

Tu Minuto de Entrenamiento: baños luz de diferencia

Estábamos por empezar una conversación de coaching y pedí unos minutos para pasar al toilette. Cuando regresé, la directora de la empresa me esperaba sentada en la sala de reuniones. Aprovechando la confianza que habíamos generado en los encuentros anteriores le pedí permiso para compartir mi mirada: antes de empezar quiero hacerte un comentario acerca de baño al que acabo de pasar

-Ya sé me interrumpió ella. Están horribles. Nunca tenemos tiempo de reacondicionarlos.

-Bueno, no lo veo horrible le dije. Simplemente ví cajas apiladas en el suelo, las tapas de los inodoros rotas además de que no hay expendedor de jabón creo que tus clientes no se merecen esto, ¿no?

-¡No! ¡por supuesto que no! los clientes jamás entran, para ellos están los baños al lado de la recepción.

La respuesta me sonó definitiva y convincente así que le propuse entrar en el tema que habíamos acordado conversar para ese día: *cómo darle vida a la declaración de valores de la empresa*. Me ofreció un té y mientras pedía que lo trajeran me quedé callado, pensativo. Algo me decía que tenía delante de mí una oportunidad de aprendizaje para el cliente y sobre todo para mí. Uno de esos aprendizajes que a veces no figuran en los libros porque los libros están dirigidos a la gente en general y los desafíos suelen ser de personas en particular. Decidí obedecer a mi intuición y jugar con la situación.

Un café y un té llegaron y antes de que ella pudiera decir nada le comenté: me quedé pensando que no hay coherencia entre *lo del baño* y la declaración de valores *tratar a los clientes con dignidad, respeto y cortesía*.

-Es que ya te dije que ahí no entra un cliente ni de casualidad- me dijo un poco irritada por mi insistencia en el tema.

-Si, entendí eso, pero yo me refiero a **cualquiera de tus clientes** que pueda entrar en ese lugar Hice una pausa, y guiñándole un ojo para indicarle que era un juego le reiteré: desde el primer día que llegué a esta empresa veo que entran clientes en ese baño

Se quedó pensativa mirando hacia arriba justo a la pared de la sala en la que colgaba un cuadro con los valores de la empresa. Luego de un momento de silencio me dijo: ese baño está hablando más fuerte que nuestra declaración de valores. Habla de nuestras prioridades y puede estar mostrándonos la manera en la que vemos a las personas que trabajan quiero decir, que trabajamos aquí.

*Desde **el saber** podemos decir que las personas que trabajan en la empresa son nuestros clientes internos, pero puede que todavía no hayamos incorporado una manera de observar - de ser- que ve un cliente en cada nuevo integrante de la organización.*

¿Qué cambiaría en tu día a día si vieras a los integrantes de tu equipo como personas que compraron con su tiempo vida- y su compromiso un proyecto de desarrollo profesional y personal que tiene el nombre de tu empresa? Personas que te eligen pero que podrían estar eligiendo otro lugar que brinde un mejor servicio de desarrollo personal y profesional con una visión que les apasione, unas reglas de juego acordadas, etc., etc.

¿Estás haciendo alguna *diferencia* en el trato que le das a los clientes externos e internos?

¿Qué está diciendo tu manera de cuidar los baños de la empresa esos lugares que solo usamos nosotros?

Guillermo Echevarría