

# La Exponencialización de las Fallas de Servicio

✘ Una de las máximas de la teoría del servicio al cliente, es que una vez producida una falla de servicio, la compensación que la empresa ofrezca al cliente debería equivaler, como mínimo, al doble de la pérdida económica de la falla generada. Sin embargo, docenas de empresas que escuchan esta afirmación la consideran totalmente desproporcionada y se niegan a considerarla.

Demostraremos en este artículo que, efectivamente esta propuesta es desproporcionada, pero en perjuicio del cliente, por que en la mayoría de casos la compensación debería ser el 500% de la falla de servicio generada.

## ¿Qué sucedió en Ecuador?

Una curtiembre provee de cuero para calzado escolar a medianas fábricas del país, y por un error de despacho, se entrega un lote de cuero equivocado a un cliente, con características técnicas diferentes a las que utiliza en su proceso de fabricación; como resultado, el cliente fabrica cientos de zapatos que luego son rechazados por su cliente (una cadena de tiendas). Entre idas y venidas, se pierde la campaña escolar.

¿Cuál fue el monto del lote entregado por equivocación?, aproximadamente US\$ 24,000.00. ¿Cuál fue el monto de la pérdida generada para la empresa fabricante de zapatos cliente de la curtiembre?, considerando los productos terminados, los costos de fabricación perdidos, la devolución de la cadena de tiendas y la pérdida de la campaña escolar, no menos de US\$ 86,000.00.

## Primera reacción



La curtiembre debería reconocer la pérdida del lote equivocado y ofrecer US\$ 24,000.00 a la empresa, monto que no cubre ni el 28% de la pérdida generada. Aún si aceptáramos las reglas de la compensación del servicio al cliente y ofreciéramos el doble del monto de la falla de servicio, apenas cubriríamos el 56% de la pérdida generada.

Y el tema puede aplicarse con mayor complejidad a transacciones comerciales tan elementales como organizar la fiesta de quince años de una adolescente.

Un Sábado cualquiera a las 10.40 de la noche, la expectativa de la fiesta está en su tope por que ya se anuncia la aparición de la quinceañera, comienza a bajar por la escalera, suena los aplausos, y un cortocircuito deja inutilizado el equipo - alquilado obviamente - de música, situación que no puede resolverse hasta casi 03 horas después por que se contrató un local especial alejado de la ciudad para el evento.

✘ ¿Cómo cuantificamos el daño causado a los clientes por esta falla de servicio?, ¿será posible que aún ofreciendo un cupón para tomar otro servicio similar de forma gratuita se compense la falla generada?. Evidentemente que no.

Y es que las empresas pierden de vista con demasiada facilidad el *fenómeno de la exponencialidad de la falla de servicio*, por el cual las pérdidas que se generan al cliente exceden largamente el monto de la facturación involucrada por el servicio.

Un análisis beneficio / costo elemental, mostrará que una estrategia clara de servicio al cliente representa ahorros impresionantes para las empresas. Considérenlo.

**© Mercadeando S.A., Agosto 2012**  
**Director Técnico: Fernando Zelada Briceño**