

CALIDAD Y COMPROMISO EN EL DESEMPEÑO



Marco A. Fernández Navarrete
Persona

“el cliente debe darse cuenta con facilidad que nuestro servicio incluye valor humano”

A través de los años de experiencia profesional he tenido la oportunidad de conocer una gran cantidad de personas, con diferentes oficios, profesiones, rasgos de personalidad, edades, mujeres u hombres indistintamente, todos, incluyéndome, tratando de lograr un posicionamiento en la sociedad desde su saber hacer, buscando ser apreciados y valorados por nuestra capacidad de agregar valor en los más diversos contextos de nuestra sociedad.

En el afán antes mencionado, la calidad se instaló como concepto a nuestras vidas, ya todos sabemos lo que es hacer las cosas bien y no cuestionamos mucho la idea, podemos practicar la calidad más o menos en función de nuestras competencias, pero lo claro es que no hay ambigüedades respecto al concepto. Calidad como impecabilidad, como cero defectos, como conciencia de valor, etc. Desde esta perspectiva se establecen en términos generales los estándares bajo los cuales se construyen los juicios sobre las personas, quién de nosotros no ha escuchado declaraciones como “esa persona no es confiable”, “ese o esa es un mediocre”, “en él se puede confiar, siempre cumple”, “el trabajo de ella es impecable”, entre otras muchas. El mundo de las organizaciones ha llegado más lejos aún, diseñando y desplegando sistemas de aseguramiento de la calidad basados en rigurosos estándares, procedimientos, normas y sistemas de gestión que integran los distintos ámbitos del desempeño de la organización, para luego en base a ellos calificar a las personas.

La alta estandarización del concepto de calidad también ha estandarizado el perfil de personas dentro de una organización, hacer las cosas bien ya no constituye gran cosa, la sociedad quiere más, todos queremos más, yo también quiero más, queremos ver a las personas comprometidas valóricamente con su trabajo, trabajando con el corazón y no con el bolsillo. Esto es compromiso personal más allá de lo contractual, deseamos ver pasión, entrega, creatividad en su actuar. Personalmente tengo la fortuna de formar parte de un maravilloso equipo de profesionales en Possibilitas, en que esta es una cuestión fundamental para poder sostener nuestra presencia en el mercado, nuestro slogan es *“el cliente debe darse cuenta con facilidad que nuestro servicio incluye valor humano”*, como un *bonus track* al contrato. El resto viene por añadidura.

Sin darnos cuenta, hemos desarrollado la sensibilidad para detectar a “*los pinta monos*”, son gente que ofrece de manera vehemente muchas cosas, se emociona y simula compromiso, pero en el fragor de la tarea de desinfla como un “*globo de cumpleaños*”. Mi hipótesis es que estas personas no conocen aun el sentido de compromiso personal en la ejecución de sus tareas o simplemente tienen razones personales, ideologías, creencias que le impiden ir más allá en la entrega de sus capacidades y talentos.

Marco A. Fernández Navarrete
marco@possibilitas.cl

