

Inicio » Tecnología » Entrevista

07:03 | ENVIAR | IMPRIMIR

## EXPERTO EN SISTEMAS COMPLEJOS: EN OTROS PAÍSES ES INCONCEBIBLE QUE ALGUIEN SE CUELE EN LA FILA



Marcelo Olivares, ingeniero del ISCI de la Universidad de Chile, es un "experto en filas". Ha diseccionado diversas colas, que los chilenos se han acostumbrado a hacer en distintos organismos, para exponer el futuro de esos servicios y de lo que significa una buena atención. El truco, asegura, está en la percepción que se tiene del tiempo de espera y el contexto.

Martes 2 de agosto de 2016 | por Carlos Salazar | Publicado por: La Nación | + Sigue a La Nación en Facebook y Twitter

Las filas del queso en el supermercado, la del notario, la del paradero del Transantiago y la del pago de la luz tienen mucho en común, cree **Marcelo Olivares**, investigador del Instituto de Sistemas Complejos de Ingeniería (ISCI) de la Universidad de Chile.

No sólo caras largas, impaciencia y ganas de incendiarlo todo son parte de este ingrediente que plantea la vida en sociedad, dice el ingeniero que es una de las pocas autoridades en este específico ámbito en el país.

Recientemente, este *think tank* de las filas y las salas de espera publicó los resultados de un estudio sobre el cambio de conducta de compra de los clientes en las filas de los supermercados. Al respecto, el equipo de Olivares creó dos modelos matemáticos que detectan diversas variables que influyen en una compra latera y que, aplicados, permiten mejorar la experiencia para los usuarios y **aumentar las ventas de las tiendas en un 3%**.

El experto en filas, asegura, en primer lugar, que su giro es algo más amplio que eso. "En el que yo me especializo es en temas de calidad de servicio y una de esas medidas es el de las filas de atención. Los temas de tiempos de espera son algo muy importante para el mercado y lo interesante es la cantidad de información y datos que aparecen en distintos de estos contextos donde este tipo de análisis se vuelve relevante", explica sobre la razón de ser de un departamento que convierte en innovación los datos de llamadas en espera de **call centers, counters, paraderos de buses y andenes, entre otros tiempos muertos**. "Hay muchas cosas que podemos medir y que se pueden convertir en datos útiles que sirven físicamente en supermercados, aeropuertos o centros de atención", agrega Olivares.



A continuación, realiza un repaso de **las más nefastas filas de atención para el usuario**. Momentos de paciencia puesta a prueba y casos de ansiedad a punto de estallar, como en el caso del **fatídico call center**. "Es uno de los casos más interesantes. Lo primero que hay que preguntarse antes de perder la paciencia con un operador telefónico cuántos personas están atendiendo un teléfono en ese determinado momento. Eso va a variar según el día, la hora, pero también de la calidad del servicio que ese call center quiera brindar. Así es como existen empresas como aerolíneas o bancos que han segmentado ese servicio según clientes normales o clientes Premium a quienes atenderán de manera más expedita o efectiva", remarca.

Por otro lado, el call center trabaja generándote la duda de cuánta información te entrega, "cuando te dice que el plazo promedio de atención es de 5 minutos pero resultan ser 2 lo cual es una decisión estratégica para que sientas que has sido atendido en el menor tiempo posible. La percepción es importante para generar una expectativa positiva en los clientes y eso es algo que cuesta más controlar en una fila real", dice.



Sobre otra fila clásica, Olivares hace las salvedades: "**La fila del notario** es otra cosa, pertenece a un apartado muy interesante, el de la cola que no importa cuán larga sea... la vas a tener que hacer igual. Es ideal para testear la sensibilidad del cliente. Es como cuando debes hacer la fila en Policía Internacional en el aeropuerto... no habrá forma de saltársela", explica sobre la principal cantera de sus estudios. **Hay un componente psicológico que es el verdadero nudo de esta ingeniería**, pues hay filas que a los usuarios les encantan, cree el académico.

### RECITALES O EL ÚLTIMO HARRY POTTER

"¿Te has fijado en esas filas del cine para las avant premiere en las que **la gente va disfrazada, la de los recitales cuando los jóvenes llegan con días de anticipación a comprar un ticket o cuando vas a comprar el último Harry Potter o el más reciente iPhone?** Son filas entretenidas, que generan un sentido de comunidad precisamente en esa línea de personas sometidas a la espera. A veces, cuando funcionan bien, este tipo de filas te dan información sobre la calidad de un servicio, como cuando un turista debe discernir entre dos restaurantes y uno de ellos tiene una larga fila de espera y el otro está totalmente vacío. Algo está pasando ahí, ya sabes con cuál vas a quedarte", observa el experto.



Ultimo Minuto | + Vistas



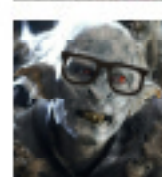
Disfrute los mejores memes que dejó la primera fecha del torneo



Entre lágrimas padre e hijo acusados de matar a un delincuente ofrecen disculpas



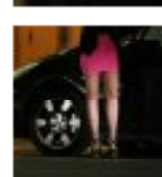
New York Post publicó fotos de esposa de Donald Trump desnuda



Con críticas, burlas y memes tuiteros esperan propuestas de José Piñera



José Piñera presentará este martes propuesta para AFPs: "Todo es perfectible"



"Me invitaron a trabajar de niñera y terminé como prostituta"



Pizarro fue ofrecido a los tres "grandes" previo al cierre del libro de pases



Lío pasional termina en tiroteo y con un hombre fallecido



"Preciosas" de Canal 13 debutó con el segundo lugar del rating nocturno



La arena de Choquehuanca: Estoy dispuesto a derramar sangre para recuperar lo nuestro



Del otro extremo están los bancos, donde también vas a hacer la fila a la larga a menos que tengas otra alternativa digital o de servicio remoto. **Si no te gusta el servicio, siempre está la opción de cambiarte de banco y las empresas son sensibles a esto.** Por eso se aprecian novedosas formas de auto atención al igual que en tiendas y supermercados donde pueden darse el lujo de no contar con una persona cajero. Así, se va segmentando naturalmente la cosa hacia un grupo al que no les causa problema atenderse por sí mismos o hacer la fila".

Esta es la génesis de las tiendas inteligentes que se acomodan a un sistema complejo de sensores capaces de captar información desde cámaras de seguridad, señales georeferenciales del Smartphone y la data en tiempo real de los clientes del establecimiento para tomar decisiones inteligentes minuto a minuto, y optimizar el servicio.

"La tecnología y en particular la penetración de los smartphones y sus aplicaciones han ido proponiendo formas de mejorar el servicio. En algunos supermercados de EEUU hay un tótem donde te acercas para hacer tu pedido antes de llegar a la fiambrería, por ejemplo, y sólo pasas después a retirarlos. Algo así, perfectamente podrías replicarlo con un teléfono móvil. Esto es un servicio para la persona y para la industria son datos muy valiosos para realizar mejoras. Compáralo con lo que pasa con Waze y la tecnología colaborativa generada a partir de pequeños datos que conforman un gran servicio", señala el profesor investigador del Instituto Sistemas Complejos de Ingeniería.



También matiza este tipo de avances y data con el aspecto psicológico cuando se trata de servicio. En particular, lo compara con el sistema antiguo de la espera de la locomoción colectiva, en la prehistoria del Transantiago.

"No era lo mismo esperar 10 minutos por el bus hacia un destino, a esperar 10 minutos dentro del bus en ese trayecto. Antes de Transantiago, la gente se demoraba una hora desde su casa hasta su punto de destino, incluyendo todas las vueltas que el bus diese en la ruta. Con el fin de los buses amarillos, al final el viaje completo tardaba 50 minutos que eran la suma de 20 minutos de espera, 10 minutos de trayecto, otros 10 de espera por una combinación y otros 10 minutos de viaje... pero la sensación que permanecía era la de una espera que genera insatisfacción e incertidumbre. No da lo mismo donde tú esperas y cómo percibes ese tiempo. Por eso los restaurantes se demoran en atenderte, pero te entregan de inmediato la carta para generar la sensación de rápida atención. Los aeropuertos juegan con este concepto también, con esta percepción que dejan las maletas muy lejos de donde te bajas del avión para reemplazar la sensación de espera por las maletas y el desagrado por un camino más largo que de más tiempo para la llegada de las maletas. **Todos los servicios juegan con la psicología del cliente**", dice Olivares.

-¿A nivel nacional, qué rasgo típico chileno hace de la investigación sobre los servicios de espera un tema relevante?

-Este interés por la investigación de las filas es algo mundial. Piensa en la gente de un país superpoblado como India. Hay culturas de filas y esperas y por eso en las filas la gente está apretadísima, muy pegada una con otra porque **no hay posibilidad de algo más desagradable que se cole alguien en la fila.** Este tipo de rasgos te muestran algunos aspectos de la cultura donde se desarrollan. En Chile está la tendencia del que te cuida un puesto, del que se cuele en la fila, algo que para otras culturas es **algo realmente chocante.** Me ha tocado estar con gente extranjera que se espanta cuando ven cómo las personas en Chile se saltan las filas, algo que en sus países **no pasa bajo ninguna circunstancia.** Acá no. Aquí tienes que estar atento para que no se metan en la fila o una persona se salte toda la fila, incluso. En otros países es inconcebible que alguien se cuele en la fila.



Lo que sí es un fenómeno súper estudiado es el quiebre de "los 3 minutos de espera". Se han realizado experimentos de filas en el que a las personas se las somete a una espera en la que, pasados 3 minutos, comienza a generarse una nueva percepción de tiempo. Ya con 5 minutos, empiezas a percibir que llevas "como 10 minutos" de espera porque **se vuelve más desagradable la experiencia.** Se genera un quiebre en la percepción de la realidad.

- ¿Hay experiencias relevantes que mezclen tecnología y gestión en filas en el mercado nacional?

- Hemos realizado algunos pilotos que demuestran que habrá un crecimiento importante de estas apps de mejorar los tiempos de espera de clientes. Hay una que destaco que funciona como lo hace Uber: cuando quieres un taxi y no es hora peak, se aumenta la capacidad de vehículos de respuesta y se juega con el precio para equilibrar el asunto. Eso es algo que llamamos **crowdsourcing**, donde una multitud de gente te ayuda a generar el servicio. Hay call centers que operan con agentes con más tiempo libre y que trabajan desde su casa, desde el PC y que **se ponen en acción cuando aumenta el tráfico de llamadas.** Son soluciones que te permiten escalar a velocidad y responder rápidamente al requerimiento.



## TIENDAS INTELIGENTES SACAN NÚMERO

- ¿Qué rutas pueden tomarse hoy, con la tecnología y realidad local, para comenzar el camino hacia el modelo de las tiendas inteligentes?

- Creo que una primera recomendación es repensar en la recolección de datos y evitar la tendencia de esta cosa de registrar datos sólo por hacerlo. Hay muchos datos para recopilar, servicios y tecnologías para ello, que es la idea; pero **una tienda inteligente no la hacen sólo los datos**, sino saber cómo usar esos datos para tomar decisiones.

Antes de adoptar un contador de tráfico o un sensor de teléfonos móviles o sensores de calor, lo primero es ver que problemas quiero resolver. En ese contexto, si me concentro en mejorar la calidad de mi servicio, puedo obtener una primera dirección para llevar una tienda a recopilar y **manejar data con un objetivo.**

COMENTARIOS »

BUSCADOR

Información a buscar



Ir a Búsqueda Avanzada MULTIMEDIOS Canal Video | Galerías Fotográficas | Infografías