

Talento Relacional y Servicios.



Existe una general opinión y acuerdo en considerar al servicio como un factor diferencial clave en la gestión empresarial y en los negocios.

Nuestras empresas, instituciones y organizaciones han invertido mucho tiempo, dinero y esfuerzos en crear sistemas capaces de facilitar las tareas de sus recursos humanos para acometer la atención a usuarios y clientes. Han multiplicado la rapidez transaccional, el acceso a las informaciones y la oferta de servicios y alternativas.

Podríamos decir que, en cuanto a tecnología y muchas veces en procesos, hemos logrado adaptaciones sustanciales a las nuevas exigencias sociales y demandas de los mercados.

La realidad, sin embargo, es que España continúa siendo una nación con serias deficiencias en la calidad de su servicio y creo que ello es consecuencia de que nos falta un compromiso sustancial en la atención al factor humano en las organizaciones. Dicho de otro modo, cuando las tecnologías y los procesos se han modernizado hasta niveles equivalentes a las naciones más desarrolladas, nos queda por aprobar la tarea del Talento Relacional.

No parecemos aún demasiado conscientes de la trascendencia que el talento relacional positivo tiene en los resultados y satisfacciones transaccionales. Sin embargo, más del 60% de los elementos cualificadores de una evaluación positiva del servicio, reside en factores comportamentales personales.

Al relacionarnos, el ser humano es intrínsecamente social, influimos en las percepciones de los demás y son ellos quienes evalúan la calidad del servicio que reciben. Aunque nos parezca que las cosas las estamos haciendo bien, los jueces son los otros.

Es significativo considerar que las percepciones de terceros no solo son impactadas en los momentos de relación directa sino que la emisión de comportamientos indirectos afecta sustantivamente a la calificación que consigamos obtener. Por consiguiente y en este sentido, la Ejemplarización, como Valor Referencial Indirecto, adquiere trascendental importancia.



Remitámonos a un caso cotidiano y significativo. Las líneas de autobuses interprovinciales han mejorado considerablemente en España. Es un servicio que ha acomodado tecnologías (mediante la adquisición de autobuses de primera gama y confort) a dos requerimientos prioritarios (seguridad y confort). Además han modificado procedimientos e incorporado procesos (uso de pago mediante tarjeta, sistemas de reserva, etc.) de última generación; pero... **¿y el Talento Relacional?**

Recientemente viajaba en uno de estos mastodontes ruteros, ejemplo de confort en carretera. Anunciaba ostentosamente los servicios cualitativos que ofrecía (TV; canales de audio, butacas reclinables, azafata, climatizador, sistema de seguridad ABS,...). Ya en el coche uno de los viajeros, joven para más detalle, se acercó tímidamente a los asientos delanteros en los que se acomoda la azafata y tímidamente preguntó: ¿Cómo puedo entrar en el servicio? La mirada, tanto de la requerida como del chofer, expresaron simultáneamente sensación de molestia. Parecían interrogarse: ¿Cómo puede uno querer usar el servicio a poco de iniciar el trayecto? ¡Y además un joven! Por fin el conductor, de forma manifiestamente costosa, extrajo la llave de un compartimento y entregándosela al pasajero le advirtió con cierta brusquedad. ¡Tenga y devuélvamel!

¿A qué queda reducida la tecnología ante una actuación así?

El viaje continuó con una inagotable charla entre el chofer y la azafata (que durante 3 veces en el trayecto de 5 horas se levantó para pasear ofreciendo bebidas a los pasajeros). Todo ello bajo el ostentoso rótulo que declaraba: **“¡Prohibido hablar con el conductor!”**.

Supongo que esa norma de seguridad para evitar el riesgo de distracciones está referida a los viajeros que somos “quienes distorsionamos el derecho a la concentración del chofer” y por supuesto no afectan a conversaciones con la azafata, chóferes acompañantes para la exigible sustitución, etc. Sus conversaciones no son causa de distracción.

¿Se entiende ahora mejor lo del Talento Referencial Ejemplarizante y su impacto en la Calidad del Servicio?



Pero hoy le toca al mundo del transporte. Viajando en un vuelo transoceánico recientemente, se acercaba mi entrada a la aeronave. El personal (masculino en esta ocasión) que franqueaba la entrada, comprobaba los billetes y orientaba al pasajero hacia sus asientos, se mostraba ostensiblemente serio y hasta ceñudo. El mismo ceño con que el que se mantuvo cuando tomaron mi ticket. La transformación fue instantánea al comprobar mi asiento en clase business y una espléndida sonrisa apareció dibujada en su rostro.

Algo más tarde, cuando el sobrecargo se acercó para solicitarnos si deseábamos algo, le comenté en tono jocosos, pues mire, quisiera hacerle una observación. Tienen ustedes un equipo magnífico (era cierto) en esta clase. Todo han sido atenciones. Pero creo que debieran añadir una cláusula más cuando lo promocionan entre sus clientes. Debieran incorporar más comodidad, mejor gastronomía, etc. La indicación: ¡Y derecho a una sonrisa, que, al parecer, sólo esta reservada para esta clase!, tuve que explicárselo con más detenimiento y las sonrisas acabaron en carcajada de mi compañero de asiento.

Julián Gutiérrez Conde – Junio 2005