

# Los 7 ciclos para administrar el cambio

**Dr. J. R. Román**

Conferenciante, *Master Coach*  
 jrromanmotivando@gmail.com  
 www.motivando.com  
 facebook.com/jrroman.motivando  
 407.279.8080



**A** veces hay problemas que parecen no tener solución. En algunos casos, esto podría ser real, pero, en otros, puede que no los estemos viendo de forma adecuada y que, por esto, no hallemos la solución.

Esto puede ocurrir muchas veces al brindar un servicio. Es bueno preguntarnos: ¿cómo poder resolver problemas en forma efectiva o cómo dar un buen servicio? Una de las características de quienes brindan un buen servicio es que tienen la habilidad de resolver los problemas de sus clientes. Cuando hay oportunidades de demostrar nuestra capacidad de solucionar ciertas necesidades de los clientes, ellos tomarán conciencia de que podemos ayudarlos.

El primer paso para solucionar cualquier problema es conocer sus características. Para esto, es necesario conocer algunos factores que los causan:

1. **Desconocimiento de la situación.** Muchas veces las personas no resuelven un problema porque no saben que lo tienen, no cuentan con la información o no quieren reconocerlo. Es difícil ayudar a alguien que no reconoce un conflicto. Si esto ocurre en una organización y no se reconoce el problema, es muy difícil resolverlo. Muchas compañías fracasan por no brindar un buen servicio y no reconocer el problema para poder resolverlo;
2. **Comunicación pobre.** Si hay un problema que involucra a varias personas y no existe buena comunicación, en esta carencia radica el primer obstáculo para resolverlo. Por ejemplo, algunos conflictos entre empleados y patronos no se resuelven si fallan la comunicación o la confianza o la credibilidad entre las partes, como cuando el personal no confía en la gerencia o viceversa;
3. **Información deficiente.** Otra fuente de conflictos es la información incompleta o incorrecta que recibe el cliente a través de los encargados. *Esto* produce confusión, tensión y malestar. Las empresas deben adiestrar a su personal para dar el mejor servicio con información exacta y veraz;

4. **Choque de ideas.** Los clientes buscan un servicio o un producto con la expectativa de resolver un problema de forma rápida y económica. Si después de recibir la información ellos se encuentran con que no se les resuelve nada o con que el costo es mucho más alto de lo presupuestado, surge un conflicto; y
5. **Persistencia del problema.** Si el cliente busca la solución a un problema y esto no ocurre. Por ejemplo, si alguien lleva el auto al mecánico y tiene que volver varias veces para resolver el desperfecto, se genera una situación desagradable y se crea una opinión desfavorable. Recordemos que, si un cliente se molesta, necesitamos 6 acontecimientos positivos en promedio para neutralizar el mal rato. Para evitar esto, debemos diagnosticar la causa, revisar el historial del cliente, preguntar y solicitar ideas sobre la manera de resolver el asunto, y establecer una dinámica para “administrar los problemas”. Hay que tener algunas preguntas claves para identificar el asunto a tratar, como: ¿Qué ocurrió? ¿Cómo afecta esta situación? ¿Cuándo resolver el problema? ¿Dónde ayudar primero? ¿Qué cambiar para evitar problemas?

Es importante definir la causa del problema y sus aspectos positivos o negativos, así como saber lo que podemos hacer para solucionarlo. Hay que crear un ambiente de compromiso para superar los conflictos. Para resolver los problemas, es necesario unir fuerzas y enfocarse en la solución.

Cuando otros hablen de problemas, propongamos soluciones. Mientras otros detallan adversidades, hablemos de oportunidades. Si otros dicen que la situación es difícil, proclamemos que todo es posible.

Para mantenernos en una situación proactiva, se requieren flexibilidad, escuchar más, ampliar los conocimientos, dar seguimiento a los objetivos establecidos y reconocer que todos nos beneficiaremos si superamos los obstáculos que se interponen para lograr nuestras metas. **C**