

Concepto

# Punto de contacto

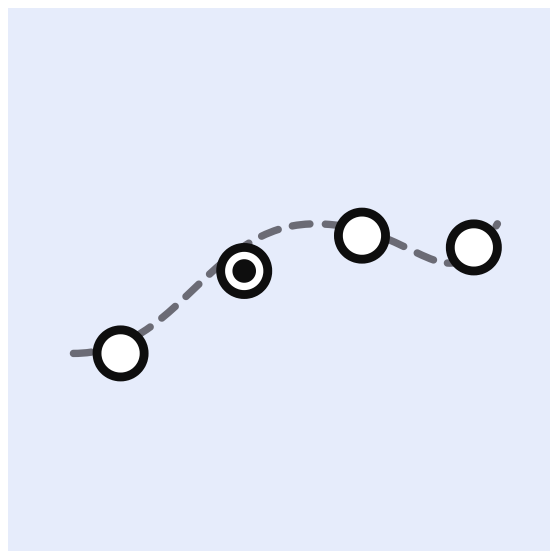
Cada momento en que una persona interactúa con un servicio: con otra persona, un objeto, un espacio o una interfaz.

En inglés

*Touchpoint*

Origen

Momentos de la verdad: Normann y Carlzon (años 80)



## Qué problema aborda

Explica por qué la experiencia de un servicio no depende de un solo canal, sino de la suma de todos los momentos en que se toca.

## Un ejemplo

Dos formas de pensar qué es «el servicio» de una aerolínea.

### Solo el producto



El avión y el vuelo. **Un punto de contacto.**

### Todos los puntos de contacto



La web, el mostrador, la puerta de embarque, la tripulación, la maleta en la cinta.  
**Muchos momentos.**

Cada uno de esos momentos puede mejorar o estropear la experiencia entera.

## Por qué pasa

1



**Un servicio no se ve entero:** se vive por partes.

2



**Cada contacto** deja una impresión del todo.

3



**Un solo contacto malo** puede pesar más que muchos buenos.

## Aplicaciones en diseño

### ✓ Úsalo así

Haz un inventario de todos los puntos de contacto, también los que no son digitales: personas, papeles, espacios.

### ✗ Evita

Mejorar un canal mientras los demás contradicen lo que promete.

### 👁 Para no caer

Recuerda que no todos los puntos de contacto pesan igual: identifica los que deciden la experiencia.

# 50 millones

## Lo que dice la investigación

Jan Carlzon calculó que en SAS unos 10 millones de pasajeros al año tenían unos 5 contactos de unos 15 segundos con el personal: 50 millones de «momentos de la verdad» que decidían la imagen de la compañía (Carlzon, 1987).

● ● ● **Evidencia sólida.** Es una estimación de gestión, no una medición científica, pero popularizó la idea de que cada contacto cuenta.

## Autores y obras

### Jan Carlzon (1987)

Popularizó los «momentos de la verdad» al frente de SAS.

### Marc Stickdom y Jakob Schneider (2010)

Hicieron de los puntos de contacto una pieza central del diseño de servicios.

---

# Conexiones

Se usa en

|                       |                              |                              |                                |
|-----------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| Journey map<br>Método | Mapa de ecosistema<br>Método | Safari de servicio<br>Método | Service blueprint<br>Artefacto |
|-----------------------|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|

Relacionado con

|                                                  |                                   |                                    |                                       |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| Diseño de experiencia de cliente<br>Especialidad | Evidencia de servicio<br>Concepto | Frontstage y backstage<br>Concepto | Regla del pico y el final<br>Concepto |
|--------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|

## Fuentes

### Fuentes originales

- Carlzon, J. (1987). Moments of truth. Ballinger. (Obra original publicada en 1985 como Riv pyramiderna!)
- Stickdorn, M. y Schneider, J. (Eds.) (2010). This is service design thinking: Basics, tools, cases. BIS Publishers.

Última revisión: 22 de octubre de 2026