

# Estrategia que Conecta

## Cómo el CX está redefiniendo el consumo: una oportunidad estratégica para las marcas de bienes de consumo

En un entorno de consumo cambiante, la experiencia del cliente (CX) se ha posicionado como uno de los elementos

más influyentes en la decisión de compra y fidelización de los consumidores. No se trata solamente de ofrecer buenos productos o digitalizar procesos, sino de integrar tecnología, estrategia y empatía en cada punto de contacto con el cliente.

Estudios muestran que el 86% de los consumidores están dispuestos a pagar más por una mejor experiencia<sup>[1]</sup>. A pesar de esto, muchas marcas siguen invirtiendo en tecnología sin lograr articular soluciones coherentes entre canales y procesos.

<sup>[1]</sup> PwC – Future of Customer Experience Survey

# Tabla de contenido



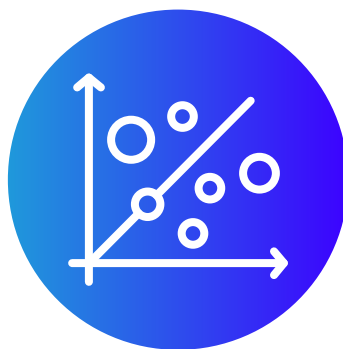
- + **La evolución del CX:** de la digitalización a la conexión real.
- + **2025:** la segunda ola de transformación del CX.
- + **Nuevas tecnologías,** nuevos estándares.
- + De la multicanalidad a la omnicanalidad real.
- + CX como inversión estratégica.
- + **Bienes de consumo:** la experiencia como producto.
- + **¿Cómo lo hacemos en Atento?**
- + Referencias.

# + La evolución del CX: de la digitalización a la conexión real

Durante la primera ola digital, muchas empresas lograron diferenciarse al ofrecer ecommerce y canales digitales funcionales. Sin embargo, esa transformación inicial dejó desafíos pendientes:



**Ecosistemas tecnológicos fragmentados**



**Datos dispersos**



**Procesos no conectados**

En el sector de bienes de consumo, esto fue aún más evidente. Durante años, las marcas confiaron en distribuidores y retailers, sin construir canales directos con sus clientes. Esto limitó la generación de insights propios, estrategias de fidelización y personalización.

Hoy, ese paradigma se está transformando. Marcas líderes están lanzando modelos direct-to-consumer (D2C), programas de suscripción, tiendas propias y experiencias inmersivas. Se enfocan en capturar datos, generar lealtad y controlar el journey completo del cliente.

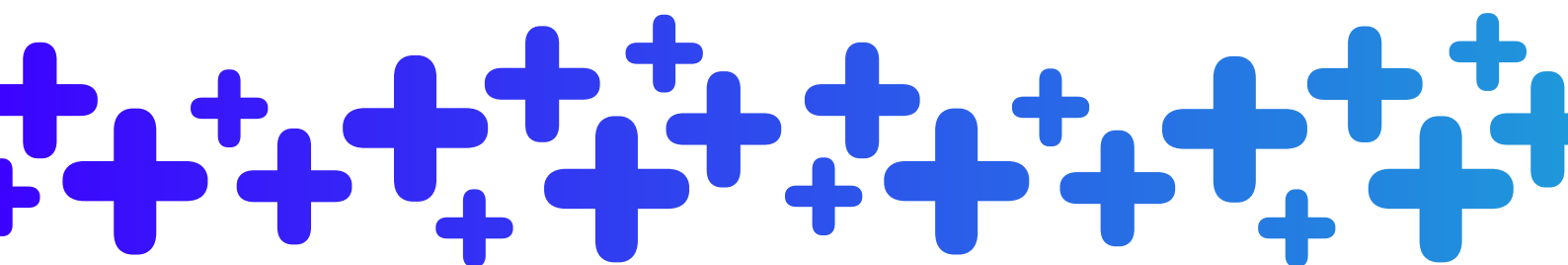


## + 2025: la segunda ola de transformación del CX

Estamos en plena segunda ola del CX. Los consumidores ya han experimentado estándares que antes eran excepcionales y que hoy son esperados—como abrir cuentas desde el móvil en menos de 5 minutos o recibir notificaciones en tiempo real sobre envíos.

**El 73% de los consumidores considera la experiencia como factor decisivo en su compra <sup>[2]</sup>, aunque sólo el 49% asegura recibir una experiencia buena o excelente <sup>[3]</sup>**

Una investigación reciente de Forrester reveló que la calidad de la experiencia del cliente ha alcanzado un mínimo histórico en 2025, lo cual representa una advertencia para las marcas que aún no se adaptan a las nuevas expectativas del consumidor <sup>[4]</sup>.



## + Nuevas tecnologías, nuevos estándares

Herramientas como:



**IA generativa**



**Machine learning**



**Asistentes virtuales**

están redefiniendo lo que los clientes esperan.

**El 89% de las empresas que usan IA para personalización reportan mejoras en satisfacción <sup>[5]</sup>**

Además, el retail phygital ya no es solo tendencia: integra tecnología en espacios físicos—como probadores inteligentes— para ofrecer una experiencia omnicanal y conectada.

<sup>[2]</sup> PwC – Global Consumer Insights.

<sup>[3]</sup> Salesforce – State of the Connected Customer 2023.

<sup>[4]</sup> Forrester – 2025 Global Customer Experience Index Rankings.

<sup>[5]</sup> McKinsey – The State of AI in 2024.

## + De la multicanalidad a la omnicanalidad real

Hoy, el cliente exige una experiencia coherente sin importar el canal.

*El **76%** espera interacciones consistentes, pero el **54%** afirma que esto rara vez ocurre <sup>[6]</sup>.*

Solo con plataformas unificadas y procesos integrados las marcas pueden ofrecer un recorrido del cliente realmente fluido, incrementando el valor de vida del cliente (CLV) y reduciendo costos.



## + CX como inversión estratégica

El CX ya no es solo servicio, es una palanca de crecimiento y eficiencia. Las marcas centradas en CX:

Crecen un **30%** más rápido que sus competidores <sup>[7]</sup>

Pueden reducir costos operativos hasta un **25%** mediante automatización <sup>[8]</sup>

Tienen entre **2 a 3 veces más** probabilidad de fidelizar clientes <sup>[9]</sup>

<sup>[6]</sup> Salesforce – What Are Customer Expectations, and How Have They Changed?

<sup>[7]</sup> Actions.es – Empresas que priorizan CX crecen un 30% más rápido.

<sup>[8]</sup> Deloitte – Intelligent Automation Market Trends.

<sup>[9]</sup> Bain & Company – Loyalty Economics & NPS

## + Bienes de consumo: la experiencia como producto

En consumo masivo ya no basta con el producto: la experiencia lo es todo. Invertir en inventarios unificados, modelos D2C y tecnología inmersiva (AR/VR) es clave.

El **65%** de los consumidores asegura que una experiencia positiva influye más que una campaña publicitaria en su decisión de compra <sup>[10]</sup>.

## + ¿Cómo lo hacemos en Atento?

En Atento, acompañamos a las marcas con un enfoque de Business Transformation Outsourcing (BTO) para:

*Identificar oportunidades estratégicas en su CX*

*Incorporar IA y automatización en procesos clave*

*Formar equipos híbridos que operen con eficiencia y empatía*

En Atento, acompañamos a las marcas con un enfoque de Business Transformation Outsourcing (BTO) para:

Las expectativas del consumidor evolucionan continuamente; lo que antes era innovación ya es estándar. El CX es hoy la palanca de crecimiento, eficiencia y diferenciación.

Desde **Atento**, ayudamos a las marcas de consumo a transitar a una estrategia centrada en clientes, tecnología avanzada y experiencias integradas.

**¿Tu marca está lista para liderar esta transformación?**

**Conversemos y diseñemos juntos un CX que marque la diferencia.**

<sup>[10]</sup> PwC – Future of Customer Experience Survey (PDF).

# Referencias

- [1]** PwC – Future of Customer Experience Survey
- [2]** PwC – Global Consumer Insights
- [3]** Salesforce – State of the Connected Customer 2023
- [4]** Forrester – 2025 Global Customer Experience Index Rankings
- [5]** McKinsey – The State of AI in 2024
- [6]** Salesforce – What Are Customer Expectations, and How Have They Changed?
- [7]** Actions.es – Empresas que priorizan CX crecen un 30% más rápido
- [8]** Deloitte – Intelligent Automation Market Trends
- [9]** Bain & Company – Loyalty Economics & NPS
- [10]** PwC – Future of Customer Experience Survey (PDF)

Atento