

ASINM[®]



ASINM N° 001-003

Ing. Gonzalo Dávalos Ch.
Director Internacional ASINM


La Revolución del Vínculo

Por qué la Hospitalidad Irrazonable y el Cero Esfuerzo son el Nuevo Atributo Competitivo

AUTOR DE ILUSTRACIONES, DIAGRAMACIÓN, EDICIÓN GRÁFICA: Msc. Rebeca Zapata

En un mercado saturado por herramientas de automatización e Inteligencia Artificial que estandarizan las respuestas comerciales, el servicio al cliente ha dejado de ser un centro de soporte técnico para convertirse en el epicentro de la estrategia de ingresos y fidelización. Hoy en día, retener a un cliente no es una métrica de operación; es una estrategia de crecimiento financiero (Jackson, 2024).

Para comprender hacia dónde se dirige el futuro de la experiencia del cliente (CX), debemos cruzar los postulados de los pensadores más disruptivos de nuestra era.



¿cómo transformar las transacciones cotidianas en recuerdos memorables y permanentes?

La respuesta se encuentra en la intersección de tres conceptos clave:



El mito del "Efecto Guau"

La lealtad habita en la ausencia de fricción

Durante décadas, las organizaciones persiguieron la idea de que para enamorar a un cliente era necesario deslumbrarlo con sorpresas costosas y extravagantes. Sin embargo, los datos recopilados por Matthew Dixon, Nick Toman y Rick DeLisi en su aclamada obra *The Effortless Experience* (2025) demuestran lo contrario: los clientes no quieren ser deslumbrados; quieren que cumplas tus promesas básicas de la forma más rápida y sencilla posible.

La verdadera lealtad no se construye mitigando incendios con espectáculos de magia, sino pavimentando un camino libre de obstáculos. Cada vez que obligamos a un usuario a repetir su problema a tres operadores distintos, a rellenar un formulario extenso o a esperar días por una resolución, destruimos el valor de la marca. Mitigar la fricción operativa es el primer pilar para evitar la deserción o churn en los modelos de negocio modernos (Custify, 2026).



LA "HOSPITALIDAD IRRAZONABLE"

Llevar el servicio más allá de la lógica

Si el "cero esfuerzo" es el estándar para no perder clientes, ¿cómo logramos que se conviertan en verdaderos promotores de nuestra marca? Aquí es donde interviene la tesis de Will Guidara en su libro *Unreasonable Hospitality* (2025). Guidara, quien llevó al restaurante Eleven Madison Park a ser el número uno del mundo, argumenta que la hospitalidad de vanguardia consiste en dar a las personas más de lo que razonablemente esperan.



Mientras que el servicio es un producto técnico (entregar el pedido correcto en el tiempo acordado), la hospitalidad es una respuesta emocional (cómo haces sentir al cliente durante ese proceso). La hospitalidad irrazonable implica empoderar a los equipos de primera línea para que escuchen de forma activa y ejecuten soluciones personalizadas que desafíen los rígidos manuales corporativos. No se trata de gastar más dinero, sino de invertir más intención y empatía en los detalles.





LA REGLA DE LOS 100 DÍAS

Diseñar la arquitectura de la experiencia

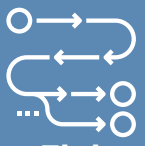


El enamoramiento o la decepción de un consumidor no ocurren al azar; siguen una serie de fases emocionales predecibles. Joey Coleman, en su libro *Never Lose a Customer Again* (2018), demuestra que la inmensa mayoría de los clientes que abandonan una marca lo hacen dentro de los primeros 100 días posteriores a la compra. Durante este período, el comprador transita por ocho fases emocionales críticas (desde la euforia inicial hasta el remordimiento del comprador).

Las empresas innovadoras no dejan esta etapa al libre albedrío.

Diseñan mapas de viaje del cliente (customer journey maps) automatizados pero humanizados, asegurándose de validar la decisión de compra del usuario, educarlo en el uso del producto y acompañarlo de forma proactiva antes de que aparezcan las dudas.



EL MANIFIESTO DEL SERVICIO MODERNO

Dimensión	Enfoque Tradicional	Enfoque Innovador (2026)	Autor de Referencia
 <p>Flujo Operativo</p>	Resolver incidencias acumulando interacciones.	Eliminar la fricción. El mejor servicio es el que no se necesita porque todo funciona de manera intuitiva.	Dixon, Toman & DeLisi (The Effortless Experience)
 <p>Cultura del Equipo</p>	Cumplir estrictamente con los guiones y las métricas de tiempo.	Hospitalidad Irrazonable. Empoderar al talento para crear conexiones emocionales genuinas.	Will Guidara (Unreasonable Hospitality)
 <p>Ciclo de Vida</p>	Enfocarse en el cierre de la venta y soporte reactivo.	Blindaje de los primeros 100 días. Monitorear las transiciones emocionales del cliente tras la compra.	Joey Coleman (Never Lose a Customer Again)
 <p>Rol del Soporte</p>	Centro de costos encargado de tramitar quejas.	Inteligencia de ingresos. Fuente de datos en tiempo real para asegurar la renovación y recompra.	Tien Tzuo (Subscribed)



NUESTROS PROMOTORES

EDEC | **ALCALDÍA DE CUENCA** 2023 - 2027 | **UAHM** UNIVERSIDAD ANGLO HISPANO MEXICANA | **ISMAC** Instituto Tecnológico Universitario

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE | **NEUROMIND** neuromarketing solutions | **reset**® The Human & AI Firm
Transformación e Innovación.

ARTESANOS AI SMART EDUCATION | **R3M Soluciones** CONSULTORÍA | ESTRATEGIA | CAPACITACIÓN

GODACH CORPORACIÓN | **LATINNOVA** | **GOLDEN SocialSuite**

CURSUM | **aemc** Asociación Ecuatoriana de Marketing y Comunicación | **TokinAI**

neurbrain La neurociencia al servicio de la conducta humana | **CIENCIA Y DESCUBRIMIENTO** Revista Científica Multidisciplinaria | **TRANSDIGITAL** SOLUCIONES PARA CRECER

AiBrands | **NEURO LABIA** | **ROUTINE** *fx. Marketing* "Aceleramos empresas" "Potencializamos personas" | **Gran Angular** CONSULTORÍA

Conexión Creativa Rebeca Zapata | **Editorial CIENCIA Y DESCUBRIMIENTO** | **BIO HACK EVOLUTION** Optimiza tu cuerpo. Expande tu mente. | **VIRTUALMIND** CONOCIMIENTO QUE EMPODERA

YouTube | **ASINM** SE HACE! | **Facebook** | **Instagram** | **LinkedIn** | **TikTok**

@asinmneuromarketing

"La información NO es de quien la tiene, SINO de quien sabe UTILIZAR"

ASINM[®]
ASOCIACIÓN IBEROAMERICANA
Neuromarketing & Negocios



Estratega Empresarial y Asesor Comercial, experto en transformar modelos de negocio a través de la Neurociencia. Con una trayectoria como docente de Pregrado y Postgrado, fusiona la psicología del comportamiento (Coach PNL) con la disciplina de alto rendimiento, forjada como Piloto (r) de la Fuerza Aérea Ecuatoriana. Su misión: garantizar el crecimiento sostenido de empresas y líderes Iberoamericanos.



Ing. Gonzalo Dávalos Ch.
Director Internacional ASINM

El futuro exige Neuro-Líderes, y tú ya eres uno de ellos.

+593 99 966 7722 / 97 911 7204



www.asinm.org / info@asinm.org





**ÚNETE A NUESTRA RED GLOBAL
Y ASEGURA TU LUGAR EN LA
VANGUARDIA.**

