

Servicio desinflado, cuando la expectativa supera a la realidad

OPINIÓN

Hugo Paz Pastor
GERENTE GENERAL
DE STRATEGIA
CONSULTORÍA



En los últimos meses hemos sido testigos de cómo un nuevo operador de telefonía ingresó al mercado peruano con una estrategia agresiva para ganar nuevos clientes. Los resultados son evidentes: todos los competidores “se pusieron las

pilas” y el cliente fue el mayor beneficiado. Pero al parecer no todo es color de rosa, hoy se ve en las redes sociales decenas de denuncias contra el nuevo operador, aparentemente como consecuencia de la falta de claridad en la información recibida.

¿Qué es lo que sucedió? En mi opinión, cansados de tanto maltrato por parte de los operadores tradicionales, los clientes empezaron a migrar en forma masiva a la nueva alternativa. Sumado a ello,

“Al cliente se le respeta. Entonces, solo nos queda “ofrecer aquello que podemos cumplir”.

las expectativas generadas por la publicidad a través de los diversos medios y de los terminales de venta fueron

bastante altas. Lo que siguió a continuación es historia repetida: el cliente no recibió toda la información necesaria al momento de firmar el contrato, y las consecuencias se evidenciaron cuando tuvo que pagar el recibo. Conclusión: un cliente nuevamente insatisfecho, con expectativas no cubiertas.

En este caso no se trató de la mala señal, ni de la confiabilidad de los equipos. Tampoco del maltrato recibido por un ejecutivo de venta. Es-

tos problemas empiezan a surgir por la falta de claridad en la información proporcionada al cliente. Cuando a una persona se le genera expectativas, y luego en el “momento de la verdad” estas no son cubiertas, simplemente se siente engañada. Es cierto que las empresas que mantienen esta práctica pueden lograr resultados (ventas) en el corto plazo, pero en el largo plazo terminan por ser insostenibles. ¿Qué es lo mejor entonces? Sin duda alguna,

la transparencia y la reducción de la asimetría de la información entre proveedor-cliente son pilares que debemos tomar en cuenta en nuestros negocios.

Al cliente se le respeta. Un cliente insatisfecho no solamente no regresa (sería la consecuencia menos negativa), lo peor de todo es que comenta su experiencia negativa con muchas personas. Entonces solo nos queda “ofrecer aquello que podemos cumplir”.

EXPLOSIVOS

Exsa se enfocará también en la construcción el próximo año

—Ante la necesidad de reducir costos de operación de parte de las mineras, la empresa del Grupo Breca obtuvo menores márgenes durante este año.

LUCIANO LAURENCIO M.
luciano.laurencio@diariogestion.com.pe

Al borde de terminar un año marcado por el retroceso de los precios de los metales, la productora de explosivos Exsa ya cuenta con una estrategia para afrontar los vaivenes del sector minero y recuperar los niveles de crecimiento que tuvo durante los últimos cinco años, plan que comenzará a dar frutos a partir del 2016.

Así lo aseguró Karl Maslo, gerente general de la firma, quien destacó que apuntarán a atender la principal necesidad de sus clientes debido a la coyuntura: reducir los costos de operación desarrollando una cartera de soluciones dirigidas a este fin.

“Dependemos 95% de la minería que ha tenido una performance no tan buena, con proyectos que se enfriaron, postergaron e inclusive cerraron. Nos hemos cen-



Objetivo. Consolidar operaciones en Chile, Colombia, Brasil y Panamá.

EN CORTO

Expansión. Pese a la situación del sector minero en la región, Maslo afirmó que buscarán ampliar su presencia en el exterior el próximo año, para lo cual se encuentran realizando estudios de mercado en Norte y Centroamérica. Definirán sus nuevos destinos en el primer semestre del próximo año.

trado en sentar las bases para lograr rendimiento a futuro. La estrategia ha sido mirar hacia el cliente, entender específicamente dónde le duele gastar”, señaló el ejecutivo.

Maslo indicó que hasta noviembre, según estimaciones no oficiales, las ventas de Exsa se mantuvieron respecto al 2013 pero los márgenes se redujeron en alrededor del 10%, debido a la exigencia de las mineras por menores pre-

cios de explosivos y voladuras, “pese a que solo representan entre 3% y 4% de los costos de operación”.

Recuperación

Mientras continúa la necesidad de las mineras por optimizar costos, Exsa seguirá apostando por desarrollar su portafolio de soluciones para ampliar su cartera de clientes, mirando sectores como la construcción ante el interés del Gobierno por invertir más en infraestructura durante el próximo año.

Además, el gerente sostuvo que en este periodo confían en consolidar sus operaciones en Chile, Colombia, Brasil y Panamá, lo que repercutirá positivamente en las ventas.

“(2016) será el año de la recuperación porque verán la luz Las Bambas, Tía María, la ampliación de Cerro Verde, la madurez de Constancia, entre otros. Grandes culminaciones más la madurez que alcancemos en el 2015, será un año con mayor mejora”, concluyó.

CAMBIOS & NOMBRAMIENTOS

♦♦ **FÉLIX JAVIER ARROYO RIZO PATRÓN**, reemplazará a Juan Ignacio de la Vega Jiménez en la gerencia general del Banco Interamericano de Finanzas.

♦♦ **GIAN MARCO ASENCIO PIMENTEL**, fue designado como nuevo gerente legal de Directv Perú.

♦♦ **JAVIER BALBÍN BUCKLEY Y CARLOS MIGONE RAMÍREZ**, se incorporaron al directorio de Fondos Mutuos del BBVA Continental.

♦♦ **AUGUSTO JOSÉ REY VALLARINO**, fue nombrado gerente general de Inmobiliaria Milenia en lugar de Misael Shimizu Mitsumasu.

♦♦ **JORGE COLLADO**, es el nuevo country manager para Perú, Bolivia y Paraguay de EMC.

♦♦ **DANIEL FIERRO**, fue elegido como nuevo director general creativo de Quorum Saatchi & Saatchi.

Si desea publicar los cambios y nombramientos en su empresa, escriba a: bramos@diariogestion.com o envíe al fax 311-6369 con atención al área de negocios, indicando nombre, teléfono adjuntando fotografía.

INMOBILIARIA



Ya desarrolló 27 proyectos.

Madrid Ingenieros con dos proyectos en Lima Este

La empresa Madrid Ingenieros tiene planificado para el próximo año iniciar la construcción de dos proyectos residenciales en Santiago de Surco y Santa Clara, que corresponden a Lima Este. Ambas iniciativas forman parte de su expansión inmobiliaria.

Actualmente se encuentra a la venta un condominio (Residencial Jardines), construido en Surco.

Recientemente recibió una certificación LEED por el condominio residencial Osa Mayor, también ubicado en Surco.

El gerente general de la inmobiliaria, César Madrid Zagazeta, comentó que la empresa está creciendo a tasas de venta anual de 30% y ya desarrolló unos 27 proyectos con un total de 630 viviendas.