminados. En lo que va de 2025 ya van 3.875 casos.

Andrés Ibáñez, académico de la UC y experto en marketing, dice que el problema se agrava cuando el contacto es abusivo: "La invasión de la privacidad sin consentimiento ni agregando valor a la vida de los clientes es un gran error de algunas empresas".

En la misma línea, Wilson opina que "la gente empieza a cansarse porque es una sobrecarga de mensajes publicitarios muy grande". A su juicio, el mal diseño de la experiencia del cliente no solo frustra, sino también es un problema económico. "Una empresa líder en experiencia al cliente puede vender entre dos y hasta cinco veces más que una compañía que no se preocupa del tema", señala.

¿Incluye la propina?

En redes sociales han aparecido críticas a otra situación: empresas que solicitan propina antes de que la atención haya concluido.

En el país la propina es voluntaria y locales pueden sugerirla en la cuenta, pero lo que llama la atención es que establecimientos que no tienen atención "a la mesa" están pidiéndola antes de entregar al cliente el producto requerido.

También plataformas de reparto a domicilio incluyen la propina como opción "predeterminada" en la que un descuidado puede no reparar y aumentar el valor de su cuenta sin notarlo.

"Cuando la propina se pide por algo que debe ocurrir sí o sí, las personas tienden a percibirlo como injusto, que te están traspasando a ti, como cliente, una responsabilidad del empleador", afirma Rodríguez.