



Recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas en empresas de servicios legales y notariales, en la provincia de San José, durante el 2022

*Julio Víquez Fernández, Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología, ULACIT
2022*

Resumen

Identificar las oportunidades de servicio al cliente en cualquier industria es muy importante para garantizar la satisfacción de este, ya que a través de estas se pueden hacer correcciones y trabajar en ellas. Esta investigación pretende analizar las recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas en las empresas de servicios legales y notariales en la provincia de San José durante el 2022.

Para lograr resolver el problema planteado y los objetivos específicos, se implementará la investigación descriptiva al basarse en las características de la población. En esta investigación se usará el instrumento cuestionario con la técnica de encuesta, aplicada a una población finita en la provincia de San José, Costa Rica. A su vez, se usará un muestreo no probabilístico de conveniencia con un total de 77 personas encuestadas y el enfoque de la investigación es cuantitativo.

Los resultados obtenidos permiten identificar que el servicio al cliente de los profesionales en derecho es un área que debe mejorarse a corto plazo, por lo cual, este estudio ha demostrado que los profesionales en derecho no tienen, en su mayoría, una herramienta que evalúe el servicio al cliente y, a su vez, la percepción de servicio por parte de los usuarios finales es de regular a mala, algo que evidencia una situación crítica por resolver.

La recomendación clave para los profesionales en derecho es utilizar herramientas electrónicas para evaluar el servicio al cliente y, puntualmente, usar el Customer Journey Mapping que es una plataforma que evalúa el servicio al cliente gráficamente y por etapas en cada proceso, y no solo de forma integral, la cual busca ser una herramienta amigable, fácil de usar, segura y fiable para la evaluación de servicio al cliente. Esta recomendación se alinea con los principios deontológicos del profesional en derecho, ya que la visualización gráfica de la herramienta, su fácil acceso e interacción con el cliente, aumentarían la satisfacción del servicio al cliente sin generar ningún conflicto con el ente regulador.

Palabras clave: servicio al cliente, herramientas electrónicas, servicios legales, evaluación de servicio al cliente, Customer Journey Mapping.

Abstract

Identify customer service opportunities in any industry is particularly important to ensure customer satisfaction, as corrections and work can be done through them. This research aims to analyze the recommendations for the evaluation of customer service through operations processes with technological tools in legal and notarial services companies in the province of San José during 2022.

To able to solve the problem and the specific objectives, descriptive research will be implemented, based on the characteristics of the population. In this research, the questionnaire instrument will be used with the survey technique, applied to a finite population in the province of San José, Costa Rica. In turn, a non-probabilistic convenience sampling will be used with a total of seventy-seven people surveyed and the research approach is quantitative.

The results obtained allow us to identify that the customer service of legal professionals is an area that should be improved in the short term, which is why I presented a study that has shown that most legal professionals do not have a tool that evaluates customer service. customer and in turn the perception of service by end users is fair to poor, something that shows a critical situation to be resolved.

The key recommendation for legal professionals is to use electronic tools to evaluate customer service and specifically use Customer Journey Mapping, which is a platform that evaluates customer service graphically and by stages in each process and not only comprehensively, additional this process always seeking to be a friendly, easy to use safe and reliable tool for evaluating customer service. This recommendation is in line with the ethical principles of the legal professional, since the graphic display of the tool, its easy access and interaction with the client would increase customer service satisfaction without generating any conflict with the government entity.

Keywords: customer service, electronic tools, legal services, customer service evaluation, Customer Journey Mapping.

Introducción

La comercialización de servicios se ha convertido, actualmente, en una batalla constante entre variedad, precio y satisfacción del cliente, donde este último es un factor decisivo para que los consumidores se decidan por una u otra alternativa. De acuerdo con lo anterior, esta investigación está basada en servicios legales y notariales con operaciones en Costa Rica y tiene, como tema, identificar las recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas en empresas de servicios legales y notariales, en la provincia de San José, durante el 2022.

Como justificación del tema, es fundamental la consideración de la satisfacción del cliente en la industria de los servicios legales, por lo cual, corresponde ahora conocer para qué lo podemos usar ya que la mayoría de los servicios de este tipo tiende a creer que la satisfacción de sus clientes es buena, sin embargo, carecen de medios objetivos para determinar una correcta evaluación de este, por lo tanto, este estudio recomendará herramientas que permitan obtener resultados objetivos de estos servicios legales mediante herramientas tecnológicas que se adapten a este tipo de servicio.

El tema está dirigido a todos los profesionales en derecho en Costa Rica, pero, en general, está relacionado con el servicio o bienes intangibles que, en muchas ocasiones, es difícil de evaluar

por su naturaleza, también le es funcional a las empresas de servicio en general que buscan como mejorar su percepción de servicio al cliente.

Existen diversos beneficios, en esta investigación, como las recomendaciones de herramientas tecnológicas que permitan valorar, en forma objetiva, los servicios legales, pero, más allá de esto, tiene otro factor importante que está relacionado con las operaciones logísticas y estructura de servicio al cliente, en donde se pueden identificar qué etapas de esta son mejorables según la evaluación de los clientes.

El alcance en los aportes de esta investigación trasciende como un antecedente para las empresas de servicios legales, las cuales puedan tomar como referencia este estudio para la implementación de política de servicio al cliente efectivas para incrementar la satisfacción de sus clientes.

El problema que se plantea establece es: ¿Cuáles son aquellas recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas que las empresas de servicios legales y notariales pueden aprovechar, en la provincia de San José, durante el 2022? Este problema nos llevará a identificar, de manera, práctica y metodológica, las opciones válidas para contestar la pregunta y, con ello, proponer recomendaciones y resguardar el fuero legal bajo el cual se deben todos los profesionales en derecho. En relación con lo anterior, dice el Código de Deberes Jurídicos, Morales y Éticos del Profesional en Derecho en Costa Rica (2022), en su artículo número 7, que “el abogado y la abogada procurarán situar sus relaciones profesionales y personales en un marco de seriedad, justicia, amabilidad, honorabilidad, tolerancia, comprensión, cortesía y discreción” (p. A.7). De acuerdo con lo anterior, el profesional en derecho debe proporcionarle al usuario final un servicio amable y cortés, lo que implica que debe tener consideraciones especiales respecto del servicio y la forma en que debe atender cada consulta.

El objetivo general de la investigación es: “Analizar las recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas en las empresas de servicios legales y notariales, de la provincia de San José, durante el 2022”. En cuanto a los objetivos específicos, se establecen: (1) Identificar los requerimientos que las empresas de servicios legales y notariales tienen con respecto a la evaluación de servicio

al cliente, (2) Mencionar los elementos que desde el proceso de operaciones con herramientas tecnológicas permitan la evaluación del servicio al cliente y (3) Sugerir las recomendaciones que las empresas de servicios legales y notariales en estudio puedan aplicar, en el corto plazo, para la evaluación del servicio al cliente con herramientas tecnológicas.

En el siguiente apartado se detallan conceptos claves que permitirán identificar los elementos suficientes para, posteriormente, resolver el problema y los objetivos planteados de esta investigación. Los retos y oportunidades que destaque la investigación serán resueltos con base en argumentación objetiva y científica, la cual permita generar antecedentes para futuras investigaciones.

Revisión Bibliográfica

Hoy la diferenciación en el mundo de los negocios es un elemento indiscutible para posicionar un bien o servicio, más aún en un mercado altamente dinámico y tecnológico, en donde no estar a la vanguardia con respecto a temas relacionados con la calidad del servicio al cliente, herramientas tecnológicas y la forma de interactuar con los clientes, pueden incidir en el éxito o fracaso de una empresa. Respecto de la calidad en los servicios, nos menciona James R. Evans (2020) que “los individuos tienen deseos y necesidades distintos y, por tanto, expectativas diferentes en cuanto a un producto o servicio. Esto conduce a una definición basada en el usuario” pág. 7), según lo anterior, debemos considerar todas las necesidades de los clientes y comprender sus necesidades, considerando, en todo momento, al cliente como pilar angular de toda organización.

Es imperativo comprender algunos conceptos en relación con el servicio al cliente, herramientas electrónicas y elementos relacionados con este, pero, de igual forma, es trascendental conocer las limitaciones y obligaciones que todos los profesionales en derecho tienen respecto de la atención de sus clientes, ya que no hacerlo puede ocasionar suspensiones, multas y hasta inhabilitación de la profesión.

El Código de Deberes Jurídicos, Morales y Éticos del Profesional en Derecho en Costa Rica, establece para regular, alinear y sancionar el comportamiento de los profesionales en derecho a través de los principios de la deontología profesional y determina normas universales y

sectoriales que se deben seguir para garantizar el adecuado y buen servicio al cliente en la profesión, por lo cual existen diferentes principios deontológicos, pero los relacionados con servicio al cliente se limitan al principio de dignidad, decoro y publicidad, de los cuales se puede decir que son los que orientan la conducta del profesional en derecho y el servicio al cliente.

El Código de Deberes Jurídicos, Morales y Éticos del Profesional en Derecho en Costa Rica (2022) establece, en su artículo número 7, que “el abogado y la abogada procurarán situar sus relaciones profesionales y personales en un marco de seriedad, justicia, amabilidad, honorabilidad, tolerancia, comprensión, cortesía y discreción” (p. A.7). Ahora bien, el principio de publicidad y autopropaganda sigue siendo parte de la dignidad y del decoro, sin embargo, se hace especial énfasis en este debido a la regulación que se enmarca en el cuerpo normativo, ya que no se permite el tipo de publicidad que atente contra la dignidad y el decoro profesional, incluyendo material informativo que se le proporcione al cliente o evaluación de este de forma desmedida.

El Código de Deberes Jurídicos, Morales y Éticos del Profesional en Derecho en Costa Rica (2022) establece, en su artículo número 29, que “el abogado y la abogada deberán procurarse su clientela por medios dignos. No deberán recurrir a terceras personas, para obtener asuntos, ni procurarse trabajo profesional mediante descuentos u otras ventajas que concedan al cliente o a terceras personas” (p. A.29). Lo anterior establece elementos que se deben considerar en las recomendaciones, ya que no se pueden incorporar diferenciación en precio, tiempos o aquellos que están ligados a los regulados por ley, por lo cual, la evaluación de los servicios legales debe considerar otros elementos como valores adicionales que puedan incidir en el público meta con el fin de resguardar la dignidad y el decoro, por lo cual este factor lo reafirma el Código de Deberes Jurídicos, Morales y Éticos del Profesional en Derecho, en Costa Rica (2022), en su artículo número 30, al establecer lo siguiente: “El abogado y la abogada podrán anunciar por cualquier medio de comunicación sus servicios profesionales, pero deberán hacerlo de forma digna, moral, con moderación, evitando el auto elogio o cualquier otra información que induzca a error” (p. A. 30).

De acuerdo con lo anterior y el carácter mandatorio para los profesionales en derecho, se hace necesario definir el servicio al cliente y las herramientas más comunes para evaluar el servicio al cliente en una empresa. El servicio al cliente se determina por todos aquellos elementos que las

organizaciones ponen a disposición de su clientela para satisfacer sus necesidades y potenciar su posicionamiento con el cliente, sin embargo, un gran error de las compañías es pensar que todos los clientes son iguales y tienen las mismas necesidades. En el artículo Factores que cuantifican la percepción de la calidad en el servicio al cliente se detalla: “El servicio al cliente es la acción donde se localiza la interacción entre el cliente y la empresa” (2022, párr. 2).

Esta Interacción entre cliente y empresa pueden ser muy positiva o negativa y depende, estrictamente, de la cultura de servicio que emane de cada organización, porque, en el primer caso, los resultados son palpables en la satisfacción del cliente y, en el segundo caso, pueden ocasionar el cierre de la empresa. En el caso puntual de esta industria de servicios legales, existen diferentes elementos relacionados con su servicio que no se pueden evitar, como lo son los procesos de extrema formalidad, tarifas arancelarias controladas e incluso el tiempo oportuno para cada gestión de servicio. Respecto del sector de servicios, menciona el artículo Factores que cuantifican la percepción de la calidad en el servicio al cliente, lo siguiente: “El sector de servicios se caracteriza por aspectos de intangibilidad, incapacidad, personalización vinculada a necesidades y deseos e inseparabilidad en los procesos” (2022, párr. 2), esto implica que se deben considerar todos los factores y las posibilidades y existir un propósito en relación con el servicio al cliente y su alcance, especialmente en bienes intangibles que están relacionados con servicios.

Las herramientas tecnológicas relacionadas con la evaluación del servicio al cliente son múltiples para esta industria, sin embargo, solo algunas son funcionales a esta. Según detalla James R. Evans (2020), respecto de la tecnología y el servicio al cliente: “La tecnología puede mejorar en gran medida la capacidad de una organización para hacer uso de la información relacionada con el cliente y proveer un mejor servicio al cliente” (pág. 178), por lo cual, es fundamental acercarse cada vez más a medios tecnológicos que permitan esta interacción con los clientes de forma más cercana y activa para garantizar su retención y satisfacción del cliente.

Una herramienta tecnológica es la tradicional encuesta de servicio al cliente a través de medios digitales como correo, web o similares y es la forma más tradicional de obtener información del cliente respecto de la calificación del servicio, sin embargo, suele ser un poco fría, subjetiva y de resultados poco confiables, por lo cual deja una gran variación en los resultados según el ánimo del cliente y su frecuencia. Respecto de las encuestas, nos menciona James R.

Evans (2020) que “el primer paso en la creación de una encuesta de satisfacción del cliente es determinar su propósito. Las encuestas deben estar diseñadas con el fin de proporcionar los resultados, la información que se necesitan para tomar decisiones” (pág. 181), esto implica que el diseño de la encuesta debe ser muy elaborado y con un propósito específico para garantizar la obtención de un resultado objetivo y funcional.

Otra alternativa son las evaluaciones por medio de NPS (Siglas en inglés que significa Net Promoter Scores), los cuales son cada vez más comunes para la valoración de servicios intangibles, sin embargo, su calificación es muy severa y podría inclinar al cliente a calificaciones poco realistas, ya que para esta herramienta los cliente retracts y pasivos tienen un rango muy amplio de valuación, mientras que los clientes promotores del servicio tienen un rango de calificación que roza más allá de la excelencia. En el sitio Web oficial de NPS se refiere a los promotores de la siguiente forma: “Los promotores (puntuación 9-10) son entusiastas leales que seguirán comprando y recomendarán a otros, lo que impulsará el crecimiento” (2022, párr. 3).

Existe una herramienta que es el Customer Journey Map, la cual está diseñada para que el cliente identifique, a través de medios visuales, cuáles áreas de servicio merecen mejor o peor calificación y va más allá e involucra los procesos asociados a un servicio, como los procesos previos, el desarrollo de este y el entregable final. Según manifiesta Alicia Chavero, en el curso Customer Journey Mapping de LinkedIn (2022): “Permite estructurar visualmente el viaje de una experiencia desde la perspectiva de los usuarios, identificando los puntos de contacto entre ellos y la compañía”. Lo anterior reafirma que la relación cliente-empresa debe ser cada vez más cercana y la interacción entre ambas debe ser muy orgánica y de autocorrección. El Customer Journey Mapping genera una metodología centrada en la gente, las personas que son el punto medular de cualquier organización y hace necesario un mapa de todas las fases que experimenta un cliente desde un inicio hasta el final de una compra de un bien o servicio.

Hay otras herramientas y métodos para generar una evaluación del cliente, pero nos centraremos en las anteriores como marco de referencia. A continuación, se detalla la metodología de investigación que se empleará para determinar la población e instrumento necesario para obtener la información.

Metodología de Investigación

El tipo de investigación que se implementará es la investigación descriptiva, basándose en las características de la población. Según detalla Medardo Nizama (2019), en su Enfoque Cuantitativo de Investigación acerca de investigación descriptiva: “La investigación cuantitativa es de índole descriptiva por cuanto identifica los elementos que conforman un caso, hecho o fenómeno de relevancia jurídica, determinando sus conexiones entre sí, permitiendo describir procesos, contextos, instituciones, sistemas y persona” (pág. 9).

El enfoque de la investigación es cuantitativo y se busca encontrar elementos objetivos que permitan calificar y medir los resultados obtenidos para poder inferirlos en el problema planteado y los objetivos, lo cual permita una aplicación correcta del mecanismo y se descarte información subjetiva e irrelevante que pueda causar sesgo en la información recolectada.

Uno de los mayores retos es identificar la población y en este estudio está compuesta por aquellas personas quienes viven en Costa Rica, en la provincia de San José y en el cantón central San José, cuya edad se encuentra entre 25 y 64 años. El Instituto Nacional de Estadística y Censo INEC establece lo siguiente en relación con este sector demográfico: “Para el año 2022 la población por grupos de edades, según provincia y cantón, es 203.454 personas” (2022, párr. 7) por lo cual, la población para este estudio será finita, compuesta por 203.454 personas.

La administración de probabilidades matemáticas será determinada por técnicas estadísticas para obtener el muestreo, por lo tanto, se utilizará un muestreo cuantitativo no probabilístico de conveniencia, donde estas están disponibles para el estudio y son fuente objetiva para este estudio por su disponibilidad, accesibilidad y conveniente localización. La muestra incluirá al menos 77 muestras válidas en la población finita que se ha seleccionado; adicionalmente, la calidad de la muestra en este caso es fundamental para obtener resultados efectivos, ya que determinar recomendaciones válidas, oportunas y finalmente contestar el problema con los objetivos planteados, se debe realizar con datos muy acertados.

Según detalla James R. Evans (2020), respecto de la calidad: “La calidad puede ser un concepto confuso, en parte porque las personas la ven en forma subjetiva y con diferentes criterios basados en sus funciones individuales en la cadena de valor de un bien o servicio” (2020, pág. 31), de acuerdo con lo anterior, la muestra debe reflejar objetividad y la calidad propia en la selección

de la población, por lo cual el reto de una selección apropiada de la población y la muestra debe ser siempre solventado cuidadosamente para obtener entregables de calidad, los cuales se pretenden en este estudio.

La técnica de recolección de datos, para el caso en estudio que se utilizará, está basada en un cuestionario que se publicarán en medios electrónicos como redes sociales, WhatsApp y otros medios o canales digitales comunes al alcance de la población en estudio y mediante el formulario de Microsoft Forms, las preguntas del cuestionario serán cerradas y limitadas, para capturar, como mínimo, 77 encuestados. En el apartado siguiente se detallarán los resultados de esta importante investigación.

Análisis de Resultados

A continuación, los resultados obtenidos según la encuesta aplicada a 77 personas quienes contestaron a 14 preguntas diseñadas para resolver los objetivos específicos de esta investigación y, con esto, busca encontrar fuentes de datos suficientes y establecer las recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas en empresas de servicios legales y notariales en la provincia de San José durante el 2022.

El perfil de los encuestados consultados establece, en relación con el género, un total de 70 % de participación de hombres y un 21 % de mujeres, mientras el 9 % prefirió no identificar su género; por su parte, en relación con la nacionalización de los consultados, el 79 % fueron costarricense y el 21 % pertenecen a otras regiones como Europa, americanos no latinos entre otros. Ahora bien, en relación con el grupo de edad, el 95 % mayor de 18 años y el 5 % es menor de edad, de estos el 92 % tienen de 25 años a 64 años, el 4 % comprende la edad entre 19 a 24 años y, finalmente, el 4 % son personas mayores a 65 años. Con respecto a la localización geográfica, el 85 % corresponde a personas que viven en la provincia de San José y el 15 % corresponde a personas de otras provincias. De las personas que viven en San José, el 91 % corresponde a las personas que viven en el cantón central de San José y el 9 % a personas que viven en otros lugares de San José.

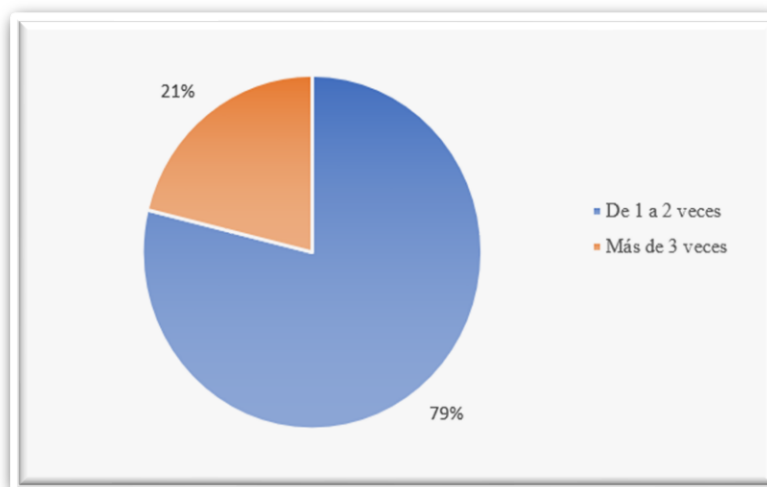
El primer objetivo de esta investigación es identificar los requerimientos que las empresas de servicios legales y notariales tienen con respecto a la evaluación de servicio al cliente, por lo cual, se busca determinar los antecedentes actuales de los sistemas de evaluación del servicio al cliente que las empresas de servicios legales tienen, la frecuencia y el origen de la selección del servicio, la percepción de servicio al cliente, por parte de los usuarios, y los elementos más relevantes de servicio al cliente.

Costa Rica es uno de los países de Latinoamérica que más leyes emitidas tiene para proteger y garantizar su estado democrático, las garantías sociales, los derechos humanos; por lo cual, el uso de servicios legales es constante por toda la ciudadanía. Las primeras cinco preguntas del estudio establecen el diagnóstico y los requerimientos actuales con respecto al servicio al cliente y la forma de afrontarlo por parte de los profesionales en derecho.

De acuerdo con el Gráfico 1, el 79 % de los encuestados han utilizado servicios legales de 1 a 2 veces al año y un 21 % más de 3 veces al año, por lo cual, se evidencia una gran demanda de servicios legales y notariales en este sector económico.

Gráfico 1

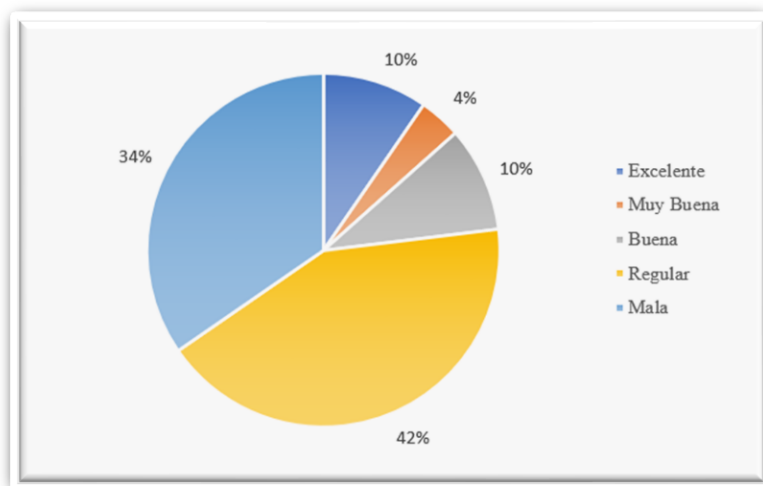
Frecuencia anual de utilización de servicios legales



Ahora bien, considerando la gran demanda de requerimientos en servicios legales, un factor importante es la percepción del servicio al cliente y el grado de satisfacción, por lo cual, aunque los profesionales en derecho tengan leyes y reglamentos específicos que controlan cada uno de sus actos, muchas veces no tienen control del grado de satisfacción del cliente, esto puede ocasionar molestias con el cliente e incluso denuncias al ente regulador.

Gráfico 2

Grado de satisfacción del cliente respecto del servicio recibido



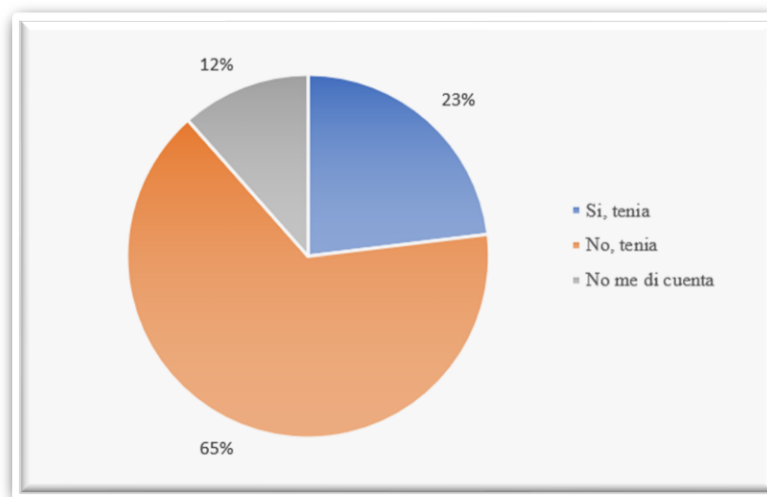
Según el Gráfico 2, se detalla el grado de satisfacción del cliente, por lo cual el 42 % de los encuestados califican el servicio como regular y el 34 % dice que el servicio al cliente fue malo, así mismo, apenas el 24 % de los encuestados establecen que el servicio al cliente fue bueno, muy bueno o excelente. Este indicador es crítico para los profesionales en derecho que, en su mayoría, desconocen la percepción de servicio al cliente que tienen sus clientes y, por defecto, no saben en qué deben mejorar para revertir esta situación.

Las preferencias del cliente son cambiantes, por lo cual debemos considerar todas las necesidades, los requerimientos y la constante interacción para garantizar la preferencia del cliente y elevar la calidad del servicio.

Referente a la calidad del servicio, Juan Gilberto Silva-Treviño (2021) señala: “Se confirmó que la calidad en el servicio se asocia positivamente con las variables de satisfacción del cliente y lealtad del cliente. Por su nivel de importancia, se clasifican en orden de mayor a menor en responsabilidad confiabilidad, confianza, empatía, lealtad, satisfacción” (pág. 15); según lo anterior, es trascendental trabajar en la calidad del servicio al cliente para garantizar la fidelización de un cliente y esto se logra identificando en qué se debe mejorar y en qué se debe seguir constante en toda la cadena de servicio al cliente.

Gráfico 3

Existencia de un sistema de evaluación para servicio al cliente



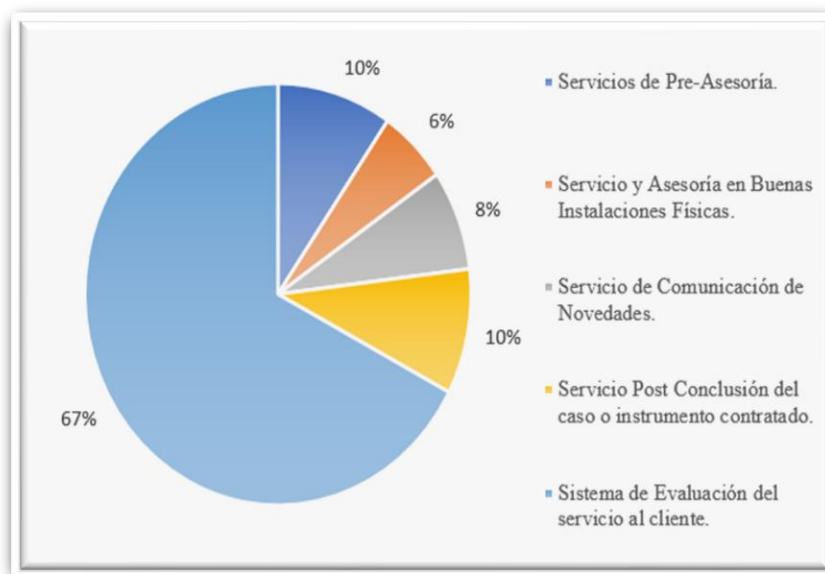
Según detalla la Gráfica 3, el 65 % de los encuestados indica que el profesional en derecho que los atendió no tenía sistema de evaluación de servicio al cliente; el 12 % indicó que no se dio cuenta si existía alguna herramienta y apenas el 23 % de los encuestados manifiesta que sí tenía sistema de evaluación del servicio al cliente. Este indicador es claro y visualiza una oportunidad para mejorar a nivel general, lo cual proporciona elementos de evaluación que permitan identificar los gustos y la preferencia de los usuarios.

El servicio al cliente no es tan relevante para algunos clientes como la atención o celeridad de sus requerimientos puntuales, pero son muy escasos los que anteponen este factor, ya que la buena comunicación, la atención al cliente y las facilidades a estos se antepone a cualquier requerimiento.

Según lo anterior, y como detalle en la Gráfica 4, se muestra que el 67 % de los encuestados consideran relevante un sistema de calificación del servicio al cliente y apenas un 33 % consideran otros elementos relevantes como la comunicación de los servicios contratados, instalaciones y similares.

Gráfico 4

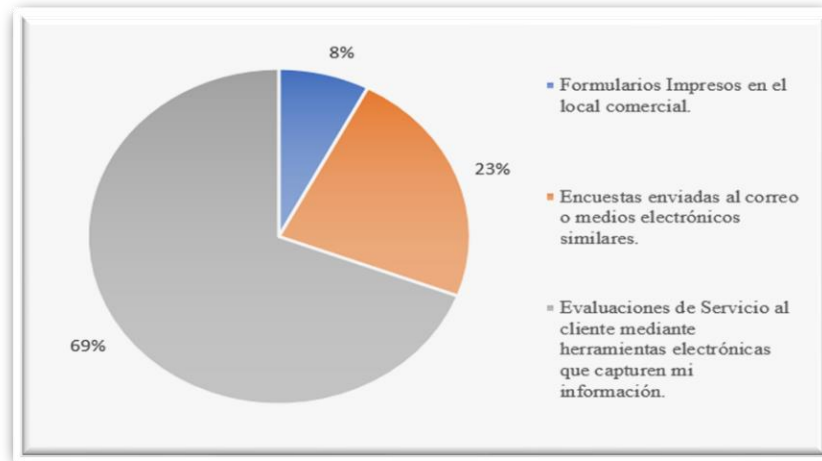
Relevancia de elementos relacionados con el servicio al cliente en los servicios legales



El segundo objetivo de este trabajo consiste en mencionar los elementos que, desde el proceso de operaciones con herramientas tecnológicas, permitan la evaluación del servicio al cliente. Estos elementos deben estar alineados con la expectativa del cliente para un profesional en derecho y, a la vez, resguardar todo el marco regulador que la profesión en derecho tiene en Costa Rica.

Gráfico 5

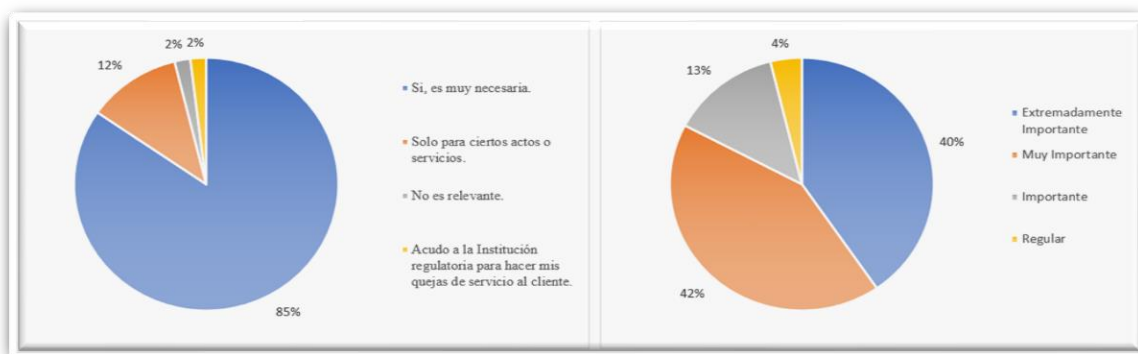
Forma preferida para contestar una evaluación de servicio al cliente



Como muestra el Gráfico 5, establece que el 69 % de los encuestados prefieren utilizar herramientas electrónicas para realizar las evaluaciones de servicio al cliente; el 23 % prefiere evaluaciones por medio de correos electrónicos o similares y, finalmente, el 8 % ha seleccionado los medios tradicionales e impresos para evaluar el servicio al cliente. Este dato da un claro entendimiento de que el cliente quiere evaluar, en todo momento, los servicios recibidos de una forma rápida, clara y oportuna.

Gráfico 6

Uso de herramientas electrónicas para la evaluación del servicio al cliente e importancia de este en los servicios legales



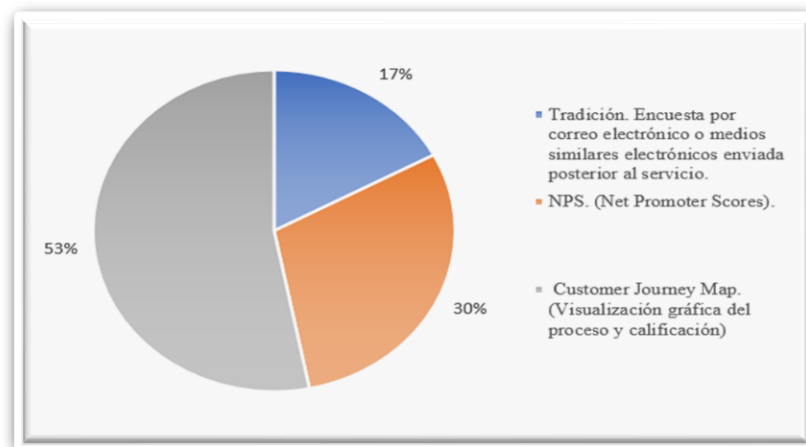
Por su parte, la Gráfica 6 reafirma qué tan importante es la evaluación del servicio al cliente en las empresas de servicios legales y si es adecuada por medios electrónicos. Se establece que el 85 % de la población encuestada valora, como muy necesario, el uso de herramientas electrónicas para las evaluaciones de servicio al cliente, mientras que el 15 % considera que solo para ciertos actos o bien que no es tan relevante. También se recalca la importancia del servicio en esta industria y se establece que el 42 % considera que es muy importante la evaluación del servicio al cliente, el 40 % lo considera extremadamente importante y el 18% de los encuestados ven tan solo como importante o regular este requerimiento.

El tercer objetivo de esta investigación es el punto medular de esta y establece sugerir las recomendaciones que las empresas de servicios legales y notariales en estudio puedan aplicar, en el corto plazo, para la evaluación del servicio al cliente con herramientas tecnológicas.

Según muestra la Gráfica 7, el 53 % de los encuestados establece que el Customer Journey Map es la opción preferida, el 30 % selecciona el método NPS y, finalmente, el 17 % considera los métodos tradicionales de encuestas por correo electrónico o similares es suficiente para evaluar el servicio al cliente.

Gráfico 7

Herramientas de evaluación del servicio al cliente

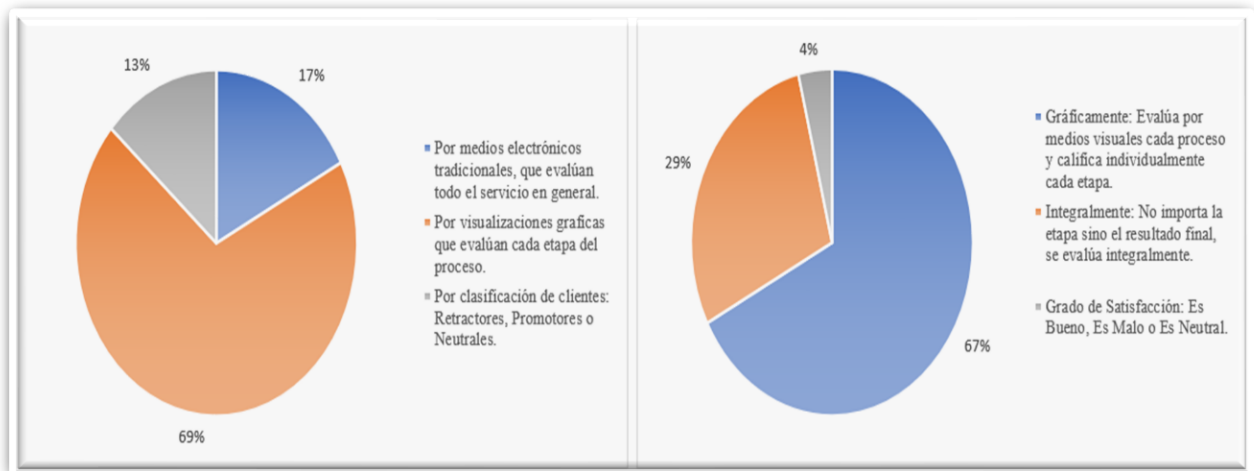


Referente al Customer Journey Map, Anna Ludwiczak (2021) señala: “Customer Journey Mapping puede ser una herramienta efectiva para identificar clientes experiencias relacionadas con sus interacciones con relación a servicios” (pág. 10). Esto implica que esta herramienta se pueda utilizar, de forma muy efectiva, para la evaluación de servicio legales, ya que puede identificar la experiencia del cliente según las interacciones que haya tenido en referencia a cada etapa del servicio recibido.

Según detalla la Gráfica 8, el 69 % de los encuestados consideran que las evaluaciones de servicio al cliente deben ser por visualizaciones gráficas considerando cada etapa por aparte; el 17 % considera que dichas evaluaciones deben ser por medios electrónicos tradicionales y, finalmente, el 13 % valora que las evaluaciones deben ser por clasificación de cliente. Ahora bien, con respecto al tipo de evaluación, el 67 % de los entrevistados consideran que debe ser gráficamente considerando cada etapa individualmente; por su parte el 29 % considera que la evaluación debe ser integralmente sin importar la etapa y, finalmente, tan solo el 4 % considera que la evaluación debe ser por el grado de satisfacción total del cliente.

Gráfico 8

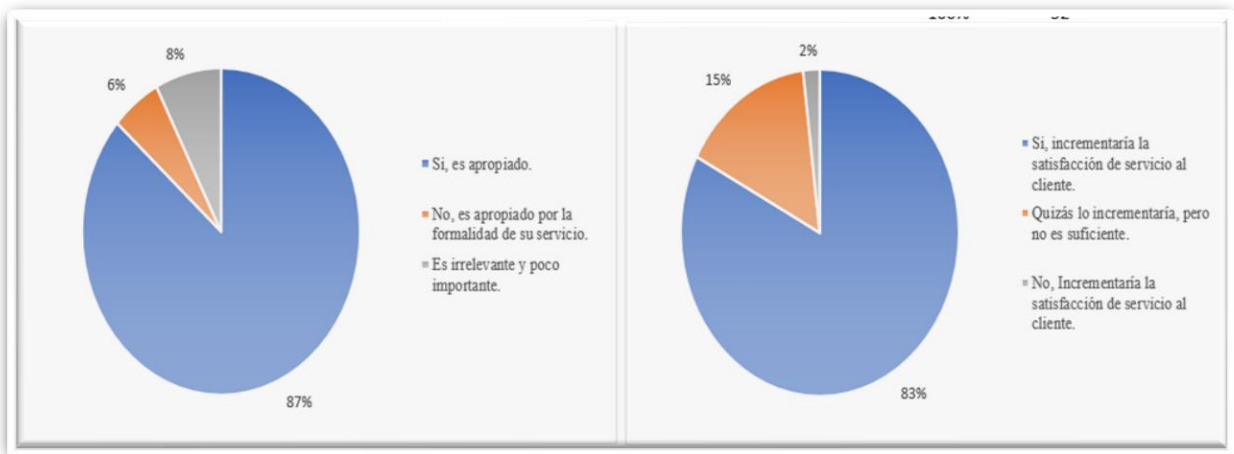
Forma y tipo de evaluar el servicio al cliente



Lo anterior implica que el cliente tiene preferencias muy marcadas respecto de su motivación para evaluar el servicio al cliente y las herramientas electrónicas con visualizaciones gráficas son las preferidas considerando cada etapa en forma individual, ya que tan solo identificar al cliente, como promotor, retractor o neutral, no es suficiente para dar una valoración integral del servicio al cliente recibido.

Gráfico 9

Percepción del usuario para el uso de herramientas electrónicas para evaluación del servicio al cliente en servicios legales



Finalmente, la Gráfica 9 establece que el 87 % de los encuestados reiteran que sí es apropiado el uso de las herramientas electrónicas, mientras que el 13 % considera que no es apropiado o poco relevante. A la vez, con respecto a la implementación de herramientas electrónicas para los servicios legales, el 83 % de los encuestados consideran que incrementaría la satisfacción del cliente, el 15 % que quizás se incrementaría la satisfacción del cliente, pero no es suficiente y, por último, el 2 % considera que no lo incrementaría.

Posterior al análisis de los resultados, se presentan, a continuación, las conclusiones y recomendaciones que responden al problema inicialmente planteado y los objetivos específicos.

Conclusiones y Recomendaciones

Los gustos y las preferencias de los clientes han cambiado de forma muy rápida e impresionantemente impredecible, por lo cual, conocer sus gustos a profundidad, sus tendencias y demás aspectos relacionados con la experiencia del cliente en la adquisición de bienes y servicios, marcará una ventaja competitiva importante que garantizará la continuidad del negocio por mucho tiempo.

El estudio ha contestado a los objetivos específicos y ha despejado la respuesta al problema planteado. La identificación de los requerimientos en las empresas de servicios legales está relacionada con la percepción de satisfacción del cliente y la frecuencia de uso de estos servicios, por lo cual, más allá de la recomendación de un amigo, la publicación en un boletín o la tradición, el usuario busca que el profesional en derecho se distinga por su servicio al cliente, lo cual, según el estudio, no lo hacen hoy y es un área de mejora importante.

Por su parte, los elementos identificados en el proceso de operaciones con herramientas tecnológicas que permitan evaluar el servicio al cliente están ligados a la falta de herramientas que califiquen el servicio al cliente, ya que la población ha considerado que es de extrema importancia estas evaluaciones para la evaluación del servicio al cliente.

Como punto medular y que, a la vez, resuelve el tercer objetivo, se ha establecido que la herramienta electrónica que se debe utilizar para evaluar el servicio al cliente debe ser el Customer Journey Map, ya que presenta visualizaciones gráficas, califica cada etapa del servicio y es adaptable a las necesidades de la industria en mención. A su vez, no contrapone a los principios deontológicos a los cuales se deben los profesionales en derecho y mantiene una adecuada percepción del cliente, lo cual, finalmente, incrementa la satisfacción de este.

Esta metodología tiene varias formas de diagramar la experiencia del cliente y grafica sus emociones para incorporar medidas de corrección o consideración en las vivencias del cliente en cualquier organización. Conocer esta experiencia también es importante para encontrar los puntos de inflexión de la organización, en donde no pueden ceder al cliente, ya sea por regulaciones gubernamentales o similares, pero determinar esos momentos proporciona a la organización la capacidad de comunicar al cliente su imposibilidad y buscar otros medios por los cuales pueda complacer al cliente y lograr su empatía con los puntos de inflexión.

Se recomienda el uso de la herramienta Customer Journey Mapping porque, finalmente, genera una metodología centrada en la gente, las personas que son el punto medular de cualquier organización y hace necesario un mapa de todas las fases que experimenta un cliente desde un inicio hasta el final de una compra de un bien o servicio; su funcionalidad es a través de medios electrónicos y la interacción del usuario.

Es importante considerar las oportunidades de mejora a corto plazo en relación con el servicio al cliente, ya que el campo de estudio es aún más amplio y es un tema tan relevante que se debe estar siempre preparado.

Referencias Bibliográficas

Alexis Becerra, G. J. (2022). Factores que cuantifican la percepción de calidad en el servicio al cliente.

Alicia, C. C. (2022). Design Thinking: Herramientas y técnicas (presenciales y en teletrabajo). Obtenido de <https://www.linkedin.com/learning/design-thinking-herramientas-y-tecnicas-presenciales-y-en-teletrabajo/>

Chávez, M. N. (2019). EL enfoque cualitativo en la investigación jurídica. Perú, San Marcos: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

Evans, J. y William, M.L. (2020). Administración y Control de la Calidad. (7. ed., Ed.) México: Cengage Learning. <https://www.netpromoter.com/>. (7 de Agosto de 2022). <https://www.netpromoter.com/>. Obtenido de <https://www.netpromoter.com/know/>

INEC. (20 de agosto de 2022). www.inec.cr. Obtenido de <https://www.inec.cr/poblacion/estimaciones-y-proyecciones-de-poblacion>

Jiménez, C. (2018). Tecnología digital para el mercadeo.

Juan Gilberto Silva-Treviño. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente. México: Universidad Autónoma de Tamaulipas.

La Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica, A. L. (1998). Código Notarial de Costa Rica. Ley No. 7764 de 1998.

Linsay, J. R. (2020). Administración y Control de la Calidad. México: Cengage.

Ludwiczak, A. (2021). Using customer journey mapping to improve public services: A critical analysis of the literatura. EEUU, Poland: University of Zielona Góra, Faculty of Economics and Management, Poland.

Marshall, P. (2017). Ultimate Guide to Google AdWords: How to access 100 million. California, U.S: Entrepreneur Press.

Novelli, P. (2019). RED 506. Radiografía del Consumidor Conectado.

Colegio de Abogados de Costa Rica, C. d. (2022). El Código de Deberes Jurídicos, Morales y Éticos del Profesional en derecho en Costa Rica. Costa Rica.

Rodríguez, M. T. (2020). Tendencias del marketing moderno, una revisión teórica. *Revistas Espacios*.

Anexo 1. Cuestionario para la encuesta

Encuesta dirigida a personas entre 25 y 64 años que se localizan en la provincia de San José en el cantón central de San José.

Objetivo General del Estudio: Analizar las recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas en las empresas de servicios legales y notariales en la provincia de San José durante el 2022.

Tema de la Investigación: Recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas en empresas de servicios legales y notariales en la provincia de San José durante el 2022.

Presentación: La siguiente encuesta busca contestar la pregunta: ¿Cuáles son aquellas recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas que las empresas de servicios legales y notariales pueden aprovechar, en la provincia de San José, durante el 2022? Por favor contestar la encuesta a través del enlace enviado mediante formulario de Microsoft Forms. Gracias por su colaboración.

Objetivo Específico 1: Identificar los requerimientos que las empresas de servicios legales y notariales tienen con respecto a la evaluación de servicio al cliente.

Preguntas:

1. ¿Con qué frecuencia usted ha utilizado servicios legales y notariales en los últimos 12 meses?

- a. De 1 a 2 veces.
- b. Más de 3 ocasiones.
- c. Ninguna.

2. ¿Cómo conoció o seleccionó al profesional en Derecho o bufete de servicios legales que le atendió?

- a. Recomendación de un amigo/tercero.
- b. Boletín informativo impreso/publicidad.
- c. Es el abogado o empresa que históricamente mi familia siempre utiliza para los requerimientos legales.
- d. Por su distinción de servicio al cliente publicado en el Colegio de Abogados y/o Notarios.
- e. Otro.

3. **¿Cómo fue su experiencia o satisfacción de los servicios legales que contrató?** *(La calificación objetiva según ratio para su referencia es en una escala de 1 a 10 donde 10 es la máxima satisfacción posible y 1 una es la menor posible).*

- a. Excelente. (Ratio:10)
- b. Muy buena. (Ratio:9)
- c. Buena. (Ratio:7 y 8)
- d. Regular. (Ratio:5 y 6)
- e. Mala. (Ratio: -5)

4. **¿El profesional en Derecho, o bufete de servicios legales que le atendió, tenía algún tipo de evaluación de servicio al cliente que usted haya completado en el momento o posteriormente?**

- a. Sí, tenía.
 - i. Lo completó.
 - ii. No lo completó.
- b. No, tenía.
- c. No me di cuenta.

5. **¿Cuál de los siguientes elementos relacionados con el servicio al cliente considera más relevante para los profesionales en Derecho o bufete de servicio legales?**

- a. Servicios de pre-asesoría.
- b. Servicio y asesoría en buenas instalaciones físicas.
- c. Servicio de comunicación de novedades.
- d. Servicio post conclusión del caso o instrumento contratado.
- e. Sistema de evaluación del servicio al cliente.

Objetivo Específico 2: Mencionar los elementos que desde el proceso de operaciones con herramientas tecnológicas permitan la evaluación del servicio al cliente.

Preguntas:

6. **¿Con qué frecuencia usted ha realizado evaluaciones de servicio al cliente que provengan de medios electrónicos?**

- a. De 1 a 2 veces al año.
- b. Más de 3 ocasiones al año.
- c. Muchas. No recuerdo cuántas.
- d. Nunca.

7. ¿Cuál considera que es la forma adecuada para contestar evaluaciones de servicio al cliente?

- a. Llamadas telefónicas.
- b. Formularios impresos en el local comercial.
- c. Encuestas enviadas al correo o medios electrónicos similares.
- d. Evaluaciones de servicio al cliente mediante herramientas electrónicas que capturen mi información.
- e. Ninguno de los anteriores.

8. ¿Considera que los profesionales en Derecho o bufete de servicios legales deben tener una evaluación del servicio al cliente por medios electrónicos?

- a. Sí, es muy necesaria.
- b. Solo para ciertos actos o servicios.
- c. No es relevante.
- d. Acudo a la institución regulatoria para hacer mis quejas de servicio al cliente.

9. ¿Qué tan importante considera el servicio al cliente en los servicios legales? *(La calificación objetiva según ratio para su referencia es en una escala de 1 a 10 donde 10 es la máxima satisfacción posible y 1 una es la menor posible).*

- a. Extremadamente importante (Ratio:10)
- b. Muy importante (Ratio:9)
- c. Importante (Ratio:7 y 8)
- d. Regular. (Ratio:5 y 6)
- e. No es importante. (Ratio: -5)

Objetivo Específico 3: Sugerir las recomendaciones que las empresas de servicios legales y notariales en estudio puedan aplicar en el corto plazo para la evaluación del servicio al cliente con herramientas tecnológicas.

Preguntas:

10. ¿Marque las herramientas de evaluación de servicio al cliente que usted conoce del listado abajo detallado?

- a. Tradición. Encuesta por correo electrónico o medios similares electrónicos enviada posterior al servicio.
- b. NPS. (Net Promoter Scores).
- c. Customer Journey Map. (Visualización gráfica del proceso y calificación).
- d. Otro:
 - i. Mencione el que conoce:

11. ¿Cuál cree que es la mejor forma de evaluar el servicio al cliente?

- a) Gráficamente: Evalúa por medios visuales cada proceso y califica individualmente cada etapa.
- b) Integralmente: No importa la etapa sino el resultado final, se evalúa integralmente.
- c) Grado de satisfacción: Es bueno, es malo o es neutral.

12. ¿Cómo considera que debe ser evaluado el servicio al cliente para los profesionales en Derecho o bufete de servicio legales?

- a) Por medios electrónicos tradicionales que evalúan todo el servicio en general.
- b) Por visualizaciones graficas que evalúan cada etapa del proceso.
- c) Por clasificación de clientes: retractores, promotores o neutrales.
- d) Por ninguna de las anteriores.

13. ¿Considera apropiado que un profesional en Derecho o bufete de servicios legales evalúe el servicio al cliente por medios electrónicos u otras similares?

- a) Sí, es apropiado.
- b) No, es apropiado por la formalidad de su servicio.
- c) Es irrelevante y poco importante.

14. ¿Cree que la tecnología y las herramientas electrónicas para evaluación del servicio al cliente para los profesionales en Derecho y bufete de servicios legales puedan incrementar la satisfacción de servicio a corto plazo?

- a) Sí, incrementaría la satisfacción de servicio al cliente.
- b) Quizás lo incrementaría, pero no es suficiente.
- c) No, incrementaría la satisfacción de servicio al cliente.

¡Gracias por su colaboración!

Perfil del Encuestado:

▪ ***Correo electrónico: (*opcional)** _____

▪ **Género:**

- Hombre
- Mujer
- Prefiero no especificar.

▪ **Nacionalidad/Origen:**

- Costarricense
- Europeo
- Americano (no latino)
- Otro

▪ **Grupo de Edad:**

- (a) Menor de edad (-18años)
- (b) Mayor de edad (+18años)

- a. De 19 a 24 años
- b. De 25 años a 64 años
- c. +64 años

▪ **Localización:**

- Provincia:

▪ San José

- Cantón Central de San José
- Otro

- Alajuela
- Cartago
- Heredia
- Puntarenas
- Guanacaste
- Limón

• **Ocupación:**

- Asalariado
- Pensionado
- Trabajo propio

- Venta de servicios
- Venta de bienes
- Ambas

- No labora

Anexo 2. Datos obtenidos en la encuesta

3/9/22, 20:18

Servicio al Cliente en Servicios Legales

Servicio al Cliente en Servicios Legales

77
Respuestas

01:07
Tiempo medio para finalizar





Activo
Estado

1. Correo Electrónico: (Opcional)

0
Respuestas

Respuestas más recientes

2. Género:

 Hombre	54
 Mujer	16
 Prefiero no especificar	6
 Otras	1



3. Nacionalidad/Origen:

● Costarricense	61
● Europeo	5
● Americano (No Latino)	6
● Otro	5



4. Grupo de Edad:

● Menor de Edad (-18años)	4
● Mayor de Edad (+18años)	73



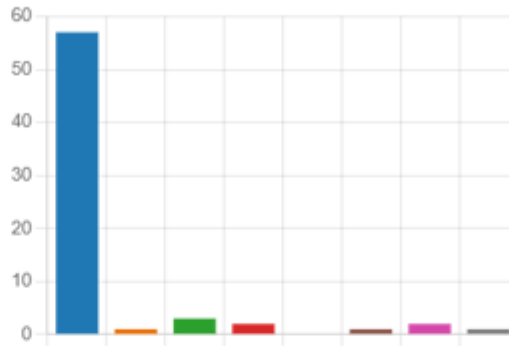
5. Mayor de Edad (+18años)

● De 19 a 24 años	3
● De 25 años a 64 años	67
● +64 años	3



6. Localización:

● San José	57
● Alajuela	1
● Cartago	3
● Heredia	2
● Limón	0
● Puntarenas	1
● Guanacaste	2
● Otras	1



7. San José

● Cantón Central de San José	52
● Otro	5



8. Ocupación:

● - Asalariado	37
● - Pensionado	8
● - Trabajo Propio	7
● - No labora	0



9. Trabajo Propio

● Venta de Servicios	6
● Venta de Bienes	0
● Ambas	1



10. ¿Con qué frecuencia usted ha utilizado servicios legales y notariales en los últimos 12 meses?

● De 1 a 2 veces.	41
● Más de 3 ocasiones.	11
● Ninguna.	0



11. ¿Cómo conoció o selecciono al Profesional en Derecho o Bufete de Servicios Legales que le atendió?

● Recomendación de un Amigo/T...	13
● Boletín informativo Impreso/Pu...	5
● Es el Abogado o Empresa que hi...	7
● Por su distinción de servicio al c...	27
● Otro	0



12. ¿Cómo fue su experiencia o satisfacción de los servicios legales que contrato?
(La calificación objetiva según ratio para su referencia es en una escala de 1 a 10 donde 10 es la máxima satisfacción posible y 1 una es la menor posible)

● Excelente. (Ratio:10)	5
● Muy Buena. (Ratio:9)	2
● Buenas. (Ratio:7 y 8)	5
● Regular. (Ratio:5 y 6)	22
● Mala. (Ratio: -5)	18



13. ¿El Profesional en Derecho o Bufete de servicios legales que le atendió, tenía algún tipo de evaluación de servicio al cliente que usted haya completado en el momento o posteriormente?

● Si, tenia.	12
● No, tenia.	34
● No me di cuenta.	6



14. Si, tenia.

● Lo Complete.	9
● No lo Complete	3



15. ¿Cuál de los siguientes elementos relacionados al Servicio al Cliente considera más relevante para los Profesionales en Derecho o Bufete de servicio legales?

- Servicios de Pre-Asesoría. 5
- Servicio y Asesoría en Buenas In... 3
- Servicio de Comunicación de N... 4
- Servicio Post Conclusión del cas... 5
- Sistema de Evaluación del servic... 35



16. ¿Con qué frecuencia usted ha realizado evaluaciones de servicio al cliente que provengan de medios electrónicos?

- De 1 a 2 veces al año. 33
- Más de 3 ocasiones al año 10
- Muchas. No recuerdo cuantas. 8
- Nunca. 1



17. ¿Cuál considera que es la forma adecuada para contestar evaluaciones de servicio al cliente?

- Llamadas Telefónicas. 0
- Formularios Impresos en el local... 4
- Encuestas enviadas al correo o ... 12
- Evaluaciones de Servicio al clien... 36
- Ninguno de los anteriores 0



18. ¿Considera que los Profesionales en Derecho o Bufete de Servicios Legales deben tener una evaluación del servicio al cliente por medios electrónicos?

- Si, es muy necesaria. 44
- Solo para ciertos actos o servi... 6
- No es relevante. 1
- Acudo a la Institución regulatori... 1



19. ¿Qué tan importante considera el servicio al cliente en los servicios legales?

(La calificación objetiva según ratio para su referencia es en una escala de 1 a 10 donde 10 es la máxima satisfacción posible y 1 una es la menor posible)

- Extremadamente Importante (R... 21
- Muy Importante (Ratio:9) 22
- Importante (Ratio:7 y 8) 7
- Regular. (Ratio:5 y 6) 2
- No es Importante. (Ratio: -5) 0



20. ¿Marque las herramientas de evaluación de servicio al cliente que usted conoce del listado abajo detallado?

- Tradición. Encuesta por correo e... 11
- NPS. (Net Promoter Scores). 19
- Customer Journey Map. (Visuali... 34
- Otro 0



21. Mencione el que conoce

0

Resuestas

Respuestas más recientes

22. ¿Cuál cree que es la mejor forma de evaluar el servicio al cliente?

- Gráficamente: Evalúa por medio... 35
- Integralmente: No importa la et... 15
- Grado de Satisfacción: Es Bueno... 2



23. ¿Cómo considera que deben ser evaluado el servicio al cliente para los Profesionales en Derecho o Bufete de servicio Legales??

- Por medios electrónicos tradicio... 9
- Por visualizaciones graficas que ... 36
- Por clasificación de clientes: Retr... 7
- Por ninguna de las anteriores. 0



24. ¿Considera apropiado que un Profesional en Derecho o Bufete de Servicios Legales evalué el servicio al cliente por medios electrónicos u otras similares?|

- Si, es apropiado. 45
- No, es apropiado por la formali... 3
- Es irrelevante y poco importante. 4



25. ¿Cree que la tecnología y herramientas electrónicas para evaluación del servicio al cliente para los Profesionales en Derecho y Bufete de servicios legales puedan incrementar la satisfacción de servicio a corto plazo?

- Si, incrementaría la satisfacción ... 43
- Quizás lo incrementaría, pero n... 8
- No, Incrementaría la satisfacción... 1



Anexo 3. Certificación filológica

Heredia, 18 de septiembre de 2022

A quien corresponda

Leí y corregí el Trabajo Final de Graduación denominado: *Recomendaciones para la evaluación del servicio al cliente a través de procesos de operaciones con herramientas tecnológicas en empresas de servicios legales y notariales, en la provincia de San José, durante el 2022*, elaborado por el estudiante Julio Víquez Fernández, para optar por el Grado de Maestría en Administración de Empresas con énfasis en Gerencia de Operaciones.

Corregí el trabajo en aspectos tales como: construcción de párrafos, vicios del lenguaje que se trasladan a lo escrito, ortografía, puntuación y otros relacionados con el campo filológico, y desde ese punto de vista considero que está listo para ser presentado como trabajo final de graduación, por cuanto cumple con los requisitos establecidos por la Universidad Latinoamericana de Ciencia y Tecnología (Ulacit).

Se suscribe cordialmente,



Carlos Díaz Chavarría

4- 0155- 0936 Teléfono: 83 - 26 - 28 – 65

Escritor - Profesor universitario

Filólogo - Maestría en Literatura (UCR) – Maestría en Docencia Universitaria

Comentarista del programa PANORAMA (CANARA)

Presentador de la sección Cuestiones del idioma (Teletica – Telered - Teleuno)

Personaje Cultural 2013

Premio Internacional Pergamino de Honor al Mérito 2015

Premio Micrófono de Oro a la Excelencia Comunicativa 2015

Premio Mundial a la Excelencia Literaria 2019

Premio al mejor docente de Humanidades 2020

Premio Excelencia a la Trayectoria Profesional 2021

Premio Excelencia Cultural 2021