

GENERACIÓN DE VALOR A TRAVES DE CHATBOTS EN UNA EMPRESA BPO

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar la generación de valor a través de chatbots en una empresa BPO. En este contexto, se tiene que el consumidor cada vez exige una solución inmediata y eficaz cuando de consultas o dudas se refiere a un servicio o producto el cual consume en un periodo largo o corto, por tal razón en la actualidad de manera gradual las empresas con grandes carteras de clientes que participan de manera activa en sus páginas de internet han incorporado dentro de sus portales virtuales una estrategia tecnológica que busca agilizar tiempos de respuesta de cara al cliente y en paralelo al interior de sus compañías reducir costos de frente al capital humano que tradicionalmente se destina para prestar un servicio a través de canales cibernéticos. Para la recolección de datos se empleó la entrevista a profundidad aplicada al gerente de producto de la empresa KONECTA, la cual fue tratada bajo el programa Atlas.ti. para la generación de códigos y categorías que enfoquen el estudio, estas categorías son: beneficios, costos y medición de valor. Igualmente, para el análisis cuantitativo se utilizó el programa SPSS para tratar los datos registrados por la empresa en cuanto a duración de llamadas y nivel de satisfacción del cliente, analizando si existe correlación entre dichas variables. Los resultados arrojan que, no hay evidencia que se cumpla la hipótesis alterna sobre la existencia de una relación entre las variables satisfacción y tiempo de atención.