

El efecto de los tipos de fallas y la recuperación del servicio en la oferta de valor de una empresa: hacia un modelo de fidelización del cliente

Mariana Alfaro Cendejas
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla
mariana.alfaro@upaep.edu.mx

Resumen

La recuperación del servicio luego de fallas tiene un importante papel en la entrega del servicio y en el cumplimiento de la oferta de valor al cliente. Investigaciones previas de la recuperación de servicio se han enfocado en el desarrollo de esquemas de clasificación, tales como tipos de fallas de servicio (ejemplos: fallas relativas a procesos o fallas en la entrega final al cliente), atributos de recuperación de servicio (ejemplos: recuperaciones tangibles o psicológicas) y la magnitud de las fallas. Pocos estudios en la literatura han desarrollado un modelo teórico de satisfacción del cliente que considere dichos tipos de fallas en vinculación con los esfuerzos de recuperación y sus repercusiones, para la empresa, en el cumplimiento de la oferta de valor al cliente. Este artículo identifica, de acuerdo con la literatura y un estudio en el sector restaurantero de las ciudades de Guadalajara y Querétaro, los atributos más significativos para la retención del cliente y por ende, para el cumplimiento de lo que le fue ofrecido implícita o explícitamente por la empresa (la propuesta de valor), promoviendo con ello una relación a largo plazo fidelizada.

Palabras Clave

Servicio, falla del servicio, recuperación del servicio, propuesta de valor, fidelización.