

DE LA ALAMEDA HASTA APOQUINDO:

Los malls chinos se multiplican en el mayor eje vial de Santiago B 9



PROYECTO EDUCATIVO

Pioneros: En qué consiste su fórmula para retener talento B 6



TRAS NUEVO PLAN REGULADOR:

Se desata ola de ventas de terrenos en Lo Barnechea B 8

EL MERCURIO
ECONOMÍA Y NEGOCIOS
S Á B A D O

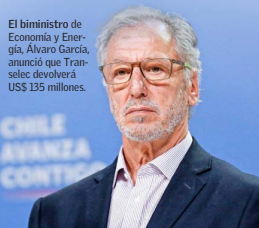
SANTIAGO DE CHILE, SÁBADO 25 DE OCTUBRE DE 2025

economianegocios@mercurio.cl

EL TARIFAZO ELÉCTRICO

FUTURAS ALZAS DE LA LUZ:

Autoridades delegan al próximo gobierno el pago de la deuda con distribuidoras B 3



El biministro de Economía y Energía, Álvaro García, anunció que Transelco devolverá US\$ 135 millones.

ROL DE LAS INSTITUCIONES:

¿Quién impulsa el orden en el sector de la electricidad? B 4



Ronald Fischer apunta a que el error de las tarifas nace de la complejidad del sistema eléctrico.

ACADÉMICO RONALD FISCHER:

“No es gratuito cambiar las leyes todo el tiempo e introducir complejidades” B 5

DUADAS DE CONSUMIDORES:

Si en España disminuyó de precio, ¿por qué en Chile sigue tan caro el aceite de oliva?

Las explicaciones van desde mayores costos a un producto premium. B 10

VIVIANA FERNÁNDEZ:

La economista chilena más citada en las revistas académicas de mayor prestigio B 7



HAY CASI 600 RECLAMOS EN EL SERNAC VINCULADOS A ESA TECNOLOGÍA

“No hay forma de conversar con un humano”: cómo el uso de chatbots tensiona la relación entre empresas y clientes

Algunos usuarios piden hablar con un ejecutivo, mientras las compañías mejoran sus procesos para ser más eficientes. Hay quienes confían en que la solución está en la inteligencia artificial generativa; otros lo dudan.

PABLO CORREA L.

“No se podía hablar con nadie, no había manera, incluso había una opción de enviar un mensaje en la parte de contacto... bueno, tampoco funcionó y simplemente no pude ni siquiera enviarlo. Llegaba un momento en que no se podía continuar”, relata Sergio Mura, cliente de Enel, que estuvo más de una hora intentando pagar su cuenta de \$2.195. El *captcha* lo rechazaba. Al llamar a las distintas líneas de atención de la empresa, no logró hablar con una persona que le solucionara el problema. La interacción con una máquina suele ser común —y eficiente— para la mayoría de los requerimientos de los clientes. Un saldo pendiente, una dirección, una duda frecuente son, en general, las consultas más habituales que las empresas son capaces de anticipar mediante chatbots.

Pero claro, falta el toque humano. “El mayor desafío es que los consumidores los consideran impersonales o poco útiles”, dice Diego Jahn, *sénior advisor* Data & AI de Accenture Chile. Datos de esa empresa indican que apenas el 21% de los usuarios está “muy satisfecho” con los chatbots, “muy por debajo de canales como *apps* móviles. Esto ocurre porque la mayoría están diseñados para responder, no para comprender”.

“Era como hablar con una pared”

Según el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), entre 2024 y 2025 se han recibido 566 reclamos donde los usuarios mencionan expresamente a los bots como obstáculo para solucionar sus problemas.

En la lista de reclamos del Sernac, Uber concentra el 11% de los registrados hasta septiembre de 2025. Uno de los afectados es Diego (prefiere su apellido en reserva), quien detectó una docena de cobros en su tarjeta de crédito por viajes que nunca realizó. En total, los montos superaban el millón de pesos.

“Revisé mis transacciones y tenía como 11 o 12 viajes de Uber, todos por cerca de \$90 mil”, relata. Al contactar a su banco, la tarjeta fue bloqueada y los cargos revertidos. “Con el banco fue rápido, hablé con una persona y me solucionaron el problema”, dice. Con Uber, el proceso fue otro.

“En la aplicación no hay forma de conversar con un humano”, explica. Tras enviar su reclamo a través de la *app*, recibió un mensaje automatizado: “Efectivamente, esos cobros se hicieron desde una cuenta que comparte tus credenciales, incluyendo tu tarjeta de crédito y tu nombre”. Esa cuenta estaba asociada a un correo electrónico ajeno.

El intercambio se volvió un ciclo sin salida. “Cuando volvía a reclamar, me respondían exactamente lo mismo. Era como hablar con una pared”, cuenta. Intentó buscar ayuda por otras vías, como el chat corporativo de Uber Connect o un canal de WhatsApp, pero también fue redirigido al sistema automatizado de la aplicación. “Les decía: por favor, con-



táctenme, llámenme, déjenme hablar con alguien. Nunca hubo respuesta”.

Después de más de una semana insistiendo, su cuenta fue restablecida, sin ningún tipo de aviso.

Desde Uber explican que los procesos automatizados se utilizan para resolver consultas frecuentes, como revisiones de tarifas, y que “cualquier caso que no sea resuelto de inmediato por el sistema es escalado de forma directa para una revisión experta”.

La segunda empresa con más reclamos es Enel Distribución, con un 6,4% del total de 2025. Sergio Mura cuenta que su problema comenzó un lunes, cuando intentó pagar su cuenta junto con el resto de sus servicios. “No tuve problemas con ninguna otra compañía, excepto con Enel”, relata. “Estuve una hora y media tratando de pagar por todas las formas posibles en la página web, pero cada vez que marcaba el *captcha* aparecía un mensaje que decía ‘no válido’. Probaba y probaba, y no había caso”.

“Seguía: ‘Traté de comunicarme a través de los canales que aparecen en internet, pero no había ninguno que permitiera hablar con un ejecutivo. Eran solo opciones automáticas de reclamos o reportes de fallas, pero contacto con una persona, cero”, dice.

Frustrado, hizo un reclamo en Línea Directa de “El Mercurio”. “Al día siguiente de eso, me llamó una ejecutiva de Enel y me dijo que habían tenido problemas con la plataforma”, cuenta. “Ese día recién pude pagar”.

Enel Distribución señala que “cuando se trata de requerimientos que implican un análisis más profundo y detallado, los canales automatizados cuentan siempre con la opción de transferir la consulta a un ejecutivo”. En la experiencia de Mura, esa alternativa nunca apareció.

“AUTOMATIZAR no es el problema”

Melissa Hohmann, socia de Hohmann Asociados, cree que la alta dirección debe mirar la atención digital “no como una decisión técnica, sino como una decisión de gobernanza”. Para Marcos Singer, director del MBA UC, “los chatbots son una modalidad de uso del canal de texto, que presenta oportunidades, pero también riesgos que pueden impactar al negocio de manera sistémica. Más aún, pueden verse como un primer paso hacia un cambio de estrategia del relacionamiento con el cliente, que puede evolucionar hacia agentes o

avatares, u otras tecnologías más sofisticadas”. El punto es que “automatizar no es el problema”, indica Hohmann, sino hacerlo mal. Por eso, “cuando la atención al cliente falla o resulta frustrante, se lesiona la confianza, que es el activo más estratégico de cualquier empresa”. Y todo puede ser peor, agrega Singer: una falla “podría tener, en el extremo, consecuencias legales”, sobre todo si la plataforma sufre *alucinaciones* dado que “muy raramente confiesan un ‘no sé; voy a preguntar’”.

“Procederé a cerrar el caso”

Este viernes se da el siguiente diálogo en la “Ayuda” de la aplicación de Rappi:

—Usuario: “¡Hola! Soy Zaho y estoy aquí para ayudarte. Dame un minuto mientras reviso el detalle de tu solicitud”.

—Usuario: “Quiero hablar con un humano”.

—Rappi: “Me brindas mayor detalle para poder ayudarte, por favor”.

—Usuario: “Necesito hablar con un humano, no un robot”.

—Zahori: “Necesito mayor detalle para poder ayudarte”.

—Usuario: “Necesito hablar con un ser humano”.

—Zahori: “Entiendo que no me brindarás mayor información, por lo que no puedo ayudarte. Procederé a cerrar el caso”.

Rappi figura entre las tres con más reclamos por bots durante 2025, equivalentes al 5,3% del total. La aplicación ofrece dos vías de soporte: una durante el pedido, a través de un chat en vivo, y otra en su centro de ayuda, disponible en el menú principal. No cuenta con ningún número telefónico de atención. Desde esa empresa optaron por no comentar los requerimientos de este medio.

Cómo entrenar al chatbot

Algunos esperan que los cambios para mejor se fortalezcan con la inteligencia artificial (IA) generativa, o Gen IA, porque “razona” usando más datos. Jorge Román, exconsultor de lenguaje para entrenamiento de chatbots, recuerda que los primeros sistemas con los que trabajó “eran programas que funcionaban en base a palabras clave y bases de datos cerradas. Si el cliente decía algo fuera de ese esquema, el bot simplemente no sabía qué responder”. En esos años, dice, los equipos humanos debían “entrenar” a los bots corrigiendo a mano sus respuestas para distintos escenarios.

A diferencia de los sistemas actuales, esos primeros chatbots “no podían inventar información”, explica Román. “Hoy los modelos de lenguaje se alimentan de internet completo y priorizan sonar naturales más que ser exactos y dar una respuesta efectiva”.

Esa diferencia técnica, advierte, es clave para entender sus limitaciones. “Las empresas que usan modelos generales para atención al cliente corren el riesgo de que los bots ‘alucinen’, es decir, entreguen respuestas falsas”, afirma.

Jahn ve este desafío de un modo diferente, sobre todo en el área financiera. La Gen IA “puede mejorar la eficiencia operativa y, al mismo tiempo, humanizar la relación. Si se implementa bien, un chatbot puede anticipar necesidades y ofrecer soluciones personalizadas, no solo responder consultas”.