

Recuperar sin regalar

*Cuando no hay nada que dar,
se da la palabra — y se cumple.*

En cinco líneas

El mito de la recuperación es que se compra: la copa invitada, el descuento, la mejora. Y ayuda — cuando existe. Pero la recuperación real, la que fabrica embajadores, está hecha de otro material: atención intensificada, palabra cumplida y seguimiento visible. Un huésped con una avería sin solución inmediata, en un hotel lleno y sin nada material que ofrecer, todavía puede irse fabricando la mejor reseña de tu mes — si durante el problema se sintió la persona más importante del hotel. Esta ficha enseña a recuperar cuando el cajón de los regalos está vacío: que es, además, cuando se distingue a los profesionales.

El guion, paso a paso

- 1. Sube la atención, no el gasto.** Desde que hay un problema, ese huésped tiene prioridad visible: se le saluda primero, se le pregunta antes, se le informa sin que pida. La compensación más potente es dejar de ser uno más — y no cuesta un céntimo.
- 2. La palabra con fecha y nombre.** «Mañana a las 9 entra la pieza; a las 10 le confirmo yo personalmente» — y a las 10, la confirmación llega, pase lo que pase con la pieza. La promesa pequeña cumplida con puntualidad religiosa reconstruye más confianza que el regalo grande.
- 3. Informa aunque no haya novedad.** El silencio durante un problema se lee como abandono: «sin novedad todavía; sigo encima y le aviso a las cinco» es información valiosísima aunque no contenga nada. El huésped no exige que el problema no exista: exige no estar solo con él.
- 4. El cierre que se recuerda.** Resuelto el problema, el broche humano: la nota de disculpa escrita, el «¿quedó todo bien de verdad?» en persona, el agradecimiento por la paciencia con su nombre. El final amable es lo que la memoria se lleva a casa — y lo que se escribe en la reseña.

Con recursos limitados: cómo sostener el estándar

Si no tienes...	El estándar se sostiene así
Nada material que ofrecer	Es el escenario de esta ficha entera: atención, palabra, información y cierre. Y un recurso más, gratuito y potentísimo: implicar al huésped en la solución («¿prefiere que probemos X o le viene mejor Y?») — el que elige deja de ser víctima y pasa a ser parte.
Tiempo para el seguimiento personal	Se delega la tarea, nunca la cara: otro compañero puede ejecutar la gestión, pero la confirmación al huésped la da la persona que se comprometió — o alguien que la nombra («me pide [nombre] que le confirme...»). La palabra tiene apellidos.

Delante del huésped

QUÉ HACER	QUÉ NO HACER	QUÉ NUNCA HACER
Priorizar visiblemente a quien sufre el problema. Cumplir cada hora comprometida. Cerrar en persona.	Esconderte del huésped mientras el problema dura — es la tentación natural y el error letal. Prometer en redondo («esto se arregla seguro») lo que no controlas.	Comprar el silencio («le invito si no pone reseña»): se nota, ofende y convierte una avería en una historia que contar. La recuperación repara la experiencia, jamás negocia con ella.

Errores frecuentes

- ◆ Medir la recuperación en euros: el huésped no lleva la cuenta de lo regalado — lleva la cuenta de cómo se sintió.
- ◆ La compensación inmediata como atajo para no gestionar: el descuento que sustituye a la atención confirma que el hotel prefiere pagar a ocuparse.
- ◆ Desaparecer tras la primera gestión: la recuperación es una película, no una foto — y se puntúa por el final.
- ◆ No avisar al resto del equipo: el huésped en recuperación debe recibir el mismo trato reforzado en el desayuno, en la piscina y en el mostrador — o la recuperación de uno la deshace el descuido de otro.

LA REGLA DE ORO

**«Cuando no hay nada que dar,
se da la palabra — y se cumple.»**

El ejercicio de esta ficha

Habitación con una avería que no puede resolverse hasta mañana, hotel completo (sin cambio posible), nada material que ofrecer. Diseña la recuperación completa de las próximas 24 horas: qué dices ahora, qué contactos haces y cuándo, y cómo cierras mañana. En la corrección que sigue te comparto mi versión.