



Herramientas Conversacionales I

TEMA 3. Pedidos

El pedido es un acto lingüístico que le permite a la persona que hace la solicitud satisfacer una necesidad, a través del compromiso de alguien más (Echeverría, 2003).



Ejemplos:

¿Podrías cuidar a mi hijo esta tarde?

¿Puedes hacerte cargo de despachar este pedido hoy?

Por favor, tráeme esos documentos.

En cada uno de estos ejemplos, quien hace el pedido espera que, quien escucha, lo ayude a satisfacer sus necesidades. Cuando la persona que recibe el pedido lo acepta, se completa la acción del compromiso.

En el primer ejemplo, si la persona dice “Sí, cuidaré a tu hijo esta tarde”, se establecerá la promesa, la cual generaría unas condiciones de tiempo y de satisfacción. En cambio, si la persona dice “No, no es posible para mí cuidar a tu hijo esta tarde”, el pedido no ha sido aceptado y no habrá promesa alguna.



Elementos del pedido (Echeverría, 2003):

El acto de hacer un pedido comprende cuatro elementos fundamentales:

El orador: es la persona que hace el pedido.

El oyente: es la persona que escucha el pedido y lo acepta, o no.

La acción: es el pedido en sí y el proceso para entregar lo prometido.

El tiempo: es el periodo en el que se llevará a cabo la acción y se entregará lo prometido.



Ciclo del pedido

Leticia es una ejecutiva talentosa que ha tenido mucho éxito en el mundo de la moda. Es la gerente de una firma diseñadora de ropa para mujer, la cual está muy posicionada en el mercado, tanto por el diseño como por la calidad de sus productos.

Ella está en su oficina esperando a Beatriz, quien es la propietaria de una agencia de modelos. Leticia tiene la urgencia de solicitar los servicios de algunas de ellas, ya que realizará varios desfiles en todo el país, pero su experiencia con este tipo de gestiones no ha sido la mejor. Por lo que, en esta ocasión, ha preferido contratar a la agencia de Beatriz para que esta sea la responsable de coordinar a las modelos.

Beatriz llega sofocada quejándose del tráfico de la ciudad y saluda afectuosamente a Leticia. Es la primera vez que se ven personalmente, aunque ya han conversado telefónicamente.

Después del saludo, Leticia le expone la necesidad que tiene su empresa.

—Beatriz, mi empresa requiere contar con la participación de 10 modelos que tengan experiencia modelando ropa de alta costura y con el siguiente perfil: que sus edades fluctúen entre los 20 y 30 años; además, se espera que tengan una complexión delgada pero saludable, evitando la extrema delgadez; que su estatura sea entre 1.65 y 1.80 metros. Por otro lado, y aunque no tenemos ninguna preferencia específica en cuanto a su color de piel, sí buscamos que representen a la mujer latina, ¿tu agencia podría hacerse cargo de esta solicitud?

—Claro que sí (contesta Beatriz), a eso me dedico desde hace 20 años, como pudiste constatar en los documentos que te envié por correo electrónico. Pero cuéntame, Leticia, ¿para cuándo necesitas a las modelos? ¿Las 10 modelos estarán juntas en los mismos desfiles? ¿En cuáles ciudades se llevarán a cabo? ¿Cuánto tiempo requerirás a las modelos en cada desfile?

—Oh, Beatriz, ¡cuántas preguntas! Déjame ver si te puedo responder a cada una en este momento. Aún no hemos definido todas las fechas, pero, en principio, podría decirte que el primer desfile será el día 15 del próximo mes y se espera que estos se realicen cada tres meses. Es decir, que serían cuatro desfiles durante el año. Necesito que todas las modelos estén en cada desfile, los cuales tendrán una duración aproximada de dos horas. Ellas deberán de llegar tres horas antes de iniciar el desfile para que inicien con su proceso de maquillaje y peinado, también quedarse dos horas después porque necesito que estén presentes en el cóctel y durante las diversas tomas de fotografías que les harán durante el mismo. Los desfiles se realizarán en las cuatro ciudades principales del país.



—Bien Leticia, esta información es muy valiosa para mí. Prepararé una propuesta y te la haré llegar a más tardar el próximo viernes.

El siguiente viernes, efectivamente, Beatriz envió su propuesta a Leticia, y después de unos pequeños ajustes quedó aprobada.

El 15 del siguiente mes, se realizó el primer desfile y este tuvo mucho éxito. Ocho de las modelos cumplieron con el perfil y se desempeñaron muy bien en la pasarela; sin embargo, fue muy notorio que dos de ellas no tenían el perfil requerido, por lo que Leticia le pidió a Beatriz seleccionar a dos modelos que sí se ajustaran al perfil para contar con ellas en el próximo desfile sustituyendo a las dos anteriores.

El siguiente desfile se realizará el 5 de mayo, por lo que llama a Beatriz para confirmarle la fecha. Beatriz se sorprende, ya que lo tenía planeado para el día 15, y no cuenta con todas las modelos disponibles para el 5, ya que ya están comprometidas para participar en otros desfiles de moda.

Esto le genera un gran problema a Leticia porque ya había reservado y pagado, tanto el hotel como los salones, para el 5. Beatriz intenta nuevamente confirmar esa fecha con todas las modelos, pero definitivamente no les es posible, esa fecha ya la tienen ocupada.



Debido a esto Leticia le dice que no puede aceptar ese grado de irresponsabilidad de su parte y cancela el contrato, cobrándole una indemnización por incumplimiento.

A continuación, se ilustrarán las diferentes etapas del ciclo del pedido (ver gráfico 1), teniendo en cuenta el compromiso conversacional realizado por Leticia y Beatriz:



Gráfico 1. Ciclo del pedido.

Articulación

En esta etapa se contextualiza la situación y se realiza la lectura de inquietudes.

Leticia conversa con Beatriz sobre las necesidades que tiene su empresa de contratar a 10 modelos para sus desfiles, los cuales se realizarán en momentos específicos del año, en las ciudades principales del país. En esta etapa se lleva a cabo el acto lingüístico del pedido.

Negociación

En esta etapa se clarifica el pedido y se definen las condiciones de satisfacción, tiempo, lugar, competencia, disponibilidad y posibles obstáculos. Las opciones que se presentan frente a la negociación son la aceptación, la contraoferta o la declinación. Aquí se lleva a cabo el acto lingüístico de la promesa.

Leticia le da información a Beatriz sobre sus condiciones de satisfacción, en términos del perfil de las modelos, y Beatriz le hace preguntas para clarificar lo relacionado con las fechas, el número de horas del servicio y las ciudades donde se efectuarán los desfiles.

Tanto la persona que hace el pedido, como la que lo recibe, tienen una gran responsabilidad en la efectividad del pedido. La persona que hace el pedido debe ponerse en el lugar de quien lo recibe, teniendo en cuenta la información que necesita. Y la persona que recibe el pedido debe indagar para aclarar todas sus inquietudes.





Beatriz acepta las condiciones de satisfacción de Leticia y se compromete a enviarle una propuesta. Leticia podrá revisarla y hacer los ajustes pertinentes antes de la contratación. Cuando dicha propuesta esté aprobada por ambas, compartirán un mismo lenguaje de interpretación y habrá un acuerdo.

En esta etapa el pedido queda aceptado, o no. Según Wolk (2013), una vez efectuado el pedido se desprenden cinco posibilidades de acción efectiva por parte de quien lo recibe:

- A.** Aceptar el pedido creando una promesa.
- B.** Declinar el pedido.
- C.** Pedir aclaración para comprometerse.
- D.** Comprometerse a dar una respuesta en un futuro definido.
- E.** Renegociar el pedido (contraoferta).

Existen respuestas inefectivas, y estas ocurren cuando dan lugar a múltiples interpretaciones, provocando vaguedad y malentendidos (Wolk, 2013), y esto conduce a, en realidad, “no comprometerse”. Entre esas respuestas, están las siguientes:

- Sí, voy a tratar.
- ¡Ahí veremos!
- Luego lo miro.
- OK, déjame ver qué puedo hacer.
- Parece factible.
- Déjame revisarlo.
- No te preocupes, alguien se encargará de esto.
- Haremos lo mejor que podamos.



La efectividad del pedido dependerá de la forma en cómo este sea realizado. El siguiente es el patrón de un pedido efectivo (Kofman, 2001):

A. Con el fin de obtener A (necesidad).

B. Te pido que entregues B de acuerdo con las siguientes condiciones: ..., para la fecha C.

C. ¿Te puedes comprometer a eso?

Realización

En esta etapa se lleva a cabo la acción para cumplir con la promesa. En caso de presentarse alguna contingencia se debe gestionar para evitar la ruptura del compromiso. El incumplimiento de la promesa impactará a la tarea, las relaciones y la integridad de la persona o empresa que se compromete. En esta etapa, es posible cancelar o revocar el compromiso, en cuyo caso se llevan a cabo los actos lingüísticos del reclamo y de la disculpa. Si hay satisfacción con el cumplimiento de la promesa, se declarará el feliz término del compromiso (Wolk, 2013).

Beatriz ha cumplido con la primera parte del pedido de Leticia y todo ha salido muy bien, ya que las condiciones de satisfacción se han cumplido. Sin

embargo, para el segundo desfile se ha presentado un serio problema, ya que las fechas del desfile no quedaron claras en la propuesta. Leticia hará el desfile el 5 y Beatriz asumió que era el 15, ya que el primer desfile se llevó a cabo un día 15.

Leticia hace un reclamo a Beatriz, y ella trata de solucionar la situación, sin embargo, no puede hacerlo porque no cuenta con la disponibilidad de las modelos.

Si al formular el pedido, las condiciones de satisfacción quedan mal especificadas, son vagas o malentendidas, en lugar de generarse una solución a una necesidad, se generarán problemas que afectarán los resultados y las relaciones.

La diferencia entre un pedido y un deseo es que el primero expresa condiciones de satisfacción observables (Wolk, 2013). Es diferente decir: “Se espera que los desfiles se realicen cada tres meses. Serían cuatro desfiles en el año. El primero de ellos será el 15 del próximo mes”, a decir: “Tendremos cuatro desfiles en el año, uno cada tres meses. El primero de ellos se realizará el 15 de febrero; el segundo el 5 de mayo; el tercero el 20 de agosto; y el cuarto el 5 de noviembre”.

Dado que no es posible predecir el futuro ni la forma como actuarán las otras personas, siempre existirá el riesgo de que ocurra algo que no estaba previsto y genere obstáculos para cumplir con lo prometido. Sin embargo, aunque no se pueda cumplir con la promesa, siempre es posible honrar los compromisos si se actúa con integridad.

Evaluación

En esta etapa se declara la satisfacción por el cumplimiento de la promesa teniendo en cuenta los indicadores de medición, y se reflexiona sobre los aprendizajes obtenidos.

Leticia declara su insatisfacción por el incumplimiento de la promesa de Beatriz, y procede a cancelar el contrato y a demandar legalmente a Beatriz por incumplimiento. La confianza entre Leticia y Beatriz se ha roto.

Como puede observarse en el análisis de las diferentes etapas del ciclo del pedido, con el ejemplo de la negociación entre Leticia y Beatriz, la falta de claridad en las fechas de los desfiles generó serios problemas que afectaron los resultados deseados por ambas, su relación y su integridad.



Es clara la importancia de que los interlocutores operen en un contexto común. Se esperaría que la propuesta final, aprobada por ellas, incluyera las fechas exactas de los desfiles. Si esto hubiera ocurrido, Beatriz se podría haber preparado para cumplir con lo prometido y satisfacer las necesidades de Leticia. Y Leticia no estaría en problemas al tener que cancelar su siguiente desfile, o bien contratar modelos que no conoce.

Kofman (2001) defiende que los compromisos conversacionales afectan tres dimensiones de resultados: la tarea, las relaciones y la identidad (ver gráfico 2). En la dimensión de la tarea, el objetivo es coordinar acciones para obtener los resultados que se persiguen. En la dimensión de las relaciones, el objetivo es generar vínculos de confianza que permitan la coordinación efectiva de las acciones futuras. En la dimensión de la identidad, el objetivo es actuar con integridad y dignidad.

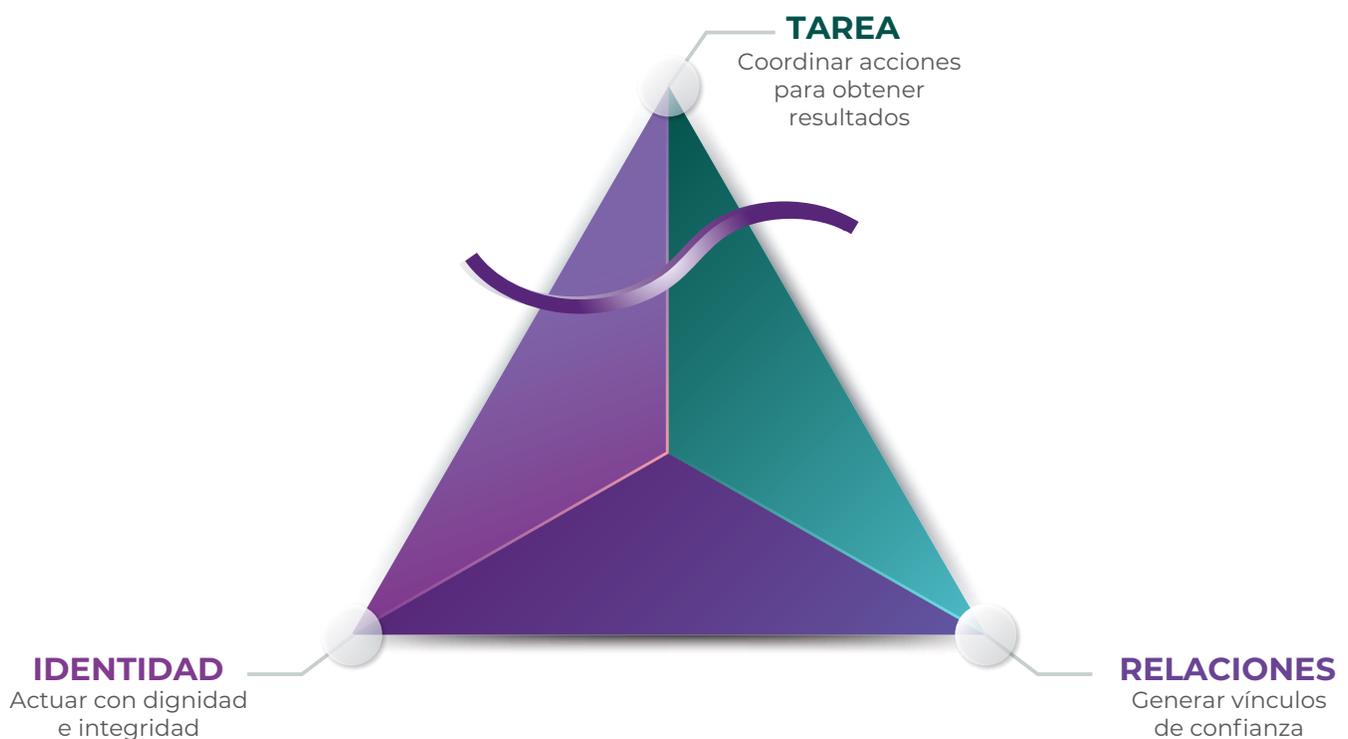


Gráfico 2. Dimensiones de resultados.

De acuerdo con Kofman (2001), es posible cumplir los objetivos en las tres dimensiones cuando se privilegian la integridad, la honorabilidad y la confianza.



En el caso de Leticia y Beatriz, no se cumplen los objetivos en las tres dimensiones. A nivel de la tarea, no se han cumplido los objetivos porque Leticia no pudo contar con los modelos para las fechas indicadas. Es posible que esto le genere retrasos en los desfiles y mayores costos. Y Beatriz no logró terminar con el contrato y tuvo consecuencias legales, lo cual le generará pérdidas tanto morales como económicas. A nivel de las relaciones, los vínculos de confianza entre Leticia y Beatriz se han roto, probablemente para siempre. Con la situación presentada, no habrá posibilidades de desarrollar una relación constructiva. Y a nivel de la identidad, tanto Leticia como Beatriz han visto afectada su integridad al no honrar su palabra.

Referencias

Echeverría, R. (2003). *La ontología del lenguaje* (6ª ed.). Argentina: Ediciones Granica S.A.

Kofman, F. (2001). *Metamanagement: La nueva conciencia de los negocios: cómo hacer de su vida profesional una obra de arte*. Argentina: Granica.

Wolk, L. (2013). *Coaching: El arte de soplar brasas* (4ª ed.). Argentina: Gran Aldea Editores.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.