

MAYO
2025

REPORTE



El impacto cuantificable de la atención automatizada inteligente en la **experiencia del cliente y la rentabilidad**

Contenidos



0.	RESUMEN EJECUTIVO	3
I.	EI IMPERATIVO DE LA INMEDIATEZ Y LA EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE A. Expectativas del cliente moderno: velocidad y resolución como prioridad B. El alto costo de la insatisfacción: riesgos para la marca y la rentabilidad	4-5
II	LA ATENCIÓN AUTOMATIZADA CON IA: UN PILAR PARA LA EXCELENCIA OPERATIVA A. Disponibilidad 24/7: Un servicio sin límites de tiempo ni geografía B. Optimización de la carga de trabajo y productividad del agente C. Tabla: Impacto de la automatización en la eficiencia y carga de trabajo de agentes	6-8
III.	REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS A. Transformando el centro de costos en centro de valor	9-10
IV.	EL PANORAMA DE LA I.A. EN CHILE A. Índice latinoamericano de inteligencia artificial 2024 (ILIA) B. Métricas clave de retorno financiero de la adopción de la I.A. en Chile	11-13
V.	RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI): LA RENTABILIDAD COMPROBADA DE LA IA EN ATENCIÓN AL CLIENTE A. Proyecciones y ejemplos de ROI Global B. ROI proyectado para la atención automatizada inteligente	14-15
VI.	WHATSAPP Y REDES SOCIALES: CANALES ESTRATÉGICOS PARA LA ATENCIÓN AUTOMATIZADA A. Preferencia del cliente y potencial de interacción B. Ventajas de la implementación vía API de WhatsApp Business	16-17
VII.	CIERRE	18
VIII.	AUTORA	19
IX.	FUENTES REPORTE	21-22
X.	GLOSARIO	23-24

Resumen ejecutivo

La evolución de las expectativas del cliente ha transformado radicalmente el panorama del servicio. Los consumidores modernos ya no se conforman con largos tiempos de espera o soporte inconsistente; por el contrario, exigen interacciones inmediatas, personalizadas y disponibles en todo momento a través de sus canales digitales preferidos. En este contexto, las soluciones de atención automatizada, especialmente aquellas potenciadas por la Inteligencia Artificial (IA), no son meras actualizaciones tecnológicas, sino imperativos estratégicos para cualquier negocio que aspire a la relevancia y la competitividad. La IA está redefiniendo la interacción con el cliente, permitiendo un soporte más rápido, preciso y profundamente personalizado, lo cual es fundamental dado que el 82% de los profesionales de servicio reportan un aumento en las demandas de los clientes.

Este informe demuestra cómo la atención automatizada, particularmente cuando se complementa con la IA, ofrece beneficios multifacéticos. Impulsa significativamente la satisfacción del cliente al reducir drásticamente los tiempos de espera y mejorar las tasas de resolución. Además, optimiza la eficiencia operativa al automatizar tareas rutinarias y aligerar la carga de trabajo de los agentes humanos. Finalmente, genera un retorno de la inversión (ROI) convincente al reducir los costos operativos y liberar capital humano para interacciones estratégicas de mayor valor. El efecto combinado de estos factores posiciona el servicio automatizado como un motor crítico tanto para la lealtad del cliente como para la rentabilidad final de la empresa.

Existe una brecha significativa entre lo que los clientes esperan y lo que las empresas ofrecen en términos de atención. Por ejemplo, en Chile, los usuarios de redes sociales esperan una respuesta en menos de 24 horas, y el primer contacto no debería exceder las 4 horas. A nivel global, el 46% de los clientes espera una respuesta en menos de 4 horas, y un 12% la desea en los primeros 15 minutos. Sin embargo, el tiempo de respuesta promedio de las empresas es de 12 horas, y en ocasiones puede extenderse hasta 8 días. Esta disparidad no es solo un problema de servicio al cliente; representa una amenaza directa y cuantificable para los ingresos, la cuota de mercado y la reputación de una empresa.

Un servicio deficiente aleja activamente a los clientes, como lo demuestra el hecho de que el 81% de los usuarios en Chile dejaría una marca por una mala experiencia, y el 50% de los clientes elige a la competencia después de una sola experiencia negativa. Para las empresas que logran cerrar esta brecha, se presenta una oportunidad considerable para diferenciarse, captar cuota de mercado y construir una lealtad más sólida. Esto transforma el servicio al cliente de un centro de costos reactivo a un diferenciador estratégico proactivo y un generador de ingresos, haciendo de la inversión en soluciones automatizadas una estrategia competitiva crucial para asegurar el futuro del negocio.



I. EL IMPERATIVO DE LA INMEDIATEZ Y LA EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

A. Expectativas del cliente moderno: velocidad y resolución como prioridad ◆

La exigencia de inmediatez es una constante innegociable para los clientes de hoy. En Chile, los usuarios de redes sociales esperan una respuesta a sus preguntas o reclamos en menos de 24 horas, siendo el tiempo ideal para el primer contacto no superior a 4 horas. Esta expectativa local se alinea con las tendencias globales, donde el 46% de los clientes anticipa una respuesta en menos de 4 horas, y un notable 12% la espera en los primeros 15 minutos. Esta realidad contrasta marcadamente con el tiempo de respuesta promedio de las empresas, que a menudo se sitúa en 12 horas, e incluso puede prolongarse hasta 8 días en casos extremos. Esta disparidad subraya una necesidad crítica e inmediata para que las empresas aceleren drásticamente sus mecanismos de respuesta.

Más allá de la mera velocidad, la efectividad de la resolución, especialmente en la primera interacción, es primordial. **Mejorar la resolución en el primer contacto es vital, ya que un asombroso 50% de los clientes optará por un competidor después de experimentar una sola interacción negativa. Por el contrario, una resolución rápida y efectiva mejora significativamente la lealtad del cliente: el 73% de los clientes cuyos problemas se resuelven rápidamente tienen más probabilidades de volver a comprar a la misma empresa.** Esto resalta que una respuesta ágil solo es valiosa si conduce a una solución satisfactoria y definitiva.

I. EL IMPERATIVO DE LA INMEDIATEZ Y LA EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

B. El alto costo de la insatisfacción: riesgos para la marca y la rentabilidad

Las consecuencias de un servicio al cliente deficiente son particularmente severas en el mercado chileno. **Un contundente 81% de los usuarios en Chile afirma explícitamente que dejaría de usar una marca, producto o servicio después de una única experiencia negativa con el servicio al cliente. Esta estadística es un indicador potente del riesgo financiero directo y sustancial que un soporte al cliente** inadecuado representa para las empresas. Transforma la inversión en un servicio superior de una mera mejora a una estrategia defensiva crucial para la protección de la cuota de mercado y los ingresos.

La alta tasa de abandono de clientes, donde el 81% de los usuarios chilenos dejaría una marca tras una mala experiencia, y el 50% globalmente elige a la competencia después de una sola interacción negativa, no es una pérdida simple. Es un efecto multiplicador que genera un impacto en cascada. Más allá de la pérdida directa de las futuras compras de ese cliente, existe el potencial de boca a boca negativo, quejas en redes sociales y daño a la reputación, lo que puede disuadir a nuevos clientes potenciales.

El costo de adquirir un nuevo cliente es a menudo significativamente más alto que el de retener uno existente. Por lo tanto, el costo de no prevenir la deserción a través de un servicio excelente es exponencialmente mayor que la inversión necesaria para brindar dicho servicio. Este **"multiplicador de abandono"** significa que una mala experiencia puede llevar a múltiples oportunidades perdidas.

Invertir en un servicio al cliente superior, especialmente a través de la automatización que garantiza consistencia y velocidad, es una estrategia crítica para salvaguardar los flujos de ingresos existentes y prevenir fugas financieras significativas debido a la deserción de clientes. El cálculo del ROI para el servicio automatizado debe considerar implícitamente estos costos de abandono evitados, destacando el valor financiero preventivo.

Además, aunque el **20%** de los **usuarios chilenos** reporta que todas sus quejas fueron resueltas, un preocupante 21% informa una tasa de resolución inferior al **10%**. Esta inconsistencia en la resolución crea una paradoja. Los clientes no solo desean que sus problemas se resuelvan; buscan una experiencia predecible, confiable y uniforme. La amplia disparidad en las tasas de resolución sugiere una falta de procesos estandarizados o de herramientas efectivas. Las soluciones automatizadas, por su propia naturaleza, están diseñadas para ofrecer un rendimiento consistente. Ya sea un chatbot basado en reglas o un sistema impulsado por IA, las respuestas y los caminos son estandarizados. Esta consistencia inherente puede abordar la variabilidad observada en el servicio al cliente chileno. Incluso si un sistema automatizado no resuelve de inmediato cada problema complejo (lo que aún puede requerir la intervención humana), su capacidad para proporcionar respuestas consistentes, rápidas y precisas para consultas rutinarias mejora significativamente la confianza y la satisfacción general del cliente. La consistencia que brinda la automatización se convierte en una propuesta de valor oculta, pero poderosa, que construye la fiabilidad de la marca.

II. LA ATENCIÓN AUTOMATIZADA CON IA: UN PILAR PARA LA EXCELENCIA OPERATIVA

A. Disponibilidad 24/7: Un servicio sin límites de tiempo ni geografía

53%

De los consumidores chilenos utilizan activamente los chatbots **después de las 7 PM**

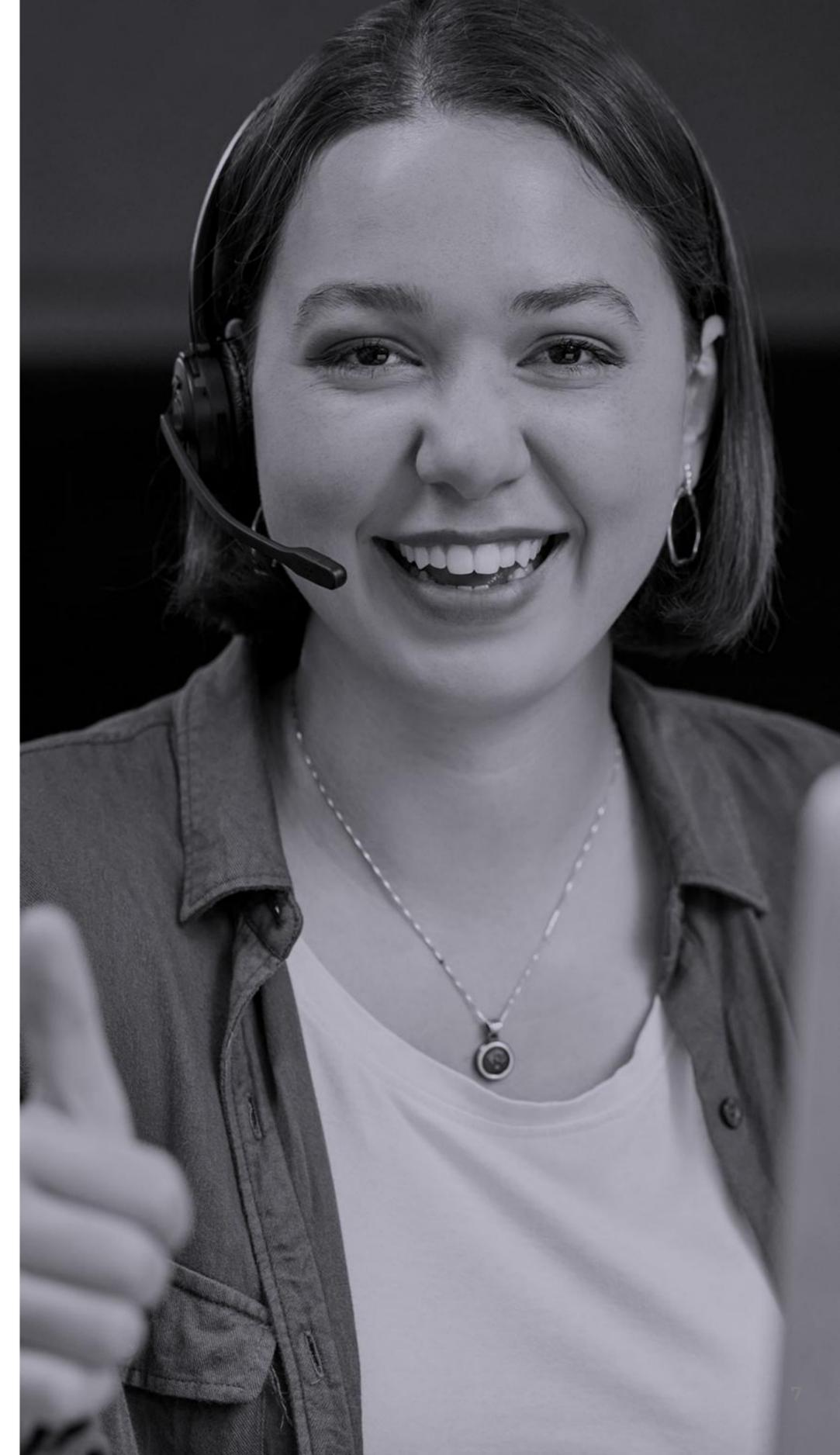
La capacidad de los chatbots impulsados por IA para ofrecer soporte 24 horas al día, 7 días a la semana, los 365 días del año, crea un "trabajador incansable" para cualquier empresa. Esta disponibilidad ininterrumpida es crucial para satisfacer las expectativas del cliente moderno de ayuda rápida y conveniente, especialmente considerando que el 53% de los consumidores chilenos utiliza activamente los chatbots después de las 7 PM, lo que indica una fuerte demanda de soporte fuera del horario comercial. La automatización puede manejar eficientemente hasta el **80%** de las consultas estándar, asegurando una asistencia consistente sin la necesidad de personal humano a tiempo completo. Esta accesibilidad global garantiza un servicio uniforme en diversas zonas horarias y geografías, eliminando efectivamente las limitaciones tradicionales del soporte al cliente



B. Optimización de la carga de trabajo y productividad del agente

Los agentes de IA transforman fundamentalmente el rol de los agentes humanos al automatizar tareas repetitivas y sencillas, **liberándolos para concentrarse en interacciones con clientes más complejas y de alto valor**. Por ejemplo, los agentes humanos suelen dedicar hasta el 60% de su tiempo a consultas básicas, las cuales pueden ser manejadas completamente por la IA. **Esta reasignación estratégica del esfuerzo no solo aumenta drásticamente la productividad de los agentes, sino que también contribuye a reducir las tasas de rotación al disminuir el estrés y fomentar un ambiente de trabajo más atractivo.**

Las herramientas impulsadas por IA actúan como poderosos asistentes para los agentes humanos, proporcionando sugerencias en tiempo real, auto-completando los detalles del cliente y ofreciendo plantillas de respuesta pre-aprobadas. Esto permite a los agentes resolver problemas significativamente más rápido y con mayor precisión. Además, funcionalidades como los resúmenes automáticos de llamadas, el análisis predictivo y el enrutamiento inteligente de llamadas optimizan los flujos de trabajo, reduciendo drásticamente el tiempo dedicado a cada interacción. Este concepto, denominado **"habilitación del representante"**, es crucial para equipar a los representantes del centro de contacto para satisfacer las expectativas de los clientes, que no dejan de aumentar, **lo que conduce a una fuerza laboral más eficiente y menos agotada.**



C. Tabla: Impacto de la automatización en la eficiencia y carga de trabajo de agentes

La siguiente tabla detalla el impacto cuantificable de la automatización en la eficiencia operativa y la carga de trabajo de los agentes. Esto es de gran relevancia para la eficiencia operativa, ya que cuantifica las mejoras en el rendimiento de los agentes. También aborda el elemento humano, demostrando que la IA complementa a los agentes humanos, haciéndolos más productivos y reduciendo el agotamiento, en lugar de simplemente reemplazarlos. La tabla proporciona métricas concretas y medibles que los tomadores de decisiones pueden comprender y aplicar fácilmente a sus propios contextos operativos. Al mostrar cómo se descargan las tareas rutinarias, se destaca la oportunidad para que los agentes humanos se centren en interacciones más complejas, empáticas y de mayor valor, que son fundamentales para la lealtad del cliente y las ventas adicionales. Esto contribuye a un caso de negocio más completo, que va más allá del ahorro de costos para demostrar mejoras en la satisfacción de los empleados y la calidad general del servicio.

Métrica de Impacto	Dato Cuantificable
Reducción en Tiempo de Respuesta del Agente	98% de reducción
Porcentaje de Consultas Manejadas por Automatización	22% de todas las consultas Hasta 80% de consultas rutinarias 62% de casos resueltos por automatización
Reducción en Tiempo de Capacitación de Nuevos Agentes	60% de reducción
Optimización del Tiempo de Búsqueda de Información	Reducción del 64% o más
Aumento de la Productividad del Agente	Los agentes manejan más consultas en menos tiempo ; se enfocan en tareas de mayor valor
Reducción del Agotamiento del Agente	La IA elimina tareas repetitivas y optimiza la carga de trabajo



La inversión en servicio al cliente automatizado, particularmente con IA, debe enmarcarse no solo como una medida de reducción de costos, sino como un movimiento estratégico para desbloquear nuevas fuentes de ingresos, mejorar la rentabilidad general del negocio y construir una organización más ágil y receptiva. Redefine el servicio al cliente como un activo estratégico que contribuye activamente a los objetivos de crecimiento de la empresa.

III. REDUCCIÓN DE COSTOS OPERATIVOS

A. Transformando el centro de costos en centro de valor



La automatización constituye la base fundamental para lograr ahorros de costos significativos en el servicio al cliente. **Los chatbots impulsados por IA han demostrado reducir los gastos de servicio al cliente hasta en un 30%.** Algunos análisis indican eficiencias aún mayores, sugiriendo hasta un 25% de reducción en los costos operativos en comparación con los canales de soporte tradicionales.

Tradicionalmente, los departamentos de servicio al cliente se han considerado centros de costos necesarios, responsables principalmente de resolver problemas y gestionar quejas. Sin embargo, **los datos demuestran que la IA no solo reduce los costos operativos, sino que también mejora la eficiencia y, lo que es crucial, libera a los agentes humanos para tareas de mayor valor, como la venta cruzada y la venta adicional.** Cuando los agentes están menos abrumados por las consultas rutinarias, pueden centrarse en la interacción proactiva, las recomendaciones personalizadas y la resolución de problemas complejos que contribuyen directamente al aumento de las ventas y al valor de vida del cliente. Esto transforma la función del departamento.

Además, la capacidad de **escalabilidad de las soluciones automatizadas** es una ventaja competitiva fundamental para el crecimiento. Las soluciones de chatbots y automatización están diseñadas para escalar, lo que significa que pueden manejar un volumen creciente de consultas sin un aumento proporcional en la dotación de personal o los costos de infraestructura física. Las empresas a menudo enfrentan desafíos con la demanda fluctuante (por ejemplo, estacionalidad del negocio, aumentos en campañas de marketing) o ambiciosos objetivos de crecimiento. Los modelos tradicionales centrados en el ser humano luchan por escalar de manera eficiente sin incurrir en aumentos significativos de costos lineales (por ejemplo, contratación y capacitación de más personal, expansión del espacio de oficina). Las soluciones automatizadas proporcionan una infraestructura flexible y elástica que puede adaptarse sin problemas a los diferentes niveles de demanda. Esto significa que una empresa puede aumentar su base de clientes o lanzar nuevas iniciativas sin preocuparse de que el servicio al cliente se convierta en un cuello de botella o en un gasto incontrolable. Esto convierte al servicio al cliente automatizado en una inversión ideal para empresas dinámicas centradas en el crecimiento rápido o aquellas que operan en mercados con demanda impredecible. Garantiza una calidad de servicio consistente y un control de costos incluso a medida que el negocio se expande, proporcionando una ventaja competitiva crítica.

IV. EL PANORAMA DE LA I.A. EN CHILE

A. Impactos macroeconómicos y en la productividad

La adopción de la Inteligencia Artificial (IA) en Chile está generando un impacto transformador y cuantificable en la economía nacional y en el desempeño financiero de las empresas. El país se ha consolidado como un líder regional en la implementación de IA, una posición respaldada por un entorno favorable para la investigación, el desarrollo y la adopción tecnológica. Esta fortaleza subyacente ha propiciado un ciclo positivo donde la madurez en la adopción de IA se traduce directamente en beneficios económicos tangibles.

Diversos estudios evidencian que las iniciativas de IA en Chile ya están produciendo un retorno de inversión (ROI) notable, alcanzando un multiplicador de tres veces su costo inicial, la cifra más alta en la región junto con Colombia. Un **42%** de las empresas chilenas ya reporta retornos positivos de sus inversiones en IA. Según las mediciones realizadas por el Centro Nacional de Inteligencia Artificial (CENIA), Chile posee el potencial inherente para elevar su crecimiento del PIB nacional hasta en **1.2 puntos porcentuales** en los próximos años, una mejora directamente atribuible a la adopción acelerada de la IA. Esta proyección optimista se basa principalmente en la anticipada reducción del tiempo que los trabajadores dedicarán a actividades rutinarias, ya que estas tareas se acelerarán y optimizarán cada vez más mediante el uso de la IA.

La combinación del sólido liderazgo de Chile en preparación para la IA y los retornos financieros ya materializados por las empresas sugiere un potente ciclo de crecimiento. La adopción exitosa y temprana de la IA está fomentando una mayor inversión y una integración más amplia de esta tecnología, lo que a su vez refuerza el liderazgo regional de Chile y establece una trayectoria de crecimiento autosostenible. **Este fenómeno se observa cuando un entorno habilitador robusto, que incluye infraestructura y capital humano, permite que las inversiones en IA generen una rentabilidad demostrable, validando así la inversión inicial y animando a más empresas a embarcarse en su propio viaje de adopción de la IA.**

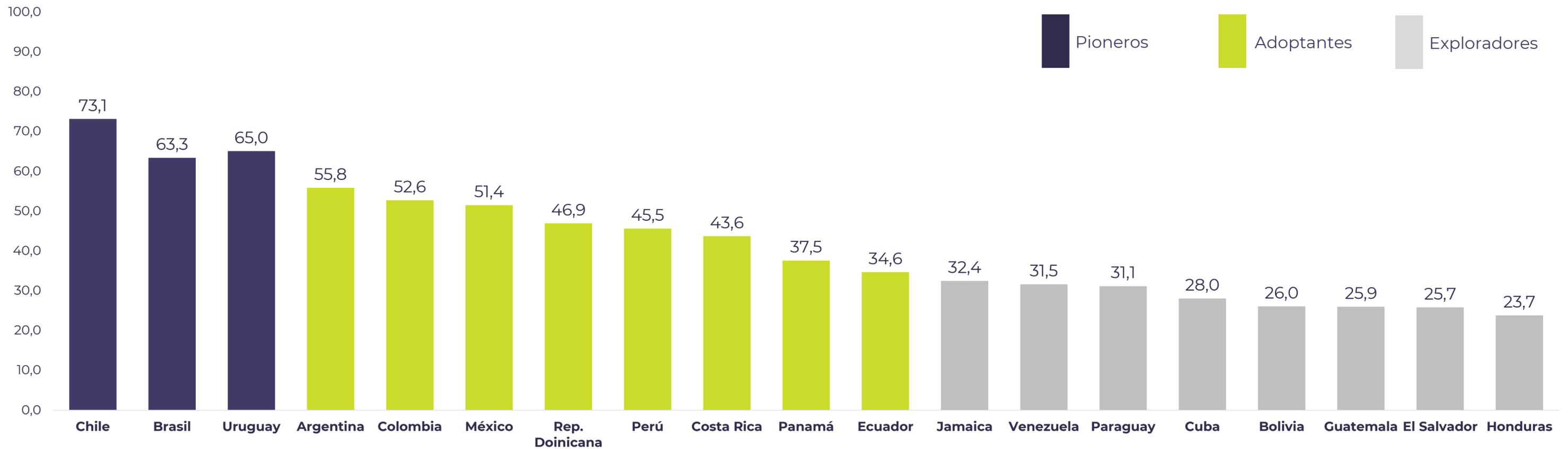


+1.2 pp PIB

ATRIBUIBLES A LA ADOPCIÓN DE LA I.A. EN CHILE

IV. EL PANORAMA DE LA I.A. EN CHILE

PUNTAJE TOTAL ÍNDICE LATINOAMERICANO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL 2024 (ILIA)



La taxonomía del ILIA está compuesta por dimensiones, subdimensiones, indicadores y subindicadores que entregan una perspectiva estructurada e integral de los ecosistemas de IA en los países de la región. Los resultados generales del 2024, reflejan los puntajes individuales de cada uno de los 19 países de América Latina y el Caribe, y permiten comparar de manera visual el rendimiento relativo de todos ellos dentro de la región.

Debido al amplio alcance geográfico que abarca este estudio, el índice puede presentar desafíos a la hora de hacer una comparación relativa de los países. Por ello, y con el fin de mejorar la claridad y facilitar el análisis, la edición del ILIA 2024 agrupa a los países según el grado de madurez alcanzado en las dimensiones de Factores Habilitantes (como conectividad, cobertura redes móviles, hogares que tienen computadora, alfabetización en IA, etc), Investigación: Desarrollo y Adopción (I+D+A) y Gobernanza: dando paso a tres categorías: **Pioneros, Adoptantes y Exploradores.**

Un análisis económico más amplio realizado por The Economist corrobora este potencial, pronosticando que la Inteligencia Artificial podría aumentar colectivamente el PIB de toda la región latinoamericana en **más del 5% para el año 2030**. Dentro de este contexto regional, Chile se encuentra en una posición única para mejorar significativamente su productividad general y su competitividad global mediante la adopción estratégica de la IA.

B. Métricas clave de retorno financiero de la adopción de la I.A. en Chile

El mercado de la Inteligencia Artificial en Chile ha experimentado un crecimiento impresionante, registrando un aumento del 26%. Un notable 49% de las organizaciones en Chile han implementado con éxito soluciones de IA en menos de 6 meses, superando ligeramente el promedio global del 48%. Esto indica una alta preparación y eficiencia en la adopción.

Si bien el tiempo promedio requerido para recuperar la inversión inicial en IA en Chile se sitúa en 16.8 meses, lo cual es ligeramente más largo que el promedio regional de 14.1 meses, es notable que un significativo 20% de las organizaciones encuestadas lograron recuperar su inversión inicial en un período notablemente corto de menos de 6 meses. Además, los datos indican una alta eficiencia en la finalización de proyectos: el 63% de las empresas concluyen con éxito sus proyectos de IA en menos de 12 meses, y el 49% lo logra en menos de 6 meses. Esto resalta la capacidad efectiva de Chile para la integración rápida y la materialización de beneficios de las tecnologías de IA.

42%

Empresas chilenas obtienen ROI basado en la adopción de la I.A.

3x

Multiplicador de ROI de la I.A. (sobre costo inicial)

16.8

Meses promedio de recuperación de la inversión.

20%

Empresas chilenas recuperaron la inversión en <6 meses.

74%

De empresas chilenas con calidad de trabajo mejorada por I.A.

V. RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI): LA RENTABILIDAD COMPROBADA DE LA IA EN ATENCIÓN AL CLIENTE

A. Proyecciones y ejemplos de ROI Global

El cálculo del ROI para los chatbots de soporte al cliente implica típicamente una comparación clara: **los ahorros de costos derivados de las llamadas o consultas automatizadas frente a los costos operativos de manejar esas mismas interacciones con agentes humanos.** Los Indicadores Clave de Rendimiento (KPIs) cruciales para evaluar el éxito de tales inversiones incluyen el número de solicitudes resueltas completamente por el chatbot, la reducción en el tiempo promedio de respuesta, las puntuaciones de Satisfacción del Cliente (CSAT), la tasa de desviación (es decir, cuántas conversaciones se desvían con éxito de los agentes humanos) y el costo general por consulta. Un ejemplo hipotético detallado ilustra este potencial, mostrando un sólido **72%** de ROI en el primer año para una inversión en un centro de contacto, que luego se dispara drásticamente al **363%** en el segundo año a medida que los costos iniciales se amortizan y las eficiencias se capitalizan.

La trayectoria del ROI de la IA es notablemente acelerada. El ejemplo de cálculo de ROI detallado muestra un ROI del 72% en el Año 1, que luego salta a un impresionante 363% en el Año 2. Este crecimiento no lineal sugiere que, si bien existen costos de configuración iniciales, los ahorros operativos (por ejemplo, reducción de mano de obra, aumento de la eficiencia) y los beneficios de ingresos (por ejemplo, mejora de la experiencia del cliente que conduce a mayores ventas) se capitalizan rápidamente con el tiempo. La inversión gana impulso después del primer año.

Este ROI acelerado proporciona un argumento poderoso para la inversión estratégica a largo plazo, asegurando a los clientes potenciales que los beneficios no son solo inmediatos, sino que crecen exponencialmente, creando una ventaja competitiva sostenida.

Los primeros adoptantes verán sus retornos multiplicarse más rápidamente, ampliando la brecha con los competidores. Esto transforma la inversión de un gasto a corto plazo en un activo estratégico a largo plazo que genera un valor creciente con el tiempo, haciendo que el caso de negocio sea aún más convincente para las organizaciones con visión de futuro.

Además, la IA actúa como un multiplicador de productividad, no solo como un reductor de costos. Si bien las significativas reducciones de costos son evidentes (como se detalla en la Sección III.C), el estudio de HubSpot para Chile revela que el 45% de los ejecutivos atribuyen a la IA una contribución significativa a los KPIs de Marketing, y el 43% reporta cambios significativos en la eficiencia (con un 28% adicional reportando aumentos moderados). Esto indica que el papel de la IA se extiende mucho más allá de simplemente recortar los gastos operativos. Mejora activamente el rendimiento en diversas funciones comerciales, incluyendo marketing, ventas y productividad general. La IA agiliza los flujos de trabajo, mejora el análisis de datos y permite una toma de decisiones más estratégica. Al automatizar tareas rutinarias y proporcionar información, la IA capacita a los equipos humanos para que se centren en la innovación, la planificación estratégica y la interacción con clientes de alto valor. Esto conduce no solo a ahorros de costos, sino también a una mayor generación de ingresos y competitividad en el mercado. La propuesta de valor debe enfatizar la capacidad de la IA para actuar como un "multiplicador de productividad", impulsando el crecimiento general del negocio y facilitando el logro de objetivos estratégicos, en lugar de ser simplemente una herramienta para el recorte operativo. Se trata de permitir que las empresas logren más y mejores resultados con sus recursos existentes, lo que lleva a una empresa más competitiva, ágil y rentable.

V. RETORNO DE LA INVERSIÓN (ROI): LA RENTABILIDAD COMPROBADA DE LA IA EN ATENCIÓN AL CLIENTE

ROI proyectado para la atención automatizada inteligente

La siguiente tabla presenta una proyección del retorno de la inversión para la atención automatizada inteligente, combinando datos locales y globales para ofrecer una perspectiva completa y convincente.

Métrica de Ahorro / Caso de Éxito	Dato Cuantificable
Empresas Chilenas que Reportan ROI de IA	42% de las empresas chilenas
Proyección de Reducción de Costos Global de Gartner (Centros de Contacto)	\$80 mil millones para 2026
Ejemplo de ROI para Inversión en Centro de Contacto	Año 1: 72% Año 2: 363%
Impacto de la Satisfacción del Cliente en los Ingresos	Empresas que sobresalen en experiencia de clientes impulsan ingresos 4% a 8% más altos
Aumento de Beneficios por Mejora en Retención de Clientes	Un aumento del 5% en la retención puede impulsar las ganancias en 25% a 95%

VI. WHATSAPP Y REDES SOCIALES: CANALES ESTRATÉGICOS PARA LA ATENCIÓN AUTOMATIZADA

A. Preferencia del cliente y potencial de interacción

WhatsApp se ha consolidado como una plataforma particularmente preferida por los clientes para resolver inconvenientes relacionados con el servicio. En Chile, se posiciona como el segundo canal de contacto más elegido, con un **23%** de los usuarios, siguiendo de cerca al soporte telefónico tradicional (37%), pero superando significativamente a las ubicaciones físicas (29%) y al software de atención al cliente dedicado (11%). Esta preferencia local refleja las tendencias globales, donde el **67%** de los clientes encuentra las redes sociales un canal conveniente para las interacciones de servicio al cliente.

Con la asombrosa cifra de 3 mil millones de usuarios activos en todo el mundo, WhatsApp es una plataforma en la que los clientes ya confían y con la que interactúan diariamente, presumiendo de una impresionante tasa de apertura del 98% para los mensajes. Esta presencia ubicua la convierte en una plataforma ideal y altamente estratégica para implementar soluciones de servicio al cliente automatizado.



B. Ventajas de la implementación vía API de WhatsApp Business

La implementación del servicio al cliente a través de la API de WhatsApp Business desbloquea un conjunto de poderosas ventajas. **Permite la comunicación instantánea y en tiempo real, lo que reduce drásticamente los tiempos de espera y aumenta significativamente la satisfacción del cliente.** La plataforma admite la mensajería rica en medios, incluyendo imágenes, videos, notas de voz y botones interactivos, lo que facilita una mejor resolución de problemas y crea conversaciones más atractivas que el texto plano. La integración perfecta con el software CRM y de mesa de ayuda existente es un beneficio crítico, proporcionando a los agentes acceso instantáneo a un contexto completo del cliente, lo que lleva a respuestas altamente personalizadas y eficientes. Además, el acceso **multi-agente** permite que varios miembros del equipo vean y contribuyan al mismo hilo de chat, agilizando la resolución de consultas complejas y asegurando que no se pierda ningún detalle.

Los clientes ya utilizan WhatsApp de forma extensiva para su comunicación personal. Este comportamiento existente se traduce en mayores niveles de confianza y comodidad cuando las empresas utilizan la misma plataforma para el servicio al cliente. Se siente menos como una transacción formal y más como una conversación con un amigo. Esta confianza y comodidad existentes contribuyen directamente a **la impresionante tasa de apertura desde un 68% para los mensajes de WhatsApp.**

Esto significa que las comunicaciones se ven y se interactúa con ellas, a diferencia de las tasas potencialmente más bajas en otros canales. Aprovechar WhatsApp no se trata solo de "encontrar a los clientes donde están"; se trata de aprovechar un canal establecido de confianza y alta participación. Esto impulsa significativamente la adopción y la tasa de éxito de las iniciativas de servicio automatizado, ya que los clientes son más receptivos a interactuar con una marca en una plataforma que ya usan y confían, haciendo que el servicio automatizado se sienta menos intrusivo y más útil.

Aunque los chatbots son efectivos, a veces enfrentan el desafío de ser percibidos como impersonales o "regulares". Las capacidades de medios enriquecidos de WhatsApp (imágenes, videos, notas de voz, botones interactivos) se destacan como beneficios clave. La capacidad de enviar o recibir un video que explica un problema técnico, o una imagen de un producto, hace que la interacción sea mucho más completa y eficiente que solo el texto. Esta riqueza visual y auditiva puede hacer que una interacción automatizada se sienta más completa, menos robótica y más parecida a una conversación humana. El uso estratégico de medios enriquecidos en las interacciones automatizadas de WhatsApp puede mitigar eficazmente algunas de las desventajas percibidas de la automatización. Esto mejora la experiencia general del cliente, haciendo que el servicio impulsado por IA se sienta más satisfactorio y efectivo, mejorando así la percepción y aceptación del cliente del soporte automatizado. Este es un diferenciador crucial y un punto de venta para una solución entregada específicamente a través de WhatsApp.



Las soluciones de servicio al cliente automatizadas, en particular aquellas integradas con Inteligencia Artificial y desplegadas a través de WhatsApp y redes sociales, abordan directamente los desafíos más apremiantes que enfrentan las empresas modernas. Estas soluciones no solo cumplen, sino que superan las elevadas expectativas de los clientes en cuanto a inmediatez y resolución efectiva, mitigando así los riesgos significativos asociados con un servicio deficiente. Además, ofrecen ahorros de costos sustanciales, una mejora drástica en la eficiencia operativa y un retorno de la inversión (ROI) probado y medible. Esto no es meramente una actualización tecnológica, sino una transformación estratégica fundamental que impulsa tanto la lealtad del cliente como un rendimiento financiero robusto.

Autora:



ROSARIO HONORATO S.
DIRECTORA EJECUTIVA & OWNER
AIDEA CONSULTORA

Emprendedora con +23 años de experiencia en ecommerce y marketing online en los rubros de entretenimiento infantil, turismo, financiero, vitivinícola, inmobiliario, gastronomía, educación y retail, entre otros. PADE ESE, MBA-UC Alumni y periodista, especialista en estrategia online. Escritora y amante de la tecnología. Desde 2021 especializada y obsesionada con las oportunidades infinitas de la Inteligencia Artificial. Business Partner de Respond.io. Enfocada en compartir lo aprendido durante todos estos años ligada al mundo online.





Simplificamos lo complejo del mundo digital, entregando soluciones claras, eficaces y personalizadas que permitan enfocarte en su negocio, mientras Aidea se encarga de la estrategia digital.

Fuentes utilizadas en este informe

anda.cl

[Atención al Cliente en Chile: 81% dejaría una marca por mal ...](#)

zendesk.com.mx

[Tiempo de respuesta al cliente: qué es + 5 tips para mejorarlo](#)

puromarketing.com

[Los consumidores actuales tienen mayores expectativas en cuanto a la atención al cliente y la resolución de problemas tras sus compras - Puro Marketing](#)

callcenterstudio.com

[Boosting Call Center Efficiency: AI Strategies for Reducing Agent Burnout](#)

convin.ai

[How AI Agents Enhance Customer Support and Boost Efficiency](#)

botpress.com

[How to Calculate ROI for 3 Types of Chatbots - Botpress](#)

salesforce.com

[AI in Customer Service: Everything You Need to Know | Salesforce US](#)

hubtype.com

[3 Great Examples of Companies Using WhatsApp for Customer ...](#)

zoko.io

[How to Use WhatsApp for Customer Service Effectively](#)

Df.cl

<https://www.df.cl/marketing/ia-en-chile-impacto-desafios-y-oportunidades-para-las-organizaciones>

Indicelatam.cl

https://indicelatam.cl/wp-content/uploads/2025/01/ILIA_2024_020125_compressed.pdf

BCI Alcances Económicos de la IA enero 25

https://media-front.elmostrador.cl/2025/01/Bci-Alcances-Econo%CC%81micos-de-la-IA_27Ene25.pdf

Fuentes utilizadas en este informe

Df.cl

<https://www.df.cl/marketing/ia-en-chile-impacto-desafios-y-oportunidades-para-las-organizaciones>

Microsoft.com

<https://news.microsoft.com/es-xl/el-74-de-las-grandes-empresas-chilenas-incrementara-su-presupuesto-de-ia-en-los-proximos-dos-anos-segun-un-estudio-de-idc/>

Oracle.com

<https://www.oracle.com/cl/erp/financials/ai-finance/>

Cenia.cl

<https://cenia.cl/2024/12/16/50-de-la-fuerza-laboral-de-chile-puede-mejorar-significativamente-su-productividad-adoptando-la-ia-generativa/>

Glosario

- **Eficiencia Operativa:** Se refiere a la capacidad de una empresa para realizar sus operaciones de la manera más efectiva y económica posible, utilizando los recursos de forma óptima para lograr los resultados deseados.
- **Tiempos de Respuesta:** Es el tiempo que tarda una empresa en dar una primera contestación a una consulta, pregunta o problema planteado por un cliente. Los clientes actuales esperan respuestas muy rápidas.
- **Resolución en el Primer Contacto:** Es la capacidad de resolver completamente el problema o la consulta de un cliente en la primera interacción, sin que el cliente tenga que contactar de nuevo o ser transferido.
- **Disponibilidad 24/7:** Significa que un servicio está disponible en todo momento, las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año, sin interrupciones.
- **CRM (Customer Relationship Management):** Es un sistema de gestión de relaciones con los clientes que ayuda a las empresas a organizar y analizar la información de sus clientes, gestionar interacciones y mejorar las relaciones comerciales.
- **Omnicanalidad:** Es una estrategia que busca ofrecer una experiencia de cliente fluida y consistente a través de todos los canales de comunicación disponibles (online, offline, redes sociales, teléfono, etc.), permitiendo al cliente cambiar de canal sin perder el contexto de su interacción.
- **Lead:** Es un cliente potencial, es decir, una persona o empresa que ha mostrado algún tipo de interés en los productos o servicios de tu empresa y que podría convertirse en un cliente real.
- **TMO (Tiempo Promedio de Operación) o AHT(Average Handle Time):** Es el tiempo promedio que un agente de servicio al cliente dedica a una interacción completa con un cliente, desde que comienza hasta que se resuelve el problema.
- **CSAT (Puntuación de Satisfacción del Cliente):** Es una métrica que mide el nivel de satisfacción de los clientes con un producto, servicio o interacción específica. Se suele obtener a través de encuestas cortas.

Glosario

- Atención Automatizada: Se refiere al uso de tecnología, como programas de computadora o sistemas inteligentes, para gestionar las interacciones con los clientes sin la necesidad de un agente humano. Su objetivo es ofrecer respuestas rápidas y eficientes.
- Inteligencia Artificial (IA): Es la capacidad de las máquinas para imitar la inteligencia humana, permitiéndoles aprender, razonar y resolver problemas. En el contexto de la atención al cliente, la IA permite respuestas más inteligentes, personalizadas y una mejor comprensión de las necesidades del usuario.
- WhatsApp Business API: Es una herramienta avanzada de WhatsApp diseñada para empresas grandes, que les permite automatizar y gestionar conversaciones con clientes a gran escala. Facilita la integración con otros sistemas empresariales para un servicio más eficiente.
- Redes Sociales (en atención al cliente): Son plataformas digitales como Facebook, Instagram o X (antes Twitter) que las empresas utilizan para interactuar directamente con sus clientes, responder preguntas, gestionar quejas y ofrecer soporte.
- ROI (Retorno de la Inversión): Es una métrica financiera que calcula la ganancia o el beneficio obtenido de una inversión en relación con el costo de esa inversión. Un ROI positivo indica que la inversión fue rentable.
- KPIs (Indicadores Clave de Rendimiento): Son valores medibles que se utilizan para evaluar el éxito de una actividad, un proyecto o un proceso en relación con los objetivos estratégicos de una empresa. Ayudan a saber si se están cumpliendo las metas.
- Chatbot: Es un programa de computadora diseñado para simular una conversación humana, ya sea por texto o voz. Se utiliza para responder preguntas frecuentes, guiar a los usuarios y realizar tareas básicas de forma automática.
- Experiencia del Cliente (CX): Es la percepción general que un cliente tiene de todas sus interacciones con una empresa, desde el primer contacto hasta el soporte post-venta. Una buena CX es fundamental para la satisfacción y lealtad del cliente.