

REVISTA DE SERVICIO

Confianza sin maquillaje



La reputación no se arregla en la campaña si la experiencia real contradice la promesa.

«¿Qué diría alguien después de pedirnos ayuda, cuando ya no estamos en la sala?».

LECTURA 02

Una llamada y cuatro transferencias

Una organización promete cercanía. Una persona llama por un problema simple, repite sus datos varias veces y termina sin saber quién resolverá. Caso construido: no representa un servicio real ni una queja observada. El análisis separa lo que la empresa dijo, lo que la persona intentó, cada paso y el momento en que perdió certeza. El problema puede no ser el tono de la campaña: quizá la primera decisión es asignar un responsable único de cierre.

UNA ESCENA PARA PENSAR



PARA LLEVAR A LA MESA

Una llamada puede revelar una brecha de diseño.

LECTURA 03

La brecha circular

Estratégico: dirección necesita proteger la confianza que permite operar y competir; decide qué promesas puede sostener realmente. **Táctico:** experiencia, comercial y operaciones necesitan una definición común de caso resuelto; deciden dónde intervenir y cómo medir. **Operativo:** atención necesita información y autoridad para responder, no un guion que simule empatía. La ausencia de reclamos registrados puede significar satisfacción o un canal inaccesible; no se interpreta sola.

TRES NIVELES, UNA DECISIÓN



PARA LLEVAR A LA MESA

La reputación viaja con la experiencia repetida.

LECTURA 04

Encuesta, campaña, CRM

La organización puede usar encuesta de satisfacción, social listening, revisión de quejas, mystery shopper y analítica de CRM. Cada una ofrece señales distintas y sesgos: quien no logra reclamar quizá ni aparece en el dato; quien opina en redes no representa al conjunto. Cauce Firme propone una **prueba del recorrido completo**, contrastando promesa, tarea, fricción, respuesta y responsabilidad. Lo diferente es el encadenamiento a una decisión con fecha de verificación, no la posesión exclusiva de técnicas comunes.

ALTERNATIVAS CON LÍMITES



PARA LLEVAR A LA MESA

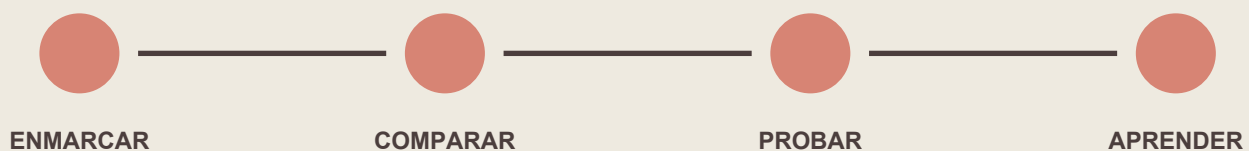
Medir no reemplaza resolver una fricción concreta.

LECTURA 05

Seguir un caso sin perder el contexto

Se define una promesa concreta y el grupo al que llega. Se reconstruye un recorrido con datos minimizados y consentimiento, entrevistas o pruebas según corresponda; se separan incidentes, patrones y excepciones. Luego se prioriza una fricción por efecto en persona y posibilidad de corrección, se cambia el proceso y se vuelve a observar. Las voces de grupos vulnerables no desaparecen por tener menos volumen estadístico.

DEL ENCUADRE A LA PRUEBA



PARA LLEVAR A LA MESA

Seguir la promesa hasta donde vive la persona.

LECTURA 06

No premiar sólo el promedio

El experimento Monte Carlos de la landing ilustra P10/P50/P90 aproximados de 1/3/5 unidades netas sintéticas por 100 hipotéticas; no mide reputación ni ventas. En un servicio real se mirarían, con línea base y segmentos pertinentes: tarea completada, tiempo de resolución, repetición del contacto, quejas accesibles y relato cualitativo. El promedio puede mejorar mientras empeora la experiencia de quienes más necesitan ayuda. Pregunta para la dirección: «¿Qué promesa dejaríamos de anunciar mañana si todavía no pudiéramos cumplirla en el punto más frágil del recorrido?».

SENSIBILIDAD ILUSTRATIVA



Unidades sintéticas; estos percentiles no predicen ventas ni éxito

PARA LLEVAR A LA MESA

Un promedio alto puede ocultar una falla seria.

LECTURA 07

La brecha con dueño

Mapa promesa-experiencia, evidencia y sesgos, fricciones priorizadas, una corrección de proceso con responsable y una prueba de seguimiento. Datos mínimos: promesas vigentes, guiones, canales, casos anonimizados, definiciones de cierre, consentimiento y límites de privacidad. **Cierre:** «La confianza se gana en la segunda llamada, no sólo en el primer anuncio». **CTA:** contrastar una promesa específica. **Fuentes del marco:** [ISO 10002:2018 para tratamiento de reclamaciones](#), [ISO 10004:2018 para medición de satisfacción](#), [G20/OECD 2023 para atención a stakeholders](#). Estas guías no demuestran que el cliente o Cauce Firme estén certificados.

UNA ENTREGA PARA DECIDIR



PARA LLEVAR A LA MESA

La brecha con dueño tiene oportunidad de cerrarse.