



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios

TEMA: “Chatbot una herramienta de atención al cliente en tiempos de COVID-19: un acercamiento teórico”

AUTOR: Dario Alexander Moposita Lluga

TUTOR: Ing. Jorge Enrique Jordán Vaca, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Jorge Enrique Jordán Vaca, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Chatbot una herramienta de atención al cliente en tiempos de COVID-19: un acercamiento teórico**” presentado por el señor **Dario Alexander Moposita Llugsá** para optar por el título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 18 de marzo del 2022

Ing. Jorge Enrique Jordán Vaca, Mg.
C.I. 1803079761

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Dario Alexander Moposita Llugsa**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Marketing y Gestión de Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Dario Alexander Moposita Llugsa

C.I. 1804636510

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Carlos Javier Beltrán Ávalos, Mg.

C.I.1803538048

Ing. César Andrés Guerrero Velastegui, Mg.

C.I. 1803101243

Ambato, 18 de marzo del 2022

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Dario Alexander Moposita Llugsa

C.I. 1804636510

RESUMEN EJECUTIVO

Los chatbots se han convertido en una de las herramientas tecnológicas utilizadas por las empresas o entidades para brindar una respuesta en tiempo real y satisfacer las necesidades del cliente. Por tanto, la atención al cliente a través de un chatbot se convierte en un proceso automatizado capaz de brindar una respuesta oportuna, la cual optimice recursos y mejore los niveles de productividad.

En ese sentido, el objetivo de esta investigación es determinar una fundamentación teórica sobre chatbot una herramienta de atención al cliente en tiempos de COVID-19. Por consiguiente, se indaga y analiza todo lo concerniente a las variables del objeto de estudio, convirtiéndose en un estudio relevante para que las empresas generen valor agregado y sobre todo satisfagan las necesidades del mercado.

De esta manera, la investigación refleja que COVID-19 ha generado cambios radicales en el sistema económico-social a nivel mundial, tales como: la forma comunicarse, atender, comprar y trabajar. Es así que, las TIC han permitido la evolución del chatbot como una herramienta de atención ya que mejora la interacción con el cliente, analiza el comportamiento y brinda una experiencia única; convirtiéndose en un aspecto relevante para la rentabilidad de las empresas.

En definitiva, los aspectos abordados demuestran la importancia del estudio debido a que mejora los modelos de customer service (atención al cliente) y las estrategias de customer experience (experiencia del cliente). Además, estudios futuros pueden contrapesar los datos presentados con otros inmersos en el área de atención al cliente mediante la herramienta chatbot debido a que el mercado busca recuperar el balance perdido a raíz de la pandemia.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, CHATBOT, COVID-19, ATENCIÓN AL CLIENTE, HERRAMIENTA.

ABSTRACT

Chatbots have become one of the technological tools used by companies or entities to provide a response in real time and meet customer needs. Therefore, customer service through a chatbot becomes an automated process capable of providing a timely response, which optimizes resources and improves productivity levels.

In that sense, the objective of this research is to determine a theoretical foundation on chatbot a customer service tool in times of COVID-19. Therefore, everything concerning the variables of the object of study is investigated and analyzed, becoming a relevant study for companies to generate added value and above all meet the needs of the market.

In this way, the research reflects that COVID-19 has generated radical changes in the economic-social system worldwide, such as: the way to communicate, attend, buy and work. Thus, ICT has allowed the evolution of the chatbot as a service tool since it improves interaction with the customer, analyzes behavior and provides a unique experience, becoming a relevant aspect for the profitability of companies.

In short, the aspects addressed demonstrate the importance of the study because it improves customer service models and customer experience strategies. In addition, future studies can counterbalance the data presented with others immersed in the customer service area through the chatbot tool because the market seeks to recover the balance lost because of the pandemic.

KEYWORDS: ACADEMIC ARTICLE, CHATBOT, COVID-19, CUSTOMER SERVICE, TOOL.

CARTA DE ACEPTACIÓN



CARTA DE ACEPTACIÓN

Por medio de la presente se le informa que el artículo:

**Chatbot una herramienta de atención al cliente en tiempos de COVID-19:
un acercamiento teórico**

De los autores:

Dario Alexander Moposita Llugsa, Jorge Enrique Jordán Vaca

presentado a la revista Uniandes EPISTEME, ha sido aceptado para publicación. El artículo será publicado en el Volumen 9, Nro. 3, de julio-septiembre de 2022. ISSN: 1390-9150.

Sirva la presente para acreditar la aceptación de publicación del artículo a los 14 días del mes de diciembre de 2021.

Agradeciendo cordialmente su colaboración con la revista.

Dr. C. Raúl Comas Rodríguez, PhD.
Editor General
Uniandes Episteme



<http://45.238.218.13/oi/index.php/EPISTEME/index>

Indexada en: Latindex Catálogo 2.0, Miar, REDIB, Dialnet, SIS, LatinRev, ERIH PLUS, Actualidad Iberoamericana