LITORALPRESS

Fecha: 23-07-2025
Medio: Las Últimas Noticias
Supl. : Las Últimas Noticias
Tipo: Noticia general
Título: A "Las compañías en Chile tienden a dar una respuesta automática, a no comprender la emoción de las personas"

Pág. : 6
Cm2: 497,2

Tiraje: 91.144
Lectoría: 224.906
Favorabilidad: No Definida

Académico analiza la respuesta de Enel ante incendio en Santiago centro

"Las compañías en Chile tienden a dar una respuesta automática, a no comprender la emoción de las personas"

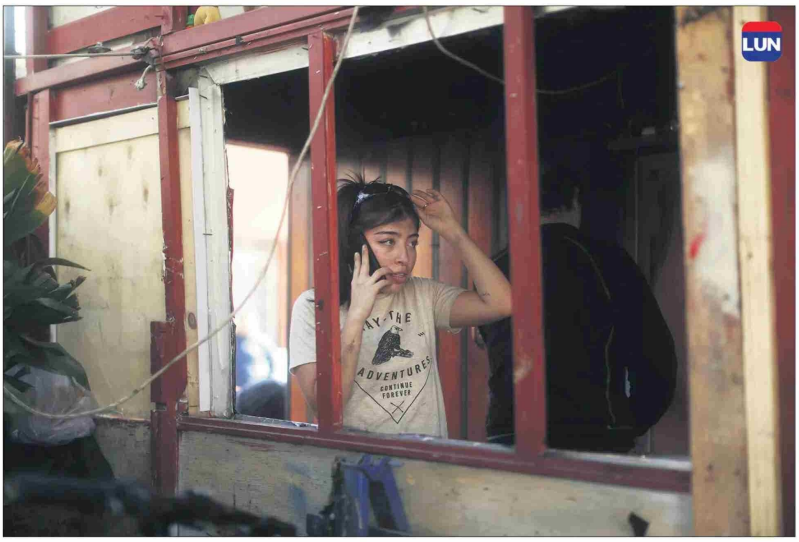
Una vecina a la que se quemó la casa pidió ayuda a la compañía para retirar un poste de su casa y al final solo contó con la ayuda de sus vecinos.

CAMILA FIGUEROA

Scarlet Larenas, vecina de la campeona de karate Valentina Toro, miró los escombros de su casa aniquilada por el fuego y con una templanza inigualable, decidió terminar la conversación por teléfono. "Muchas gracias, que tenga un buen día", dijo antes de cortarle a la ejecutiva del call center de Enel.

Cuenta Larenas que lo único que necesitaba era que la ayudaran con un trámite para romper el empalme eléctrico que está en el patio de su casa porque sin esa gestión, asegura, era prácticamente imposible sacar los retazos que le quedaban de hogar, sin pasar a llevar el abastecimiento eléctrico de ella y de los vecinos. Como respuesta, dice que le explicaron que debía hacer un trámite presencial. Scarlett perdió hasta su carnet en el incendio.

Finalmente Larenas relata que juntó más o menos 200 manos de sus vecinos, que le ayudaron a sacar los escombros sin romper ningún abastecimiento eléctrico. La tarea fue delicada, pero logró completarla.



RUBÉN GARCÍA

Los vecinos de la karateca lo perdieron todo en el incendio.

El director ejecutivo del Centro de Experiencias y Servicios de la Universidad Adolfo Ibáñez (CES-UAI), Claudio López, escucha la historia y toma aire antes de comentar.

"Las compañías en Chile -dice- tienden a dar una respuesta automática, a no comprender el contexto ni la emoción de las personas. Eso hace que los procesos se vuelvan súper rígidos porque no se adaptan a las situaciones reales. El personal de atención sigue los protocolos, pero no es capaz de hacer algo para la gente. No es capaz de escuchar activamente, entonces, no es raro que las personas se sientan ignoradas y deshumanizadas en el trato".

¿Les importa poco el cliente en Chile?

"Las empresas ven al cliente como el eje central en la compañía, pero eso no se traduce en lo práctico. Solo el 40% de las empresas del mundo hacen cosas concretas por la experiencia del cliente. Otro punto es que ven al cliente desde un punto de vista súper transaccional, que tiene que ver con vender un producto.

¿No es un poco antigua esa mirada?

"De hecho, hace algunos años eso cambió en el mundo. El valor de una compañía ya no está en el producto mismo, sino en la construcción de la relación entre la empresa y la organización. Pasamos de un mundo transaccional a un mundo relacional, pero esa transición no es tan automática".

¿Les falta evolucionar, dice usted?

"Lo que pasa es que las organizaciones siguen ancladas a los protocolos antiguos de cómo tratar al cliente, tienen liderazgos antiguos que ven el valor solamente en vender y no en la relación. Además, les falta potenciar el desarrollo de competencias personales mucho más profundas".

¿Qué competencias les faltan?

"Falta capacidad para escuchar, conectar y empatizar. Si esos tres aspectos no se enseñan o no se viven es imposible mejorar en la experiencia cliente. Son conceptos básicos y esenciales. El mundo de la experiencia te obliga a entrar en el plano emocional".

¿A ponerse en el lugar de otro?

"Claro. Si no somos capaces de entrar al mundo emocional siempre nos vamos a quedar fuera del proceso relacional entre la empresa y el cliente. Muchas veces las personas no esperan que le solucionen el problema, los clientes entienden, lo que piden es amabilidad, que contengan, que conecten con las emociones y con lo que le está pasando, sobre todo en una tragedia. Muchos hablan de humanizar tecnología, pero hay que humanizar a las organizaciones".