

**INNOVACIÓN EN LOS PROCESOS DE SERVICIO DE
LOS CENTROS DE CONTACTO**

Rodríguez Morales Julia Isabel¹

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, CIPIC ¹

Universidad de Colima, Posgrados. ²

Doctorado en Planeación Estratégica y Dirección de Tecnología

julia.rodriguez@lluvis.com¹

RESUMEN

La acelerada evolución de las tecnologías de la información, ha transformado la manera tradicional de realizar las actividades de los seres humanos. Antes, los canales destinados para realizar contacto entre clientes y proveedores, eran: acudir a instalaciones de los proveedores, llamar a través de telefonía fija, o enviar un fax. Actualmente los canales utilizados para generar atención son diversos, la internet ha abierto nuevas opciones de comunicación. Nelson y Rosenberg (1993) mencionan que innovación es lo que se pone marcha por una empresa de procesos productivos, nuevos o mejorados por ella, aunque no lo sean para el país y el mundo, así como la comercialización de productos bajo similares condiciones; es así que cuanto más novedosas son las aplicaciones de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación), mayor es la satisfacción del cliente (Gil Saura, I., Ruiz Molina, M. E., & Calderón García, H., 2009). Este trabajo presenta mediante un análisis estratégico comparativo, hecho a la industria de los Contact Centers en México, el avance que se tiene en el desarrollo de un modelo de innovación, para determinar cómo ellos innovan en su proceso de servicio, para lograr la fidelización de sus clientes y la conversión de prospectos en clientes.

Palabras clave: Centro de contacto, Innovación, Servicio.