

El check-out también vende

Mi versión: bajo un poco la voz —la cola no tiene por qué oír esto— y le digo: «Señor Fernández, me quedo con la sensación de que algo no ha estado a la altura. Se lo pregunto de verdad, porque me sirve: ¿qué es lo que menos le ha gustado?» Y me callo. El silencio después de una pregunta honesta es donde aparece la verdad; el que la rellena con excusas la espanta.

Con la respuesta hago tres cosas en 30 segundos: la agradezco sin defenderme («tiene razón, y le agradezco que me lo diga»), resuelvo lo resoluble ahora (un cargo, una gestión) y me comprometo con lo demás con dueño y plazo — anotándolo delante de él. Y una cuarta después: la llevo al briefing. La verdad que muere en el mostrador es una queja pública en incubación.

Lo que nunca: dejarle ir con su «todo bien» falso por comodidad de la cola. Ese huésped no vuelve — y además escribe.

Y la cara B del ejercicio: si el hotel solicita una valoración, la invitación debe ser neutral y aplicarse con el mismo criterio para todos — «si le apetece compartir cómo ha vivido su estancia, su opinión nos ayuda a mejorar y la lee todo el equipo.» Una vez, sin pedir una puntuación concreta, sin incentivos y sin condicionar nada. Si existe una incidencia, primero se atiende porque corresponde; nunca se utiliza la recuperación para filtrar o dirigir lo que el huésped quiera contar.