

# Business Case

David Alejandro Sánchez Muñoz

Senior Data Scientist Role

# Problema # 1

Se ha observado una variabilidad en el tiempo promedio de manejo (AHT) de las interacciones con los clientes. El objetivo es entender las variables que más influyen en el AHT y construir un modelo explicativo que ayude a identificar áreas de mejora y optimización.

## Actividades

- Análisis de Situación Actual
- Metas y Objetivos
- Análisis Causa Raíz
- Planes de Acción y Mejora
- Estrategias de Implementación
- Evaluación y Ajustes
- Comunicación y Participación

# Actividades

- **Análisis de Situación Actual:** Alta variabilidad del tiempo de interacción con el usuario. Sin embargo, el tiempo de interacción con el usuario no tiene mucha correlación con el nivel de satisfacción del cliente (SURVEY\_RATING). Adicionalmente, se puede ver como la correlación con el mes del año es negativa por lo que a medida que pasa el tiempo el AHT\_LS disminuye.
- **Metas y Objetivos:** Disminución de la variabilidad en el tiempo de las interacciones con el cliente.
- **Análisis Causa Raíz:** El tiempo de interacción (AHT\_LS) está correlacionado negativamente con el tiempo de primera respuesta (FRT\_QUEUE) el cual también alta variabilidad
- **Planes de Acción y Mejora:** Los modelos de predicción del tiempo de interacción con el cliente (ATH\_LS) generan predicciones alrededor del valor promedio, sin capturar exitosamente los valores máximos y mínimos de la variable ATH\_LS.
- **Estrategias de Implementación:** NA
- **Evaluación y Ajustes:** Evaluación de parámetros de estadística descriptiva de la variable “AHT\_LS”
- **Comunicación y Participación:** Concientización alrededor de la importancia de dicho indicador para la salud y el éxito del negocio.