

Cuando una queja justificada se convierte en tu mayor éxito

Reclamar lo que consideras justo no te hace peor profesional. Contrastar los hechos y aportar soluciones concretas es la única salida para evitar que te tachen de quejica insoportable.

Montse Mateos. Madrid

Las quejas sin fundamento te harán más tóxico, pero aquellas que persiguen un objetivo concreto, en tu propio beneficio o de un grupo de trabajo, pueden ser el mejor acicate para el éxito profesional.

El experimento de dos amigos, Pieter Pelgrims y Thierry Blanpain, que decidieron no quejarse durante un mes se ha materializado en *Complaint Restraint*, una iniciativa que han secundado miles de adeptos en todo el mundo. A juzgar por los resultados, este esfuerzo les hace más felices. Es probable que libere a muchos, pero el ejercicio no soluciona el problema si la queja, ya sea personal o profesional, está justificada y se realiza con ánimo de mejora. “Si tu queja se debe a que intentas mejorar tu productividad o la de la empresa, es probable que, si sabes plantearla, sea bien recibida”, afirma Eva Rimbau, profesora de estudios de Economía y Empresa de la UOC. No se trata de evitar el conflicto, sino de explorar y negociar una solución que ponga fin a algo, que objetivamente, no es justo o se puede mejorar.

Sugiere, no te lamentes

El 18% de los estadounidenses son quejicas crónicas –según Gallup–. El descontento y la negatividad se manifiestan en un porcentaje más elevado de españoles que están continuamente enfurruñados. Se menciona a la queja como un mecanismo de defensa. Sin embargo, hacerlo de manera gratuita te puede llevar a ser un empleado tóxico: contaminar el ambiente laboral con comentarios negativos no sólo reduce tu productividad, sino que arrastra al resto.

“Creo que debemos quejarnos cuando se aprecie una ruptura de los valores apreciados en la empresa, pero basándonos siempre en hechos objetivos y no en impresiones o sensaciones”, opina José Manuel Casado, socio fundador de 2C Consulting, que como Pilar Jericó, presidenta de Be-Up, entiende que una queja es una reclamación de atención o protesta lícita “que se

Cómo gestionarlo

- Dirige la queja a la persona adecuada y sólo si lo estimas oportuno, pide el apoyo de un compañero.
- Ten siempre la solución preparada: qué necesitas para poner fin al conflicto.
- Actúa con tranquilidad y coherencia. Deja las emociones a un lado y vigila tu lenguaje corporal.
- Plantea el discurso con una secuencia lógica, de lo general a lo concreto.



Mostrarte disconforme aportando una alternativa suele mejorar tu imagen como profesional.

puede hacer en cualquier organización ante cualquier desacuerdo o inconformidad”. Jericó habla de las quejas sanas, “una sugerencia o una recomendación cuyo objetivo es defender algo que es beneficioso. Es la antítesis de no hacer nada, dejar pasar las cosas, sin ruido tomar decisiones. Esto es lo que nos hace tóxicos. La queja hay que legitimarla no taponarla”.

Por esta razón, justificar esa reclamación resulta básico para dar los primeros pasos

que canalicen la queja. Rimbau advierte de que, en general, “son aceptables las reclamaciones derivadas de una ruptura de acuerdo o compromiso. Pero, cuidado, hay situaciones que merecen tu actuación pero no en forma de queja, por ejemplo, si necesitas algo que nunca antes habías pedido, no debes lamentarte, simplemente pídelo”.

Antes de mostrar tu disconformidad, analiza a fondo la situación y prepara la solución. “Explica por qué las co-

Hay situaciones que pueden merecer tu atención sin llegar a la reclamación. Basta con pedirlo

La empresa debe crear el entorno y los canales adecuados para atender todas las sugerencias

sas, tal y como están, no funcionan”, dice Rimbau.

En la medida de lo posible, trata de reflexionar en solitario. La línea que te separa de los quejicas es muy fina. Estos son expertos en buscar aliados, cautivar a un grupo con su discurso para convertirlos en aliados de una guerra que ya tienen perdida. Los quejicas saben que si están solos pierden fuerza, pero si tu queja está justificada, decidir emprender la batalla en solitario puede ser la mejor op-

CAUTELA

Antes de dar el primer paso, **analiza** si tu reclamación o tu sugerencia es consistente. Valora los pros y los contras de las consecuencias y, además, sopesa cómo puede afectar a tu carrera, a tus compañeros y a la organización.

ción. “Si la queja se centra en hechos perjudiciales para la productividad y, en todo momento, tu actitud es profesional, es difícil que se desarrolle un conflicto en torno a ella”, señala Rimbau. Añade que, “si ves que tu sugerencia cae en saco roto, no insistas una y otra vez; corres el riesgo de ser considerado conflictivo”.

Habla con el jefe

Planificar el camino para mejorar la situación es el primer paso para el éxito, sobre todo teniendo en cuenta que algunas de estas quejas fundadas tienen una solución compleja. Casado habla de los delitos de cuello blanco, “esos que suceden a diario, que parecen producirse al margen de la legislación y de los que no se sabe mucho porque no tienen datos sólidos”. Menciona alguna de las tesis de Steve D. Levitt recogidas en su libro *Freakonomics*: cuanto más elevado es el escalafón en el que se sitúan los trabajadores, más propensos son a cometerlos, por lo cual suelen ser cometidos por los jefes.

La presidenta de Be-Up explica que es responsabilidad de la empresa crear los canales adecuados. Apuesta por los bidireccionales como la mejor opción: “Hay que proporcionar al empleado el entorno y la vía más adecuados para comunicar sus sugerencias o reclamaciones, y también para que proponga soluciones. No se puede confundir la queja con la divergencia. La primera lleva implícito el deseo de cambio; no se trata de crear el muro de las lamentaciones”.

En cualquier caso, Casado afirma que “es trascendental dirigirse a la estancia y persona adecuada, es decir, a aquella área encargada de su resolución, generalmente el jefe”. No obstante aconseja, antes de presentar la queja, “valorar los pros y los contras: qué gano y qué pierdo; a quién afecta y qué consecuencias puede tener”.

Quejicas y otros seductores impertinentes

Algo que caracteriza a los quejicas y a otros ‘animales’ que habitan en la tribu de la oficina es su capacidad de seducción. Para no caer en sus redes, lo mejor es conocerlos.

QUEJICAS

Su victimismo afecta a todos los que les rodean. Nunca les verás felices y satisfechos, cualquier cosa es susceptible de crítica y buscarán aliados que les ayuden a hacer ruido. Si no tienes cuidado, te verás participando en asuntos que te parecían incontestables.

IMPOSTORES

Aunque poseen un nivel de conocimiento y competencias limitados, son unos artistas de la apariencia. Su meta es no ser descubiertos, y para no quedar en evidencia suelen tener una actitud reactiva.

ACOMODADOS

Lo de destacar no va con ellos. Si tienen alguna buena idea no la plantearán, ello supone salir de una zona de confort en la que prefieren pasar inadvertidos; creen que es la mejor estrategia para mantener su puesto.

TREPAS

Son la sombra de los profesionales más exitosos, pero desaparecen cuando surge cualquier problema.

AGOBIADOS

No controlan su tiempo ni el estrés. Y lo peor de todo es que pueden contagiar con su pesimismo al resto.

AGAZAPADOS

Poseen la iniciativa, actitudes y conocimiento que demanda el mercado y lo saben. Sólo están esperando la mejor oportunidad para dar el

salto a otro proyecto que alimente su carrera.

PELOTAS

Inseguros, no confían en sus propias capacidades, por eso se preocupan sólo por adular a los que, en apariencia, pueden decidir sobre su futuro: los jefes.

CONFORMISTAS

Todo les parece bien y evitan hacer comentarios. Su actitud complaciente puede llevar a la quiebra a cualquier equipo de trabajo. Con ello pretenden ser inmunes cuando lleguen los despidos.