



En estos tiempos que corren, en los que tantos pequeños negocios han cerrado y la forma de vender ha cambiado, es necesario analizar cuidadosamente qué es lo que ha hecho que algunos comercios hayan crecido, porque, ciertamente, desde que no se puede salir con toda libertad a consumir en tiendas de autoservicio, restaurantes, lugares de esparcimiento, etc., la opción para adquirir productos ha sido pedir por teléfono o a través de alguna aplicación de celular, lo que ha permitido a muchas personas continuar con sus trabajos, unos surtiendo pedidos y otros, transportándolos.

Lo cierto es que, lo más importante es ofrecer un buen servicio, que tenga a los clientes satisfechos y que les genere deseos de compartir su experiencia con otros, esto es, dar una valiosa recomendación que hará que el proveedor del producto sea conocido por más clientes potenciales. Por eso, no hay que menospreciar el poder de las redes sociales, que, también han crecido exponencialmente durante los últimos meses.

Al respecto, la Encuesta Nacional Sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2019, presentado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), indicó que la cantidad de personas que usan internet en México es de 80.6 millones: esto representa 70.1% de la población de seis años o más, de los cuales, el 95.3% lo hace a través de celulares. Otro dato interesante es que poco más del 90% de los usuarios son jóvenes de entre 18 y 24 años. Este año, con eso de las clases en línea, seguramente las cifras han incrementado, esperemos a que el INEGI nos informe.

Sin embargo, podemos darnos cuenta de lo importante que es estar al día en el tema de las tecnologías de información, pero algo más que los propietarios de negocios deben afianzar es el servicio al cliente, porque hay algo que no pasará de moda y esto es el prestigio, que será, después de todo, la mejor recomendación para lograr la preferencia del público, aunado a la oferta de productos de calidad y precio razonable.

Por eso, perder el prestigio ganado durante años se convertirá en una desgracia para cualquier negocio, y esto, que cuesta tanto tiempo y esfuerzo construir, se

puede perder en muy poco y por varios motivos, como dar menos mercancía por el precio pagado, tal como vender litros o kilos incompletos o de menor calidad que la anunciada, o bien, maltratar la mercancía y entregarla como si se encontrara en buenas condiciones. Engañar al cliente por ganar unos pesos puede destruir una relación comercial añeja.

Eso le pasó a una persona cercana: pidió a domicilio algo de carne y pollo de la carnicería en la que tenía muchos años comprando. Al recibir la mercancía, no se molestó en revisar nada, confiando en que siempre le surtían bien sus pedidos. La sorpresa llegó al momento de cocinar, la carne era la mitad de lo que había solicitado y el pollo estaba echado a perder. El reclamo fue inútil, así que decidió cambiar de carnicería. Triste decisión, sobre todo porque quedó en entredicho el buen nombre del lugar y el de sus propietarios.

Otro caso es el de una gasolinera que tiene mala fama porque siempre sirven litros de menos. Me he dado cuenta de que quienes llegan a cargar son personas que van de paso, pues se encuentra cerca de la carretera, pero la gente que viven en el lugar ni por equivocación se acerca, a pesar de que ha cambiado de marca y administración, porque el pésimo servicio siguió siendo el mismo, por eso no es raro verla sin clientes, y, aunque, aparentemente, con el último cambio hubieran corregido la situación, difícilmente la gente de la ciudad les dará la oportunidad de comprobarlo por la desconfianza que inspira sus antecedentes.

Además del daño a la economía de la clientela, hay que agregar que el robo sigue siendo pecado y delito. Abusar de la confianza de la gente no puede traer nada bueno a quien pretende sostener un negocio, por eso, es mejor ser honestos con lo que se vende y conservar a los buenos clientes, porque la competencia crece día a día y fácilmente se puede encontrar quien proporcione productos semejantes, con la diferencia que un buen trato puede hacer en la adquisición del producto deseado. Y cuidado, porque si la noticia comienza a correr por las redes sociales, nada podrá hacerse para recuperar la credibilidad. Así que, ¡cuidar el prestigio se ha dicho!

Que tengan una excelente semana.