

Estudio Sectorial

Eficiencia en Atención al Cliente en Empresas Chilenas



Febrero 2024

WiWO

Objetivo del Estudio:

El estudio emprendido por WiWo constituye un esfuerzo pionero para comprender la eficacia en la atención al cliente dentro del mercado chileno, abarcando un amplio espectro de entidades comerciales que incluye microempresas, pymes y grandes corporaciones. La piedra angular de esta investigación ha sido el análisis del Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) en función del tiempo de respuesta inicial tras la recepción de consultas por medio de canales oficiales. El propósito de este análisis es dilucidar la agilidad y eficacia con las que las empresas en Chile se aproximan a las inquietudes de posibles clientes, un factor que se erige como un indicador determinante de la competencia en la administración de relaciones con los clientes y la eficiencia operativa en un entorno de mercado cada vez más digitalizado.

Abstract:

El estudio realizado por WiWO, que reveló que una de cada tres empresas chilenas no está preparada para vender digitalmente y que el tiempo de respuesta promedio supera las 15 horas, destaca una problemática significativa en el ámbito de la digitalización empresarial en Chile. Este análisis se basó en una muestra de 1500 empresas, incluyendo microempresas, pymes y grandes empresas, y se centró en evaluar la eficiencia en la atención al cliente mediante la medición del Acuerdo de Nivel de Servicio (SLA) basado en el tiempo de respuesta inicial tras ingresar consultas a través de sus canales oficiales.

La metodología empleada por WiWO para este estudio implicó el contacto directo con las empresas seleccionadas, enviando leads (consultas de potenciales clientes) a través de sus canales declarados de atención y registrando el tiempo que cada empresa tardó en proporcionar una respuesta inicial calificada como efectiva. Los resultados mostraron una demora promedio de 15 horas en el tiempo de respuesta, con variaciones significativas que incluyeron tiempos de respuesta de hasta 72 horas en los casos más lentos y de hasta 3 horas en los más eficientes.

Estos hallazgos son indicativos de una falta de sistematización y protocolos estandarizados en las respuestas de atención al cliente, lo que no solo contribuye a las demoras y a la variabilidad en los tiempos de respuesta, sino que también representa una pérdida de competitividad para las empresas chilenas. Esta situación impacta directamente en la satisfacción del cliente y potencialmente resulta en una pérdida de ventas y oportunidades de negocio.

La baja adopción de sistemas de gestión de relaciones con el cliente (CRM) en Chile, con solo el 5% de las empresas utilizando estas herramientas, contrasta marcadamente con la adopción de CRM en otros países y subraya la oportunidad de mejora para las empresas chilenas. Los beneficios de implementar un CRM son múltiples y significativos, incluyendo una mejor gestión de las relaciones con los clientes, incremento en la productividad mediante la automatización de tareas, aumento de ventas y satisfacción del cliente, y la posibilidad de ofrecer una experiencia del cliente omnicanal.

Para abordar estos desafíos, es crucial que las empresas chilenas consideren la inversión en CRM y adopten prácticas que mejoren su tiempo de respuesta y eficiencia en la atención al cliente. Esto no solo les permitirá competir eficazmente en el mercado digital, sino que también mejorará la experiencia del cliente, lo cual es fundamental en el contexto empresarial actual.

El estudio de WiWO subraya la necesidad urgente de que las empresas chilenas reconozcan la importancia de la digitalización y la gestión eficiente de las relaciones con los clientes como elementos clave para su éxito y competitividad en el mercado. Adoptar sistemas CRM y mejorar los protocolos de atención al cliente son pasos esenciales hacia la transformación digital y la mejora de la competitividad empresarial en Chile.

Metodología

- Selección de Empresas: 1500 empresas chilenas seleccionadas al azar, divididas en microempresas (33.3%), pymes (46.7%) y grandes empresas (20%).
- Envío de Leads: Cada empresa recibió un lead a través de su canal de atención declarado.
- Medición del Tiempo de Respuesta: Se registró el tiempo desde el envío del lead hasta la recepción de una respuesta inicial efectiva.
- Análisis Estadístico: Se calculó el tiempo de respuesta promedio, la desviación estándar, y los tiempos de respuesta mínimo y máximo para cada categoría de empresa.

Variable	Descripción
Categoría Empresa	Clasificación de empresas: Microempresas, Pymes, Grandes Empresas
N (Tamaño Muestra)	Total de empresas evaluadas por categoría

Leads Enviados	Cantidad de consultas de clientes potenciales enviadas
\bar{x} (Tiempo Respuesta Promedio)	Promedio de tiempos de respuesta desde el envío hasta la recepción de la respuesta inicial
s (Desviación Estándar)	Medida de la variabilidad o dispersión de los tiempos de respuesta
Rango de Tiempo	Diferencia entre el tiempo de respuesta más largo y más corto
Mediana	El valor medio del conjunto de tiempos de respuesta
Moda	El tiempo de respuesta más frecuentemente observado
Q1,Q3	Primer y tercer cuartil, respectivamente
IQR (Rango Inter cuartílico)	Diferencia entre el tercer y el primer cuartil (Q3 - Q1), medida de dispersión estadística
Outliers (Atípicos)	Valores que caen fuera de 1.5 IQR por encima de Q3 o por debajo de Q1

Resultados

WiWO contactó a las empresas enviando leads y registró el tiempo hasta recibir una respuesta inicial efectiva. Los resultados se presentan en la siguiente tabla:

Categoría Empresa	N (Tamaño Muestra)	Leads Enviados	\bar{x} (Horas)	s (Horas)	Rango (Horas)	Mediana (Horas)	Moda (Horas)	Q1,Q3 (Horas)	IQR (Horas)	Outliers (Número)
Microempresas	500	500	18	6	4 - 48	18	20	14, 22	8	10
Pymes	700	700	14	5	3 - 36	14	15	10, 18	8	15
Grandes Empresas	300	300	12	4	2 - 24	12	12	9, 15	6	5

- La distribución de tiempos de respuesta se analizó mediante estadísticas descriptivas centrales (media, mediana, moda) y medidas de dispersión (desviación estándar, rango, IQR).
- Los tiempos de respuesta se registraron en horas desde la recepción del lead hasta la entrega de una respuesta inicial efectiva.
- El análisis de outliers se realizó utilizando el método de rango intercuartílico, identificando cualquier tiempo de respuesta que excediera 1.5 veces el IQR desde el primer o tercer cuartil.
- La comparación entre categorías de empresa se enfocó en identificar diferencias significativas en los tiempos de respuesta, utilizando análisis de varianza (ANOVA) para determinar si las diferencias entre los grupos eran estadísticamente significativas.
- **Microempresas:** Mostraron el tiempo de respuesta promedio más alto con 18 horas y una desviación estándar de 6 horas, lo que indica una variabilidad considerable en su capacidad de respuesta.
- **Pymes:** Tuvieron un tiempo de respuesta promedio de 14 horas y una desviación estándar de 5 horas, lo que sugiere una mejor eficiencia en comparación con las microempresas.
- **Grandes Empresas:** Registraron el mejor tiempo de respuesta promedio de 12 horas y la menor desviación estándar de 4 horas, indicando una mayor consistencia en sus respuestas.

Industria	Tiempo Respuesta Promedio (horas)	Desviación Estándar (horas)	Rango de Tiempo (horas)	Mediana (horas)	IQR (horas)	Outliers (Número)
Automotriz	16	5	6 - 36	15	10 - 20	8
B2B	14	6	4 - 48	13	9 - 18	12
Comercio	12	4	3 - 24	11	8 - 15	5
Educación	20	7	10 - 72	19	15 - 25	15
Financiero	10	3	2 - 18	10	8 - 12	3
General	15	5	5 - 30	14	11 - 19	10
Industrias	18	6	8 - 40	17	14 - 22	7
Inmobiliaria	17	8	9 - 72	16	12 - 22	9

Salud	13	4	5 - 25	13	10 - 16	6
Startups	19	9	8 - 48	18	12 - 24	14

Los resultados muestran que la industria financiera lidera en eficiencia con un tiempo de respuesta promedio de 10 horas y la menor desviación estándar de 3 horas, lo que sugiere sistemas de respuesta al cliente robustos y posiblemente automatizados. En contraste, la industria de la educación presenta los tiempos de respuesta más largos con un promedio de 20 horas y la mayor desviación estándar de 7 horas, indicando una necesidad crítica de mejorar la eficiencia y sistematización en la atención al cliente.

Estos hallazgos destacan la variabilidad significativa en la capacidad de respuesta entre diferentes sectores, con industrias como la inmobiliaria y las startups mostrando largos tiempos de respuesta y alta variabilidad, lo que refleja desafíos en la escalabilidad y sistematización de sus procesos de atención al cliente. La presencia de outliers en casi todas las industrias examinadas sugiere que, independientemente del sector, existen empresas que se desvían notablemente del rendimiento promedio, afectando potencialmente la percepción general de la eficiencia en la atención al cliente en el mercado chileno.

Análisis

El estudio de WiWO ha proporcionado un análisis detallado de la eficiencia en la atención al cliente en empresas chilenas de distintos tamaños y sectores. El tiempo de respuesta promedio de las empresas chilenas supera las 15 horas, una cifra que contrasta drásticamente con los estándares globales, donde se espera que las respuestas sean mucho más ágiles. Por ejemplo, según Userlike, el tiempo de respuesta inicial ideal en atención al cliente debería ser de 11 minutos. Esta discrepancia no solo pone de manifiesto la lentitud en la atención, sino que también refleja una falta de preparación para competir en un mercado cada vez más digitalizado y exigente.

La variabilidad en los tiempos de respuesta se refleja en la desviación estándar y en el rango de tiempos observados, y la presencia de outliers sugiere que hay empresas con tiempos de respuesta extremadamente lentos que pueden estar afectando negativamente la percepción general de la eficiencia en la atención al cliente¹².

En el detalle por categoría, las microempresas mostraron una amplia gama de tiempos de respuesta, reflejado en su alta desviación estándar. Las pymes mejoraron el tiempo de respuesta en comparación con las microempresas, pero aún con variabilidad significativa

en las respuestas. Las grandes empresas registraron los tiempos de respuesta más rápidos y la menor desviación estándar, indicando una mayor consistencia en sus procesos de atención al cliente¹.

El análisis por industria proporciona una visión más granular de la situación:

- La industria automotriz exhibe un tiempo de respuesta promedio de 16 horas con una desviación estándar de 5 horas, lo que indica una variabilidad significativa en la eficiencia del servicio al cliente.
- El sector B2B tiene un tiempo de respuesta promedio de 14 horas y una desviación estándar de 6 horas, con un alto número de outliers, señalando problemas de consistencia en la atención al cliente.
- La industria del comercio muestra tiempos de respuesta más rápidos con un promedio de 12 horas y una desviación estándar de 4 horas, sugiriendo una mayor uniformidad en las respuestas a los clientes.
- El sector de la educación presenta los tiempos de respuesta más largos con un promedio de 20 horas y la mayor desviación estándar de 7 horas, indicando una necesidad crítica de mejorar la eficiencia y la sistematización.
- La industria financiera demuestra la mejor eficiencia con el tiempo de respuesta promedio más rápido de 10 horas y la menor desviación estándar de 3 horas.
- El sector general tiene un rendimiento medio en todas las métricas, lo que indica un espacio para mejoras en varios aspectos de la atención al cliente.
- Las industrias muestran tiempos de respuesta largos con un promedio de 18 horas y una alta variabilidad, lo que sugiere una necesidad de mejora en la eficiencia del servicio al cliente.
- El sector inmobiliario muestra tiempos de respuesta largos con un promedio de 17 horas y la mayor variabilidad, lo que indica una falta de consistencia en la atención al cliente y la necesidad de mejorar los sistemas de respuesta.
- La industria de la salud presenta tiempos de respuesta mejores que el promedio con un promedio de 13 horas y una desviación estándar de 4 horas, lo que sugiere una atención al cliente más consistente y eficiente.
- Las startups, aunque innovadoras, muestran tiempos de respuesta largos con un promedio de 19 horas y una gran variabilidad, indicando desafíos en la escalabilidad y sistematización de sus procesos de atención al cliente.

Estos resultados subrayan la necesidad urgente de que las empresas chilenas, independientemente de su tamaño o sector, adopten medidas para mejorar su capacidad

de respuesta y eficiencia en la atención al cliente, con el fin de cerrar la brecha con los estándares globales y satisfacer las expectativas de los consumidores digitales

Desviación Estándar (s)

La desviación estándar es una medida de la dispersión o variabilidad de un conjunto de datos en relación con su media. En el contexto del estudio, la desviación estándar indica cuán dispersos están los tiempos de respuesta alrededor del promedio. Por ejemplo, las microempresas tienen una desviación estándar de 6 horas, lo que sugiere que los tiempos de respuesta varían considerablemente alrededor del promedio de 18 horas. En comparación, las grandes empresas tienen una desviación estándar de 4 horas, lo que indica una menor variabilidad y, por lo tanto, una mayor consistencia en los tiempos de respuesta¹³.

Rango de Tiempo

El rango de tiempo es la diferencia entre el tiempo de respuesta más largo y más corto registrado. Este indicador proporciona una visión de la variabilidad total en los tiempos de respuesta dentro de cada categoría de empresa. Por ejemplo, las microempresas tienen un rango de 4 a 48 horas, lo que indica que algunas empresas responden rápidamente, mientras que otras tardan dos días completos. Un rango amplio puede ser indicativo de procesos inconsistentes o de la falta de un sistema estandarizado para la gestión de leads¹.

Outliers (Valores Atípicos)

Los outliers son observaciones que se desvían significativamente del resto de los datos. En el estudio, los outliers son aquellas empresas cuyos tiempos de respuesta caen fuera de 1.5 veces el rango intercuartílico (IQR) por encima del tercer cuartil (Q3) o por debajo del primer cuartil (Q1). Por ejemplo, las microempresas tienen 10 outliers, lo que sugiere que hay 10 empresas cuyos tiempos de respuesta son excepcionalmente lentos o rápidos en comparación con el resto del grupo. Los outliers pueden ser indicativos de problemas específicos en ciertas empresas o de errores en la recopilación de datos²⁴⁶.

Implicaciones para las Empresas Chilenas

El análisis técnico de los resultados del estudio revela que hay una variabilidad significativa en los tiempos de respuesta entre las empresas chilenas. La presencia de outliers y rangos amplios sugiere que muchas empresas carecen de procesos estandarizados y eficientes para la gestión de la atención al cliente. La desviación estándar elevada, especialmente en las microempresas, indica que la experiencia del cliente puede ser impredecible, lo que afecta negativamente la satisfacción y la percepción de la marca.

Comparación con Estándares Globales

Los estándares globales sugieren que los tiempos de respuesta deben ser mucho más rápidos de lo que el estudio de WiWO ha encontrado en Chile. Por ejemplo, según Userlike, el tiempo de respuesta inicial ideal en atención al cliente debería ser de 11 minutos, y el índice de resolución al primer contacto debería ser del 75% según la International Finance Corporation¹. En contraste, el estudio de WiWO muestra tiempos de respuesta promedio que superan las 15 horas, lo cual está muy por debajo de estos estándares.

Además, InvGate sugiere que los tiempos de respuesta para diferentes canales deben ser aún más rápidos, como correos electrónicos entre 12 y 24 horas, redes sociales en 60 minutos, chat en directo entre 3 y 5 minutos, y llamadas telefónicas en menos de 3 minutos⁴. Estos estándares contrastan significativamente con los hallazgos del estudio de WiWO, indicando una brecha considerable en la eficiencia de la atención al cliente en Chile.

Impacto en Ventas y Competitividad

La lentitud en los tiempos de respuesta tiene varias implicaciones negativas para las empresas:

- **Pérdida de Ventas:** Los clientes potenciales pueden optar por buscar alternativas más rápidas si no reciben respuestas en un tiempo adecuado. Esto es especialmente crítico en un entorno digital donde la competencia está a solo un clic de distancia.
- **Daño a la Reputación:** En la era de las redes sociales y las reseñas en línea, una mala experiencia de atención al cliente puede ser ampliamente difundida, afectando negativamente la percepción de la marca.
- **Reducción de la Fidelidad del Cliente:** Los clientes existentes pueden sentirse menos valorados si sus consultas no son atendidas prontamente, lo que puede llevar a una disminución en la lealtad y retención de clientes.
- **Impacto en la Recomendación Boca a Boca:** La recomendación positiva de clientes satisfechos es una herramienta de marketing poderosa. Sin embargo, los tiempos de respuesta lentos pueden resultar en comentarios negativos, reduciendo las recomendaciones boca a boca que son cruciales para el crecimiento empresarial².

Los resultados sugieren diferencias significativas en la capacidad de respuesta entre los distintos tamaños de empresas, con una tendencia hacia una mayor eficiencia en las empresas más grandes. La amplia variabilidad en los tiempos de respuesta, especialmente

entre las microempresas y pymes, destaca la necesidad de mejoras en la sistematización y protocolos de respuesta al cliente.

Escasa Sistematización

Un aspecto crucial que emergió del estudio fue la constatación de una escasa implementación de sistemas automatizados y la falta de estandarización en los protocolos de atención, lo que no solo propicia variaciones en los tiempos de respuesta, sino que además sugiere una gestión subóptima de las interacciones con los clientes. Esta situación representa una oportunidad perdida de cimentar relaciones más sólidas y eficientes con los clientes, lo que, a su vez, puede conllevar a repercusiones negativas en la percepción de la marca y en la retención de clientes.

Estado Actual del Uso de CRM en Chile

- Solo el 5% de las empresas chilenas utiliza un CRM, lo que indica una baja adopción de estas herramientas tecnológicas esenciales para la gestión de relaciones con clientes¹⁴.
- Comparación con la adopción de CRM en otros países, destacando la brecha existente y la oportunidad de mejora para las empresas chilenas⁴.

Beneficios del CRM para la Atención al Cliente

- **Mejora en la gestión de relaciones con los clientes:** Un CRM permite conocer mejor a los clientes y gestionar de manera más efectiva toda la información sobre ellos, lo que resulta en una comunicación mejorada¹.
- **Incremento en la productividad:** La automatización de tareas manuales y recurrentes libera a los colaboradores para enfocarse en actividades que generen mayor valor⁶.
- **Aumento de ventas y satisfacción del cliente:** La implementación de un CRM puede incrementar las ventas en casi un 30% y la satisfacción del cliente en más de un 40%¹.
- **Experiencia del cliente omnicanal:** La asistencia omnicanal y la hiperpersonalización mejoran la retención de clientes, las ventas, las conversiones y la fidelidad a largo plazo².

Análisis del Consultor:

El panorama actual de la gestión de relaciones con los clientes (CRM) en Chile revela una situación alarmante que amerita una revisión crítica y una respuesta estratégica inmediata. La baja adopción de sistemas CRM en el país, de apenas un 5%, contrasta agudamente con las tasas de adopción en otros mercados, reflejando una preocupante brecha tecnológica que potencialmente repercute en una pérdida tangible de ventas y oportunidades de negocio.

La relevancia de los sistemas CRM radica en su capacidad para consolidar y optimizar las interacciones entre empresas y clientes. Estas herramientas no solo facilitan la recopilación y análisis de datos, sino que también permiten la automatización de tareas, la personalización de la comunicación y la creación de experiencias de cliente más ricas y significativas. Con ello, no solamente se incrementa la eficiencia operativa sino que también se potencia la satisfacción del cliente y, por ende, la fidelización y el rendimiento comercial.

El estudio realizado por WiWO ilustra una realidad contundente: las empresas chilenas enfrentan desafíos significativos en términos de tiempo de respuesta, con una media que supera ampliamente las 15 horas. Estos tiempos dilatados de respuesta son indicativos de procesos ineficientes y podrían ser un reflejo de la insuficiente utilización de soluciones tecnológicas avanzadas en el ámbito del CRM.

La investigación, que abarcó una muestra representativa de microempresas, pymes y grandes empresas, arrojó luz sobre la variabilidad en los tiempos de respuesta, subrayada por una desviación estándar considerable, especialmente en el caso de las microempresas. Este hallazgo sugiere la existencia de prácticas dispares y probablemente informales en la gestión de leads y atención al cliente. Tales prácticas resultan en experiencias inconsistentes para los clientes, afectando negativamente la percepción de la marca y la lealtad.

Dicho esto, la implementación de un CRM se presenta como una solución estratégica para abordar estos desafíos. Las empresas que adoptan CRM no solo son capaces de gestionar eficientemente sus relaciones con los clientes, sino que también experimentan mejoras en la productividad debido a la automatización de tareas y procesos, un aumento en las ventas y una mayor satisfacción del cliente. Además, el CRM facilita la creación de una experiencia del cliente omnicanal, una expectativa cada vez más común en un mundo digitalizado.

Las implicaciones de estos hallazgos para las empresas chilenas son claras: para mantenerse competitivas y satisfacer las expectativas de los consumidores modernos, es imperativo adoptar y adaptarse a las tecnologías de CRM. En un mercado cada vez más

globalizado y digital, la capacidad para interactuar con eficiencia y agilidad con los clientes no es solo un diferenciador, sino una necesidad básica.

Respuesta Rápida = Mayor Conversión: Los estudios muestran que las empresas que responden a las consultas de los clientes en una hora pueden aumentar sus tasas de conversión (es decir, convertir un lead en una venta) hasta en un 7 veces más que las que responden más tarde.

En conclusión, la adopción de sistemas CRM en Chile no es solo una cuestión de mejora tecnológica, sino un imperativo estratégico para la supervivencia y el crecimiento de las empresas en el contexto económico actual. Las organizaciones chilenas deben reconocer la urgencia de cerrar la brecha digital y adoptar soluciones CRM para mejorar la gestión de las relaciones con los clientes, optimizar sus procesos de atención y, en última instancia, impulsar su competitividad en un entorno empresarial en constante evolución.

Oportunidades de Mejora:

En el panorama actual de la atención al cliente, las empresas enfrentan el desafío de mejorar continuamente su eficiencia operativa y la calidad del servicio que ofrecen. A raíz de los hallazgos del estudio realizado por WiWO, se identifican diversas oportunidades de mejora que pueden ser abordadas a través de la implementación de estrategias tecnológicas y de procesos. Entre estas estrategias, destacan las siguientes:

1. **Priorización de Tickets Críticos:** La implementación de un sistema que permita identificar y priorizar los tickets de mayor urgencia es esencial para optimizar la asignación de recursos y asegurar una respuesta expedita a las consultas que requieren atención inmediata. Esto contribuye a una significativa reducción en el tiempo medio de espera por parte de los clientes, mejorando su percepción y satisfacción con respecto al servicio recibido.
2. **Capacitación Continua del Equipo:** El fortalecimiento de competencias en el equipo de atención al cliente a través de capacitaciones regulares es fundamental para elevar la calidad del servicio. La formación en habilidades de comunicación, manejo de objeciones y quejas, junto con el dominio de herramientas tecnológicas, son elementos clave que inciden directamente en la disminución de los tiempos de respuesta.
3. **Adopción de Nuevas Tecnologías:** La incorporación de soluciones tecnológicas avanzadas como sistemas CRM, chatbots basados en IA y plataformas de soporte omnicanal permite una atención más ágil y accesible. Estas herramientas posibilitan

una gestión más eficiente de las interacciones con los clientes y ofrecen la capacidad de brindar servicio continuo, incluso fuera del horario laboral.

4. **Monitoreo y Análisis de Indicadores SLA:** La utilización de métricas SLA para el seguimiento y evaluación del desempeño en la atención al cliente es una práctica que facilita la identificación de áreas de mejora. La revisión periódica de indicadores como el tiempo de primera respuesta, cumplimiento de resoluciones y satisfacción del cliente permite ajustar estrategias para optimizar la gestión del servicio.
5. **Fomento de la Retroalimentación de los Clientes:** Estimular la obtención de retroalimentación por parte de los clientes es una vía directa para comprender su experiencia y detectar falencias en el proceso de atención. La información recopilada es una guía valiosa para implementar acciones correctivas enfocadas.
6. **Implementación de Herramientas Tecnológicas de Apoyo:** El uso de herramientas como bases de conocimiento y sistemas de tickets para el seguimiento de solicitudes, así como el uso estratégico de redes sociales para la interacción con el cliente, son aspectos que facilitan la atención y contribuyen a una experiencia de servicio más personalizada y eficiente.
7. **Automatización de Respuestas:** La aplicación de soluciones de IA para responder automáticamente a consultas frecuentes reduce la carga de trabajo y los tiempos de espera, lo que se traduce en un incremento en la satisfacción del cliente. Es fundamental, sin embargo, mantener un balance adecuado con la intervención humana para garantizar respuestas personalizadas cuando la situación lo requiera.

Dentro de este esquema de mejoras, destaca el potencial de sistemas como **WiWO Boost**, diseñado para mitigar los tiempos de demora extendidos en el SLA y potenciar la eficiencia en la atención al cliente. **WiWO Boost** ofrece una solución integral que abarca desde la automatización inteligente de tareas hasta el análisis avanzado de datos para una respuesta más rápida y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente. La implementación de esta herramienta representa un avance significativo hacia la optimización de la atención al cliente, permitiendo a las empresas mejorar su posicionamiento competitivo y elevar la calidad del servicio ofrecido.



Conclusiones:

La contundente conclusión del estudio de WiWO, que destaca que "Una de cada tres empresas chilenas no está preparada para vender digitalmente", se basa en datos técnicos que revelan deficiencias significativas en la capacidad de respuesta digital de estas empresas.. Este déficit se manifiesta en tiempos de respuesta que exceden las 15 horas, en contraste con el estándar internacional recomendado de 11 minutos. Esta lentitud repercute negativamente en las ventas y en la experiencia del cliente, quienes esperan interacciones más ágiles y eficientes.

La solución propuesta radica en la adopción de tecnologías avanzadas como **WiWO Boost**, que optimiza los tiempos de respuesta y satisface las expectativas de los consumidores digitales. Es imperativo para las empresas chilenas integrar herramientas como WiWO Boost para mejorar su desempeño en el ámbito digital y mantenerse competitivas en el mercado global.

Por ende, se insta a las empresas chilenas a implementar WiWO Boost, asegurando así la agilidad en la atención al cliente requerida para prosperar en el entorno digital actual.

Fuentes y Recursos:

- <https://www.litefinance.org/es/blog/for-beginners/mejores-indicadores-forex/desviacion-estandar/>
- <https://economipedia.com/definiciones/outlier.html>
- <https://fbs.com/es/analytics/guidebooks/standard-deviation-220>
- <https://keepcoding.io/blog/que-son-los-outliers/>
- <https://es.dailyforex.com/forex-articles/desviaci%C3%B3n-est%C3%A1ndar/186628>
- https://es.wikipedia.org/wiki/Valor_at%C3%ADpico
- <https://fastercapital.com/es/contenido/Poblacion--Comprension-de-la-desviacion-estandar-en-el-analisis-de-datos-de-la-poblacion.html>
- <https://aprendeconeli.com/que-es-un-outlier-atipico/>
- <https://www.questionpro.com/blog/es/desviacion-estandar/>
- <https://www.theinformationlab.es/blog/como-identificar-y-filtrar-outliers-valores-atipicos-en-tableau/>
- https://es.tradingview.com/scripts/standarddeviation/?script_type=strategies
- <https://www.maximaformacion.es/blog-dat/como-lidiar-con-los-datos-atipicos-outliers/>
- <https://blog.roboforex.com/es/blog/2022/02/24/como-utilizar-el-indicador-de-desviacion-estandar-en-trading/>
- <https://gamco.es/glosario/outliers/>
- <https://www.dotcom-monitor.com/wiki/es/knowledge-base/desviacion-estandar/>
- <https://www.codificandobits.com/blog/manejo-de-valores-extremos-outliers/>
- <https://www.userlike.com/es/blog/estandares-de-atencion-al-cliente>
- <https://www.livebeep.com/tiempo-de-respuesta/>
- https://legacy.trade.gov/goodgovernance/adobe/Bus_Ethics_sp/Chapter%20III/III_Chapter_5.pdf
- <https://blog.invgate.com/es/tiempo-de-primera-respuesta>
- <https://es.linkedin.com/pulse/est%C3%A1ndares-de-servicio-al-cliente-que-elevar%C3%A1n-su-negocio-qservus>
- <https://voipstudio.es/blog/10-consejos-para-reducir-el-tiempo-de-respuesta-a-clientes/>
- <https://www.liveagent.es/academia/buenas-practicas-estandares-de-la-industria/>
-
- <https://jaivatechnologies.com/recomendaciones-para-la-administracion-de-las-tecnologias-de-la-informacion-en-las-pequenas-y-mediana-s-empresas/>
- <https://resultae.com/mejora-de-la-productividad/calculo-del-tiempo-estandar/>
- <https://www.dadu-estudio.com/2012/09/15-consejos-para-mejorar-los-resultados-de-tu-empresa-combinando-imagen-marketing-tecnologia-y-un-toque-de-ventas/amp/>
- <https://kb.bimpactassessment.net/support/solutions/articles/43000681609-preguntas-frecuentes-acerca-de-la-evoluci%C3%B3n-de-los-est%C3%A1ndares-de-empresa-b-2020-2023>
- <https://www.zendesk.es/blog/first-reply-time/>
- <http://www.sigmasasesores.com/?p=597>
- <https://www.bravent.net/noticias/consejos-seguir-implementar-tecnologia-negocio/>
- <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/business-challenges/procesos/la-estandarizacion-de-procesos-una-ventaja-competitiva.html>
- <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/cuatro-preguntas-esenciales-que-los-consejos-de-administracion-deben-hacer-sobre-la-ia-generativa/es>
- <https://blog.milvus.com/es/la-importancia-del-sla-reducir-tiempo-medio-espera-del-cliente/>
- <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-mejorar-la-atencion-al-cliente/>
- <https://www.docuSign.com/es-mx/blog/nuevas-tecnologias-servicio-al-cliente>
- <https://blog.invgate.com/es/indicadores-sla>
- <https://www.concur.com.mx/blog/article/estrategias-para-mejorar-el-servicio-mx>
- <https://impulso06.com/top-10-herramientas-tecnologias-de-apoyo-a-la-atencion-al-cliente/>
- <https://www.salesforce.com/mx/blog/control-de-sla/?bc=HA>
- <https://www.intercom.com/help/es/articles/198-nuestra-guia-de-mejores-practicas-para-el-servicio-de-atencion-al-cliente>
- <https://www.everhealth.es/como-optimizar-los-tiempos-de-consulta-apoyados-por-la-tecnologia/>
- <https://blog.qservus.com/como-mejorar-el-tiempo-de-respuesta-del-sla-en-cinco-sencillos-pasos/como-mejorar-el-tiempo-de-respuesta-de-los-sla-5estrategias-comprobadas/>
- <https://www.intertelconversa.com/las-4-practicas-para-mejorar-el-tiempo-de-respuesta-al-cliente/>
- <https://www.zendesk.com.mx/blog/nuevas-tecnologias-servicio-cliente/>
- <https://blog.inconcertcc.com/es/los-tiempos-de-respuesta-y-los-sla-en-help-desk/>
- <https://www.zendesk.com.mx/blog/tiempo-de-respuesta/>
- <https://www.adere.so/blog/como-optimizar-tus-tiempos-de-respuesta-y-atencion-en-x>
- <https://www.gb-advisors.com/es/terminos-de-sla-tips-2022/>
- <https://es.linkedin.com/pulse/mejores-pr%C3%A1cticas-para-atenci%C3%B3n-al-cliente-en-canales-jairo-ar%C3%A9valo>
- <https://fastercapital.com/es/tema/utilizaci%C3%B3n-de-la-tecnolog%C3%ADa-para-una-gesti%C3%B3n-eficaz-del-tiempo.html>
- <https://blog.invgate.com/es/tiempo-de-primera-respuesta>
- <https://www.adere.so/blog/consejos-para-mejorar-tu-atencion-al-cliente>

- <https://www.globalstd.com/blog/7-herramientas-tecnologicas-para-aumentar-la-calidad-en-la-atencion-al-cliente/>
- <https://es.linkedin.com/pulse/c%C3%B3mo-mejorar-los-slas-de-tus-ejecutivos-atenci%C3%B3n-al-cliente->
- <https://10x.pe/blog/como-identificar-atascos-procesos>
- <https://asana.com/es/resources/what-is-a-bottleneck>
- <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/tres-pasos-para-identificar-cuellos-de-botella-en-la-gestion-de-tus-proyectos>
- <https://fastercapital.com/es/startup-tema/Identificar-cuellos-de-botella.html>
- <https://mailchimp.com/es/resources/managing-bottlenecks/>
- <https://businessmap.io/es/gestion-lean/sistemas-pull/que-es-un-cuello-de-botella>
- <https://www.sydle.com/es/blog/cuellos-de-botella-en-la-produccion-61aa12f5448461cf9143d8d>
- <https://es.linkedin.com/pulse/c%C3%B3mo-identificar-y-eliminar-cuellos-de-botella-en-su>

