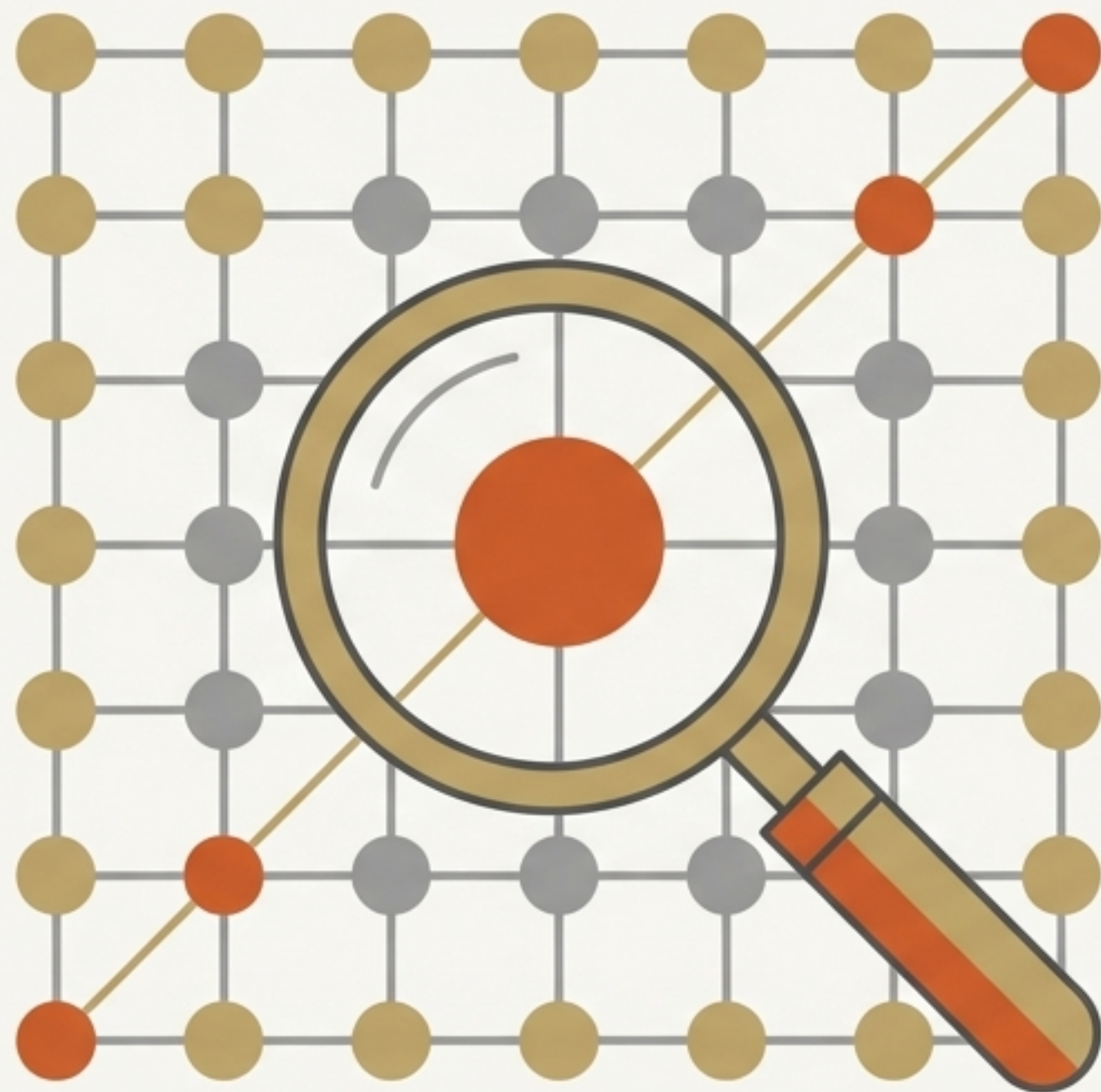




Análisis y Tratamiento Estratégico de las Reclamaciones

Transformando la insatisfacción del cliente en una herramienta de mejora continua y ventaja competitiva.

Basado en el marco técnico de Víctor Yepes Piqueras.

La paradoja de la satisfacción: Lo que vemos frente a la realidad

Reclamaciones reportadas:
Una tasa alta indica claramente
insatisfacción, pero solo
representa una pequeña
fracción de los problemas.

Defectos no comunicados:
No todos los defectos se ponen
en conocimiento de la
empresa.



Nota aclaratoria: Muchas quejas ni siquiera son por fallos de calidad del producto, sino por facturas incorrectas, retrasos en la entrega, envíos no solicitados o falta de información.

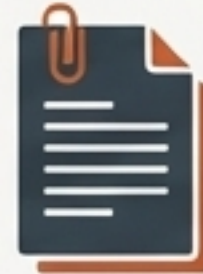
El silencio del cliente es un riesgo operativo

¿Por qué no reclaman los clientes cuando hay un fallo?



1. Suposición de azar:

Creen que se trata de un caso de mala suerte puntual.



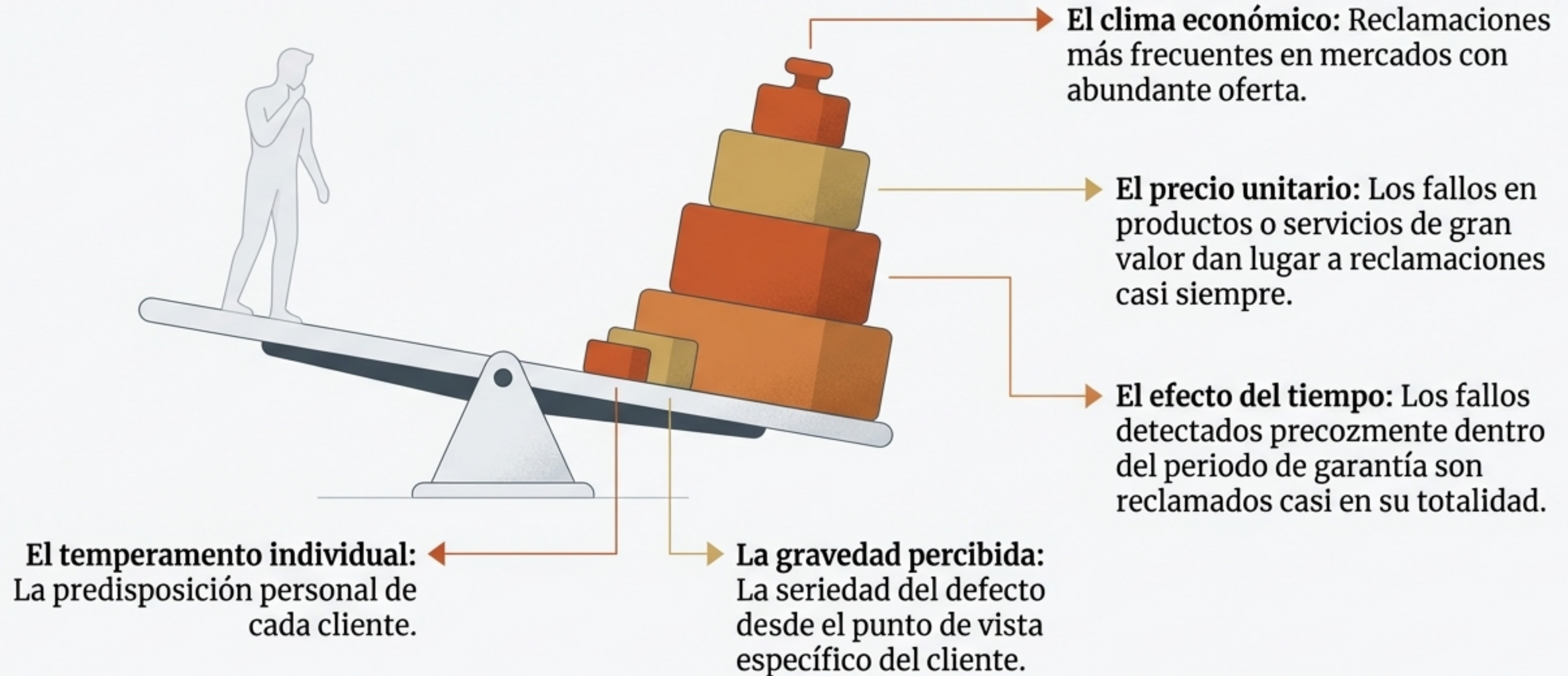
2. Desazón y burocracia: La tramitación produce molestia, especialmente si la recompensa esperada no es muy elevada.



3. Invisibilidad tecnológica: Algunos fallos de origen tecnológico no son detectables por el usuario (ej. pérdida de potencia en un motor por deficiencias que pasan desapercibidas).

Factores que activan la presentación de una reclamación

El cliente rompe su silencio influenciado por:



Las reclamaciones son el punto de partida para la mejora continua

“El primer paso para abordar la solución a un problema es tener conciencia del mismo.”



1. Fidelización:

Satisfacer al cliente en su reclamación, restablecer la buena voluntad y retenerlo.



2. Prevención:

Subsanar las causas raíz que generaron el defecto para impedir su repetición.



3. Investigación:

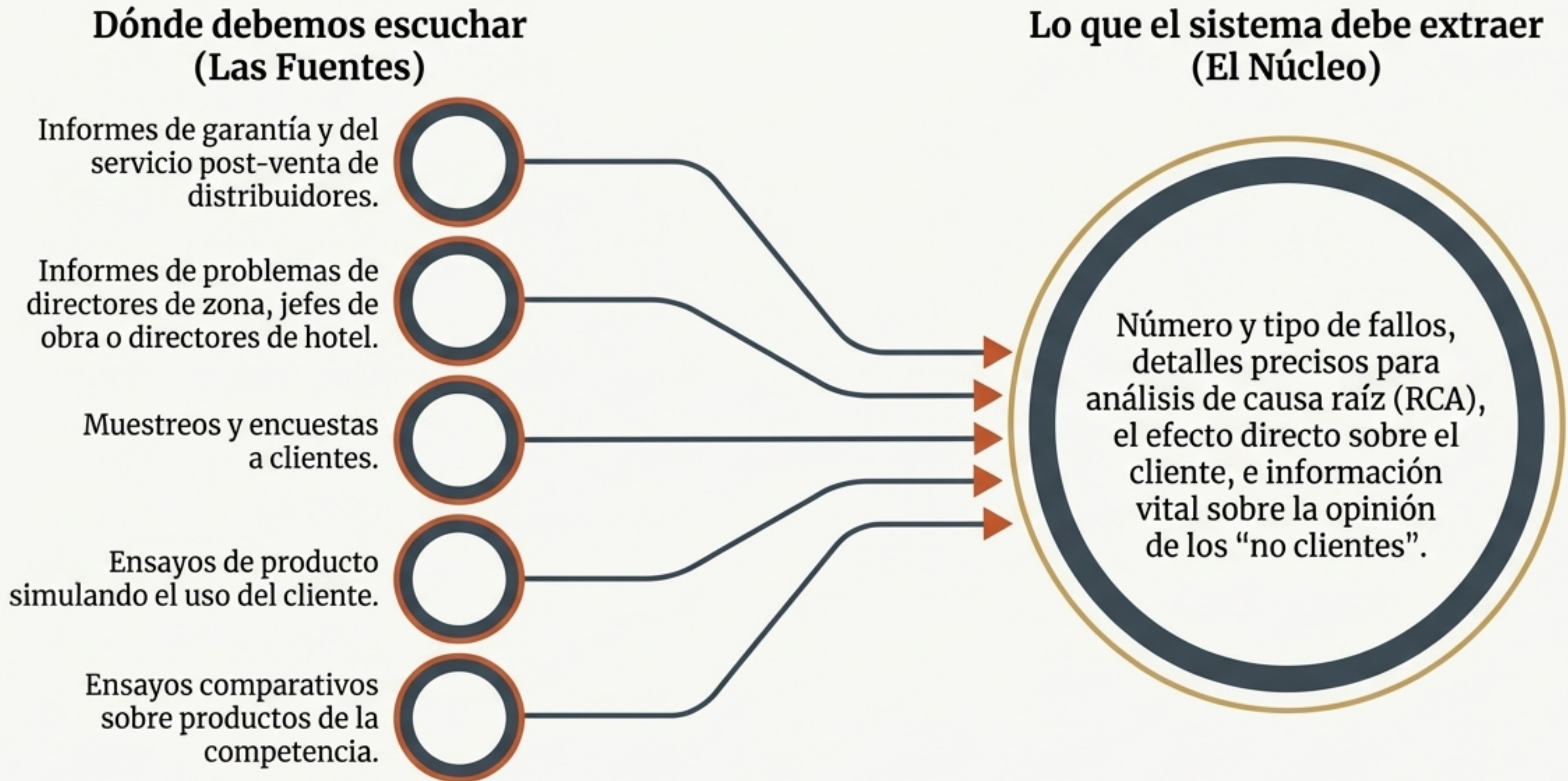
Promover estudios para conocer el grado real de satisfacción en relación con nuestros productos.

Evolución de las métricas: Separando lo trivial de lo vital

Para separar los pocos problemas vitales de los muchos triviales, debemos cambiar nuestra forma de medir:

Métricas Tradicionales (Visión Interna)	Métricas Centradas en el Cliente (Visión de Impacto)
 Visitas de servicio por cada 1.000 unidades en garantía.  Número de reclamaciones sobre la producción total.  Valor monetario de las reclamaciones pagadas. <i>Limitación: No reflejan con precisión la calidad ni indican la insatisfacción real del cliente.</i>	 Tiempo total de reparación del fallo.  Efecto inmediato (ej. parada del equipo, intoxicación alimentaria).  Tiempo de inaptitud para producción (ej. parada de un ascensor en un hotel).  Impactos colaterales (incumplimiento de contratos, producción perdida).

Ecosistema de captura de datos sobre calidad



El enfoque dual de resolución: Cliente vs. Producto

Carril Comercial (Orientado al Cliente)

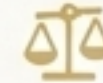
Programas enfocados en la relación.



- Comprobación y empatía con la queja.



- Restablecimiento inmediato del servicio.



- Compensación justa.



- Recuperación proactiva de la buena voluntad.

Carril Técnico (Orientado al Producto)

Programas enfocados en la solución estructural.



- Determinar si es una anomalía aislada o un defecto general.



- Análisis y eliminación de causas.

Medidas correctivas radicales en el producto

Cuando el carril técnico identifica un problema generalizado, la respuesta debe ser estructural:



Cambios de diseño:
Modificación directa de la ingeniería del producto o arquitectura del servicio.



Alteración de procesos:
Reformulación del proceso de fabricación o del modelo de prestación de servicio.



Intervención de mercado:
Retirada de productos del mercado para su destrucción o modificación masiva.



Escalamiento estratégico:
Elaboración de informes para asegurar acciones ejecutivas vinculantes al más alto nivel.

Matriz de responsabilidades de calidad

Post-Venta	Su rol es la Restauración del servicio del reclamante.		
Ventas	Abono por pequeñas reclamaciones	Vital para el Restablecimiento de la buena voluntad.	
Departamento de Reclamaciones	Gestiona el Abono por grandes reclamaciones	Determinar si el fallo es aislado o generalizado	Colabora en la determinación de la causa.
Departamentos Técnicos	Lideran el descubrimiento de las causas profundas	Son los únicos responsables de Determinar los remedios.	

La Garantía de Calidad como arma competitiva



El Estándar (Juran-Gryna)

La seguridad previa de proteger al cliente de fallos y reparar perjuicios. El ideal es dejar al usuario exactamente en la misma situación que si el defecto no hubiera existido.



Límites Operativos

Protegido por cláusulas de responsabilidad (mal uso), desembolso (reposición y mano de obra) y tiempo (periodo razonable).



El Cambio de Paradigma

La garantía ha dejado de ser un seguro para convertirse en un elemento clave de competencia. Las empresas anticipan las exigencias ofreciendo garantías cada vez mayores para superar a sus competidores.

Responsabilidad Civil: El límite de la legalidad

La gestión de la calidad no es solo un pacto de caballeros o un convenio comercial; está enmarcada en obligaciones legales estrictas.



Contexto Regulatorio: La responsabilidad por el producto trasciende la voluntad de las partes y está regulada por leyes nacionales.

Evolución en España:

Antecedente: Ley de Defensa del Consumidor y del Usuario (1983) – Ineficaz por falta de desarrollo reglamentario.

Vigor Actual: “Ley de Responsabilidad Civil por los daños causados por productos defectuosos” (Julio, 1994).

Conclusión final: Una gestión de reclamaciones deficiente no solo cuesta clientes y reputación; acarrea graves repercusiones legales.