

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
AREA DE CIENCIAS ECONOMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA INGENIERIA COMERCIAL**



Modalidad Vía diplomado

Monografía

**PROPUESTA DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN CHATBOTS PARA
EL INCREMENTO DE LAS VENTAS EN UNA TIENDA EN LINEA DE
CARTERAS A CROCHET EN LA CIUDAD DE COBIJA**

Presentado por : Univ. Maria Angélica Navi Aguilar
Para optar el título de Licenciatura en Ingeniería Comercial

Docente Guía: Ing. Yelika Alave Cuellar

**COBIJA-PANDO-BOLIVIA
2025**

Dedicación

Al Rey de reyes y creador de todas las cosa, el que me ha llenado de Bendiciones y sabidurías en este largo camino lleno de obstáculos quien me inspiro para la realización de este estudios y estuvo en cada paso firme hacia el éxito de hoy, veo hacia atrás y no puedo evitar pensar en esa niña que no sabía que le preparaba el futuro, que solo deseaba superarse y confiaba plenamente en los planes que Dios tenia para ella, por ello con todo mi amor, dedico este trabajo y mi carrera profesional plenamente a Dios.

A mis Padres, por traerme este mundo, ustedes han formado a la persona que soy hoy. Más que enseñarme valores y principios fundamentales para ser una persona de bien, me demostraron que con esfuerzo, disciplina y constancia puedo lograr todo lo que me proponga. Este logro también es de ustedes papas.

A mis hermanos Gabriel y Sarita, por su incondicionalidad, por creer en mí siempre, apoyarme, llenarme de amor y hacer este camino más llevadero.

Esto también es para **mi compañero de vida Cedric Set Velez Guari** a ese hombre que ha llegado a mi vida en esta etapa tan bella y emocionante para hacerla más especial, gracias por tu amor incondicional y por querer siempre lo mejor de mí, este logro tampoco hubiera sido posible sin ti.

¡Los amo con todo mi corazón!

Navi Aguilar María Angélica.

Agradecimiento

Quiero extender mis agradecimientos principalmente a Dios, quien fue mi fuente de sabiduría y fortaleza, por guiarme en este camino académico y brindarme el entendimiento necesario para alcanzar esta meta, y siempre llevando en mente el versículo.

Isaías 41:10

"No temas, porque yo estoy contigo; no desmayes, porque yo soy tu Dios que te esfuerzo; siempre te ayudare, siempre te sustentare con la diestra de mi justicia.

Agradezco a mi esposo Cedric Set Velez por sus oraciones y apoyo incondicional, él ha sido una ayuda idónea para mí, Lo amo mucho.

Con todo mi corazón agradezco a mis padres, Gabriel Ángel Navi y Janeth Aguilar Mamio, por sus oraciones y por su esfuerzo, por madrugar cada día en la venta de patasca, para que yo pudiera estudiar, han sacrificado todo por mí.

Yo siempre seré la hija de la patasquera y el fletero, pero ellos siempre serán la hija de la licenciada en Ingeniería Comercial.

Agradezco a mis hermanos Gabriel y Sarita, por sus anhelos y ánimos para mí, mis hermanos son una bendición para mí.

A mis abuelitos que los amo con todo mi corazón, ellos son mi motivación cada día, este triunfo también está suyo como mío.

Agradecer a mi Iglesia, ellos son mis hermanos en Cristo, agradecer por sus oraciones y ánimos, por darme su apoyo incondicional.

Resumen

La monografía aborda la propuesta de inteligencia artificial mediante un chatbot en una tienda en línea de carteras a crochet en Cobija, con el objetivo de mejorar la atención al cliente y aumentar las ventas. Actualmente, la tienda opera únicamente en Facebook y WhatsApp Business, enfrentando desafíos como tiempos de respuesta prolongados y atención inconsistente, lo que afecta la experiencia del cliente y la conversión de ventas. A través de un enfoque descriptivo y cuantitativo, se identificó que el 72.4% de los clientes experimenta demoras y califica el servicio como "regular".

Se propone implementar un chatbot mediante la plataforma AOKI, seleccionada por su facilidad de uso e integración multicanal. Este chatbot automatizará consultas frecuentes, mejorará los tiempos de respuesta y ofrecerá atención personalizada las 24 horas, lo que, según el 72.1% de los encuestados, incrementará su probabilidad de compra. Además, la herramienta permitirá recopilar datos para personalizar ofertas, lo que fortalecerá la relación con los clientes y fomentará su fidelización. Durante una prueba de dos semanas, se gestionarán 50 interacciones para evaluar el impacto del chatbot en tiempo real. Se espera que este sistema optimice la experiencia del cliente, incremente las conversiones y posicione a la tienda como un negocio competitivo en el entorno digital. En conclusión, esta estrategia permitirá aprovechar las ventajas del comercio electrónico, garantizando un crecimiento sostenible mediante el uso eficiente de tecnologías modernas como los chatbots.

Palabras claves: Inteligencia artificial, automatización y personalización.

Abstract

The monograph addresses to propose of artificial intelligence through a chatbot in an online crochet bag store in Cobija, with the aim of improving customer service and increasing sales. Currently, the store operates solely on Facebook and WhatsApp Business, facing challenges such as long response times and inconsistent attention, which affects the customer experience and sales conversion. Through a descriptive and quantitative approach, it was identified that 72.4% of customers experience delays and rate the service as "regular".

It is proposed to implement a chatbot using the AOKI platform, selected for its ease of use and multichannel integration. This chatbot will automate frequent queries, improve response times and offer personalized attention 24 hours a day, which, according to 72.1% of respondents, will increase their probability of purchase. In addition, the tool will allow data to be collected to personalize offers, which will strengthen the relationship with customers and promote their loyalty. During a two-week trial, 50 interactions will be managed to assess the chatbot's impact in real-time. This system is expected to optimize the customer experience, increase conversions and position the store as a competitive business in the digital environment. In conclusion, this strategy will make it possible to take advantage of the advantages of e-commerce, ensuring sustainable growth through the efficient use of modern technologies such as chatbots.

Keywords: Artificial intelligence, automation and personalization.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN	1
2. JUSTIFICACIÓN	2
2.1 EL PROBLEMA A INVESTIGAR	2
2.1.1 Descripción de la situación problemática	2
2.1.2 Delimitación del problema	3
2.1.3 Planteamiento del problema científico	4
2.1.4 Definición del objetivo de estudio	4
3. OBJETIVO	5
3.1 Objetivo general	5
3.2 Objetivos específicos	5
4. SUSTENTO TEÓRICO DEBATE Y REFLEXIÓN	6
4.1 Marco teórico	6
4.1.1 Inteligencia artificial	6
4.1.2 Chatbots	6
4.1.3 Incremento de ventas	7
4.1.4 Tienda en línea	7
4.1.5 Definición crochet	8
4.1.6 Plataformas digitales	8
4.2 Diseño metodológico	8
4.2.1 Investigación Descriptiva	8
4.2.2 Enfoque Cuantitativo	9
4.2.3 Método Deductivo	9
4.2.4 Técnicas de Investigación	9
4.2.5 Población y Muestra	10
4.3 Resultados	12
4.3.1 Analizar la situación actual en que se encuentra la tienda en línea de carteras a crochet.	12

4.3.2	Describir el impacto de la propuesta del chatbots en la experiencia del cliente en las ventas.	33
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	38
5.1	Conclusiones generales	38
5.2	Recomendaciones	39
6.	APORTE CIENTÍFICO Y SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	40
7.	BIBLIOGRAFIA	41
	ANEXOS	

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Frecuencia de compra	12
Figura 2. Canal de comunicación a utilizar	13
Figura 3. dispositivo con que realiza compra	13
Figura 4. Calificación del Cliente, con Chatbot	14
Figura 5. Dificultad de respuesta	14
Figura 6. Principales Necesidades	15
Figura 7. Considera útil tener Chatbot	15
Figura 8. Considera útil tener chatbot	16
Figura 9. Beneficios esperados	16
Figura 10. Comodidad al interactuar con chatbot	17
Figura 11. Mejora tiempo de respuesta	17
Figura 12. Motivación de compra	18

1. INTRODUCCIÓN

La presente monografía aborda la propuesta de un chatbot basado en inteligencia artificial en una tienda en línea de carteras a crochet ubicada en la ciudad de Cobija. Este proyecto surge de la necesidad de optimizar la atención al cliente, un factor crítico en el comercio electrónico, especialmente en un entorno donde las expectativas de los consumidores exigen respuestas rápidas, personalizadas y accesibles en todo momento. Actualmente, la tienda opera únicamente en Facebook y WhatsApp Business, canales que, aunque efectivos, presentan limitaciones en la gestión eficiente de consultas, lo que afecta la experiencia del cliente y las conversiones de ventas.

En el competitivo mercado digital, la tecnología se ha convertido en un diferenciador clave para fortalecer la relación con los clientes y aumentar la competitividad. Según estudios recientes, la automatización mediante chatbots puede mejorar significativamente la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, generando un impacto positivo en las ventas. En este contexto, se propone la implementación de un chatbot que automatice las consultas frecuentes, personalice la interacción y brinde atención las 24 horas, adaptándose a las necesidades específicas del negocio.

El documento desarrolla un análisis integral de la situación actual de la tienda, las herramientas tecnológicas disponibles, y los beneficios esperados de la propuesta del chatbot. Asimismo, se establecen objetivos claros para medir el impacto de esta herramienta en la experiencia del cliente y en el desempeño comercial de la tienda. Con este enfoque, se busca no solo resolver las limitaciones actuales, sino también posicionar a la tienda como un negocio moderno y competitivo en el mercado digital, aprovechando al máximo las oportunidades que ofrece la inteligencia artificial.

2. JUSTIFICACIÓN

La propuesta de un chatbots con inteligencia artificial en tu tienda en línea de carteras a crochet responde a la necesidad de mejorar la atención al cliente, incrementar las ventas y fortalecer tu posición en el mercado digital.

Para optimizar la experiencia del cliente, reducir tiempos de respuesta en las consultas y aprovechar cada oportunidad de venta, asegurando un servicio más rápido y personalizado. Esto permitirá no solo satisfacer mejor las expectativas de los compradores, sino también fidelizarlos, incrementando la posibilidad de futuras compras.

En la plataforma digital que actualmente usas para operar tu tienda en línea. El chatbot se integrará de manera funcional a tu sitio web, redes sociales u otros canales de comunicación utilizados por tus clientes, asegurando una presencia continua y accesible.

Analizando la situación actual de tu negocio identificando las debilidades y oportunidades para su crecimiento, posteriormente se seleccionarán las plataformas tecnológicas más adecuadas para desarrollar el chatbot, y se implementará en los canales clave de interacción con los clientes de la tienda en línea. Una vez en funcionamiento, se evaluará el impacto de esta herramienta en la experiencia del cliente y en los ritmos de ventas, garantizando que los resultados.

Esta estrategia es esencial para aprovechar el potencial de las nuevas tecnologías, optimizar procesos y asegurar el crecimiento sostenible de tu tienda en línea.

2.1 EL PROBLEMA A INVESTIGAR

2.1.1 Descripción de la situación problemática

La tienda en línea de carteras a crochet, localizada en Cobija, enfrenta desafíos clave relacionados con la experiencia del cliente y la optimización de sus procesos de ventas. En el ámbito digital, la atención insuficiente y la falta de herramientas automatizadas para interactuar con los clientes afectan directamente la conversión de ventas, un problema común en e-commerce, como lo señalan autores como Kotler y Armstrong (2012), quienes destacan

que la satisfacción del cliente es un pilar fundamental para el éxito comercial en entornos competitivos.

Atención al cliente insuficiente Según Zeithaml et al. (2002), los consumidores esperan rapidez y personalización en las respuestas de los negocios en línea. La tienda actualmente depende de interacciones manuales, generando demoras que impactan la percepción del servicio y ocasionan pérdidas en potenciales ventas. Esto es crítico, ya que una respuesta tardía puede llevar al abandono del carrito de compras, fenómeno descrito por Baymard Instituto (2021) como una de las principales barreras para incrementar ventas en el comercio electrónico.

Según McKinsey (2020), las empresas que adoptan tecnologías basadas en inteligencia artificial, como los chatbots, mejoran hasta en un 30% la eficiencia de sus procesos de atención al cliente. En este caso, la tienda no cuenta con herramientas que respondan de manera automatizada a consultas recurrentes como precios, disponibilidad de productos o métodos de pago lo que limita su capacidad de crecimiento.

Como indica Porter (1980) en su análisis de las fuerzas competitivas, la diferenciación tecnológica es clave para mantener la competitividad en mercados saturados. En el ámbito del e-commerce, los competidores están implementando chatbots como un diferenciador clave que mejora la experiencia del cliente al tiempo que optimiza costos operativos.

2.1.2 Delimitación del problema

La presente monografía se concentrará en la propuesta de chatbots con inteligencia artificial en una tienda en línea de carteras a crochet, examinando su capacidad para optimizar la atención y aumentar las ventas.

La investigación se ejecutará en una tienda en línea ubicada en la ciudad de Cobija, enfocándose exclusivamente en las interacciones digitales de sus clientes actuales y potenciales.

El periodo de análisis se realizará en dos semanas, donde se recopilarán datos sobre el desempeño del chatbots y su impacto en las dinámicas de interacción y compra. La cual se seleccionará una muestra de cincuenta interacciones, esto incluye usuarios que visitan las redes sociales, página web, o que realizan consultas a través de plataformas de mensajerías.

Incluirá cuarenta consultas realizadas a través del chatbot, relacionadas con dudas frecuentes, disponibilidad de información de productos, precios y métodos de envíos.

Así como 10 compras efectivas concretadas durante el periodo de prueba, para analizar como el chatbots influye en la transformación de ventas.

Esta delimitación permite observar de manera específica en alcance y la efectividad de la herramienta en un contexto real, considerando el tipo de negocio, su público objetivo y el entorno digital en el que opera.

2.1.3 Planteamiento del problema científico

¿Cómo puede la propuesta de un chatbots con inteligencia artificial incrementar las ventas en una tienda en línea de carteras a crochet en la ciudad de Cobija?

2.1.4 Definición del objetivo de estudio

El objetivo de este estudio es analizar y proponer chatbots con inteligencia artificial en la tienda en línea de carteras a crochet en Cobija, con el propósito de mejorar la atención al cliente y aumentar las ventas. A través de un diagnóstico inicial, se identificarán las debilidades actuales en la experiencia del usuario y se seleccionarán las plataformas más adecuadas para integrar esta tecnología. El chatbot permitirá atender consultas frecuentes de manera instantánea, personalizada y eficiente, reduciendo los tiempos de respuesta y mejorando la satisfacción del cliente. Asimismo, se evaluará el impacto de esta herramienta en los indicadores clave de desempeño de la tienda, contribuyendo a optimizar los procesos y fortalecer su competitividad en el mercado digital.

3. OBJETIVO

3.1 Objetivo general

Proponer chatbots con inteligencia artificial para incrementar las ventas en una tienda en línea de carteras a crochet en la ciudad de cobija.

3.2 Objetivos específicos

- Analizar la situación actual en que se encuentra la tienda en línea de carteras a crochet.
- Identificar plataformas digitales más adecuadas de inteligencia artificial para la propuesta de chatbots.
- Describir los impactos esperados de la propuesta del chatbots en la experiencia del cliente en las ventas.

4. SUSTENTO TEÓRICO DEBATE Y REFLEXIÓN

4.1 Marco teórico

4.1.1 Inteligencia artificial

Según Rusell & Norvig, (2016). la inteligencia artificial es el estudio de los agentes inteligentes, que son sistemas que perciben su entorno y toman acciones para maximizar su probabilidad de éxito en algún objetivo. (p. 1).

Como señala LeCun, Bengio, & Haffner, (2015):

La inteligencia artificial tiene como objetivo el desarrollar sistemas que puedan realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana. Esto incluye la percepción visual, el reconocimiento de voz, la toma de decisiones y el aprendizaje de nuevas habilidades a partir de datos. (p.5).

La inteligencia artificial se define como "la capacidad de una máquina para imitar comportamientos humanos inteligentes" (Rusell & Norvig, 2016). Este concepto ha evolucionado significativamente desde sus inicios, reflejando avances en algoritmos y capacidades computacionales.

4.1.2 Chatbots

Según Gnewuch,, Morana, & Maedche, (2017), los chatbots son sistemas de software que utilizan inteligencia artificial para interactuar con los usuarios a través de conversaciones en lenguaje natural, ya sea de forma escrita o hablada, y pueden ser utilizados en una variedad de aplicaciones, desde atención al cliente hasta entretenimiento. (p. 4).

Según Shum, He, & Li, (2018):

Los chatbots son herramientas que nos permiten a los usuarios interactuar con sistemas computacionales de manera conversacional. Estos sistemas están diseñados para simular la

conversación humana, lo que facilita el acceso a información y servicios de forma más intuitiva y eficiente. (p.20).

4.1.3 Incremento de ventas

Incremento de ventas se refiere al aumento en la cantidad de productos o servicios vendidos en un periodo de tiempo determinado en comparación con un periodo anterior. Este crecimiento es un indicador clave del desempeño financiero de las empresas, ya que refleja la efectividad de las estrategias de marketing y ventas, así como la calidad del producto y del servicio al cliente. Según Zendesk, (2023), el concepto de incremento de ventas se refiere a la diferencia positiva entre las ventas actuales y las pasadas"

Según Kotler & Kelle, (2016), el incremento de ventas se refiere al aumento en las ventas de un producto o servicio durante un periodo específico, lo que indica una mejora en la efectividad de las estrategias de marketing. (p.142).

4.1.4 Tienda en línea

Según Chaffey, (2015). una tienda en línea es un sitio web que permite a los consumidores comprar productos o servicios directamente a través de internet. (p.45).

Según Laudon & Traver, (2016):

Una tienda en línea es un tipo de comercio electrónico que permite a los consumidores comprar bienes y servicios a través de internet. Estas plataformas ofrecen una experiencia de compra conveniente y accesible, eliminando la necesidad de visitar una tienda física. (p.112).

Según Turban, Outland, King, & Lee, (2018), una tienda en línea es un sitio web que permite a los consumidores realizar compras de productos y servicios a través de internet, facilitando así el acceso a una amplia variedad de opciones y la conveniencia de comprar desde cualquier lugar. (p.78).

4.1.5 Definición crochet

Según Coats & Clark, (2015), el crochet es una técnica de tejido en la que se utiliza un gancho para entrelazar hilos y crear una variedad de formas y patrones, desde prendas de vestir hasta decoraciones. (p.10).

Según Caine, (2020). el crochet es una forma de arte textil que utiliza un gancho para entrelazar hilos de diferentes materiales. Esta técnica permite la creación de una variedad de proyectos, desde prendas de vestir hasta elementos decorativos, cada uno con su propio estilo y técnica. (p.32).

4.1.6 Plataformas digitales

Según Kotler y Keller (2016), las plataformas digitales son entornos tecnológicos que facilitan la interacción entre usuarios y proveedores, permitiendo el intercambio de información, productos o servicios mediante el uso de aplicaciones, sistemas web y herramientas digitales. (p.45)

Las plataformas digitales son sistemas tecnológicos que permiten la interacción, comunicación y transacciones entre usuarios, ya sean individuos o empresas, a través de entornos virtuales. Estas herramientas integran recursos como redes sociales, aplicaciones de mensajería, sitios web y sistemas de comercio electrónico, facilitando la conexión entre

4.2 Diseño metodológico

4.2.1 Investigación Descriptiva

Según Hernández Sampieri et al. (2014), la investigación descriptiva busca especificar las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que sea sometido a un análisis. No pretende explicar las causas" (p.102).

Este tipo de investigación permite detallar las características actuales de la tienda en línea y los problemas relacionados con la atención al cliente, proporcionando una base clara para las recomendaciones y acciones futuras.

4.2.2 Enfoque Cuantitativo

Según Creswell (2013) señala que el enfoque cuantitativo es un tipo de investigación sistemática y objetiva en la que los datos numéricos se usan para obtener información sobre el mundo, procesándolos estadísticamente para probar hipótesis y establecer relaciones causales. (p.18).

Este enfoque asegura que el impacto del chatbot sea medido objetivamente mediante métricas como tasas de conversión y tiempos de atención, facilitando la evaluación de su eficacia en un contexto comercial real.

4.2.3 Método Deductivo

Según Hernández Sampieri et al. (2014) afirman que el método deductivo parte de conceptos, teorías o generalizaciones ya conocidas, y los aplica a casos particulares, buscando comprobar o refutar hipótesis en escenarios específicos, basados en evidencias observables. (p.69).

El método deductivo permite aplicar teorías generales sobre los beneficios de los chatbots en comercio electrónico al contexto particular de la tienda en línea, garantizando un enfoque sistemático y basado en evidencia.

4.2.4 Técnicas de Investigación

4.2.4.1 Técnicas de Recolección de Datos

Según Creswell (2013) señala que las técnicas de recolección de datos incluyen métodos como encuestas, observación y análisis de documentos. Cada técnica debe seleccionarse según el propósito del estudio y la naturaleza de los datos necesarios. (p.25).

El uso de encuestas, observación y métricas asegura la recopilación de datos relevantes tanto subjetivos como objetivos, permitiendo una visión integral del impacto del chatbot en la experiencia del cliente.

4.2.4.2 Técnicas de Análisis de Datos

Según Hernández Sampieri et al. (2014), el análisis de datos implica ordenar, sistematizar y procesar la información recolectada mediante técnicas estadísticas, para extraer conclusiones válidas que permitan responder a las preguntas de investigación planteadas. (p.132).

El análisis estadístico asegura que los resultados del impacto del chatbot sean objetivos, confiables y representen cambios reales en las métricas de ventas, experiencia del cliente y tiempo de atención.

4.2.5 Población y Muestra

Según Creswell (2013) menciona que la selección de la muestra en un estudio debe representar fielmente a la población objetivo para que los resultados obtenidos puedan generalizarse y sean aplicables a un contexto más amplio o específico. (p.37).

Elegir clientes representativos permite obtener datos significativos que reflejen con precisión las percepciones y comportamientos del público objetivo, garantizando la relevancia de los hallazgos para el negocio.

Se obtiene una muestra considerada para determinar la investigación, obteniendo información representativa, válida y confiable con un mínimo error. Lo que para la muestra se tomara en cuenta las familias del Municipio de Cobija.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * Q * P}$$

Donde:

P = Probabilidad de ser elegidos = 0,50

Q = Probabilidad de no ser elegidos = 0,50

N = Universo o Población 13.596,5

Z = Nivel de Confianza = 1.96

E = Error de estimación = 0,05

n = Tamaño de la muestra =?

Remplazando:

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 13.596,5}{0,0025 * 13.596,5 + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{13.058,0786}{33.9912 + 0,9604}$$

$$n = \frac{13.058,0786}{34.9517}$$

$$n = 374$$

De esta manera se pudo llegar a obtener la muestra representativa, para poder llevar a cabo la investigación tomando la muestra de 374 familias, que se desarrollaran en un periodo terminado obteniendo la información necesaria sobre la atención al cliente mediante Chatbot de venta en línea en la ciudad de Cobija.

4.3 Resultados

La siguiente monografía tiene como resultados los siguientes puntos.

4.3.1 Analizar la situación actual en que se encuentra la tienda en línea de carteras a crochet.

Se analizó la situación actual de la empresa, la cual cuenta con una página de Facebook, no cuenta con un sitio web.

Se analizó la situación actual de la tienda en línea de carteras a crochet, identificándose que su presencia se limita a Facebook y WhatsApp Business. Este análisis permitió evidenciar diversas limitaciones, como la falta de integración de herramientas automatizadas para la gestión de consultas, tiempos de respuesta prolongados y una interacción limitada con los clientes. Si bien WhatsApp Business ofrece cierta flexibilidad para la comunicación, no se están aprovechando plenamente sus funcionalidades para optimizar la atención al cliente.

Estas deficiencias se observaron como factores que afectan negativamente su capacidad de incrementar ventas y fidelizar a su público objetivo en un entorno digital altamente competitivo.

Así mismo se realizó una encuesta para analizar la situación en la que se encuentra la tienda en línea, donde se obtuvo los siguientes resultados.

Pregunta 1.

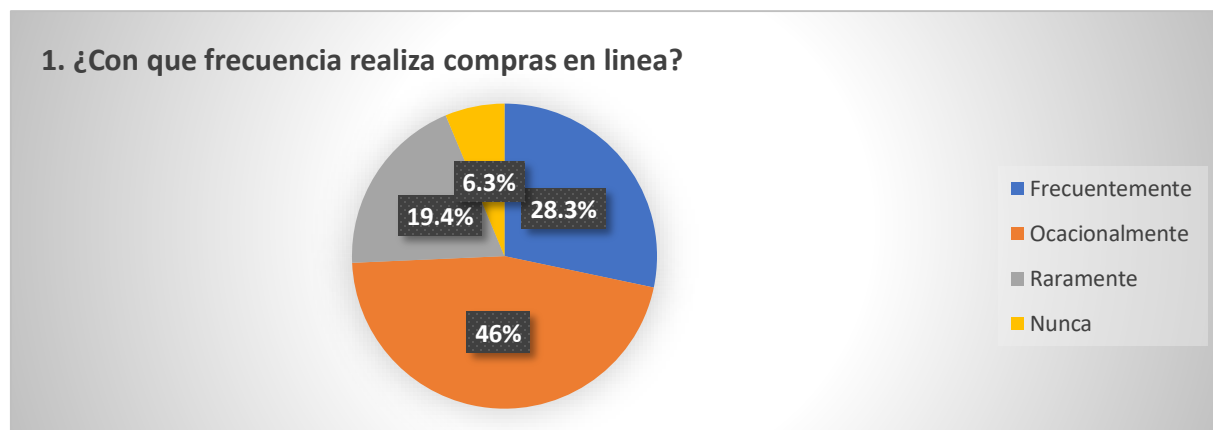


Figura 1. Frecuencia de compra
Fuente: Elaboración propia

El 46% de los encuestados realiza compras en línea ocasionalmente, seguido de un 28.3% que lo hace frecuentemente. Solo el 19.4% compra rara vez, mientras que un 6.3% nunca compra.

Existe un mercado considerablemente activo de clientes que compran en línea ocasionalmente o frecuentemente. Esto sugiere que la tienda tiene una oportunidad de captar este segmento si ofrece una experiencia de compra atractiva y competitiva.

Pregunta 2.



Figura 2. Canal de comunicación a utilizar

Fuente: Elaboración propia

WhatsApp es el canal más utilizado para comunicarse con tiendas en línea (44.4%), seguido de Facebook Messenger (37.1%). Instagram Direct y páginas web tienen una participación menor. La tienda debe optimizar el uso de WhatsApp como herramienta principal para la atención al cliente, además de fortalecer su presencia en Facebook Messenger. Esto incluye la posibilidad de implementar un chatbot para estos canales.

Pregunta 3.

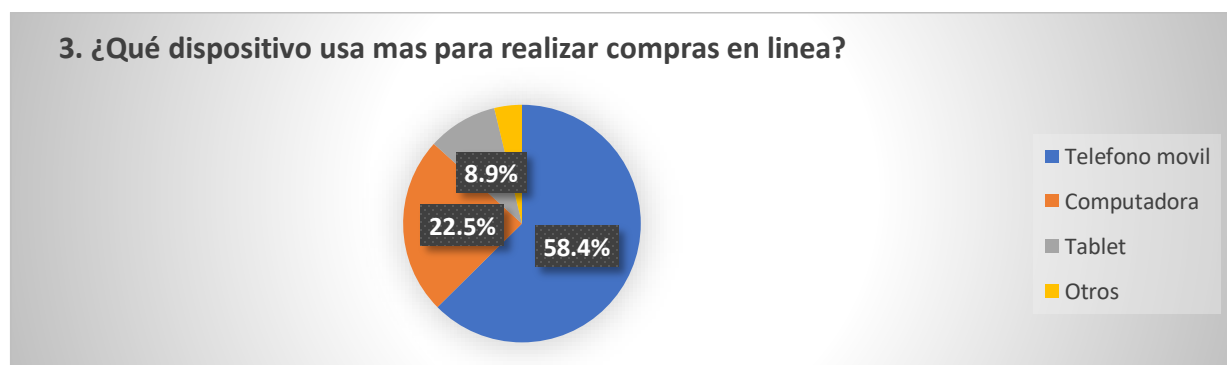


Figura 3. Dispositivo con que realiza compra

Fuente: Elaboración propia

El 58.4% de los usuarios prefiere el teléfono móvil para realizar compras en línea, seguido por computadoras (22.5%) y tabletas (8.9%). La tienda debe priorizar la optimización de su plataforma para dispositivos móviles, asegurando que la experiencia sea intuitiva y fluida en smartphones.

Pregunta 4.



Figura 4. Calificación del Cliente, con Chatbot
Fuente: Elaboración propia

El 58.1% califica la atención al cliente como regular, mientras que solo el 23.8% considera que es buena y un 14.3% la percibe como excelente.

Este indicador refleja una importante área de mejora. La tienda necesita estrategias para elevar la percepción de la calidad del servicio, como proponer respuestas más rápidas y personalizadas mediante un chatbot.

Pregunta 5.



Figura 5. Dificultad de respuesta
Fuente: Elaboración propia

Un 72.4% de los encuestados indica que ha tenido dificultades para obtener respuestas rápidas. Este dato refuerza la necesidad de automatizar la atención al cliente mediante un chatbot, lo que podría solucionar este problema y mejorar significativamente la experiencia del cliente.

Pregunta 6.

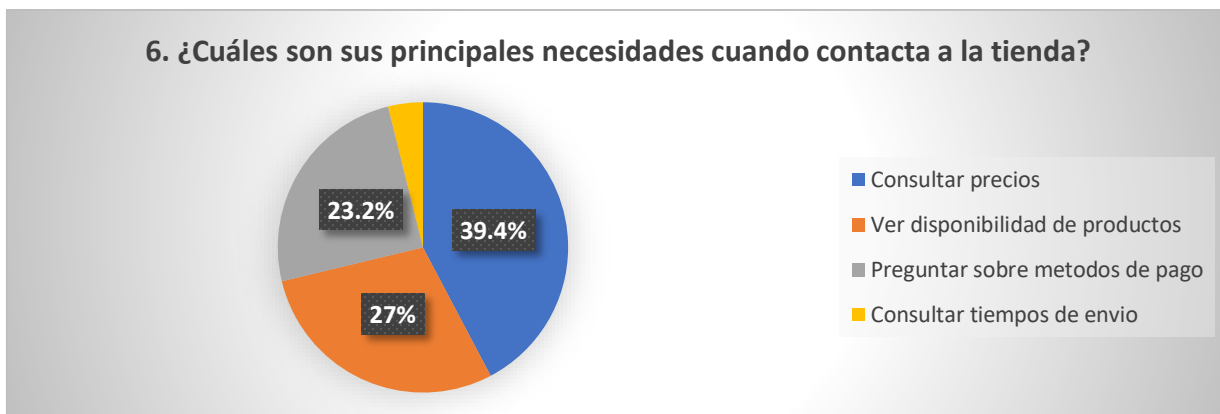


Figura 6. Principales necesidades

Fuente: Elaboración propia

Las principales necesidades incluyen consultar precios (39.4%), ver disponibilidad de productos (27%) y preguntar sobre métodos de pago (23.2%).

Estas consultas frecuentes pueden ser gestionadas de manera eficiente mediante un chatbot.

Reduciendo el tiempo de espera y optimizando el proceso de atención al cliente.

Pregunta 7.

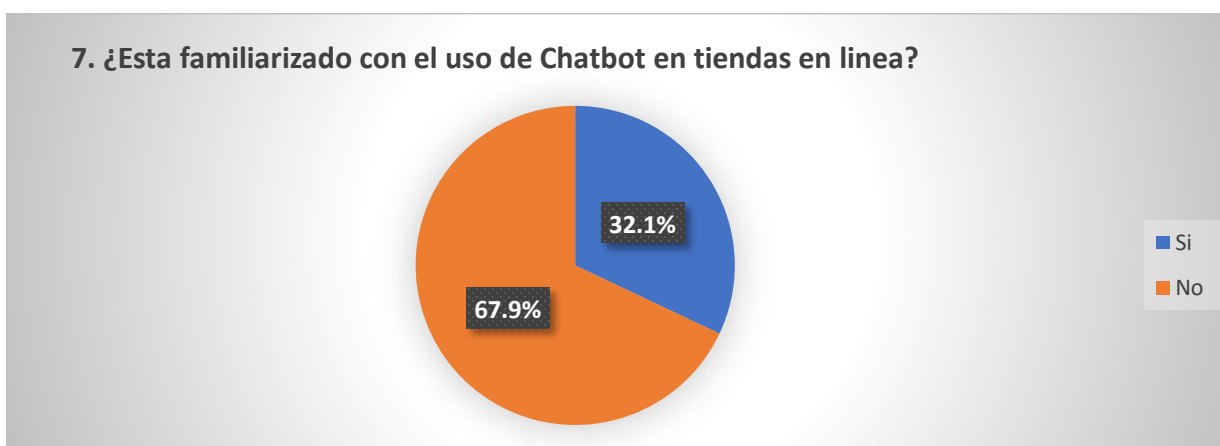


Figura 7. Familiarizado con el uso de Chatbot

Fuente: Elaboración propia

El 67.9% no está familiarizado con el uso de chatbot, mientras que solo un 32.1% lo está. Esto sugiere que la implementación de un chatbot debe ir acompañada de estrategias de comunicación para educar a los clientes sobre su uso y beneficios.

Pregunta 8.

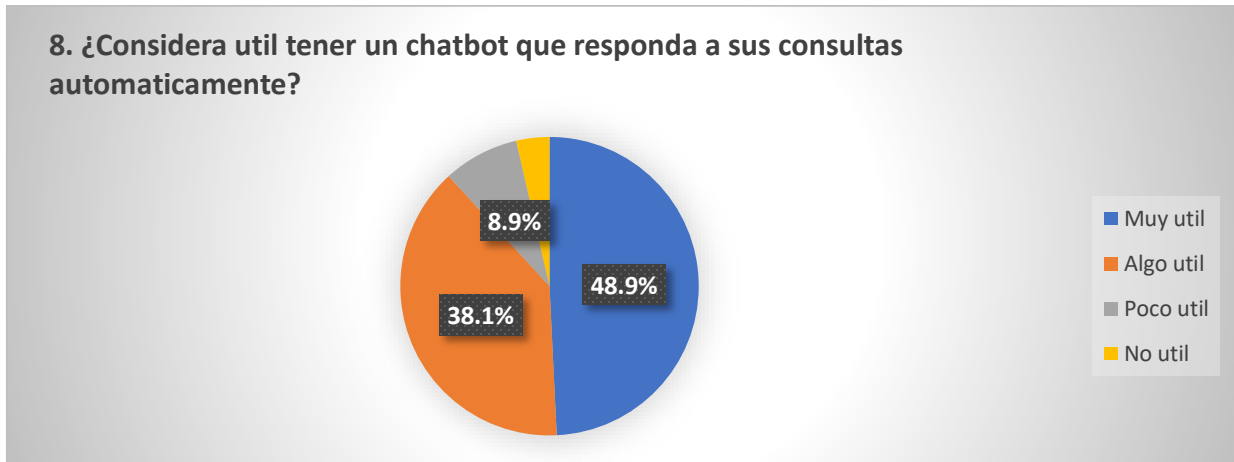


Figura 8. Considera útil tener Chatbot
Fuente: Elaboración propia

El 48.9% considera que un chatbot sería "muy útil", y un 38.1% lo encuentra "algo útil".

Existe un alto interés en la implementación de chatbot, lo que valida su inclusión como una solución efectiva para mejorar la experiencia del cliente.

Pregunta 9.

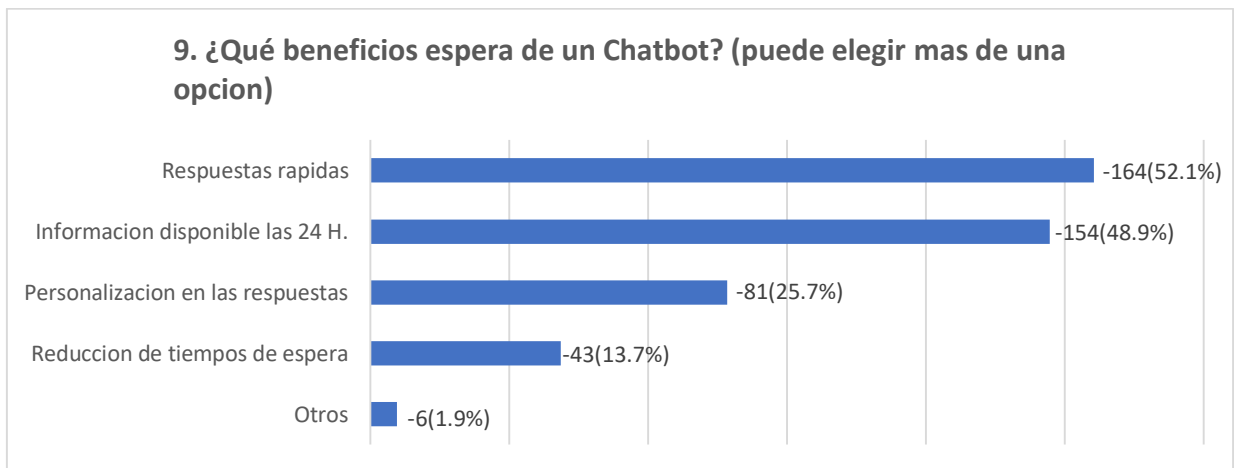


Figura 9. Beneficios esperados
Fuente: Elaboración propia

Los beneficios más valorados son respuestas rápidas (52.1%) e información disponible las 24 horas (48.9%), seguidos de personalización (25.7%).

Estos datos permiten priorizar funcionalidades clave al diseñar e implementar un chatbot.

Pregunta 10.



Figura 10. Comodidad al interactuar con Chatbot

Fuente: Elaboración propia

El 47.3% se sentiría muy cómodo interactuando con un chatbot para consultas simples, mientras que un 38,7% estaría algo cómodo.

Esto confirma la aceptación del público hacia los chatbots, especialmente para tareas sencillas, lo que los convierte en una herramienta viable.

Pregunta 11.



Figura 11. Mejora tiempo de respuesta

Fuente: Elaboración propia

El 72.1% de los encuestados indicó que, si la tienda mejora sus tiempos de respuesta y atención al cliente mediante un chatbot, aumentarían su probabilidad de compra. Por otro lado, un 17.8% respondió "tal vez", mientras que solo un 10.2% expresó que no influiría.

Este dato muestra una clara correlación entre la eficiencia en la atención al cliente y la intención de compra. Implementar un chatbot no solo tiene el potencial de resolver problemas de interacción actuales, sino que también puede traducirse directamente en un aumento en las ventas, dado el impacto positivo en la experiencia del cliente.

Pregunta 12.



Figura 12. Motivación de compra

Fuente: Elaboración propia

El 51.1% de los encuestados afirmó que las ofertas personalizadas son el principal motivador para realizar una compra, seguido por una mejor experiencia de atención con un 34%. Los tiempos de respuesta rápidos ocupan el tercer lugar con un 12.1%, mientras que los motivos agrupados en "otros" tienen una baja incidencia.

Aunque la atención al cliente es relevante, las ofertas personalizadas son el principal factor que influye en las decisiones de compra. Esto sugiere que, además de implementar un chatbot, es crucial desarrollar estrategias de marketing personalizadas basadas en el comportamiento y las preferencias de los clientes. Sin embargo, mejorar la experiencia de atención y los tiempos de respuesta también juega un papel complementario para asegurar la conversión de ventas.

El análisis de los gráficos revela información clave sobre el comportamiento de los clientes y las oportunidades de mejora para la tienda en línea de carteras a crochet. Los clientes realizan

compras en línea con frecuencia ocasional o regular, utilizando principalmente dispositivos móviles y canales como WhatsApp y Facebook Messenger para comunicarse. Sin embargo, la percepción de la atención al cliente es mayoritariamente regular, con un alto porcentaje de usuarios enfrentando dificultades para obtener respuestas rápidas, lo que afecta negativamente la experiencia de compra. Las consultas más comunes incluyen precios.

Disponibilidad de productos y métodos de pago, todas fácilmente automatizables mediante un chatbot. Aunque la familiaridad con los chatbots es limitada, la mayoría de los encuestados considera que serían útiles, destacando como beneficios principales las respuestas rápidas y la disponibilidad 24/7.

Además, el 72.1% de los clientes afirmó que la mejora en los tiempos de respuesta y atención aumentaría su probabilidad de compra, mientras que las ofertas personalizadas se identificaron como el principal motivador para realizar compras, seguidas de una mejor experiencia de atención.

En general, proponer un chatbot que combine eficiencia en la atención con estrategias de personalización y marketing podría transformar positivamente la experiencia del cliente y potenciar las ventas de la tienda.

4.3.2. Identificar plataformas digitales más adecuadas de inteligencia artificial para la propuesta de chatbots.

Para identificar plataformas digitales adecuadas para la propuesta de chatbots con inteligencia artificial en la tienda en línea de carteras a crochet, se deben considerar aspectos como la facilidad de integración con WhatsApp y Facebook Messenger (principales canales de comunicación del negocio), capacidades de personalización, costos, soporte técnico y accesibilidad para pequeñas empresas. A continuación, se presentan algunas de las plataformas más recomendadas:

➤ **Dialogflow (Google Cloud AI):**

- Proporciona herramientas avanzadas para diseñar chatbots con procesamiento de lenguaje natural.
- Fácil integración con WhatsApp, Facebook Messenger y otros canales digitales.
- Ofrece soporte multilingüe y personalización según las necesidades del negocio.
- Es ideal para pequeñas empresas debido a su modelo de precios escalable

➤ **ChatGPT (OpenAI API)**

- Ofrece respuestas conversacionales fluidas y capacidades avanzadas de aprendizaje automático.
- Compatible con múltiples plataformas y permite personalizar respuestas según el contexto del cliente.
- Ideal para negocios que buscan alta calidad en la interacción.

➤ **ManyChat**

- Se centra en la automatización para WhatsApp, Facebook Messenger e Instagram.
- Es fácil de usar, incluso sin conocimientos técnicos, y cuenta con herramientas de marketing integradas.
- Adecuada para pequeñas empresas con necesidades básicas.

➤ **Tidio**

- Ofrece chatbots fáciles de configurar, integrados con WhatsApp y Facebook Messenger.
- Incluye funcionalidades de automatización para preguntas frecuentes y generación de leads.
- Tiene una versión gratuita con características básicas.

➤ **HubSpot Chatbot Builder**

- Ideal para empresas que ya utilizan HubSpot como CRM.
- Ofrece integración nativa con múltiples canales de comunicación, análisis y personalización avanzada.
- Permite recopilar datos para segmentar y personalizar interacciones.

- **Zendesk Answer Bot**
- Diseñado para automatizar respuestas y ayudar a resolver consultas básicas
- Compatible con múltiples canales y escalable para diferentes tamaños de negocio.
- Funciona bien para complementar estrategias de servicio al cliente.

- **Twilio Autopilot**
- Potente herramienta para la creación de chatbots inteligentes con opciones para personalización.
- Excelente integración con WhatsApp y otras plataformas.
- Soporta comandos de voz y texto, ideal para mejorar la accesibilidad.

- **Microsoft Bot Framework (Azure AI)**
- Proporciona una plataforma robusta para construir bots inteligentes y altamente personalizables.
- Ofrece integración con servicios de Microsoft y otras plataformas como WhatsApp.
- Ideal para empresas que buscan soluciones escalables.

Cada plataforma tiene fortalezas que se adaptan a diferentes necesidades y presupuestos. Para esta tienda, herramientas como ManyChat, Dialogflow o Tidio serían particularmente útiles debido a su compatibilidad con los canales de comunicación más utilizados y su accesibilidad para pequeñas empresas.

4.3.1.1 Dialogflow (Google Cloud AI)

- **Ventajas:**
- **Procesamiento avanzado de lenguaje natural.** Utiliza la tecnología de Google para interpretar el contexto y ofrecer respuestas más humanas y relevantes.
- **Integración multicanal.** Compatible con WhatsApp, Facebook Messenger, páginas web, aplicaciones móviles, entre otros.
- **Multilingüe.** Admite varios idiomas, lo que es ideal para atender a clientes de diferentes regiones.

- **Flexibilidad y personalización.** Permite diseñar flujos de conversación complejos y adaptarlos a las necesidades específicas del negocio.
- **Escalabilidad.** Es adecuada para empresas de cualquier tamaño, creciendo según las necesidades.

- **Desventajas:**
- **Curva de aprendizaje elevada.** Puede ser complejo para usuarios sin conocimientos técnicos en programación o configuración de IA.
- **Costos escalables.** Aunque tiene una versión gratuita, los costos aumentan con el uso y el volumen de interacciones.
- **Dependencia del ecosistema Google.** Puede requerir la integración con otros servicios de Google Cloud, lo que puede ser costoso.

4.3.1.2 ChatGPT (OpenAI API)

- **Ventajas:**
- **Respuestas conversacionales naturales.** Su tecnología de lenguaje genera respuestas fluidas y humanizadas.
- **Capacidad de aprendizaje contextual.** Puede mejorar continuamente al ser entrenado con datos específicos del negocio.
- **Versatilidad.** Funciona en una amplia variedad de aplicaciones, desde soporte al cliente hasta generación de contenido.
- **Escalabilidad:** Se adapta tanto a pequeñas empresas como a grandes corporaciones.

- **Desventajas:**
- **Requiere entrenamiento inicial.** Necesita ser configurado y entrenado para entender el contexto específico del negocio.
- **Costos potenciales.** Las tarifas pueden ser elevadas dependiendo del volumen de consultas y del uso de modelos avanzados.
- **Limitaciones en control de flujo.** No tiene una interfaz visual para construir flujos de conversación, lo que podría ser un inconveniente para usuarios no técnicos.

4.3.1.3 ManyChat

- **Ventajas:**
- **Fácil de usar.** Diseñado para usuarios sin experiencia técnica, con una interfaz visual intuitiva.
- **Integraciones específicas.** Soporte nativo para WhatsApp, Facebook Messenger e Instagram.
- **Herramientas de marketing integradas.** Incluye funciones para automatizar mensajes promocionales, capturar leads y aumentar conversiones.
- **Asequible.** Ofrece planes gratuitos y pagos económicos, adecuados para pequeños negocios.

- **Desventajas:**
- **Limitaciones de personalización.** Aunque es fácil de usar, tiene menos capacidad para personalizar flujos complejos en comparación con plataformas avanzadas.
- **Menos adecuado para necesidades complejas.** No es ideal para empresas que requieren funcionalidades avanzadas de IA.
- **Falta de soporte multilingüe.** Es menos robusto en el manejo de múltiples idiomas.

4.3.1.4 Tidio

- **Ventajas:**
- **Interfaz amigable.** Es fácil de configurar y utilizar, incluso para principiantes.
- **Compatibilidad con WhatsApp y Messenger.** Permite gestionar consultas de múltiples canales desde una única plataforma.
- **Automatización sencilla.** Ideal para responder preguntas frecuentes, mejorar tiempos de respuesta y generar leads.
- **Plan gratuito.** Incluye características básicas que pueden ser útiles para negocios pequeños.

- **Desventajas:**
- **Capacidades limitadas en IA avanzada.** No ofrece un nivel profundo de personalización en comparación con herramientas como Dialogflow.
- **Costo por funciones adicionales.** Los planes más avanzados pueden ser costosos.
- **Dependencia en internet.** Requiere una conexión estable para garantizar un funcionamiento fluido.

4.3.1.5 HubSpot Chatbot Builder

- **Ventajas:**
- **Integración con CRM.** Funciona perfectamente con el ecosistema de HubSpot, permitiendo recopilar datos de clientes y personalizar respuestas.
- **Interfaz intuitiva:** Permite diseñar flujos de conversación fácilmente, incluso para usuarios no técnicos.
- **Análisis robustos.** Ofrece métricas detalladas sobre las interacciones del chatbot para mejorar su desempeño.
- **Adaptable a múltiples canales.** Compatible con sitios web, aplicaciones y redes sociales.

- **Desventajas:**
- **Enfoque cerrado al ecosistema HubSpot.** Su funcionalidad completa requiere utilizar el CRM de HubSpot, lo que puede no ser ideal si no se usa esta plataforma.
- **Costos elevados.** Los planes más avanzados pueden ser prohibitivos para negocios pequeños.
- **Limitaciones en inteligencia avanzada.** Carece de capacidades de IA profundas como el procesamiento de lenguaje natural.

4.3.1.6 Zendesk Answer Bot

- **Ventajas:**
- **Automatización básica eficiente.** Ideal para resolver preguntas frecuentes y redirigir consultas complejas a agentes humanos.

- **Fácil integración.** Funciona con múltiples plataformas de comunicación.
- **Escalabilidad.** Puede ser utilizado por empresas de diferentes tamaños, desde startups hasta grandes corporaciones.

- **Desventajas:**
- **Menor personalización.** Es más limitado para empresas que necesitan flujos de conversación altamente personalizados.
- **Dependencia del ecosistema Zendesk.** Requiere integrar otras herramientas de Zendesk para un uso completo.
- **Costo acumulativo.** Los precios pueden aumentar al combinarlo con otros servicios de Zendesk.

4.3.1.7 Twilio Autopilot

- **Ventajas:**
- **Integración robusta.** Compatible con WhatsApp, SMS, y otros canales de comunicación populares.
- **Capacidades multicanal.** Maneja interacciones de texto y voz, lo que amplía su alcance.
- **Personalización avanzada.** Permite crear flujos complejos y adaptados al negocio.

- **Desventajas:**
- **Costo elevado.** Los precios de Twilio pueden ser altos para pequeñas empresas con presupuestos limitados.
- **Curva de aprendizaje.** Requiere conocimientos técnicos para aprovechar al máximo sus capacidades.
- **Limitada para pequeñas interacciones.** Puede ser demasiado avanzado si las necesidades son básicas.

4.3.1.8 Microsoft Bot Framework (Azure AI)

➤ **Ventajas:**

- **Potente y flexible.** Ideal para construir chatbots sofisticados con IA avanzada.
- **Compatibilidad multicanal.** Funciona con WhatsApp, Messenger, Slack, y muchas otras plataformas.
- **Soporte técnico robusto.** Respaldo de Microsoft con actualizaciones constantes y herramientas complementarias.

➤ **Desventajas:**

- **Altamente técnico.** No es adecuado para usuarios sin conocimientos de programación.
- **Dependencia del ecosistema Azure.** Funciona mejor cuando se utiliza junto con otros servicios de Microsoft, lo que puede incrementar costos.
- **Costos variables.** Los precios dependen del uso, lo que puede ser una desventaja para empresas con presupuestos limitados.

4.3.1.9 Plataforma a utilizar AOKI

AOKI es una plataforma diseñada para la creación de chatbots inteligentes con un enfoque en simplicidad y efectividad. Está orientada a ofrecer soluciones rápidas para empresas que buscan automatizar la atención al cliente, integrarse con plataformas populares como WhatsApp, Facebook Messenger y otras redes sociales, y personalizar flujos de conversación para mejorar la experiencia del usuario. AOKI destaca por ser accesible para empresas pequeñas y medianas gracias a su interfaz amigable y funcionalidades específicas para comercio electrónico.

➤ **Ventajas Detalladas**

➤ **Fácil Configuración**

AOKI está diseñada para ser intuitiva, permitiendo a los usuarios sin conocimientos técnicos crear y personalizar chatbots. Esto reduce la dependencia de desarrolladores y facilita su adopción por pequeños negocios.

➤ **Integración Multicanal**

La plataforma se integra de manera nativa con aplicaciones de mensajería populares como WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, y también con sitios web. Esto asegura una comunicación fluida con los clientes en sus canales preferidos.

➤ **Enfoque en Comercio Electrónico**

AOKI incluye funcionalidades específicas para negocios de comercio electrónico, como la automatización de respuestas sobre precios, disponibilidad de productos, tiempos de envío y métodos de pago. También facilita la generación de leads y la conversión de clientes.

➤ **Plantillas Preconfiguradas**

Ofrece plantillas prediseñadas para diferentes industrias, lo que permite a las empresas configurar chatbots rápidamente y adaptarlos a sus necesidades con personalización mínima.

➤ **Soporte en Tiempo Real**

Aunque los chatbots de AOKI pueden manejar consultas frecuentes automáticamente, también ofrecen opciones para redirigir las consultas más complejas a un agente humano, asegurando una atención integral.

➤ **Análisis y Métricas**

AOKI proporciona herramientas analíticas que permiten rastrear el rendimiento del chatbot, como tasas de respuesta, tiempo promedio de interacción, y satisfacción del cliente. Esto ayuda a mejorar continuamente las interacciones.

➤ **Costo Accesible**

La plataforma ofrece planes económicos y escalables, adaptándose a empresas pequeñas y medianas que buscan maximizar el retorno de inversión sin incurrir en grandes costos.

➤ **Compatibilidad Multilingüe**

Permite configurar chatbots en varios idiomas, lo que resulta útil para negocios que operan en mercados internacionales.

Desventajas Detalladas

➤ **Capacidades Limitadas en IA Avanzada**

AOKI, aunque efectiva, no es tan robusta como plataformas como Dialogflow o Microsoft Bot Framework en términos de procesamiento de lenguaje natural avanzado. Esto puede limitar su capacidad para interpretar consultas más complejas.

➤ **Falta de Personalización Avanzada**

Si bien permite personalizar flujos de conversación, las opciones avanzadas de personalización y diseño de experiencias complejas pueden ser limitadas en comparación con plataformas de mayor complejidad.

➤ **Dependencia de Plantillas**

Aunque las plantillas son útiles para una configuración rápida, algunas empresas pueden encontrar que estas limitan la creatividad o la posibilidad de diseñar experiencias completamente únicas.

➤ **Soporte Técnico Limitado**

En algunos planes, el soporte técnico puede ser básico o no estar disponible en tiempo real, lo que puede ser un desafío para empresas que enfrentan problemas urgentes.

➤ **Dependencia de la Conectividad**

Como otras plataformas, requiere una conexión estable a Internet para garantizar un funcionamiento eficiente del chatbot, especialmente en interacciones en tiempo real.

➤ **Menor Escalabilidad para Grandes Empresas**

AOKI está principalmente orientada a pequeñas y medianas empresas, por lo que puede no ser ideal para empresas que necesitan manejar volúmenes extremadamente altos de consultas o integraciones muy complejas.

Casos de Uso

➤ **Soporte al Cliente Automatizado**

Responde preguntas frecuentes como precios, disponibilidad de productos, políticas de envío y devoluciones, reduciendo la carga de trabajo humano.

➤ **Generación de Leads**

Captura información de los clientes, como correos electrónicos y números de contacto, para alimentar sistemas de marketing y mejorar estrategias de conversión.

➤ **Campañas de Marketing Automatizadas**

AOKI permite programar mensajes promocionales en canales como WhatsApp y Messenger, ayudando a las empresas a mantener el contacto con sus clientes de manera personalizada.

➤ **Interacciones Multilingües**

Es útil para negocios que operan en mercados internacionales o locales con diversidad de idiomas, garantizando una atención eficiente en diferentes lenguas.

Recomendaciones de Implementación

➤ **Definir el Objetivo del Chatbot**

Antes de configurar el chatbot en AOKI, es fundamental identificar qué tareas específicas debe manejar, como responder consultas frecuentes, generar leads o brindar soporte en tiempo real.

➤ **Personalización de Plantillas**

Aunque las plantillas son útiles, es importante personalizarlas según las necesidades específicas del negocio para asegurar una experiencia alineada con la identidad de la marca.

➤ **Entrenamiento y Actualización Constante**

Revisar regularmente las métricas proporcionadas por AOKI para identificar áreas de mejora y ajustar las configuraciones del chatbot según el comportamiento de los usuarios.

➤ **Integración con Otros Sistemas**

Si el negocio utiliza CRM, sistemas de gestión de inventarios o plataformas de marketing, es recomendable integrar AOKI para maximizar su potencial y automatizar tareas adicionales.

➤ **Pruebas Previas al Lanzamiento**

Antes de implementar el chatbot de manera oficial, realizar pruebas exhaustivas para garantizar que los flujos de conversación funcionen correctamente y que las respuestas sean precisas.

AOKI es una solución accesible y efectiva para empresas pequeñas y medianas que buscan proponer un chatbot sin incurrir en altos costos ni depender de conocimientos técnicos avanzados. Su facilidad de uso, enfoque en comercio electrónico y capacidad de integración multicanal la convierten en una opción ideal para automatizar la atención al cliente y mejorar las conversiones. Sin embargo, para empresas con necesidades más complejas o que requieren capacidades de inteligencia artificial avanzadas, podría ser necesario considerar plataformas más robustas. AOKI se destaca como una herramienta poderosa para quienes desean una solución simple y rápida que aporte valor inmediato al negocio.

La plataforma AOKI será utilizada como la solución tecnológica para la propuesta de un chatbot en la tienda en línea de carteras a crochet. Su selección se basa en su facilidad de uso, enfoque práctico en comercio electrónico, y su capacidad de integrarse con los principales canales de comunicación utilizados por los clientes, como WhatsApp y Facebook Messenger. A continuación, se detalla su aplicación en el contexto de este proyecto:

➤ **Automatización de la Atención al Cliente**

AOKI se utilizará para configurar un chatbot capaz de responder automáticamente las preguntas más frecuentes de los clientes. Estas consultas incluirán información sobre precios, disponibilidad de productos, tiempos de envío y métodos de pago. Este enfoque permitirá optimizar los tiempos de respuesta y mejorar la experiencia del cliente.

➤ **Integración Multicanal**

El chatbot desarrollado con AOKI será integrado en los canales de comunicación más utilizados por la tienda, como WhatsApp y Facebook Messenger. Esto asegurará que la herramienta esté disponible en las plataformas preferidas por los usuarios, maximizando su accesibilidad y efectividad.

➤ **Generación de Leads y Conversión de Ventas**

La plataforma permitirá capturar datos de contacto de los clientes interesados y enviarlos a sistemas de marketing digital para nutrir campañas de seguimiento. Además, AOKI facilitará la conversión de interacciones en ventas mediante respuestas rápidas y personalizadas, guiando al cliente a lo largo del proceso de compra.

➤ **Implementación Rápida y Escalable**

Gracias a las plantillas preconfiguradas de AOKI, la configuración del chatbot será rápida, permitiendo que la tienda comience a ver resultados en un corto periodo de tiempo. Su escalabilidad asegura que el sistema pueda adaptarse al crecimiento del negocio y manejar mayores volúmenes de interacción en el futuro.

➤ **Análisis de Métricas y Mejora Continua**

AOKI proporcionará estadísticas detalladas sobre las interacciones del chatbot, incluyendo tiempos de respuesta, preguntas más frecuentes y niveles de satisfacción del cliente. Estas métricas serán utilizadas para evaluar el impacto de la herramienta y realizar ajustes para optimizar su desempeño.

La propuesta de AOKI busca no solo mejorar la atención al cliente y optimizar los procesos de la tienda, sino también posicionarla como un negocio competitivo en el mercado digital. Esta plataforma será el eje central de la estrategia tecnológica planteada en la monografía, alineándose con los objetivos de incrementar las ventas y fidelizar a los clientes mediante el uso de herramientas digitales innovadoras.

4.3.2 Describir el impacto de la implementación del chatbots en la experiencia del cliente en las ventas.

De acuerdo con los datos obtenidos en los gráficos, la propuesta de un chatbot en la tienda en línea de carteras a crochet tendría un impacto significativo y positivo tanto en la experiencia del cliente como en el incremento de las ventas. Este impacto puede describirse en los siguientes aspectos clave

➤ Mejora en los Tiempos de Respuesta

Uno de los principales resultados esperados de la propuesta del chatbot es una significativa reducción en los tiempos de respuesta a las consultas de los clientes.

Actualmente, los tiempos prolongados afectan negativamente la experiencia del usuario, y según los datos, el 72.4% de los encuestados ha enfrentado este problema. Con el chatbot, se espera que las respuestas a preguntas frecuentes, como precios, disponibilidad de productos, métodos de pago y tiempos de envío, sean inmediatas y estén disponibles las 24 horas del día. Esto no solo evitará la frustración del cliente al esperar por información, sino que también reducirá la probabilidad de abandono en el proceso de compra.

Además, la capacidad del chatbot para manejar múltiples consultas de manera simultánea garantizará que ningún cliente quede sin atención, incluso en momentos de alta demanda. La mejora en los tiempos de respuesta será un factor clave para cambiar la percepción de la calidad del servicio, transformándolo de "regular" a "bueno" o "excelente". Este cambio impactará positivamente en la satisfacción del cliente, ya que un servicio rápido y eficiente genera confianza y fidelidad hacia la tienda.

El resultado esperado es que esta mejora no solo aumentará la satisfacción general, sino que también contribuirá a un mayor volumen de conversiones.

Los clientes que reciben respuestas rápidas están más propensos a completar sus compras, lo que generará un impacto directo en las métricas de ventas de la tienda. En resumen, la reducción de los tiempos de respuesta será un beneficio tangible que optimizará tanto la experiencia del cliente como el desempeño comercial del negocio.

➤ **Atención Multicanal y Accesible**

La propuesta del chatbot permitirá una integración efectiva con los principales canales de comunicación utilizados por los clientes: WhatsApp y Facebook Messenger. Estos canales representan el 44.4% y el 37.1% de preferencia entre los usuarios, respectivamente, lo que indica que son esenciales para cualquier estrategia de atención al cliente. Con el chatbot, la tienda podrá ofrecer un servicio uniforme y consistente a través de estas plataformas, asegurando que los clientes reciban respuestas rápidas y precisas en sus canales preferidos.

Se espera que la atención multicanal no solo mejore la accesibilidad del servicio, sino que también incremente la percepción de profesionalismo de la tienda. Al estar presente en los espacios digitales donde los clientes interactúan regularmente, el negocio reforzará su relevancia y aumentará su capacidad para captar la atención de nuevos usuarios. Esta integración también facilitará el proceso de interacción para los clientes, quienes no tendrán que adaptarse a nuevas plataformas para comunicarse con la tienda.

Un beneficio adicional esperado es la posibilidad de centralizar la gestión de consultas en una única herramienta, simplificando las operaciones internas del negocio. Esto reducirá la carga de trabajo del personal y permitirá enfocarse en tareas de mayor valor estratégico. Además, la capacidad del chatbot para operar de manera simultánea en múltiples canales asegura que la calidad de la atención no se vea afectada durante picos de demanda.

El resultado esperado es que la atención multicanal proporcione una experiencia accesible, eficiente y profesional que posicione a la tienda como un negocio moderno y orientado al cliente.

Esto no solo fortalecerá la relación con los consumidores actuales, sino que también atraerá a nuevos clientes, ampliando el alcance y el impacto de la tienda en el mercado

➤ **Digital. Incremento en la Satisfacción del Cliente**

El impacto esperado en la satisfacción del cliente con la propuesta del chatbot será considerable. Actualmente, el servicio de atención al cliente es percibido como "regular" por el 58.1% de los encuestados, lo que refleja una necesidad crítica de mejora. El chatbot abordará esta deficiencia proporcionando un servicio uniforme, rápido y personalizado que transformará la percepción del cliente sobre la calidad de la atención ofrecida por la tienda.

El chatbot permitirá mantener un estándar constante de servicio, eliminando variaciones asociadas con la atención humana. Esto significa que todos los clientes recibirán el mismo nivel de profesionalismo y exactitud en sus respuestas, independientemente del volumen de consultas. Además, su capacidad para recordar interacciones previas y personalizar las respuestas con base en las necesidades específicas de cada cliente generará una experiencia más significativa y satisfactoria.

El chatbot también garantizará que las consultas sean atendidas en cualquier momento del día, lo que elimina la frustración de los clientes que anteriormente no podían obtener asistencia fuera del horario comercial. Este cambio no solo mejorará la percepción del servicio, sino que también contribuirá a fortalecer la relación del cliente con la marca.

Como resultado, se espera que los clientes tengan una experiencia más positiva, lo que se traducirá en mayores niveles de fidelización y una mayor disposición a recomendar la tienda a otros. En última instancia, la mejora en la satisfacción del cliente será un factor determinante para el crecimiento sostenido del negocio, ya que los clientes satisfechos no solo vuelven a comprar, sino que también ayudan a construir una reputación sólida y confiable para la tienda en el mercado digital.

➤ **Aumento en la Probabilidad de Compra**

La propuesta del chatbot tendrá un impacto directo en el incremento de las probabilidades de compra. Según los datos recopilados, el 72.1% de los clientes afirmó que una mejora en los tiempos de respuesta y en la atención al cliente aumentaría su disposición a realizar una compra. Este resultado destaca la importancia de optimizar estos aspectos como una estrategia para impulsar las ventas y aprovechar cada oportunidad de negocio.

El chatbot facilitará el proceso de compra al proporcionar respuestas rápidas y precisas a preguntas críticas, como precios, disponibilidad de productos, tiempos de envío y métodos de pago. Este acceso inmediato a la información eliminará los puntos de fricción que a menudo desmotivan a los clientes y los llevan a abandonar el proceso de compra. Además, la automatización de estas interacciones permitirá que los clientes reciban asistencia en tiempo real, independientemente del momento en que realicen sus consultas.

Un beneficio clave esperado es la capacidad del chatbot para guiar al cliente a través del ciclo completo de compra. Por ejemplo, si un cliente muestra interés en un producto específico, el chatbot puede ofrecer detalles adicionales, sugerir artículos relacionados o proporcionar incentivos como descuentos para cerrar la venta. Este enfoque proactivo no solo aumentará la probabilidad de conversión, sino que también fomentará una experiencia de compra más dinámica y personalizada.

En términos generales, se espera que el chatbot impulse un aumento en la tasa de conversión y en el volumen de ventas al eliminar las barreras de información y atención que actualmente limitan el proceso de compra. Esto posicionará a la tienda como un negocio eficiente y centrado en las necesidades de sus clientes, maximizando el potencial de crecimiento en el mercado digital.

➤ **Impacto de la propuesta del Chatbot en la Experiencia del Cliente y las Ventas**

La propuesta de un chatbot en la tienda en línea de carteras a crochet impactará positivamente tanto la experiencia del cliente como las ventas. Al automatizar respuestas a consultas frecuentes, el chatbot reducirá significativamente los tiempos de respuesta, proporcionando información inmediata y precisa las 24 horas del día. Esto eliminará uno de los principales obstáculos en la atención al cliente, mejorando su percepción y aumentando la satisfacción general.

El chatbot también permitirá una atención multicanal, integrándose con plataformas populares como WhatsApp y Facebook Messenger, los canales preferidos por los clientes. Esto garantizará una experiencia accesible y uniforme, fortaleciendo la relación entre los clientes y la marca. Además, el chatbot tendrá la capacidad de personalizar interacciones, recordando datos previos y sugiriendo ofertas específicas, lo que fomentará una experiencia más significativa y relevante para cada usuario.

En términos de ventas, el impacto será directo. Al mejorar la experiencia del cliente, se espera un aumento en la probabilidad de compra, ya que el 72.1% de los encuestados indicó que una atención más rápida influiría positivamente en su decisión de compra. Asimismo, la disponibilidad continua permitirá captar oportunidades en horarios no convencionales, ampliando las posibilidades de conversión.

El chatbot no solo transformará la forma en que los clientes perciben el servicio, sino que también optimizará el proceso de compra. Este cambio fortalecerá la fidelización, incrementará las conversiones y posicionará a la tienda como un negocio competitivo en el entorno digital actual.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones generales

Análisis de la situación actual de la tienda en línea de carteras a crochet La evaluación inicial identificó que la tienda opera únicamente en Facebook y WhatsApp Business, lo que limita su capacidad para atender eficientemente las consultas de los clientes. La dependencia de estas plataformas sin herramientas automatizadas genera tiempos de respuesta prolongados y una experiencia inconsistente, factores que afectan negativamente la satisfacción del cliente y las tasas de conversión. Además, se evidenció que las consultas frecuentes de los clientes están relacionadas con precios, disponibilidad de productos, métodos de pago y tiempos de envío. Estas áreas representan oportunidades clave para la automatización y la optimización del servicio al cliente mediante un chatbot.

Identificación de plataformas digitales más adecuadas de inteligencia artificial para la implementación de chatbots Después de analizar diferentes opciones, se determinó que la plataforma AOKI es la más adecuada para este proyecto debido a su facilidad de uso, integración multicanal con WhatsApp y Facebook Messenger, y su enfoque en comercio electrónico. AOKI permite configurar rápidamente un chatbot eficiente y escalable, con capacidades para personalizar interacciones, manejar consultas simultáneamente y operar las 24 horas del día. Además, su accesibilidad económica y sus plantillas preconfiguradas lo hacen ideal para pequeñas empresas como esta tienda en línea.

Impacto de la propuesta del chatbot en la experiencia del cliente y las ventas, la propuesta del chatbot mejorará significativamente la experiencia del cliente al reducir los tiempos de respuesta y ofrecer atención personalizada de manera constante. Se espera un aumento en la probabilidad de compra, ya que el 72.1% de los clientes indicó que una mejor atención influiría positivamente en su decisión de compra. Asimismo, la herramienta permitirá personalizar ofertas y captar información relevante para estrategias de fidelización, contribuyendo a un incremento directo en las conversiones y posicionando a la tienda como un negocio competitivo en el entorno digital.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda iniciar con una configuración básica en WhatsApp y Facebook Messenger utilizando la plataforma AOKI. Esto permitirá abordar rápidamente las principales consultas de los clientes mientras se evalúan las funcionalidades avanzadas.

Es esencial que el equipo de la tienda reciba capacitación para supervisar y ajustar el desempeño del chatbot, asegurando que las respuestas sean precisas y alineadas con los valores de la marca.

Se sugiere utilizar las herramientas analíticas de AOKI para medir el impacto del chatbot en la experiencia del cliente y en las ventas, realizando ajustes periódicos para optimizar su desempeño.

Aprovechar la capacidad del chatbot para enviar ofertas personalizadas y promociones en tiempo real, fortaleciendo la relación con los clientes y aumentando las tasas de conversión.

A medida que se evalúe el éxito del chatbot, se recomienda integrar nuevas funcionalidades, como recomendaciones basadas en inteligencia artificial y soporte en varios idiomas, para expandir su impacto y atraer nuevos mercados.

6. APORTE CIENTÍFICO Y SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación aporta una solución práctica basada en inteligencia artificial para optimizar la atención al cliente y aumentar las ventas en un negocio local de comercio electrónico. Desde el punto de vista científico, este estudio demuestra cómo la implementación de tecnologías accesibles y escalables, como los chatbots, puede transformar procesos empresariales, mejorar la experiencia del cliente y fomentar el crecimiento sostenible en pequeños negocios. Además, genera un marco de referencia replicable para otros comercios similares que enfrentan desafíos en el ámbito digital.

En el aspecto social, la investigación destaca el valor de la tecnología como una herramienta democratizadora que permite a pequeños negocios competir en mercados digitales, reduciendo brechas tecnológicas y mejorando la interacción con sus comunidades. Asimismo, promueve la adopción de innovaciones que benefician tanto a los negocios como a los consumidores, fomentando relaciones más cercanas, personalizadas y efectivas. Este trabajo representa un paso hacia la modernización del comercio local, con impactos positivos en la economía regional y en la satisfacción del cliente.

7. BIBLIOGRAFIA

- Caine, A. (2020). Crochet: The Complete Guide to Creating Beautiful Crochet Projects. En Chaffey, D. (2015). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. En *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
- Coats, & Clark. (2015). The Art of Crochet: Complete Guide to Crochet Techniques. En *The Art of Crochet: Complete Guide to Crochet Techniques*. (p.10).
- Gnewuch,, U., Morana, S., & Maedche, A. (2017). Towards the development of a chatbot for customer service: A design science research approach. En *Towards the development of a chatbot for customer service: A design science research approach*.
- Kotler, P., & Kelle, K. (2016). Dirección de marketing. En *Dirección de marketing*. Pearson Educación.
- Laudon, K., & Traver, C. (2016). E-commerce: Business, Technology, Society. En *E-commerce: Business, Technology, Society* (pág. 112). Pearson.
- LeCun, Y., Bengio, Y., & Haffner, P. (2015). Gradient-based learning applied to document recognition.
- Rusell, S., & Norvig, P. (2016). Artificial Intelligence, *Artificial Intelligence* (3ra ed.). Pearson.
- Shum, H., He, J., & Li, D. (2018). From Eliza to Xiaoice: Challenges and Opportunities with AI Conversational Agents. ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology. En *From Eliza to Xiaoice: Challenges and Opportunities with AI Conversational Agents*. ACM Transactions on Intelligent Systems and Technology.
- Turban, E., Outland, J., King, D., & Lee, J. (2018). Electronic Commerce 2018: A Managerial and Social Managerial and Social Networks Perspective. Zendesk, E. (12 de Julio de 2023). Actualización de precios de Zendesk para 2023: Qué debe saber. Zendesk. Obtenido de.

ANEXOS

Encuesta para Clientes

1. ¿Con qué frecuencia realiza compras en línea?

- a) Frecuentemente
- b) Ocasionalmente
- c) Raramente
- d) Nunca

2. ¿Qué canal utiliza más para comunicarse con las tiendas en línea?

- a) WhatsApp
- b) Facebook Messenger
- c) Instagram Direct
- d) Página web
- e) Otros:

3. ¿Qué dispositivo usa más para realizar compras en línea?

- a) Teléfono móvil
- b) Computadora
- c) Tablet
- d) Otros:

4. ¿Cómo calificaría su experiencia con la atención al cliente de la tienda en línea de carteras a crochet?

- a) Excelente
- b) Buena
- c) Regular

d) Deficiente

5. ¿Ha tenido dificultades para obtener respuestas rápidas de la tienda?

a) Si

b) No

6. ¿Cuáles son sus principales necesidades cuando contacta a la tienda?

a) Consultar precios

b) Ver disponibilidad de productos

c) Preguntar sobre métodos de pago

d) Consultar tiempos de envío.

e) Otros:

7. ¿Está familiarizado con el uso de chatbots en tiendas en línea?

a) Si

b) No

8. ¿Considera útil tener un chatbot que responda a sus consultas automáticamente?

a) Muy útil

b) Algo útil

c) Poco útil

d) No útil

9. ¿Qué beneficios espera de un chatbot? (puede elegir más de una opción)

a) Respuestas rápidas

b) Información disponible las 24 horas

c) Personalización en las respuestas

d) Reducción de tiempos de espera

e) Otros:

10. ¿Qué tan cómodo se sentiría interactuando con un chatbot en lugar de un humano para consultas simples?

a) Muy cómodo

b) Algo cómodo

c) Poco cómodo

d) Nada cómodo

11. Si la tienda mejorara su tiempo de respuesta y atención con un chatbot, aumentaría su probabilidad de compra? a) Si - b) No - c) Tal vez

12. ¿Qué le motivaría a realizar una compra en la tienda en línea?

a) Ofertas personalizadas

b) Mejor experiencia de atención

c) Tiempos de respuesta rápidos

d) Otros:

Encuesta para Dueño de la Tienda

1. ¿Qué canal de comunicación usan más tus clientes para contactarte?

a) WhatsApp

b) Facebook

c) Instagram

d) Página web

2. ¿Cuánto tiempo promedio demoras en responder a las consultas de los clientes?

a) Menos de 5 minutos

b) Entre 5 y 30 minutos

c) Entre 30 minutos y 1 hora

d) Más de 1 hora

3. ¿Qué tipo de consultas son las más comunes?

a) Precios

b) Disponibilidad de productos.

c) Métodos de pago

d) Tiempo de envío

4. ¿Conoce los beneficios de los chatbots con inteligencia artificial?

a) Si

b) No

5. ¿Cree que un chatbot podría ayudarle a mejorar su atención al cliente?

a) Si

b) No

6. ¿Qué características le gustaría que tuviera un chatbot para su tienda?

a) Responder preguntas frecuentes

b) Tomar pedidos automáticamente

c) Ofrecer recomendaciones personalizadas

d) Otros:

7. ¿Qué barreras ve para implementar un chatbot en su tienda?

a) Costo elevado

b) Falta de conocimientos técnicos

c) Falta de tiempo para aprender e implementar

d) Otros:

8. ¿Estaría dispuesto a probar un chatbot durante un periodo de prueba gratuito?

a) Si

b) No