DIALOGUEMOS
La academia en la comunidad



Mejora del servicio al cliente y eliminación de reprocesos, un desafío competitivo clave para el Ecuador

Wilson Araque | Universidad Andina Simón Bolívar | lunes, junio 23, 2025

Mejorar el servicio al cliente y eliminar reprocesos son claves para que Ecuador logre una mayor competitividad. Wilson Araque destaca que la excelencia en la atención —tanto a nivel macro como micro— es esencial para atraer turistas, inversiones y generar empleo. El artículo subraya la urgencia de contar con conectividad eficiente, plataformas digitales funcionales y una sinergia público-privada que permita consolidar una cultura de calidad y eficiencia.

Tiempo de lectura: 3 minutos

Desde la óptica de la competitividad sistémica, tanto el servicio al cliente como la buena gestión de los procesos sobre los cuales funcionan organizaciones del sector público y privado, son dos espacios clave que deben ser mejorados si se desea que el Ecuador se vuelva atractivo para turistas e inversionistas extranjeros, ya que, esos dos tipos de actores, cuando seleccionan un país para visitar o invertir generalmente lo hacen buscando lugares en donde las condiciones que se les ofrece, al final, les genera una satisfacción significativa que les lleva a quedarse y, sobre todo, a recomendar a otras personas para que también escojan a ese país que ha creado condiciones que atraen y no ahuyente a visitantes y potenciales inversionistas sobre todo de aquella inversión que genera producción y, en última instancia, empleo digno que ayuda a mejorar el bienestar socioeconómico de la gente.

En el caso del servicio al cliente, para que este sea catalogado como bueno dependerá de lo que se haga a nivel macro y micro de los distintos sectores de actividad económica que integran el tejido productivo de un país. Por ejemplo, en sectores como el turístico, quienes visitan un sitio esperan, ante todo -desde lo macro que es compartido entre todos los visitantes-, recibir un servicio de excelencia vinculado a esa infraestructura útil para el habitante del lugar y los turistas.

En los tiempos actuales -como prioridad adaptativa-, uno de los campos de esa infraestructura turística general es la conectividad que, para quien tiene un teléfono móvil o un computador -como

medio de conectividad digital-, espera que, en ese territorio objeto de visita, esta sea excelente para facilitar su estancia; en donde, desde cuando llega, necesita realizar pagos digitales, entablar reuniones por plataformas de comunicación digital y/o revisar sitios de consulta laboral o de recreación.

En lo que es conectividad digital, para el Ecuador es una oportunidad de mejoramiento sobre la cual todavía hay un camino largo por recorrer. Pues, no puede ser posible que, para realizar un pago en determinados territorios, más fácil es hacerlo con dólares en efectivo, simplemente, porque la aplicación informática -por excelente que sea- no funciona debido al predominio de una pésima conectividad.

Con esa experiencia, al final, lo que se generará es una decepción turística que, luego, será trasmitida a otros clientes que, potencialmente, hubiesen venido a conocer el atractivo turístico local pero que, al enterarse de esas malas experiencias, escogerán otro destino.

Este ámbito del servicio macro, se debe resaltar, es responsabilidad del control y regulación estatal a ser exigido a las operadoras de telefonía móvil y de datos para que mejoren su funcionamiento en términos de cobertura y calidad del servicio y, así, se beneficien todos los habitantes y actividades económicas existentes en el territorio objeto de mejora del servicio al cliente originado desde la excelente infraestructura general predominante en ese sitio.

Yendo al servicio al cliente de origen micro -aquel que proviene de las acciones que las empresas de forma individual las implementan-, es importante focalizar el análisis -siguiendo la mirada en el sector turístico y que puede ser extendida a otras actividades económicas- hacia las relaciones que se generan entre el operador y el turista; las cuales, en la actualidad, se tienden a dar ya no solo de forma física, sino también de carácter virtual; de ahí, es fundamental que, quienes creen un canal de comunicación digital, este sea lo más amigable posible, en términos de la rapidez y facilidad de acceso vinculada al procedimiento que se debe seguir.

En este punto, también es importante que, para contrarrestar la mala práctica de “creo la aplicación de comunicación digital y luego vea quien responde las inquietudes que los clientes plantean”, se genere un modelo de gestión del soporte virtual que, por sobre todo, evite que, por citar un caso aplicativo, un sitio WEB quede abandonado o desactualizado generando, con ello, una mala imagen que, a la postre, llevará al fracaso prematuro de la iniciativa que, desde su espíritu de creación, buscaba digitalmente dar un soporte potente a los clientes.

Como se puede observar, para perfeccionar el servicio al cliente desde la calidad y cobertura de la infraestructura macro general y desde el accionar micro de las empresas, será necesario un esfuerzo pro mejoramiento competitivo local y nacional a través de la participación sinérgica de actores pertenecientes a diferentes espacios del quehacer social y, con todos sus recursos disponibles, a base del cooperar, compartir y colaborar, la mejora del servicio al cliente se convierta en un verdadero factor facilitador del proceso de consolidación de la competitividad del Ecuador y de todos sus territorios locales.

Por último, en el marco del análisis realizado, es importante resaltar que, en noviembre de 2022, el Observatorio de la PyME de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, y un grupo de actores empezaron a promover un espacio de encuentro inicial que contribuya a la dinamización de una especie de cruzada para mejorar el servicio al cliente y la eliminación de los reprocesos.

Se espera que esta iniciativa continúe y, así, el país se beneficie del esfuerzo colectivo de varias organizaciones públicas, privadas y promotoras del desarrollo, interesadas en esta mejora competitiva clave que, por el impacto potencial esperado, ayudará a posicionar de mejor manera a las empresas que forman parte del tejido productivo del Ecuador.