



## **CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

### **TITULO:**

Análisis de factibilidad del uso de chatbot y su incidencia en la optimización de procesos de atención a los clientes de una gerencia de comercio exterior, GEREXT.

### **LINEA DE INVESTIGACIÓN:**

Inteligencia de mercados

### **PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

Licenciada en Negocios Internacionales

### **AUTORA:**

Camili Mishelle Moncayo Mora

### **ASESORA:**

Mgt. Andrea Dueñas

**Esmeraldas, 2025**

## **TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

Trabajo de tesis aprobado luego de haber cumplido con todos los requisitos exigidos por el tribunal en el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

---

**LECTOR 1**

---

**LECTOR 2**

---

**COORDINADORA DE LA CARRERA DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Mgt. Andrea Stefania Dueñas Mendoza**

---

**DIRECTORA DE TESIS**

**Mgt. Andrea Stefania Dueñas Mendoza**

## **AUTORÍA.**

Yo, Camili Mishelle Moncayo Mora, portadora de la cedula de ciudadanía N.- 0803600436 declaro ser autora del presente proyecto de investigación denominado “Análisis de factibilidad del uso de chatbot y su incidencia en la optimización de procesos de atención a los clientes de una gerencia de comercio exterior, GEREXT.”, el cual original, autentico y personal. En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

**Camili Mishelle Moncayo Mora.**

CI: 0803600436

## **DEDICATORIA**

Es más que primordial darle las gracias a Dios que me ha permitido cumplir este objetivo ya que sin el nada de esto hubiera sido posible. También gracias a mi mamá Verónica Mora siendo mi mayor motivación porque gracias a ella, por ella y para he logrado esta etapa en mi vida, haciendo que su amor y apoyo incondicional rompan cada barrera para que juntas logremos esta meta. También gracias a mi abuelita Edilma Trejo, mi segunda madre que ya no está en este mundo hace cuatro años, pero siempre estaré segura que desde el cielo me cubrió y me cubrirá con sus bendiciones cada día para cumplir mis sueños que también una vez fueron los suyos. Gracias a mi papá Hernan Moncayo que con mucha emoción y orgullo me apoyaba y me decía que iba a cumplir mis objetivos y lo mucho que quería verme convertir en una gran mujer. Y finalmente agradezco a mi compañera de clases y amiga incondicional que la universidad y Dios me han dado, a Juliana Montaña por haberse convertido en una maravillosa amiga dentro de mi vida universitaria.

## **AGRADECIMIENTO**

Durante el proceso de la carrera Dios me ha puesto en el camino y en la vida a personas que han hecho de la Carrera de Negocios internacionales más bonita, personas como la profesora y coordinadora Andrea Dueñas que gracias a su apoyo y preocupación en cada proceso hemos podido culminar esta etapa con excelencia, a pesar de los problemas con la certificación internacional ella ha sabido tener comprensión y empatía en la situación que cursamos con ese tema. También hay personas como la profesora Mónica, gracias a ella por brindarnos su gran carisma y sabiduría al otorgarnos conocimiento muy valioso en el proceso de aprendizaje de los negocios internacionales. Le agradezco al profe Panchito por el conocimiento brindado y por permitirme realizar este tema de tesis, esperando que contribuya de forma significativa a GEREEXT, así como también agradezco el aprendizaje impartido en las aulas por parte del profesor Mario dándonos a conocer lo importante que es el comercio exterior en el mundo y a cómo hacerlo de la forma correcta. Finalmente le agradezco a mis compañeros de clase especialmente a mi grupito “Los esquizofrénicos” para hacer de esta etapa universitaria una etapa muy alegre y mas cómoda.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	11
<b>Descripción del problema</b> .....	11
<b>Justificación</b> .....	12
<b>Objetivo general</b> .....	12
<b>Objetivos específicos</b> .....	12
<b>1. MARCO TEÓRICO</b> .....	13
<b>1.1. Bases teóricas</b> .....	13
<b>1.1.1. Ventaja competitiva en la adopción de tecnologías innovadoras</b> .....	13
<b>1.1.2. Chatbot con inteligencia artificial para empresas</b> .....	13
<b>1.1.3. Chatbots con IA y las expectativas en la atención al cliente</b> .....	14
<b>1.1.4. Uso de chatbot para la optimización de procesos de atención al cliente</b>	14
<b>1.2. Antecedentes</b> .....	15
<b>1.2.1. Chatbots para la atención al cliente en empresas de servicios</b> .....	15
<b>1.2.2. Chatbots para la optimización de procesos en atención al cliente</b> .....	16
<b>2. METODOLOGÍA</b> .....	16
<b>2.1. Contextualización</b> .....	16
<b>2.2. Enfoque de la investigación</b> .....	17
<b>2.3. Alcance de la investigación</b> .....	17
<b>2.4. Tipo de investigación</b> .....	17

<b>2.5. Población y muestra</b> .....	17
<b>2.5.1. Población</b> .....	17
<b>2.5.2. Muestra</b> .....	18
<b>2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	18
<b>2.6.1. Técnicas</b> .....	18
<b>2.6.2. Instrumentos</b> .....	18
<b>2.7. Procedimientos de análisis de datos</b> .....	19
<b>Tabla 1</b> <i>Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la entrevista hacia los Clientes</i> .....	19
<b>Tabla 2</b> <i>Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la Entrevista hacia el Personal</i> .....	19
<b>Tabla 3</b> <i>Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la Revisión Documental</i> .....	20
<b>3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	21
<b>3.1. Presentación y análisis de datos</b> .....	21
<b>3.2. Expectativas de los clientes sobre aceptación del chatbot</b> .....	21
<b>3.2.1. Expectativas y disposición de uso</b> .....	21
<b>3.2.2. Expectativa sobre las funcionalidades</b> .....	21
<b>3.3. Desafíos técnicos y económicos asociados a la implantación de un chatbot</b>	
23	
<b>3.4. Beneficios asociados al uso de un chatbot</b> .....	23

3.5. <b>Discusión</b> .....	25
<b>4. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES</b> .....	26
4.1. <b>Conclusiones</b> .....	26
4.2. <b>Recomendaciones</b> .....	27
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	28
<b>ANEXOS</b> .....	30
<b>ANEXO 1:</b> .....	30
<b>ANEXO 2:</b> .....	33
<b>ANEXO 3:</b> .....	34
<b>ANEXO 4:</b> .....	35
<b>ANEXO 5:</b> .....	38
<b>ANEXO 6:</b> .....	39
<b>ANEXO 7:</b> .....	40

## ÍNDICE DE TABLA

<b>Tabla 1</b> Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la entrevista hacia los Clientes .....	19
<b>Tabla 2</b> Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la Entrevista hacia el Personal.....	19
<b>Tabla 3</b> Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la Revisión Documental.....	20

## **REUSMEN**

En la actualidad, los avances tecnológicos y la adaptación de ellos en las empresas del mundo son un tema crucial para adaptarse a las necesidades y preferencias del mercado. Herramientas conversacionales como los chatbots con inteligencia artificial son tecnologías innovadoras para las empresas de todo tipo y más que todo para las empresas de servicios. Este estudio analiza la factibilidad de usar un chatbot en la página web de una Gerencia de comercio Exterior (GEREXT) para la optimización de procesos de atención al cliente. Incorpora un enfoque cualitativo, que permitió conocer las expectativas de los clientes así como también determinar los desafíos técnicos y económicos que tiene la empresa asociados a su aplicación y detallar los beneficios de aquella herramienta tecnológica. El alcance exploratorio pretendió investigar un área poco estudiada, como los chatbots en servicios de comercio exterior, por otro lado, fue descriptivo porque detallo las expectativas, desafíos y beneficios asociados a su uso. Se emplearon técnicas como entrevistas a los principales clientes de GEREXT así como también a su personal, además se realizó revisión documental para identificar sus beneficios. Los resultados obtenidos en la investigación engloban expectativas favorables de los clientes hacia la aceptación del chatbot en los servicios ofrecidos por la empresa; hay desconocimiento de desafíos técnicos y económicos por parte del personal, sin embargo, contemplan los costos continuos de mantenimiento y actualización tecnológica para poder alcanzar un excelente servicio a través de aquella herramienta.

**Palabras claves:** Factibilidad, chatbot, servicios, clientes, optimización.

## **ABSTRACT**

Nowadays, technological advances and their adaptation in companies around the world are a crucial issue to adapt to market needs and preferences. Conversational tools such as chatbots with artificial intelligence are innovative technologies for companies of all kinds and especially for service companies. This study analyzes the feasibility of using a chatbot on the website of a Foreign Trade Management (GEREXT) to optimize customer service processes. It incorporates a qualitative approach, which allowed us to know the expectations of customers as well as to determine the technical and economic challenges that the company has associated with its application and to detail the benefits of that technological tool. The exploratory scope intended to investigate an area that has not been studied much, such as chatbots in foreign trade services, on the other hand, it was descriptive because it detailed the expectations, challenges and benefits associated with its use. Techniques such as interviews with GEREXT's main clients as well as its staff were used, and a documentary review was carried out to identify its benefits. The results obtained in the research include favorable expectations of customers regarding the acceptance of the chatbot in the services offered by the company; there is a lack of knowledge of technical and economic challenges on the part of the staff, however, they consider the continuous costs of maintenance and technological updating in order to achieve an excellent service through that tool.

**Keywords:** Feasibility, chatbot, services, clients, optimization.

## INTRODUCCIÓN

### **Descripción del problema**

La Gerencia de Comercio Exterior (GEREXT) es una empresa que ofrece soluciones logísticas, capacitaciones y asesorías en comercio exterior, gestión de importaciones y exportaciones, gestión aduanera y el despacho de carga (Gerext, 2021). Sin embargo, se ha identificado que en la página web de GEREXT no hay disponibilidad de un chatbot que proporcione información en tiempo real y ofrezca soporte personalizado a los clientes en sus demandas, aquella ausencia puede estar afectando la optimización de los procesos en atención al cliente, lo que puede resultar ser un obstáculo para dicha empresa en su objetivo de ser un aliado estratégico para empresas y personas que necesitan comprar o vender al exterior.

En la actualidad, el éxito de cualquier empresa, sea este dedicado a la oferta de productos o servicios, se ve representado no solo por la aceptación de estos, sino por su capacidad en la retención de los clientes. De modo que, lograr aquello requiere de grandes esfuerzos para consolidar procesos eficientes y ágiles, además de adoptar el uso de tecnologías innovadoras, y así conseguir que se sientan satisfechos los clientes en la relación entre ellos y la empresa (Nieto, 2020). Tomando en cuenta esta necesidad y el avance tecnológico que se dirige cada vez más hacia automatización de procesos ocasionando así la optimización de los mismos, se puede argumentar que la falta de implementación de tecnologías innovadoras en servicios logísticos y comerciales como un chatbot en la página web de GEREXT puede generar una experiencia de usuario desfavorable, ya que los clientes deben buscar información y resolver dudas a través de medios tradicionales, como correos electrónicos o llamadas telefónicas ocasionando falta de información en tiempo real que puede llevar a una menor eficiencia en los procesos y resolución de problemas en las operaciones del comercio exterior de sus clientes.

Por ello, es necesario analizar la factibilidad del chatbot y su influencia en la optimización de los procesos de atención al cliente de la empresa GEREXT de la provincia de Esmeraldas, por cual se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿De qué manera resulta factible el uso de un chatbot en la página web de la Gerencia de Comercio Exterior (GEREXT) para optimización de procesos y satisfacción de los clientes?

## **Justificación**

La presente investigación es muy relevante en la actualidad debido a que las herramientas de Inteligencia Artificial (IA) como los chatbots son un tema innovador y de gran impacto en los negocios de todo el mundo, ya que podría proporcionar información en tiempo real, ofrecer soporte personalizado y mejorar la eficiencia en la resolución de problemas y la toma de decisiones en las operaciones de comercio exterior de los clientes (Global Negotiator, 2024), es decir, contribuiría a la fidelización de los clientes para GEREXT.

Además, esta investigación aportaría al campo del uso de tecnologías innovadoras, como los chatbots, en el contexto de empresas de servicios logísticos y de comercio exterior. Si bien existen estudios previos sobre la aplicación de chatbots en diversos sectores, pero hay una brecha existente de conocimiento en cuanto a su implementación y efectos en empresas dedicadas a la gestión de importaciones y exportaciones, por lo cual los hallazgos de este estudio podrían servir como base para futuras investigaciones en esta área.

GEREXT como empresa objeto de estudio, ha brindado acceso a información relevante sobre sus procesos, clientes y necesidades, esto facilitará el análisis de factibilidad del presente estudio.

## **Objetivo general**

Analizar la factibilidad del uso de un chatbot en la página web de la Gerencia de Comercio Exterior (GEREXT) para optimizar los procesos de atención al cliente.

## **Objetivos específicos**

- Conocer las expectativas de los clientes sobre aceptación del chatbot en la página web de GEREXT.
- Determinar los desafíos técnicos y económicos asociados a la aplicación del chatbot en la página web de GEREXT para la optimización de procesos de atención al cliente.
- Detallar los beneficios asociados al uso de un chatbot en la página web de GEREXT para la optimización de procesos de atención al cliente.

# **1. MARCO TEÓRICO**

## **1.1. Bases teóricas**

### **1.1.1. Ventaja competitiva en la adopción de tecnologías innovadoras**

En el marco de la teoría de la ventaja competitiva es importante destacar lo mencionado por Matta (2015):

Porter afirmó: "La competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar. La empresa consigue ventaja competitiva mediante innovaciones", esto obliga directamente a las organizaciones a implementar en sus programas el compromiso y la promoción de la innovación en todas sus actividades (p. 3).

Lo expuesto anteriormente demuestra la relevancia de considerar la teoría de la ventaja competitiva de Porter al analizar la factibilidad del uso de chatbots en GEREXT, debido a que la implementación de tecnologías innovadoras son un factor avanzado y eficaz para impulsar la competitividad diferenciada en los servicios de comercio exterior. Además, el mismo enfatiza que como resultado de la globalización y la era tecnológica, ha impulsado una nueva forma de competir en el mercado (Matta, 2015). Lo cual obliga a las organizaciones a dejar obsoleto el concepto tradicional de competitividad que está basado en la ventaja comparativa para desarrollar e implementar estrategias de competitividad adaptadas a la actualidad del mercado, misma que están basadas a la teoría de ventaja competitiva elevando la productividad haciendo las más eficientes empresarialmente.

Mientras que Charan (2021) señala que aquellas empresas que tienen una ventaja sobre las demás son las que desarrollan un ecosistema usando la tecnología digital para beneficiar sus clientes. De esta forma se puede relacionar la teoría de ventaja competitiva enfocada en la implementación de tecnologías innovadoras como el chatbot en la página web de GEREXT podría representar una ventaja competitiva al mejorar la eficiencia de sus procesos de atención del cliente beneficiándolos en sus operaciones del comercio exterior.

### **1.1.2. Chatbot con inteligencia artificial para empresas**

La inteligencia artificial (IA) también llamada "intelligence", es uno de los componentes claves de los chatbots utilizados en el ámbito de atención al cliente (Garibay, 2020), ya que les

permite comprender las necesidades, requerimientos y problemas de los usuarios, ofreciéndoles soluciones efectivas y a la misma vez mejorar su desempeño en base a esas interacciones.

Además, estas herramientas basadas en inteligencia artificial buscan desarrollar sistemas que comprendan y respondan el lenguaje natural de manera inteligente en base al aprendizaje constante y al razonamiento (Collins et al, 2021). En definitiva, aquella herramienta conversacional busca generar interacciones de manera más natural y eficaz con los usuarios, al poder entender y procesar el lenguaje humano, así como aprender y adaptarse a las preferencias y necesidades de los clientes a lo largo del tiempo.

### **1.1.3. Chatbots con IA y las expectativas en la atención al cliente**

Las herramientas como chatbots impulsadas con IA tienen la capacidad de simular diálogos humanos de tal forma que brinda asistencia continua sin necesidad de la intervención humana (Nicolescu y Tudorache, 2022) aquello le permite al usuario obtener información importante dependiendo sus necesidades, lo cual ocasiona mejoras en la experiencia, expectativas y satisfacción de los clientes.

Por otro lado, la integración de chatbots y sistemas de IA ha traído consigo la promesa de generar interacciones más fluidas y personalizadas con los clientes, así como soluciones inteligentes en diversos sectores (Ramos, 2024). Mientras los chatbots mejoran la atención al cliente, la IA amplía posibilidades en términos de automatización y toma de decisiones, impactando significativamente en la forma en que interactuamos con la tecnología en el mundo moderno.

### **1.1.4. Uso de chatbot para la optimización de procesos de atención al cliente**

Un chatbot cuenta con la capacidad necesaria para atender las solicitudes de los clientes ya que trabaja de forma independiente sin la necesidad de contar con un asistente físico en el canal de comunicación, proporcionando una mejor experiencia y rapidez de datos, disponibilidad de tiempo las 24 horas del día, y un mayor rendimiento para lograr los objetivos planteados del marketing y negocios, por lo cual la asistencia automatizada del mismo es de gran ayuda (Casazola et al., 2021). Resaltando de tal manera que el uso de ese tipo de tecnología es de gran beneficio para las empresas, ya que la asistencia automatizada de la misma conlleva a la optimización de los procesos en la atención al cliente.

Desde otra perspectiva, los chatbots se han destacado por ser una herramienta eficaz de inteligencia artificial para mejorar el servicio del personal empresarial, brindando agilización de respuestas a consultas y necesidades de empleados y clientes por igual, optimizando los procesos internos y manteniendo una comunicación fluida entre la empresa y sus partes interesadas (Urrutia, 2023). Por lo tanto, esta herramienta tecnológica es eficaz para mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa mediante la optimización de procesos.

## **1.2. Antecedentes**

Para enfatizar la comprensión sobre la factibilidad del uso de una herramienta conversacional como el chatbot en la página de web de la empresa de servicios de comercio exterior GEREXT con el fin de edificar la influencia que tiene en la optimización de procesos de atención a los clientes, y tomando en cuenta que hay un inexistente conocimiento e información sobre su implementación en empresas de la misma actividad económica de gestión de operaciones de comercio exterior, por consecuencia es primordial examinar y analizar estudios previos y literaturas que otorguen un conocimiento importante sobre su uso en empresas de servicios y en instituciones descentralizadas para identificar hallazgos relevantes sobre los beneficios y desafíos que trae, lo cual serviría como contribución para la presente investigación.

### **1.2.1. Chatbots para la atención al cliente en empresas de servicios**

Vásquez et al. (2020) en la investigación propuso un chat conversacional para mejorar la atención al cliente en empresas de servicios de alquiler de maquinaria, bienes y equipos tangibles provenientes de la provincia de Tungurahua. Este estudio logró evidenciar que las empresas brindan un servicio básico, mientras que los clientes señalaron que han recibido una mala atención por lo que consideraron importante que aquellas implementen tecnología de IA, por lo tanto, se determinó que la usabilidad de chatbots en empresas de aquel sector produce un acercamiento con el cliente hacia la empresa y que sí existe una mejoría significativa en la atención del mismo.

Mientras que en otra investigación realizada por Ramos (2024) analizó el impacto potencial que tienen los chatbots en el mejoramiento de atención al cliente en el sector de servicios logísticos, para evaluar el rendimiento de diez empresas destacadas de Colombia, Perú y Ecuador. A través de ello obtuvo resultados significativos en base al potencial de los agentes virtuales para mejorar la atención brindada a los clientes, evidenciado su eficacia en la resolución de problemas y eficiencia operativa.

Además, Garibay (2020) determinó en su investigación que el uso de un asistente virtual no solamente permite optimizar los procesos de servicio al cliente, sino que también es beneficioso para mejorar la calidad en la atención al implementar en el programa Club Premier, agrandándole una ventaja competitiva con respecto a los servicios que brindan otras empresas similares, y alcanzando así su objetivo de proporcionar una solución para atender los canales conversacionales de dicha empresa a través de la utilización de un chatbot el cual este programado para entender a los usuarios y generar soluciones a los solicitantes.

### **1.2.2. Chatbots para la optimización de procesos en atención al cliente**

Un caso de estudio realizado por Yáñez (2020) , demostró la factibilidad de implementar sistemas conversacionales como los chatbots para la optimización de trámites en el GAD de Urdaneta ya que evidencio que el principal proceso de la institución es la atención a los clientes, puesto que necesitan ser atendidos de manera rápida debido a que la problemática radicó en que la mayoría de los usuarios se encuentran impacientes al no poder obtener o realizar los trámites que necesitan con prontitud ocasionando de tal manera confusiones y retrasos. Este estudio contribuyó en el análisis y diseño de una herramienta conversacional la cual brinde a los usuarios la posibilidad de satisfacer sus necesidades y así optimizar los procesos de atención al cliente para brindar un servicio de calidad a la comunidad.

Por otro parte, Urrutia (2023) concluye su investigación destacando que los chatbots son una solución viable y rentable en términos tecnológicos para la optimización de los procesos de atención al cliente en la dirección de talento humano y también fomenta una comunicación más efectiva con la comunidad de la Universidad Técnica de Babahoyo, al plantearse analizar un chatbot que mejore los servicios que son ofrecidos por los usuarios de la facultad de talento humano de la universidad.

## **2. METODOLOGÍA**

### **2.1.Contextualización**

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Esmeraldas, se realizaron investigaciones y análisis que contribuyeron al desarrollo del tema abordado. Este enfoque geográfico permitió obtener resultados relevantes y contextualizados para el estudio.

## **2.2. Enfoque de la investigación**

El enfoque de estudio empleado en la presente investigación fue cualitativo porque permitió conocer las expectativas de los clientes sobre la aceptación de la herramienta conversacional en los servicios que requieren, así como también conocer y determinar cuáles son los beneficios, desafíos técnicos y económicos que tiene la empresa asociados a su aplicación. A través del análisis inductivo y recopilación de datos no numéricos como entrevistas y revisión documental que ayudaron a llegar a una investigación más acertada sobre la factibilidad que tiene GEREXT en usar chatbot para la optimización de sus procesos en atención al cliente.

## **2.3. Alcance de la investigación**

El alcance de la investigación fue de naturaleza exploratoria y descriptiva. Exploratoria porque pretendió investigar un área poco estudiada, como es la implementación de chatbots en servicios de comercio exterior, lo que permitió generar conclusiones sobre su efectividad en aquel tipo de empresa de servicios. Por otro lado, descriptiva ya que busco detallar las expectativas de los clientes sobre el chatbot y los beneficios asociados a su uso en la optimización de procesos de atención al cliente.

## **2.4. Tipo de investigación**

El diseño de la investigación fue de tipo no experimental ya que no se implicó manipular deliberadamente las variables en estudio, más bien se centró en recopilar y analizar datos existentes mediante el análisis de contenidos documentales y la implantación de entrevistas para obtener información real y contextualizada sobre las expectativas de los clientes, y los desafíos técnicos y económicos que tiene la empresa respecto a implementación, lo fue esencial para determinar la viabilidad de un chatbot en la página web de GEREXT para optimizar los procesos de atención al cliente.

## **2.5. Población y muestra**

### **2.5.1. Población**

La población de la investigación es de carácter finito porque se enfocó en dos grupos específicos y delimitados de individuos, misma que esta dividida en dos segmentos: clientes y el personal de GEREXT.

### 2.5.2. Muestra

La muestra de esta investigación fue de tipo no probabilística y seleccionada a conveniencia, dado que se eligió a los participantes en función de su disponibilidad y relevancia para los objetivos del estudio. Esta estrategia es adecuada debido a la naturaleza cualitativa de la investigación, que busca obtener información detallada y contextualizada a partir de la muestra de los siguientes grupos:

- **Clientes de GEREEXT:** Se realizaron entrevistas a cuatro clientes de la empresa que representan a los principales usuarios de los servicios de GEREEXT, y sus opiniones sobre el chatbot fueron cruciales para entender su posible aceptación y efectividad.
- **Personal de GEREEXT:** Este grupo está constituido por dos trabajadores de la gerencia que se encuentran en la ciudad de Esmeraldas, quienes aportaron información valiosa sobre los aspectos técnicos y económicos relacionados con la implementación del chatbot.

## 2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

### 2.6.1. Técnicas

- **Entrevistas:** Entrevistas individuales a los cuatro clientes más frecuentes de GEREEXT los cuales fueron cuatro importadores. Y entrevistas individuales a dos trabajadores representativos de la empresa.
- **Revisión documental:** Recopilación y análisis de la literatura existente y también de estudios de otras empresas de servicios.

### 2.6.2. Instrumentos

- Las entrevistas se ejecutaron por medio de dos guiones estructurados, uno para los clientes y otro para el personal de GEREEXT, cada guión consta de diez preguntas. En el guión dirigido hacia los clientes se enfocó en la recopilación de opiniones, expectativas, sugerencias y disposiciones que tienen respecto al uso de herramientas conversacionales como el chatbot en los servicios ofrecidos por la empresa. Mientras que en el guión dirigido al personal de la gerencia de comercio exterior se centró en recopilar las opiniones, expectativas y consideraciones respecto a los desafíos técnicos y económicos asociados que tiene la empresa para la optimización de procesos de atención al cliente.

- La revisión documental mediante una matriz organizativa, posibilitó organizar la información y facilitó el análisis de los datos obtenidos con respecto a la literatura existente sobre los beneficios de herramientas conversaciones y los beneficios obtenidos en los estudios realizados en otras empresas de servicios.

## 2.7. Procedimientos de análisis de datos

**Tabla 1**

*Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la entrevista hacia los Clientes*

<b>Entrevistas hacia los clientes</b>	
<b>1.Preparación</b>	1.1. Identificar a los principales clientes de la empresa entre ellos exportadores e importados.
	1.2. Diseñar un guión para la entrevista el cual contenga preguntas sobre aceptación de un chatbot en GEREXT.
	1.3. Contactar a los clientes seleccionados de la empresa y programar las entrevistas en función de su disponibilidad.
<b>2.Ejecución</b>	2.1. Realizar las entrevistas individuales e incentivar cada uno de los participantes expresen sus perspectivas, opiniones, sugerencias y disposiciones.
	2.2. Registrar las respuestas de las entrevistas de los participantes mediante notas o grabaciones con su consentimiento.
<b>3.Análisis</b>	3.1. Transcribir las entrevistas grabadas.
	3.2. Analizar las expectativas de los clientes sobre aceptación del chatbot en la página web de GEREXT.

Fuente: Moncayo (2024), elaboración propia.

**Tabla 2**

*Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la Entrevista hacia el Personal*

<b>Entrevistas hacia al personal</b>	
<b>1.Preparación</b>	1.1. Seleccionar al personal de la empresa

	1.2. Diseñar el guion de la entrevista que contenga preguntas relacionadas a los desafíos que tiene la empresa con respecto a la aplicación de un chatbot.
	1.3. Contactar al personal de la empresa y programar las entrevistas en función de su disponibilidad.
<b>2.Ejecución</b>	2.1. Realizar entrevistas individuales e incentivar cada uno de los participantes expresen sus perspectivas, opiniones y consideraciones.
	2.2. Registrar las respuestas de las entrevistas de los participantes mediante notas o grabaciones con su consentimiento.
<b>3.Análisis</b>	3.1. Identificar los beneficios asociados al uso de un chatbot en la página web de GEREEXT respuestas de las entrevistas.

Fuente: Moncayo (2024), elaboración propia.

**Tabla 3**

*Ilustración del Procedimiento para el Análisis de Datos de la Revisión Documental*

<b>Revisión documental</b>	
<b>1. Recopilación de fuentes secundarias</b>	1.1. Identificar las fuentes secundarias relevantes como estudios académicos, tesis y artículos e investigaciones relacionadas a los resultados, beneficios e impactos que tienen los chatbots en los procesos de atención al cliente en las empresas de servicios
	1.2. Recopilar los documentos y ordenarlos en función de su conforme a los temas de la investigación.
<b>2.Creación de la matriz organizativa</b>	2.1. Crear una matriz que contenga en sus columnas los siguientes temas claves de la investigación: beneficios, impacto y desafíos.
	2.2. Crear las filas de la matriz para cada fuente documental.
<b>3.Análisis mediante la matriz</b>	3.1. Leer y analizar detenidamente cada fuente documental.
	3.2. Extraer la información relevante en relación con las categorías y llenar la matriz.

Fuente: Moncayo (2024), elaboración propia.

### **3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

#### **3.1. Presentación y análisis de datos**

Los resultados de la investigación se basan en entrevistas realizadas individualmente a cuatro clientes de Gerext así como también dos entrevistas dirigidas al personal de dicha empresa. El enfoque de la entrevista hacia los clientes buscó recopilar opiniones, expectativas, sugerencias y disposiciones que tienen respecto al uso de un chatbot en los servicios ofrecidos por la empresa, mientras que el enfoque de la entrevista hacia el personal se centró en recopilar las opiniones, expectativas y consideraciones respecto a los desafíos técnicos y económicos asociados a la implementación del mismo. Además, se realizó una revisión documental con la finalidad de conocer los beneficios asociados a las herramientas conversacionales como el chatbot de estudios realizados en otras empresas de servicios.

#### **3.2. Expectativas de los clientes sobre aceptación del chatbot**

##### **3.2.1. Expectativas y disposición de uso**

Uno de los cuatro clientes entrevistados, que ocupa el cargo de Auxiliar Contable en la Importadora Mero, destacó que una herramienta conversacional como el chatbot sí podría mejorar su experiencia como cliente al recibir respuestas inmediatas a sus inquietudes y necesidades, la misma también mencionó que el chatbot ayudaría a aclarar dudas relacionadas con el proceso de importación. Por otro lado, otro entrevistado, el Encargado de Compras Públicas de Nixma.SAS y representante legal de ZAMUAGRO.SAS, expresó que, aunque considera que un chatbot sí podría ser beneficioso, sugiere que sería más efectivo vincularlo a plataformas como WhatsApp, Instagram y Facebook, donde ya se comunica con frecuencia.

El Coordinador General Administrativo del Cuerpo de Bomberos del Cantón Atacames también manifestó su interés en utilizar un chatbot, señalando que facilitaría la obtención de información relacionada con importaciones. Finalmente, el Gerente Propietario de la Importadora Mero también contempló que esta herramienta podría ser útil para resolución de dudas sobre trámites y procesos de importación y enfatizó la necesidad de respuestas rápidas.

##### **3.2.2. Expectativa sobre las funcionalidades**

Todos los entrevistados expresaron que si esperarían encontrar información útil y servicios importantes a través del chatbot. Por ejemplo, uno de los entrevistados, la Auxiliar Contable de la Importadora Mero, mencionó que espera que el chatbot pueda aclarar dudas y proporcionar

información relevante según las solicitudes. Por otro lado, el encargado de compras públicas de Nixma.SAS y representante legal de ZAMUAGRO.SAS, indicó que anticipa recibir cotizaciones rápidas, seguimiento de carga y asesorías durante el proceso de importación. Además, el Coordinador General Administrativo del Cuerpo de Bomberos del Cantón Atacames destacó la importancia del seguimiento ágil de la carga y tiempos de entrega. El Gerente Propietario de la Importadora Mero también mencionó su interés en obtener información sobre productos y proveedores en el extranjero, así como preclasificaciones arancelarias.

Respecto a las funciones del chatbot, la Auxiliar Contable expresó su deseo por información sobre precios y calidad de productos internacionales. Sin embargo, uno de los entrevistados consideró que el chatbot debería estar vinculado a las redes sociales en lugar de implementarse directamente en la página web. El Coordinador General Administrativo sugirió la integración de un sistema de Gestión de Relaciones con el Cliente (CRM) para mejorar la relación con los clientes, mientras que el Gerente Propietario enfatizó la necesidad de una base de datos con las consultas más frecuentes.

En cuanto a si el chatbot podría complementar adecuadamente la atención personalizada, la mayoría de los entrevistados estuvo a favor. La Auxiliar Contable afirmó que una mejor comunicación podría hacer que el chatbot complemente efectivamente el servicio al cliente. El encargado de compras públicas también consideró necesario este complemento debido a la adaptación tecnológica requerida por las empresas. El Coordinador General manifestó su apoyo total a la implementación del chatbot, sugiriendo que debería facilitar el contacto directo con los agentes para cerrar acuerdos. Por último, el Gerente Propietario coincidió en que un chatbot podría ser útil cuando los agentes no están disponibles.

Finalmente, sobre la capacidad del chatbot para derivar consultas complejas a un agente humano, todos los entrevistados coincidieron en su importancia. La Auxiliar Contable enfatizó que es crucial para resolver dudas que el chatbot no puede atender completamente. El encargado de compras públicas consideró esta capacidad como necesaria para complementar adecuadamente los servicios ofrecidos por GEREXT. Asimismo, el Coordinador General sostuvo que mientras los requerimientos sean sencillos, el chatbot puede manejarlo; sin embargo, para temas complejos es esencial el contacto humano. El Gerente Propietario también subrayó que debe ser una función del chatbot derivar consultas cuando no tenga suficiente información.

### **3.3. Desafíos técnicos y económicos asociados a la implementación de un chatbot**

Los dos entrevistados identificaron diversos desafíos técnicos en la implementación del chatbot. El exgerente de GEREXT, mencionó que el principal desafío es formular las preguntas adecuadas que serán respondidas por los clientes. Por otro lado, el Jefe de Operaciones indicó que, aunque no tiene conocimiento específico sobre los desafíos técnicos, pero considera crucial la implementación del chatbot para proporcionar respuestas inmediatas a los requerimientos de los clientes, especialmente en horarios fuera de contacto.

En cuanto a la capacitación requerida para el personal que interactuará con el chatbot, ambos entrevistados coincidieron en que es esencial. El exgerente sugirió que el personal debe recibir formación en comercio exterior, negocios internacionales y logística, temas que deberían estar integrados en las funcionalidades del chatbot. El Jefe de Operaciones enfatizó la necesidad de capacitar al personal sobre el funcionamiento del chatbot y las reglas de validación necesarias para asegurar respuestas precisas y relevantes a las consultas de los clientes.

Respecto a los costos asociados con la implementación y mantenimiento del chatbot, los entrevistados expresó incertidumbre. El exgerente mencionó que no está completamente informado sobre los costos específicos, pero cree que habrá un costo inicial y posiblemente mensual para mantener el chatbot. Por su parte, el Jefe de Operaciones sugirió que se debería considerar también el desarrollo de una aplicación complementaria al chatbot para agregar valor a la empresa. Además, destacó que es fundamental presupuestar otros costos relacionados con el mantenimiento y el personal técnico encargado de actualizar las reglas del chatbot para garantizar su efectividad en responder a las necesidades de los clientes.

### **3.4. Beneficios asociados al uso de un chatbot**

La revisión de la literatura sobre el uso de chatbots en la optimización de procesos de atención al cliente en empresas de servicios revela varios beneficios. Según el estudio realizado por Urrutia (2023) en la Universidad Técnica de Babahoyo, se identificaron beneficios importantes como la capacidad de proporcionar respuestas rápidas y precisas a las consultas de los usuarios, lo cual contribuye a la mejora de la eficiencia operativa. Además, se destacó que los chatbots pueden automatizar procesos rutinarios, permitiendo que el personal se enfoque en tareas más estratégicas y complejas. Mientras que las limitaciones identificadas por los autores en el estudio señalan la necesidad de identificar adecuadamente las necesidades específicas de los usuarios y elegir la

plataforma tecnológica adecuada para garantizar una experiencia personalizada. Los hallazgos también sugieren que un chatbot bien diseñado no solo mejora la satisfacción del usuario al ofrecer asistencia 24/7, sino que también reduce los tiempos de espera y minimiza errores en la información proporcionada. Este análisis proporciona una base sólida para considerar la implementación de chatbots como una herramienta eficaz en la gestión del talento humano y otros servicios dentro de instituciones educativas y empresas.

Por otro lado, en el estudio titulado "La usabilidad percibida de los chatbots sobre la atención al cliente en las organizaciones" (Casazola et al., 2021) revela hallazgos significativos, este estudio identifica múltiples beneficios que los chatbots ofrecen a las empresas de servicios, destacando especialmente la optimización de procesos y la mejora en la experiencia del usuario, además, se observó que la implementación de chatbots puede reducir costos operativos al disminuir la necesidad de personal humano para tareas repetitivas. Por otra parte, el estudio también señala limitaciones respecto al rendimiento de los chatbots, principalmente donde se requiere un alto grado de comprensión del lenguaje natural, lo que puede afectar la calidad del servicio. A pesar de estas limitaciones, los hallazgos del estudio sugieren que los chatbots representan una herramienta valiosa para mejorar la eficiencia en la atención al cliente y adaptarse a las crecientes demandas del mercado digital.

Y por último en el estudio titulado "Diseño e implementación de un asistente virtual (chatbot) para ofrecer a los clientes de un avión mexicano por medio de sus canales conversacionales" realizado por Garibay (2020), se identifican algunas ventajas, entre las que destacan es la reducción en el tiempo de respuesta a las consultas de los clientes, lo cual mejora la satisfacción del usuario y optimiza el proceso de atención al cliente. Adicionalmente destaca que los chatbots permiten una atención continua los 7 días a la semana a toda hora, facilitando el manejo de un mayor volumen de interacciones sin necesidad de incrementar significativamente el personal. Sin embargo, los autores también señalan limitaciones, como la incapacidad de los chatbots para manejar situaciones complejas que requieren juicio humano, lo que puede llevar a una experiencia negativa si el usuario no recibe la solución adecuada a su requerimiento. En el estudio, se concluye que, aunque los chatbots son herramientas efectivas para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, su implementación debe complementarse con un soporte humano para abordar interacciones más complicadas.

### **3.5. Discusión**

La investigación analiza la factibilidad de usar un chatbot en la página web de GEREXT para optimizar sus procesos de atención al cliente, por lo cual los hallazgos con la revisión documental, las entrevistas hacia los clientes y hacia el personal de la empresa brindan información valiosa sobre los beneficios potenciales y las características deseadas de dicha herramienta.

Los hallazgos obtenidos en relación con la literatura existente sobre la implementación de chatbots en empresas de servicios, en base al objetivo de conocer las expectativas de los clientes sobre aceptación del chatbot comparándolos específicamente con el estudio de Garibay (2020) en el diseño e implementación de dicha herramienta para ofrecer atención a los clientes de una Aerolínea Mexicana, concuerda con que chatbot puede mejorar el servicio al cliente enfatizando la importancia de estas herramientas digitales para satisfacer las expectativas de los clientes al dar un servicio personalizado e instantáneo, alineándose con los datos de las entrevista realizadas, ya que los cuatro clientes entrevistados expresaron que un chatbot podría mejorar su experiencia con GEREXT debido a las respuestas inmediatas a sus requerimientos y la disponibilidad las 24 horas de los 7 días de la semana.

Por otra parte, la literatura existente sobre aplicaciones de chatbots en empresas de servicio específicamente en el estudio titulado "Impacto de un chat conversacional en la atención al cliente de las empresas de servicios de la provincia de Tungurahua" (Vásquez et al., 2020). El autor destaca en su investigación que un chatbot puede mejorar el servicio al cliente, se ve respaldada tanto por los datos de las entrevistas como por el estudio de Vásquez donde subraya que contribuye a la interacción entre la empresa y el usuario, siendo un programa informático diseñado exclusivamente para imitar una conversación con un empleado, sin embargo, es primordial complementar que el servicio que brinde el chatbot sea complementario con el agente real con el fin de dar soluciones completas a los requerimientos de los clientes cuando se necesite, aquí es donde los desafíos técnicos y económicos entran en juego al adaptar continuamente y correctamente al chatbot para que responda a las necesidades de los clientes.

Mientras con el objetivo de detallar y conocer los beneficios asociados al uso de un chatbot en GEREXT para la optimización de los procesos de atención al cliente. En el estudio de Yáñez (2020) sobre la factibilidad del uso de chatbots en el GAD de Urdaneta, se identifican significativas similitudes con respecto a la mejora del servicio al cliente. Ambos estudios coinciden en que los

chatbots pueden optimizar procesos de atención al cliente al ofrecer respuestas inmediatas y estar disponible todo el día, aquello es crucial ya que da una mejor experiencia al cliente y satisface a sus requerimientos con mayor prontitud además de reducir la carga laboral.

## **4. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES**

### **4.1. Conclusiones**

La investigación permitió conocer que los clientes de GEREXT tienen una percepción positiva ante el uso de un chatbot en la página web de la empresa. Debido a que los estudios previos y los entrevistados indican que un chatbot si mejoran las experiencias como clientes, destacando beneficios como respuestas eficientes y rápidas a las consultas, lo cual es especialmente valioso en comparación con los canales actuales en la empresa. Además, hay disposición a interactuar con el chatbot siempre que se simplifiquen los procesos, sea fácil de usar, haya servicios que contemplen información de los productos interés, proveedores extranjeros, seguimiento de carga y asesorías durante el proceso de importación.

En cuanto a la determinación de los desafíos técnicos y económicos que anticipa el personal de GEREXT no se limitan solamente a la incorporación y adaptación técnica del chatbot en la página web, sino que también abarca su integración hacia plataformas ya usadas como WhatsApp, Instagram y Facebook. Según lo expresado por el personal de GEREXT y lo sugerido por uno de los principales clientes de dicha empresa, con el fin de maximizar su alcance entre la clientela. Además, se identificó como principal desafío técnico la necesidad de derivar las consultas complejas a los agentes humanos para complementar adecuadamente los servicios y adecuar el chatbot correctamente con las preguntas y la información necesaria para los clientes. Y desde el punto de vista económico, más allá de la inversión inicial en desarrollo e implementación, el personal resaltó la importancia de considerar los costos continuos de mantenimiento y actualización tecnológica del chatbot. Esto implica destinar recursos no solo para la implementación inicial, sino también para la capacitación del personal, la mejora continua del sistema y la gestión de posibles fallos técnicos.

Y finalmente se pudo destacar, gracias a los estudios, anteriormente revisados al implementar aquella herramienta en empresas de servicio, que el uso del chatbot ofrece varios beneficios tales como respuestas inmediatas a toda hora y al incremento en la eficiencia operativa

al automatizar tareas rutinarias. Todo aquello contribuiría al aumento en la satisfacción del cliente durante todo proceso importación y exportación de los clientes, así como también en otras empresas de servicios que han aplicado esta tecnología.

#### **4.2. Recomendaciones**

Integrar el chatbot en el sitio web y también expandirlo hacia las redes sociales usadas por la empresa como WhatsApp, Instagram y Facebook asegurando así un servicio completo al implementarlo de forma multicanal.

Es recomendable que GEREEXT contrate un profesional en tecnologías avanzadas (Tics) para llevar a cabo de la forma correcta la implantación del chatbot, además de que le permitiría que el personal este constantemente capacitado con aquella tecnología con el fin de utilizarla de manera más óptima y correcta posible.

Y finalmente para lograr los beneficios obtenidos en esta investigación es importante que GEREEXT invierta tiempo y recursos financieros adecuadamente tanto para desarrollo inicial de la herramienta conversacional y también para mantenerlo actualizado tecnológicamente asegurando compatibilidad multiplataforma, monitoreo continuo, capacitación al personal para su uso correcto con el fin de que responda a las necesidades de los usuarios, así como también incorporar sistemas CRM avanzados para permitir el almacenamiento efectivo de datos conversacionales facilitando un servicio personalizado según las preferencias y requerimientos individuales de cada cliente, además de que el chatbot este habilitado para derivar consultas complejas a los agentes humanos de la empresa para asegurar que los servicios que ofrece la Gerencia de Comercio Exterior se brinden de forma completa y oportuna.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Casazola et al. (2021). La usabilidad percibida de los chatbots sobre la atención al cliente en las organizaciones: una revisión de la literatura. *Interfases*, 014, 184-204. <https://doi.org/10.26439/interfases2021.n014.5401>
- Charan. (2021). Charan, R. Repensar la ventaja competitiva. Nuevas reglas para la era digital. *Revista de Comunicación*, 21(2), 323-324. <https://doi.org/10.26441/rc21.2-2022-r2>
- Collins et al. (2021). Artificial intelligence in information systems research: A systematic literature review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 60. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102383>
- Garibay. (2020). “Diseño e implementación de un asistente virtual (chatbot) para ofrecer atención a los clientes de una aerolínea mexicana por medio de sus canales conversacionales”. [File:///c:/users/user%20dell1/downloads/infotec\\_mgitic\\_fago\\_27082020.pdf](File:///c:/users/user%20dell1/downloads/infotec_mgitic_fago_27082020.pdf)
- Gerext. (2021). *Gerext Logistics Services*. <https://gerext.com/>
- Global Negotiator. (2024). *Inteligencia artificial y comercio exterior: cómo utilizarla*.
- Matta. (2015). *La innovación tecnológica como ventaja competitiva en las empresas*. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3331/2015mattacindy.pdf?sequence=1>
- Nicolescu y Tudorache. (2022). Human-Computer Interaction in Customer Service: The Experience with AI Chatbots—A Systematic Literature Review. En *Electronics (Switzerland)* (Vol. 11, Número 10). MDPI. <https://doi.org/10.3390/electronics11101579>

- Nieto. (2020). *Implementación de una aplicación web con servicio de chatbot con inteligencia artificial que permita la autogestión de cuentas por pagar de los proveedores de la universidad autónoma de bucaramanga*.  
[https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/12018/2020\\_te%20sis\\_julian\\_david\\_nieto.pdf?sequence=1&isallowed=y](https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/12018/2020_te%20sis_julian_david_nieto.pdf?sequence=1&isallowed=y)
- Ramos. (2024). Satisfacción del cliente en la logística: un análisis de chatbots en las empresas líderes de Colombia, Perú y Ecuador. *Retos(Ecuador)*, 14(27), 111-125.  
<https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024.08>
- Ramos De Santis, P. (2024). Satisfacción del cliente en la logística: un análisis de chatbots en las empresas líderes de Colombia, Perú y Ecuador. *Retos(Ecuador)*, 14(27), 111-125.  
<https://doi.org/10.17163/ret.n27.2024.08>
- Urrutia. (2023). *Análisis para el desarrollo de un chatbot, para la mejora de los servicios de los usuarios de la dirección del talento humano de la Universidad Técnica de Babahoyo*.  
<file:///C:/Users/user%20dell1/Downloads/E-UTB-FAFI-SIST-INF-000199.pdf>
- Vásquez et al. (2020). Impacto de un chat conversacional en la atención al cliente de las empresas de servicios de la provincia de Tungurahua. *Uniandes Episteme*, Vol. 7.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8298150.pdf>
- Yáñez. (2020). *Estudio de factibilidad del uso del ChatBots para la optimización de un trámite en el GAD de Urdaneta*. <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8732/E-UTB-FAFI-SIST-000142.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**ANEXOS**

**ANEXO 1:**



**Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador**  
Seréis mis testigos

**ESMERALDAS**

**ENTREVISTA**

La presente entrevista está dirigida a los clientes de GEREXT, el mismo que se aplicará con la finalidad de recolectar información sobre las expectativas los usuarios con respecto a la aplicación de un chatbot en la página web de dicha empresa y así determinar la aceptación del mismo. La información recolectada a través este instrumento es de carácter confidencial y será de utilidad para fines académicos.

**INSTRUCCIONES:** Por favor conteste cada una de las siguientes preguntas con sinceridad y responsabilidad acorde al tema de investigación.

**Fecha:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Nombre del entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Entidad:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

**Hora de Inicio:** \_\_\_\_\_ **Hora de Fin:** \_\_\_\_\_

**Sección 1: Introducción a la entrevista**

1. ¿Qué tan familiarizado está usted con el uso de chatbots en empresas de servicios?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Sección 2: Expectativas sobre el chatbot**

2. ¿Considera que un chatbot en la página web de GEREXT podría mejorar su experiencia como cliente? ¿Por qué?

---

---

---

3. ¿Qué tipo de información o servicios esperaría encontrar a través de un chatbot en la página web de GEREXT?

---

---

---

4. ¿Cree que un chatbot podría ayudarlo a resolver sus consultas de manera más rápida y eficiente en comparación con los canales de atención actuales? Explique.

---

---

---

5. ¿Qué funciones o características le gustaría que tuviera un chatbot en la página web de GEREXT para que sea más útil y amigable?

---

---

---

6. ¿Estaría dispuesto a interactuar con un chatbot para realizar trámites o solicitar servicios a GEREXT? ¿Qué lo motivaría a usarlo?

---

---

---

7. ¿Cree que un chatbot podría complementar adecuadamente la atención personalizada de los agentes de GEREXT o preferiría seguir interactuando directamente con ellos?

---

---

---

8. ¿Qué tan importante es para usted que un chatbot tenga la capacidad de derivar consultas complejas a un agente humano cuando sea necesario?

---

---

---

9. ¿Qué tan probable sería que usted utilice un chatbot en la página web de GEREXT si estuviera disponible? ¿Con qué frecuencia cree que lo usaría?

---

---

---

**Sección 2: Culminación y conclusión de la entrevista**

10. ¿Tiene alguna otra sugerencia o comentario sobre cómo un chatbot podría mejorar su experiencia como cliente de GEREXT?

---

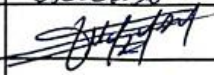
---

---

ANEXO 2:

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	✓		✓			✓	✓		✓			
2	✓		✓			✓	✓		✓			
3	✓		✓			✓	✓		✓			
4	✓		✓			✓	✓		✓			
5	✓		✓			✓	✓		✓			
6	✓		✓			✓	✓		✓			
7	✓		✓			✓	✓		✓			
8	✓		✓			✓	✓		✓			
9	✓		✓			✓	✓		✓			
10	✓		✓			✓	✓		✓			
<b>ASPECTOS GENERALES</b>										SI	NO	<b>OBSERVACIONES</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										✓		
<b>VALIDEZ</b>												
<b>APLICABLE:</b>						✓		<b>NO APLICABLE:</b>				
<b>APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:</b>												
Validado por:		Fransisco Hiba										
C.I.:		081024972969										
Firma:												
Fecha:		6-1-25										

ANEXO 3:

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	✓		✓			✓	✓			✓		
2	✓		✓			✓	✓			✓		
3	✓		✓			✓	✓			✓		
4	✓		✓			✓	✓			✓		
5	✓		✓			✓	✓			✓		
6	✓		✓			✓	✓			✓		
7	✓		✓			✓	✓			✓		
8	✓		✓			✓	✓			✓		
9	✓		✓			✓	✓			✓		
10	✓		✓			✓	✓			✓		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>										SI	NO	<b>OBSERVACIONES</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										✓		
<b>VALIDEZ</b>												
<b>APLICABLE:</b>					✓			<b>NO APLICABLE:</b>				
<b>APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:</b>												
Validado por:		Momo Armer										
C.I.:		010527050										
Firma:												
Fecha:		6-1-2023										

**ANEXO 4:**



**Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador**  
Seréis mis testigos

**ESMERALDAS**

**ENTREVISTA**

La presente entrevista está dirigida al personal de GEREXT, el mismo que se aplicará con la finalidad de recolectar información sobre los desafíos técnicos y económicos asociados a la aplicación de un chatbot en la empresa para la optimización en los procesos de atención al cliente. La información recolectada a través este instrumento es de carácter confidencial y será de utilidad para fines académicos.

**INSTRUCCIONES:** Por favor conteste cada una de las siguientes preguntas con sinceridad y responsabilidad acorde al tema de investigación.

**Fecha:** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Nombre del entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Entidad:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

**Hora de Inicio:** \_\_\_\_\_ **Hora de Fin:** \_\_\_\_\_

**Sección 1: Introducción a la entrevista**

1. ¿Podría describir brevemente su rol en la Gerencia de Comercio Exterior (GEREXT) y su experiencia en la atención al cliente?

---

---

---

**Sección 2: Desafíos técnicos y económicos**

2. ¿Desde su perspectiva, ¿cuáles son los principales desafíos técnicos que anticipa en la implementación de un chatbot en la página web de GEREXT?

---

---

---

3. ¿Cómo podría la implementación de un chatbot afectar la carga de trabajo actual del personal en GEREXT?

---

---

---

4. ¿Qué tipo de capacitación considera que sería necesaria para el personal que interactuará con el chatbot?

---

---

---

5. ¿Qué preocupaciones tiene respecto a la seguridad y protección de datos de los clientes al utilizar un chatbot?

---

---

---

6. ¿En su opinión, ¿qué tan importante es que el chatbot tenga la capacidad de escalar consultas a un agente humano? ¿Cómo debería funcionar este proceso?

---

---

---

7. ¿Qué expectativas tiene sobre cómo un chatbot podría mejorar la eficiencia en los procesos de atención al cliente en GEREXT?

---

---

---

8. ¿Cómo cree que los clientes de GEREXT recibirían la implementación de un chatbot en comparación con los métodos de atención tradicionales?

---

---

---

9. En términos de costos, ¿qué inversiones y gastos operativos cree que serían necesarios para implementar y mantener un chatbot en GEREXT?

---

---

---

**Sección 2: Culminación y conclusión de la entrevista**

10. ¿Conoce ejemplos de otras empresas o sectores que haya observado y que puedan servir como referencia para la implementación de un chatbot en GEREXT? ¿Cuales?

---

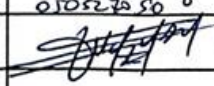
---

---

ANEXO 5:

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	/		/			/	/	/	/		
2	/		/			/	/	/	/		
3	/		/			/	/	/	/		
4	/		/			/	/	/	/		
5	/		/			/	/	/	/		
6	/		/			/	/	/	/		
7	/		/			/	/	/	/		
8	/		/			/	/	/	/		
9	/		/			/	/	/	/		
10	/		/			/	/	/	/		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>									SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									/	/	
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									/		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									/		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									/		
<b>VALIDEZ</b>											
APLICABLE:					/		NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:											
Validado por:		Francisco H. G.									
C.I.:		08074012269									
Firma:											
Fecha:		6-11-25									

ANEXO 6:

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	✓		✓			✓	✓			✓		
2	✓		✓			✓	✓			✓		
3	✓		✓			✓	✓			✓		
4	✓		✓			✓	✓			✓		
5	✓		✓			✓	✓			✓		
6	✓		✓			✓	✓			✓		
7	✓		✓			✓	✓			✓		
8	✓		✓			✓	✓			✓		
9	✓		✓			✓	✓			✓		
10	✓		✓			✓	✓			✓		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>										SI	NO	<b>OBSERVACIONES</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										✓		
<b>VALIDEZ</b>												
APLICABLE:					✓			NO APLICABLE:				
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:												
Validado por:	Momo Armer											
C.I.:	0105270500											
Firma:												
Fecha:	6-1-2023											

## ANEXO 7:

Moncayo\_Camili.docx

### INFORME DE ORIGINALIDAD



### FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorioacademico.upc.edu.pe">repositorioacademico.upc.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
2	<a href="http://dspace.utb.edu.ec">dspace.utb.edu.ec</a> Fuente de Internet	1%
3	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://docplayer.es">docplayer.es</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://www.anauco.com">www.anauco.com</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://www.593dp.com">www.593dp.com</a> Fuente de Internet	1%
7	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
8	<a href="http://pesquisa.bvsalud.org">pesquisa.bvsalud.org</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="http://repositorio.unsm.edu.pe">repositorio.unsm.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%