



## LA SATISFACCIÓN ES UNA EXPERIENCIA INDIVIDUAL

**Tribuna  
Actualidad Aseguradora  
11 de marzo de 2013**

**ÁNGEL MATUTE LÓPEZ**  
Socio – Director de CEVECO Auditores

Parece una proposición bastante razonable y lógica. Con seguridad la inmensa mayoría de los humanos afirmarían que desea que los servicios se los presten personas, y que esas personas estén perfectamente formadas para proporcionar un servicio satisfactorio.

Sin duda las aseguradoras conocen este factor y la práctica totalidad de los anuncios que se pueden ver en los medios hablan de la relación interpersonal con el asegurado y la tranquilidad que produce la intervención de un especialista de la especie humana.

Sin embargo nos obcecamos en contradecir a la lógica y realizamos nuestras mayores inversiones en tecnología, desatendiendo la formación, la involucración y el entusiasmo de los que entran en contacto con los clientes. Además nos empeñamos en hablar de calidad, concepto desgastado, escurridizo y más propio del mundo de los tangibles que satisfacción, mucho más preciso y que reafirma el carácter subjetivo que comporta la prestación de un servicio y le reviste de su ineludible dificultad.

Pocas veces me he sentido más decepcionado que en la última Semana del Seguro, tras asistir a varias jornadas de empresas de asistencia, donde suponía que iba a encontrar sintonía y solidaridad con mis inquietudes. Por el contrario solamente escuché ponencias en las que se hablaba de máquinas, tecnología y nuevas aplicaciones que revolucionarían la calidad del servicio.

Incluso mis sufridos oídos fueron atormentados por perlas como (cito textualmente) “Si no se sabe nada de un servicio en 96 horas salta una alarma”, o “Si un asegurado nos llama 5 veces en un día, consideramos que algo pasa y le llamamos, con lo que, probablemente, nos adelantemos a una reclamación por escrito”.

No escuché ninguna referencia a las personas que dan el servicio a los asegurados que, si nadie me contradice, son los que influyen directamente en su satisfacción. Solamente hubo algunas referencias marginales a la manida fórmula de “nuestros operadores están bien formados” o “nuestros reparadores están bien seleccionados”, como si con esos conjuros se desvanecieran todas las sombras que día a día veo en las encuestas de satisfacción que me llegan.

Nadie explicó cómo hacen para conseguir que sus gestores y tramitadores sean profesionales, frescos, amables, entusiastas y comprensivos. Tampoco se habló de las instrucciones y seguimientos programados con la red de reparadores, a los que con

demasiado atrevimiento se suele denominar profesionales, mientras que la primera causa de insatisfacción es la mala realización del trabajo, comúnmente llamada chapuza. En definitiva, nadie declaró estar invirtiendo en las personas, aunque toda la comunicación que se hace al exterior se apoya en ellas.

Recientemente un alto directivo de una importante compañía de asistencia declaraba: *“Hay que superar los modelos tradicionales de medición de calidad vinculados a parámetros objetivos (que no siempre son reflejo de la satisfacción real) para profundizar en el análisis de la experiencia de cada cliente cada vez que interactúa con nosotros. Actualmente, en un entorno de productos bastante homogéneos, la valoración subjetiva es la que garantiza la fidelidad y la vinculación a la marca”*.

Hermosas palabras que suscribo y que desearía ver convertidas en realidad.

Por último, una pregunta: ¿No será que gestionar personas requiere un esfuerzo y una capacitación que no precisa el modelo que traslada la responsabilidad a la tecnología?