



Resumen Charla:

La Importancia de la Inteligencia Socio-Emocional (ISE) en la Industria Turística

“Acciones diferentes para resultados diferentes”

AEPT, Madrid, 13 de Octubre 2010

Somos profesionales formados en y para el siglo XX, viviendo realidades del siglo XXI para las que nadie nos ha entrenado.

Hasta ahora la importancia que se le concedía a cada uno de los aspectos integrantes del perfil de un trabajador óptimo en el mundo turístico se componía de conocimientos, apariencia y actitud (aunque esta actitud no pasara de la sonrisa y amabilidad superficial). El modelo tradicional de éxito se basaba en los conocimientos, el cociente intelectual y los intereses/ambición de las personas. Se entendía que si se tenían estas características se podía alcanzar el éxito y la satisfacción personal.

El nuevo siglo sin embargo, trae consigo un nuevo modelo de éxito que aunque concede importancia a las características anteriores, se enfoca más en los niveles de Inteligencia socio-emocional de las personas, como pilar fundamental de éxito en el mundo profesional de nuestros días.

Habitualmente las empresas no fallan en la planificación (aspectos cognitivos) sino en la ejecución de la planificación (aspectos emocionales) ya que quienes ejecutan esos planes son personas, que neurobiológicamente tienen grandes cargas emocionales.

Un estudio realizado para medir el éxito/fracaso entre 515 altos ejecutivos reveló que; los que contaban con experiencia relevante y un cociente intelectual superior pero no contaban con habilidades socio-emocionales desarrolladas fracasaban en un 79% y 71% respectivamente. Por el contrario, aquellos que resultaban exitosos poseían menor experiencia relevante y menor cociente intelectual, pero contaban con unas competencias socio-emocionales desarrolladas.

Se han detectado que las principales causas de fracaso profesional, hoy día son:

La dificultad para manejar el cambio (emocional)

No trabajar bien en equipo (emocional)

Relaciones interpersonales deficientes (emocional)

La inteligencia socio-emocional se compone de varias competencias para las que algunas personas están naturalmente dotadas pero

¿Qué pasa con aquellos que no las poseen?

La buena noticia es que hoy día sabemos que estas habilidades se pueden desarrollar y moldear mediante el entrenamiento y alinearlas de tal manera que trabajen en pro del éxito personal y profesional. Las personas que aprenden a gestionar su inteligencia socio-emocional son más eficaces, felices y se sienten más satisfechos. En las empresas: mejora la productividad, creatividad, capacidad de innovación y clima laboral, entre otras.

Así mismo sabemos que el perfil óptimo de un trabajador base se compone de un 23% de capacidad intelectual y un 77% de habilidades socio-emocionales. En niveles de liderazgo de una empresa turística la importancia socio-emocional se eleva hasta el 85%, ya que esta industria es un entramado de interacciones humanas constantes.

Recientemente la neurociencia nos ha descubierto el carácter social de nuestros cerebros, nos revela que los procesos biológicos que se producen cuando interactuamos son los responsables del 100% de las decisiones y acciones que tomamos. Por otra parte nuestros patrones mentales individuales son los responsables de cómo enjuiciamos, evaluamos y observamos la vida.

Si cada persona que trabaja en una empresa tiene su particular patrón mental y a la vez todos cuentan con una amígdala igual de primitiva, no es de extrañar que en las empresas se produzcan episodios diarios de mala comunicación, falta de flexibilidad ante los cambios, dificultades para trabajar en equipo, etc. que **SIEMPRE** acaban repercutiendo en la insatisfacción de las personas y en la productividad, competitividad y rentabilidad de las mismas.

Existen dos posiciones muy difundidas en cuanto al entrenamiento en Inteligencia socio-emocional: los escépticos que creen que es imposible cambiar a las personas o al menos poder hacerlo después de cierta edad y, los entusiastas que piensan que basta con una charla para que las personas sean “Einsteins Emocionales”.

Una de las principales diferencias que introduce el entrenamiento ISE es que las personas “aprendan a” y no “acerca de”. Para aprender “acerca de” basta con teoría, para “aprender a” es necesario el entrenamiento.

El entrenamiento en ISE requiere voluntad de cambio para romper con creencias o patrones limitantes. Las creencias se acumulan a lo largo de nuestras vidas y están ligadas a nuestro entorno y experiencias. Todos tenemos creencias limitantes y creencias potenciadoras. Las limitantes son aquellas que van en contra de nuestro crecimiento personal o profesional, las potenciadoras las que nos permiten explorar para conseguir mejores resultados como personas, en el área que elijamos. Nuestras creencias son quienes manejan nuestros pensamientos, nuestros pensamientos los que manejan nuestras emociones y nuestras emociones las que manejan nuestras decisiones o acciones.

En el último estudio realizado en España en 2009 revela que las principales toxinas empresariales han sido: la mala comunicación, la desmotivación, los líderes incompetentes, el conformismo de los empleados, etc. Todas ellas pertenecientes al área de lo socio-emocional. Por otra parte sabemos que la gran asignatura pendiente de las empresas españolas es la productividad, que se ve directamente afectada por estas toxinas.

Cuando se trata de ventas, la gestión de las emociones propias y de las de los demás cobran gran relevancia, ya que la primitiva amígdala se alfa con los patrones mentales y las creencias propias cuando se trata de decidir: **LO COMPRO, NO LO COMPRO.**

Tres ejemplos claros en los que la inteligencia socio-emocional mejora los resultados económicos en la industria turística son:

CRM (emocional)
Upselling (emocional)
Fidelización de clientes (emocional)

Los beneficios para las empresas que aplican filosofías socialmente inteligentes son:

- Comunicación más eficiente
- Mayor nivel de optimismo
- Mayor logro de objetivos
- Mayor sentimiento de compromiso y pertenencia
- Mayor capacidad creativa y de innovación
- Menor índice de absentismo
- Mejor Clima Laboral
- Mayor captación y retención de talentos
- Mayor capital Intelectual de la empresa
- Mayor productividad
- **Mayores resultados económicos**

CONCLUSIONES:

- Para conseguir resultados diferentes, es necesario llevar a cabo acciones diferentes.
- Para cambiar, es necesario romper con nuestras creencias limitantes.
- La industria turística se mueve en entorno a las emociones.
- El Capital Humano potencia o destruye los resultados en función de sus habilidades socio-emocionales.
- El objetivo es “aprender a” y no “acerca de”
- En puestos de liderazgo las habilidades socio-emocionales suponen el 85% del factor ÉXITO.



Para más información:

www.rtcoaching.es