

## Innovación y los 5 minutos de la discordia II

Continuando con esta serie de artículos sobre herramientas de comunicación y empresas de telefonía celular, hoy finalizo con este tema. En la entrega anterior hablé de las nuevas compañías de telefonía celular y cómo nuevos jugadores están innovando y cambiando las reglas del mercado.

Pero empecemos hablando de los 5 minutos de la discordia. Como mencioné en el análisis anterior, yo fui cliente de *Claro* (antes *Comcel*) por muchos años y de forma casi accidental, decidí pagar una multa por acabar mi contrato con ellos anticipadamente y me pasé a *Virgin Mobile*. A la semana siguiente de realizar el cambio *Claro* tuvo el conocido problema de caída de red y decidieron compensar a sus usuarios con 5 minutos de llamadas gratis. Esta reacción de *Claro* causó mucho malestar entre sus clientes y solo fue ver las redes sociales para darse cuenta de esto. Cuando escuché esta



ANDRÉS JULIÁN GÓMEZ  
DIRECTOR CONSULTORÍAS  
360°

noticia, mi primera reacción fue una risa seguida de una amplia sonrisa. Agradecí que ya no era usuario de esta empresa, ya que si lo hubiera sido, me habría sentido muy ofendido con esta reacción. Sentí pena y tristeza por los millones de usuarios que siguen siendo clientes de *Claro*.

La reacción de una empresa como esta, era bastante previsible. Estoy convencido que los 5 minutos que ofrecieron, era lo que están obligados a hacer. Pero el punto es que una empresa que está cómoda, con un monopolio raramente nos sorprenderá con algo diferente.

El problema que tuvo lo puede tener en cualquier momento otra empresa de tecnología, pero

hay formas de mitigar este riesgo, pero es imposible asegurar que a las otras empresas no les sucederá. La diferencia estará, en la forma como reaccionan.

Si yo fuera un directivo de *Claro*, conociendo la opinión que tiene el público de la empresa y el rechazo masivo que genera, habría salido a decir algo así como: "Por ley debemos compensarlos con 5 minutos. Pero como estamos tan apenados con nuestros clientes por lo sucedido y cómo sabemos que tienen muchas opciones, queremos obsequiarles 5 minutos más (o 10, o 15 o 20)". Desafortunadamente una empresa que sufre de paquidermitis aguda como *Claro*, difícilmente pensará en esto. ¡Una lección de la cual podemos aprender mucho!

Entonces, si usted es usuario de *Claro* alguna vez se ha preguntando lo que significa para esta empresa, la respuesta es "escasamente 5 minutos". Pero afortunadamente hay otras opcio-

nes, innovadoras, dónde el cliente tiene un lugar de lujo. Una situación muy diferente se vive con *Virgin Mobile*. Los servicios funcionan sobre la red de *Movistar*. Es decir que en zonas o días dónde la red de *Movistar* no funciona bien, *Virgin* tendrá los mismos problemas. Esta es una situación generalizada de los operadores y por ahora no es mucho lo que se puede hacer al respecto.

**SI USTED ES USUARIO DE CLARO Y ALGUNA VEZ LE HAN PREGUNTADO LO QUE SIGNIFICA PARA LA EMPRESA, LA RESPUESTA ES "5 MINUTOS".**

Más allá de la red, lo que me encanta de *Virgin* es la forma como funciona su servicio al cliente y su modelo de negocio. La atención es 100% virtual, principalmente a través de in-

ternet, pero también a través de servicio telefónico. En su portal y solo con un nombre de usuario se puede manejar todo: los planes, recargas, peticiones, portabilidad numérica y más. Pocas empresas colombianas han logrado una plataforma en internet, tipo "Amazon.com", tan integrada, fácil de usar y enfocada en las necesidades de los usuarios.

En un negocio arcaico, a pesar de proveer muchas veces tecnología de punta, *Virgin* logró establecer un alto grado de innovación. Aunque no es líder del mercado y creo que no es su objetivo, ha creado un océano azul muy bien pensado. Yo no soy su cliente objetivo, pues busco gente joven y universitarios, pero me ha encantado lo que ofrecen y cómo lo hacen. Por el momento *Virgin* no ha vivido un problema como el de *Claro*, pero estoy convencido que por su enfoque al cliente, si algo así sucede la reacción será muy diferente.