

Caso de Estudio para la Sección 1: "Viajes El Colibrí Dorado"

Tiempo Propuesto para Desarrollo en Grupos y Presentación: 30 minutos (20 minutos para desarrollo en grupos, 10 minutos para presentación y discusión general).

Contexto de la Empresa:

"Viajes El Colibrí Dorado" es una agencia de viajes con 35 años de trayectoria en Nicaragua. Tradicionalmente, sus ventas se realizaban a través de **agentes de viajes en sus oficinas físicas** y por **teléfono**. Hace cinco años, lanzaron un **sitio web** donde los clientes podían buscar paquetes, pero no reservarlos ni pagarlos directamente. Más recientemente, abrieron perfiles en **Facebook e Instagram** para promocionar ofertas y responder preguntas básicas. También utilizan **WhatsApp Business** para enviar confirmaciones de reserva y un canal de **email marketing** para boletines mensuales.

Situación Actual:

La dirección de "Viajes El Colibrí Dorado" ha notado una disminución en la satisfacción del cliente y un estancamiento en las ventas, a pesar de tener "muchos canales". Han recibido las siguientes quejas y observaciones:

- **Cliente 1 (Marta):** "Vi una oferta increíble en su Facebook sobre un paquete a Costa Rica. Llamé a la oficina para preguntar más y el agente me pidió que le repitiera toda la información que ya había consultado en Facebook. Luego, cuando quise reservar, me envió un link por email que no funcionaba en mi móvil, y tuve que ir a la oficina."
- **Cliente 2 (Rubén):** "Intenté cambiar la fecha de mi vuelo a Roatán por WhatsApp, pero me dijeron que no podían hacer cambios y que tenía que llamar al call center. En el call center me pidieron el número de reserva, y cuando se lo di, me pusieron en espera porque 'el sistema no cargaba mis datos de WhatsApp'."
- **Observación Interna:** Los agentes de la oficina y del call center no tienen acceso al historial completo de las interacciones de los clientes en redes sociales, WhatsApp o el sitio web. Cada canal opera con su propia base de datos o registros manuales.
- **Desafío del Equipo:** La duplicidad de consultas y la falta de información contextual están sobrecargando a los agentes, quienes sienten que pierden mucho tiempo recopilando datos que ya deberían existir.

Visión de Futuro de la Gerencia:

La gerencia sabe que la tecnología es clave y ha escuchado hablar de la **Inteligencia Artificial (IA)**. Su objetivo es transformar "Viajes El Colibrí Dorado" para ofrecer una experiencia **fluida y moderna**, donde el cliente se sienta siempre atendido y comprendido, sin importar cómo elija interactuar.

Consigna para los Grupos (Actividad Evaluada - 25 minutos de trabajo en grupo):

Como consultores expertos en marketing y ventas omnicanal, la gerencia de "Viajes El Colibrí Dorado" los ha contratado para analizar su situación actual.

1. Diagnóstico Actual (Multicanalidad vs. Omnicanalidad):

- ¿"Viajes El Colibrí Dorado" opera bajo un modelo **multicanal** o **omnicanal** actualmente? **Justifiquen su respuesta** basándose en las características que hemos estudiado en clase (aislamiento de canales, experiencia fragmentada, etc.) y en los ejemplos del caso.

2. Identificación de Puntos de Dolor Clave:

- Mencionen al menos **tres puntos de dolor específicos** para el cliente o la empresa que demuestran la falta de una verdadera estrategia omnicanal integrada.

3. Propuesta de Solución con IA:

- ¿Cómo la **Inteligencia Artificial (IA)** podría ayudar a "Viajes El Colibrí Dorado" a evolucionar hacia una estrategia **omnicanal real**?
- Describan **dos usos específicos de la IA** (mencionando el tipo de aplicación o funcionalidad de IA visto en clase, por ejemplo: CDP con IA, Chatbot con PLN, etc.) que abordarían directamente los puntos de dolor identificados y mejorarían la experiencia del cliente.

Ejemplo para guiar la respuesta:

Si la IA unifica los datos de los clientes en un solo perfil, un agente del call center podría ver el historial completo de interacciones de Marta con la empresa (Facebook, web, etc.) sin tener que pedirle que repita la información.

Presentación y Discusión (10 minutos):

Cada grupo seleccionará un vocero para presentar sus conclusiones brevemente (2-3 minutos por grupo). Luego, abriremos un espacio para la discusión general y la retroalimentación del profesor.