



ENTEL

C A S O E N T E L

ASSESSMENT TRANSLATOR – EQUIPO IA GENERATIVA

Por:

Lazarte Luis

Fecha:

Lunes, 4 de agosto de 2025



METODOLOGÍA: CREACIÓN DE VARIABLES

Se construyen variables relevantes usando como fuente las transcripciones de llamadas

[^]*?@[^]*?\. [^]*

Duración en la comunicación

Cliente - Agente
Cliente - Supervisor



Hugging Face

Análisis de sentimiento

Uso de modelo RoBERTuito para clasificar un texto según su polaridad emocional.



ChatGPT

Identificar puntos claves

Identificar motivo de contacto, problema reportado y necesidades no satisfechas.

Prompt Engineering



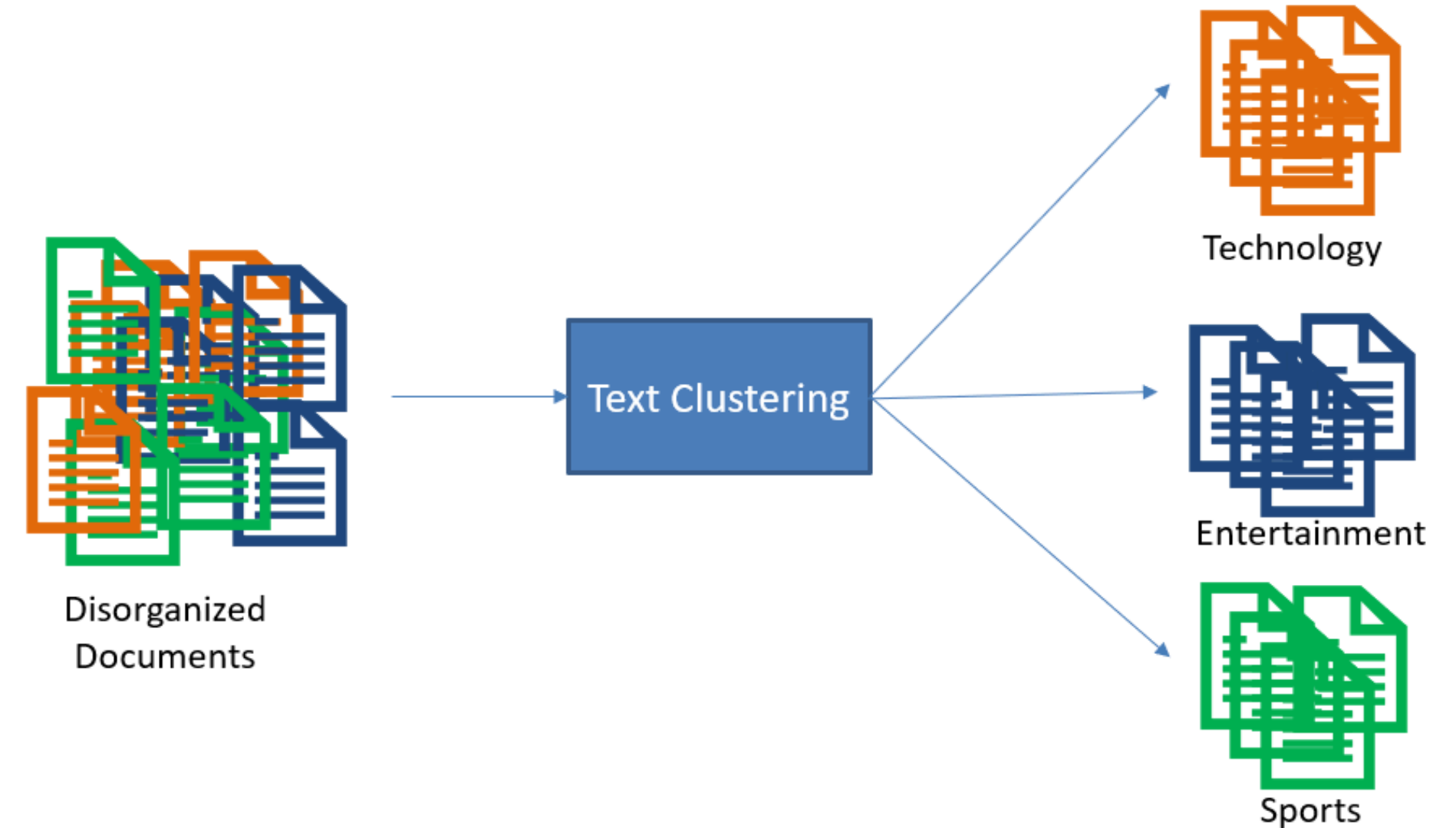
Spanglish

Precisión del inglés + contexto en español



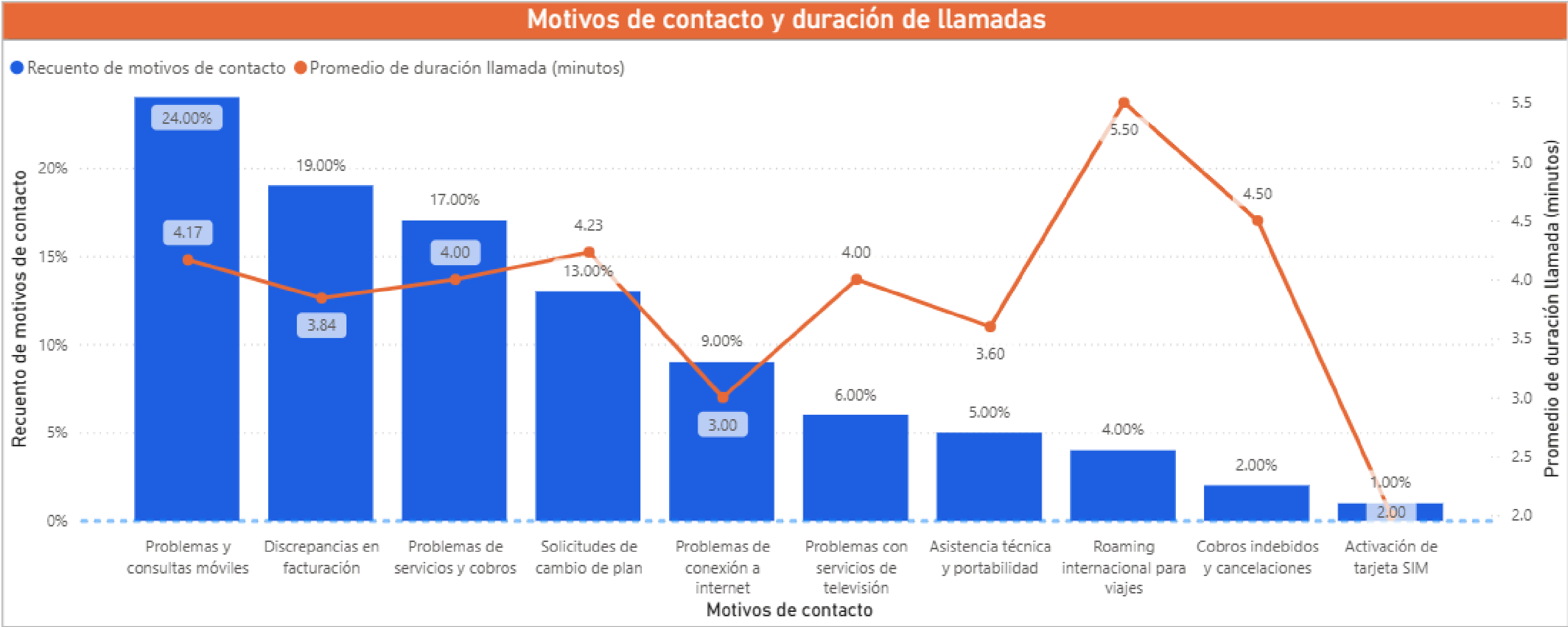
METODOLOGÍA: CLUSTERING DE ETIQUETAS

- Uso de un modelo multilingüe de Hugging Face.
- Vectorización de: motivo de contacto, problema reportado y necesidad no satisfecha.
- Definir número de cluster en base al método del codo.
- Uso de modelo fundacional GPT para etiquetar cada cluster.





RESULTADOS:



Roaming internacional

Motivo de contacto que implica procesos complejos que requieren un tiempo superior para resolverse.

Dependencia en llamar a un agente

Falta de canales eficientes o recursos claros de autoservicio, que obligan a llamar

Motivos de contacto más frecuentes

Existe una gran oportunidad para la automatización

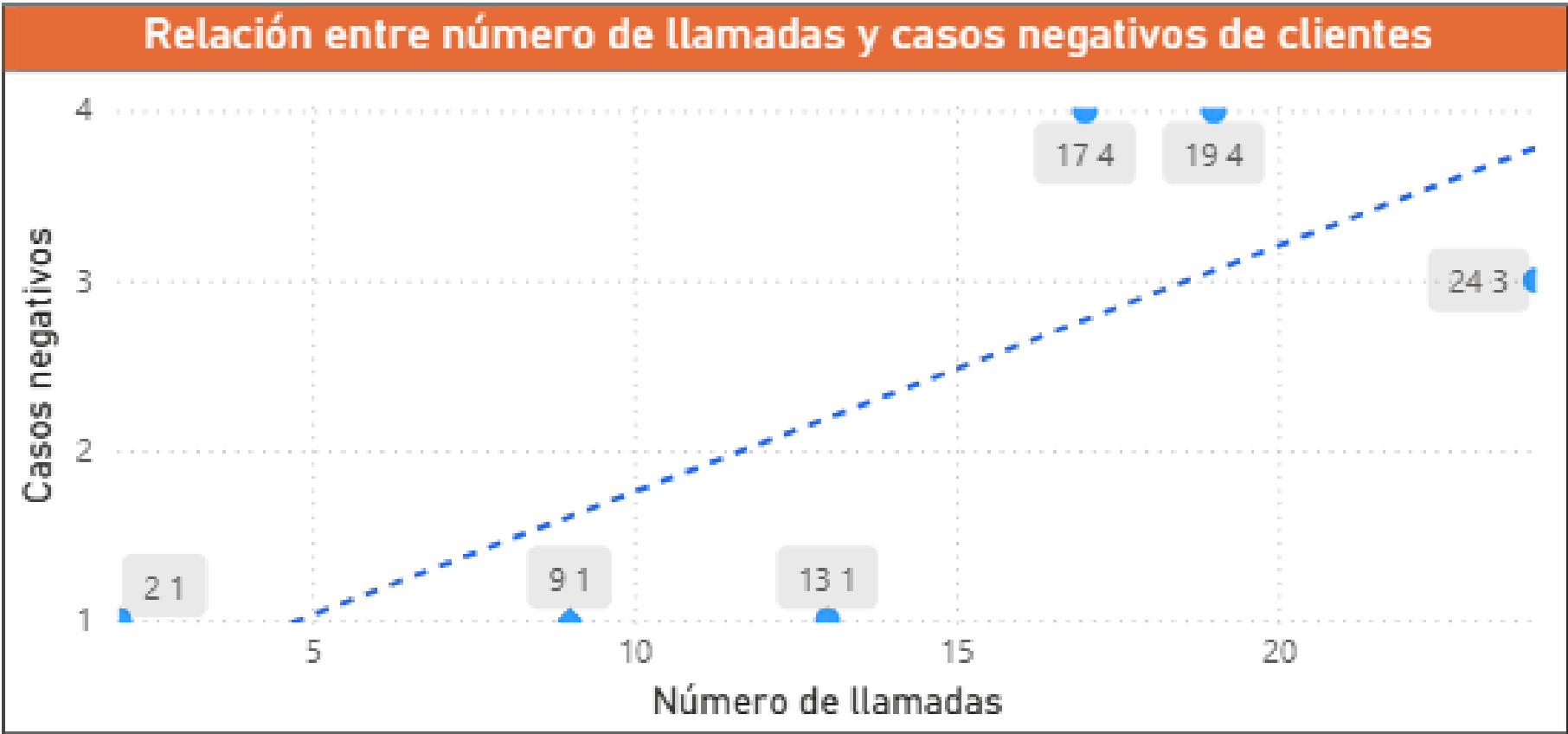


RESULTADOS:

Motivo de contacto	% Sentimiento NEG	Duración de llamada con supervisor (minutos)
Discrepancias en facturación	28.57%	2
Problemas de servicios y cobros	28.57%	
Problemas y consultas móviles	21.43%	
Cobros indebidos y cancelaciones	7.14%	
Problemas de conexión a internet	7.14%	
Solicitudes de cambio de plan	7.14%	
Activación de tarjeta SIM	0.00%	
Asistencia técnica y portabilidad	0.00%	
Problemas con servicios de televisión	0.00%	
Roaming internacional para viajes	0.00%	

Motivos de contacto más críticos

Los 3 motivos de contacto no solo son los motivos de contacto más frecuentes, sino que también generan un alto sentimiento negativo por parte de los clientes.



Asociación entre número de llamadas y casos negativos de clientes

Existe una relación positiva entre ambas variables.



RESULTADOS:

Sentimiento de cliente

■ NEG

□ NEU



Conexión a internet

Los problemas de conexión a internet son un punto de dolor recurrente

Factura

El cliente no confía en que su factura sea correcta y busca seguridad.

Comunicación y la transparencia

Existe un problema sistémico de comunicación de la empresa, no solo a errores técnicos.

Consentimiento garantizado

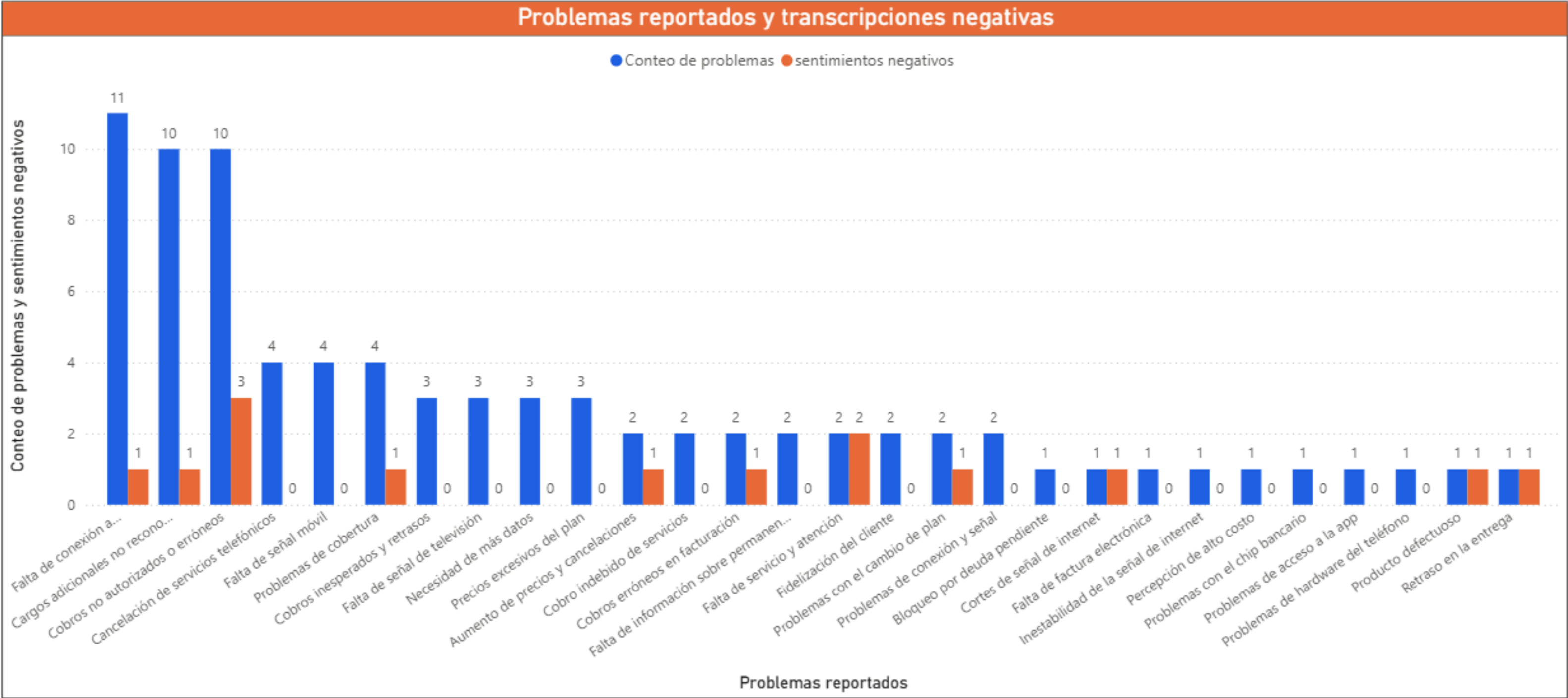
Cuestión de ética y transparencia en la relación con el cliente

Necesidades de acción inmediata

Los clientes esperan soluciones rápidas y definitivas, no solo explicaciones.



RESULTADOS:



Impacto desproporcionado

Problemas como "Falta de servicio y atención", "Cortes de señal de atención", "producto defectuoso" y "retraso en la entrega" tienen un bajo recuento, pero un 100% de sentimiento negativo. Esto indica que aunque no son frecuentes, estos problemas son muy sensibles y generan gran frustración cuando ocurren.



MEJORAS EN LOS PROCESOS DE ATENCIÓN Y MEJORES PRÁCTICAS

