



CX Ágil para Hipercrecimiento:
Estrategias con IA aumentada
para la transformación

ATENTO

Resumen Ejecutivo

En el clima empresarial de hipercrecimiento actual, las organizaciones de experiencia del cliente (CX) están bajo una presión creciente para ofrecer una CX fluida, escalable y ágil en todos los puntos de contacto. Los modelos tradicionales de BPO (Business Process Outsourcing), cargados por sistemas heredados, datos en silos y procesos rígidos, batallan para seguirles el ritmo a expectativas de clientes que cambian con rapidez. Este white paper presenta un enfoque de futuro hacia una "CX Ágil": un modelo operativo de CX soportado por IA, automatización y plataformas modulares. Al adoptar soluciones con IA aumentada, las grandes empresas pueden iterar continuamente sobre los journeys, escalar servicios con rapidez y adaptarse en tiempo real, manteniendo al mismo tiempo la gobernanza y la consistencia que son esenciales en sectores complejos y regulados.

Este documento examina los puntos de dolor que las compañías encuentran al transformar CX a escala y explora cómo el modelo operativo de CX ágil con IA aumentada aborda directamente esos desafíos. También revisa las soluciones de Atento que pueden poner esta estrategia en acción.

Conclusiones Clave:

- **Agilidad operativa en CX:** la IA y la automatización te permiten iterar con rapidez en procesos de cara al cliente, rompiendo con las limitaciones de los legados. Los equipos pueden pilotear, aprender y desplegar mejoras en semanas, no meses, adaptándose a necesidades en tiempo real.
- **IA como multiplicador:** lejos de reemplazar personas, la IA las aumenta, actuando como "amplificador de red" que potencia a los agentes y la toma de decisiones¹. El resultado: interacciones más contextuales y personalizadas y operaciones más eficientes, en línea con la filosofía "IA aumentada, impulsada por las personas".
- **Gobernanza de nivel empresarial:** CX ágil no es CX caótica. Con plataformas de datos unificadas, analítica continua y una buena gobernanza de IA, puedes asegurar consistencia, cumplimiento y calidad mientras aceleras el cambio. Esto es vital en industrias reguladas como salud y finanzas.
- **Modelo probado en práctica:** un conjunto de soluciones de CX con IA aumentada muestra cómo ejecutar CX ágil. Por ejemplo, Atento Knowledge Assistant (bases de conocimiento y bots de asistencia a agentes), Advanced Insights (analítica en tiempo real y calidad) y Atento Conversations (IA conversacional omnicanal) ofrecen bloques modulares para la transformación, con mejoras medibles en eficiencia, satisfacción y agilidad a escala.

Agilidad y enfoque en el cliente no son opuestos: con la estrategia adecuada de IA aumentada, se vuelven complementarios. Si lideras equipos de CX o transformación, aquí aprenderás cómo aprovechar estos enfoques para convertir operaciones complejas de CX en una ventaja competitiva, impulsando crecimiento incluso frente a cambios constantes. A lo largo de las secciones encontrarás retos y soluciones, respaldados por aprendizajes de analistas líderes (McKinsey, Gartner, Forrester, Frost & Sullivan) y ejemplos reales de soluciones.

¹ CX Quality is Falling – Forrester Says Total Experience Can Fix it



Índice

1	Puntos de dolor de CX en condiciones de hipercrecimiento	4
1.1	Canales y journeys fragmentados	4
1.2	Tecnología heredada y silos de datos	4
1.3	Calidad de servicio inconsistente	4
1.4	Restricciones regulatorias y de cumplimiento	5
1.5	Problemas para escalamiento operativo	5
2	Cómo la CX ágil con IA aumentada resuelve estos retos	7
2.1	Analítica en tiempo real para la mejora continua	7
2.2	Bases de conocimiento y asistencia a agentes con IA	8
2.3	Plataformas modulares de automatización para velocidad y escala	10
3	Las soluciones de Atento como modelo (IA aumentada, impulsada por personas) ..	12
3.1	Atento Knowledge Assistant: empoderando a los agentes con IA	12
3.2	Atento Advanced Insights: usando data para tomar acción a escala	13
3.3	Atento Conversations: engagement omnicanal con IA escalable	15
4	Conclusión: aprendizajes estratégicos para la transformación	17

Canales y journeys fragmentados:

A medida que se multiplican los canales (teléfono, email, chat, redes sociales, mensajería, etc.), muchas empresas batallan para integrarlos. La mayoría de los contact centers gestionan todo tipo de consultas en canales dispares, lo que genera experiencias inconsistentes y alta complejidad operativa². Esta fragmentación dificulta mantener una vista unificada del cliente. Un agente podría no saber que alguien que chatea hoy llamó la semana pasada, repitiendo información y generando frustración. Demasiados canales en silos elevan costos y vuelven ineficiente la dotación de personal.

Tecnología heredada y silos de datos:

Las grandes empresas suelen arrastrar décadas de TI heredada y almacenes de datos fragmentados. La información del cliente está repartida entre CRM, facturación, tickets y bases de producto que no se integran bien. Según CMS Wire, **51% de las empresas tienen una arquitectura de CX llena de silos incompatibles**³. El resultado: "espagueti" de procesos y data fragmentada que ralentiza la toma de decisiones o, peor aún, la sesga al faltar una fuente única de datos reales. Además, la deuda técnica encarece integrar nuevos canales o herramientas de IA.

Calidad de servicio inconsistente:

Con el crecimiento acelerado, sostener una calidad uniforme entre canales, geografías y equipos se complica. En entornos multicanal mal integrados, un cliente puede recibir **información o niveles de servicio distintos al cambiar de canal**, erosionando la confianza. Por ejemplo, La aplicación móvil de un banco puede mostrar un estado, mientras que un miembro del equipo ve otro, porque los sistemas no están sincronizados. La capacitación inconsistente y el intercambio de conocimientos entre una fuerza laboral en crecimiento exacerban el problema: algunos empleados siguen un proceso, otros uno diferente. Esta falta de estándares uniformes de CX conduce a resultados erráticos y a la confusión del cliente. Mantener una alta calidad a escala requiere nuevas formas de distribuir el conocimiento y aplicar las mejores prácticas en tiempo real.

² 30% of Fortune 500 Will Embrace Single-Channel CX by 2028, Gartner Predicts

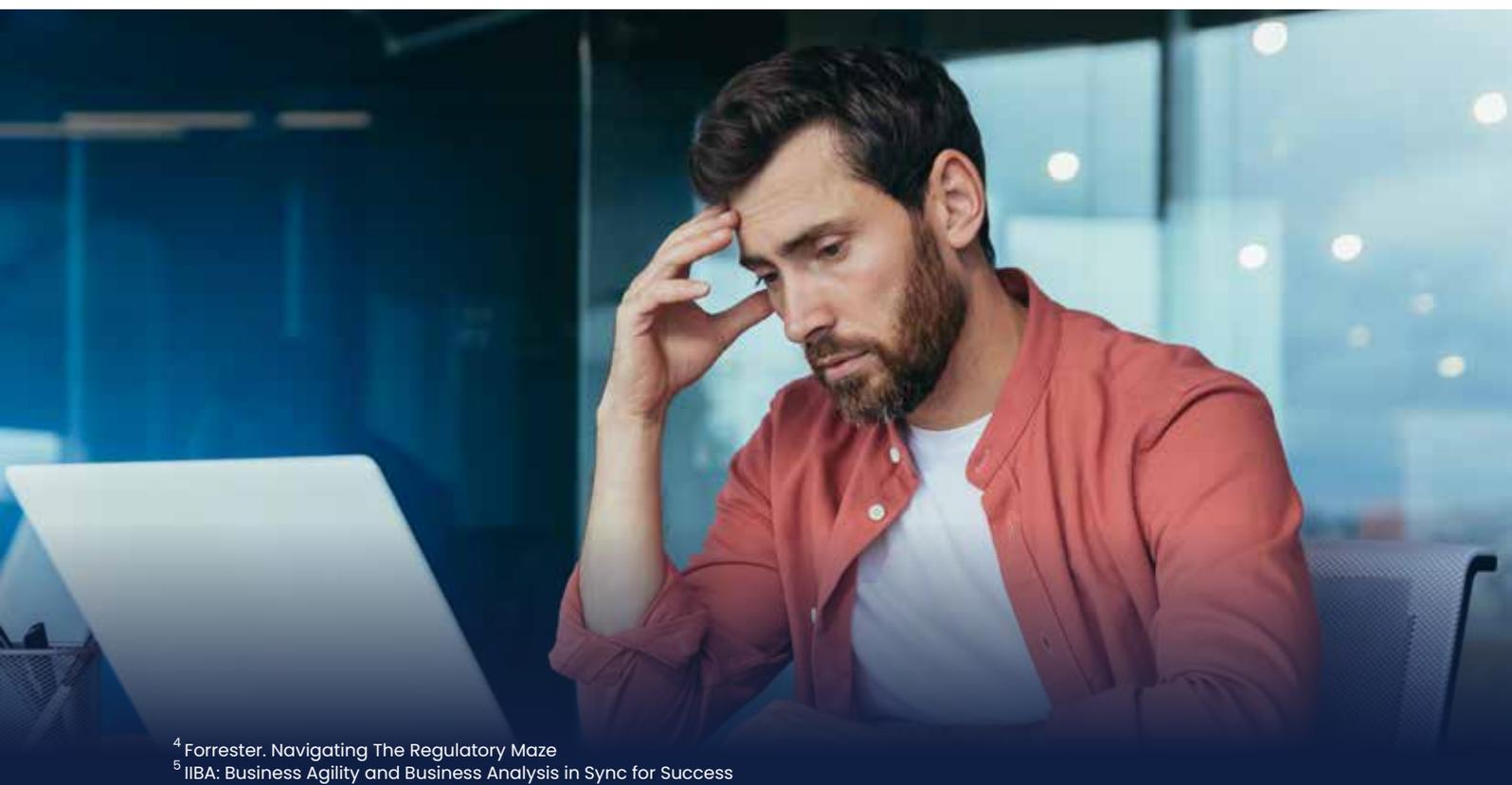
³ CMS Wire: Overcoming Data Silos for Enhanced CX

Restricciones regulatorias y de cumplimiento:

Las organizaciones de sectores regulados (salud, servicios financieros, telecomunicaciones, etc.) añaden complejidad adicional de los requisitos de cumplimiento en cada interacción. Proteger la privacidad de los datos, obtener el consentimiento adecuado y cumplir con las reglas específicas de la industria puede frenar la innovación de la CX. No es que las regulaciones sean la causa de una mala CX, pero en la práctica **pueden introducir fricción** (p. ej., verificaciones de identidad adicionales) y dificultar una vista holística del cliente. Se requieren soluciones que habiliten agilidad dentro de barandillas firmes. Por ejemplo, los pasos adicionales de verificación de identidad o el mantenimiento de registros en silos para el cumplimiento pueden hacer que una experiencia sea torpe. Las empresas de servicios financieros y de atención médica a menudo luchan por obtener una visión holística del cliente porque las regulaciones dificultan la agregación de datos entre sistemas⁴.

Dolores de escalamiento operativo:

El hipercrecimiento lleva a que los volúmenes superen los procesos existentes. Flujos manuales que funcionaban a menor escala colapsan cuando las interacciones se multiplican por diez. Sin automatización, la alternativa es aumentar el personal o tolerar los retrasos. Se convierte en un reto incorporar y entrenar talento sin perder calidad. Las organizaciones más ágiles tienen una ventaja sobre las que se aferran a tecnología antigua y procesos ineficientes⁵.

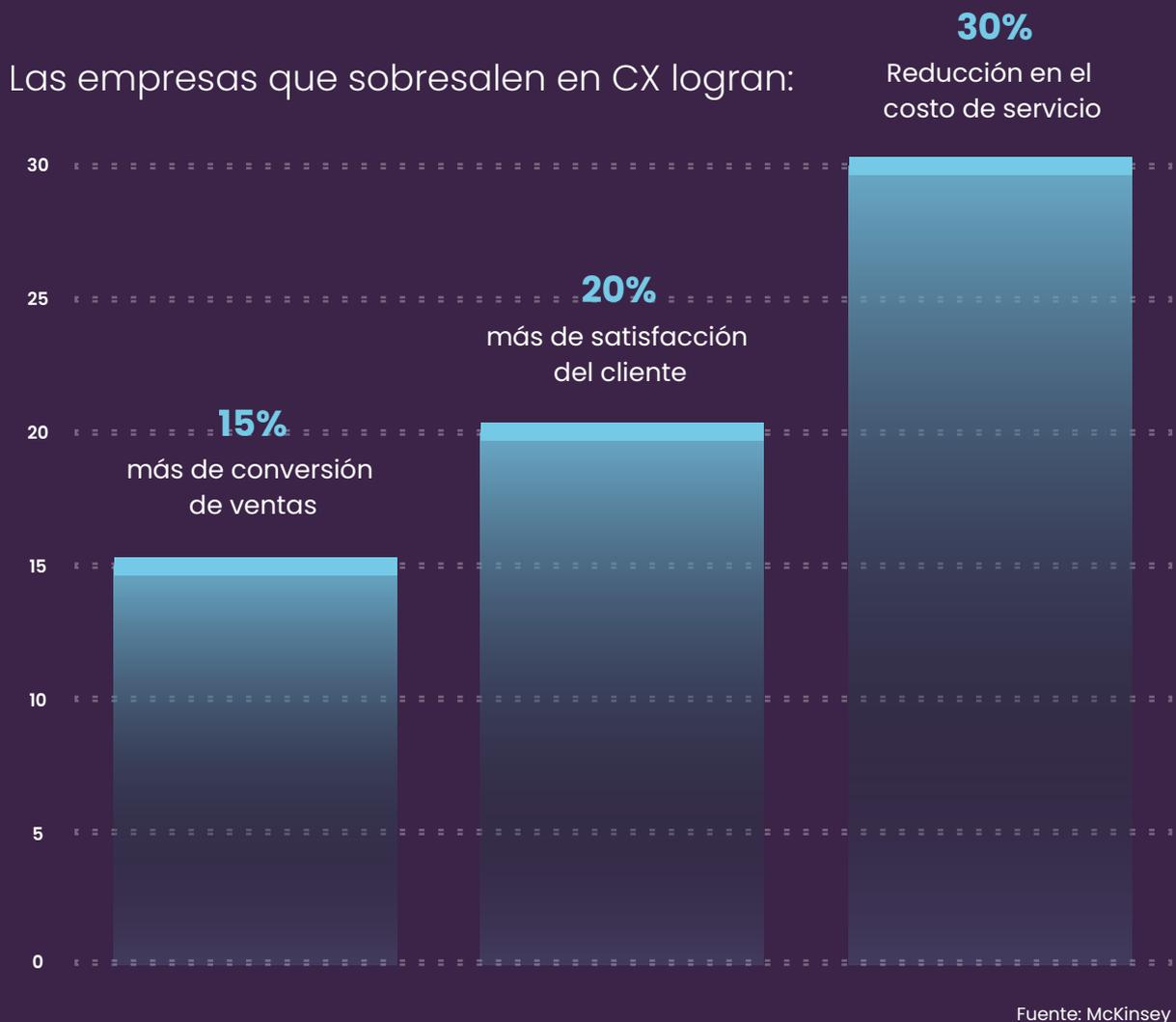


⁴ Forrester. Navigating The Regulatory Maze

⁵ IIBA: Business Agility and Business Analysis in Sync for Success

Por qué importa:

Estos puntos de dolor afectan directamente el desempeño. Una CX fragmentada, lenta o de mala calidad erosiona la lealtad del cliente y la reputación de la marca. Los estudios demuestran que las empresas que logran sobresalir en la experiencia del cliente pueden lograr ganancias significativas. Por ejemplo, McKinsey descubrió que los modelos organizacionales efectivos de **CX pueden generar un 20% más de satisfacción del cliente** y un 15% más de conversión de ventas, al tiempo que **reducen el costo de servicio en un 30%**⁶. Por el contrario, una CX deficiente en plena expansión puede conducir a la rotación incluso cuando adquiere nuevos clientes, ya que **alrededor del 70% de las empresas clasifican la mejora de CX como un objetivo corporativo principal**⁷. Escalar el negocio sin escalar la experiencia del cliente es receta para fallar. La siguiente sección analiza cómo la adopción de un enfoque ágil y aumentado por IA aborda estos desafíos de frente, convirtiendo estos puntos débiles en oportunidades de mejora en lugar de obstáculos.



⁶ McKinsey: How the operating model can unlock the full power of CX

⁷ Frost & Sullivan: The 4Cs of Experience: Aligning for Exceptional CX Outcomes

Transformar la CX a nivel empresarial requiere un nuevo paradigma operativo: uno que reemplaza el enfoque lento, aislado y reactivo por uno con capacidades rápidas, integradas y proactivas. Aquí es donde entra en juego un modelo ágil de CX impulsado por IA y automatización. Una operación de CX ágil y aumentada por IA significa que la empresa puede iterar rápidamente, aprovechar los datos en tiempo real y escalar experimentos exitosos en toda la empresa, todo ello garantizando la coherencia. A continuación, describimos cómo las estrategias y tecnologías específicas impulsadas por IA abordan directamente los puntos débiles de la sección I:

2.1

Analítica en tiempo real para la mejora continua

Un pilar clave de la CX ágil es escuchar, aprender y ajustar con rapidez. La analítica en tiempo real, impulsada por IA y big data, te da visibilidad viva de comportamientos, puntos de dolor y performance operativo. En vez de esperar encuestas trimestrales, monitoreas métricas de experiencia en vivo y aplicas correcciones sobre la marcha.

Por ejemplo, las empresas están pasando de la recopilación periódica de datos a la escucha **"siempre activa" las 24 horas del día, los 7 días de la semana**, en todos los canales. Las plataformas de análisis avanzadas ingieren datos de interacción de transcripciones de llamadas, chats, redes sociales y más, convirtiéndolos en información inmediata. Esto permite un cambio de la gestión reactiva a la proactiva de CX: problemas como un paso confuso en el sitio web o un aumento en el volumen del centro de contacto se pueden detectar y abordar casi en tiempo real. El programa CX de McKesson, por ejemplo, evolucionó durante cinco años desde la simple realización de encuestas hasta el uso de datos para la **detección de riesgos en tiempo real y la planificación estratégica**⁸, lo que significa que podían identificar a los clientes en riesgo de abandono o averías operativas a medida que surgían y actuar más rápido.

La IA juega un papel clave al sacar a la luz patrones y predicciones a partir de la avalancha de datos que los humanos podrían perder. Los modelos de aprendizaje automático pueden predecir la rotación de clientes, estimar la satisfacción (por ejemplo, a través del análisis de sentimientos en las interacciones) e incluso pronosticar por qué los clientes llaman antes que ellos. Al integrar estos conocimientos en paneles y flujos de trabajo, las organizaciones obtienen un "motor de información" para CX. Frost & Sullivan enfatiza que una estrategia unificada de datos y análisis es fundamental, no por falta de datos, sino para superar los datos desconectados y los silos. Cuando los equipos integran sus datos y se alinean con las métricas compartidas de los clientes, los empleados están capacitados para actuar sobre la base de información en tiempo real, eliminando la fricción y permitiendo experiencias significativas⁹.

⁸ Frost & Sullivan: Unified Vision: Building a CX Strategy Supporting Strategic and Tactical Decision Making

⁹ Frost & Sullivan: Raising the CX Bar with a Unified Data and Analytics Strategy

Beneficios clave: El análisis en tiempo real acorta drásticamente el ciclo de retroalimentación. Los equipos pueden ejecutar pruebas A/B o programas piloto en un mercado, obtener lecturas instantáneas y refinar los enfoques antes de escalarlos. El tiempo de comercialización de las mejoras de CX disminuye. El monitoreo continuo también garantiza la consistencia y la calidad; Los problemas se detectan temprano antes de que se propaguen. En resumen, la analítica alimenta un enfoque iterativo basado en evidencia: mide, ajusta y mejora continuamente, en lugar de ejecutar un plan anual rígido de CX.



2.2

Bases de conocimiento y asistencia a agentes con IA

Empoderar a la primera línea es otro pilar. Cuando agentes, vendedores y equipos en primera línea resuelven más rápido y de forma consistente con apoyo de IA, atacas la inconsistencia y escalas la pericia.

Las bases de conocimiento impulsadas por IA actúan como copilotos inteligentes para los agentes: ingieren info de productos, políticas y casos y devuelven la respuesta correcta en segundos mediante lenguaje natural. Los asistentes modernos recomiendan “siguientes mejores acciones” según contexto, homogeneizando calidad independientemente de la antigüedad del agente.

Además, la IA puede observar y aprender de los mejores desempeños. Usando técnicas de machine learning, las herramientas de asistencia al agente pueden sugerir frases o soluciones a los agentes menos experimentados que reflejen lo que hacen los más destacados, escalando efectivamente el talento top en todo el equipo. Según Forrester, la IA generativa y las herramientas de asistencia a agentes están agilizando operaciones, **reduciendo tiempos de respuesta y empoderando a los empleados en servicio al cliente**¹⁰.

¹⁰ Avaya: Unlock the future of CX with AI

Los miembros del equipo reciben sugerencias en tiempo real o incluso sugerencias automáticas de respuestas, lo que les permite manejar consultas más rápidamente y con menos errores. Esto no solo mejora la satisfacción del cliente (respuestas rápidas y correctas), sino que también reduce el tiempo promedio de atención y el esfuerzo de capacitación.

Por ejemplo, **Atento Knowledge Assistant** (explicado más adelante) usa GenAI para proporcionar a los agentes respuestas rápidas y precisas, e incluso sugerir pasos de proceso mejorados para la resolución. Al integrarlo en la estación de trabajo del agente, Atento habilitó una solución integral de soporte que combina búsqueda inteligente y flujos guiados. El resultado es que los agentes nuevos se adaptan más rápido y todos los agentes pueden resolver consultas sin tener que escalar o transferir repetidamente. La IA asegura que el conocimiento colectivo de la organización esté siempre al alcance de cada representante.

El autoservicio del cliente también se beneficia: los chatbots y asistentes virtuales con IA pueden manejar preguntas frecuentes con alta precisión, desviando los casos simples de los agentes humanos. Esto reduce el volumen (aliviando el problema de escala) y ofrece ayuda 24/7. Pero lo más importante es que, cuando se necesita transferir a un humano, un sistema bien diseñado con IA pasa el contexto y la solución sugerida, de modo que el cliente no tiene que empezar de cero. Así, la IA ayuda a mantener la consistencia entre canales: el chatbot, el IVR y el agente en vivo comparten la misma base de conocimiento.

Más allá de las interacciones de soporte, las plataformas de conocimiento impulsadas por IA pueden ayudar a identificar mejoras de proceso (por ejemplo, si los agentes buscan con frecuencia una misma respuesta, tal vez el sitio web debería actualizarse para incluirla). Esto contribuye al ciclo ágil de mejora continua.

En resumen, **aumentar las capacidades de las personas con IA** permite a las empresas escalar un servicio de alta calidad y personalizado sin un crecimiento lineal de personal. Aborda la calidad inconsistente (todos reciben la mejor respuesta, siempre) y acelera los tiempos de reacción (los agentes resuelven más problemas en el primer contacto). Lo más importante es que este enfoque adopta la filosofía de que la IA “potencia a los humanos, en lugar de reemplazarlos”. Como destacó Forrester, cuando se despliega de manera efectiva, la IA funciona como multiplicador de fuerza para los empleados, permitiendo experiencias más contextuales y humanas al liberar a las personas para que se concentren en donde realmente agregan valor. El toque humano sigue presente, pero amplificado por la IA para ser más rápido y confiable.



Plataformas modulares de automatización para velocidad y escala

La agilidad en CX también depende de contar con plataformas tecnológicas flexibles, modulares y ricas en automatización. Los sistemas monolíticos heredados, que requieren meses para realizar un cambio menor, ya no son viables. Las empresas están migrando hacia stacks tecnológicos ágiles: arquitecturas basadas en la nube, API-first, microservicios y automatización low-code, con el fin de desplegar nuevas capacidades de CX y adaptar procesos con rapidez.

Una estrategia clave es implementar una **plataforma de automatización modular** que orqueste los customer journeys y los flujos de trabajo de back-end. Por ejemplo, un motor de automatización puede manejar tareas rutinarias (como actualizar una dirección en todos los sistemas o procesar un reembolso) sin intervención de un agente o asistir a los agentes con el prellenado de formularios y tareas posteriores a la llamada. Al automatizar el trabajo repetitivo, se logran dos cosas: un **servicio más rápido para los clientes y la capacidad de escalar operaciones sin un aumento lineal del personal**. Una predicción de Gartner señala que para 2029, la "IA agentic" (agentes de IA autónomos) resolverá el 80% de los problemas comunes de servicio al cliente sin ayuda humana, generando una reducción del 30% en los costos. Esto demuestra cuánta eficiencia está disponible mediante una automatización más inteligente. Estos agentes de IA incluso pueden trabajar de manera proactiva, identificando problemas y resolviéndolos antes de que el cliente los note, anticipando un futuro de servicio verdaderamente sin esfuerzo¹¹.

De forma crucial, las plataformas modernas de CX (como **Contact Center-as-a-Service en la nube**) están diseñadas para ser modulares. ¿Necesitas añadir un nuevo canal de chat? Activa el módulo en tu plataforma e intégralo vía API, en lugar de levantar un sistema completamente nuevo. ¿Quieres desplegar un chatbot de IA para una campaña específica? Lánzalo en un sandbox, pruébalo y ponlo en producción, sin reconstruir toda tu infraestructura. Esta modularidad significa un lanzamiento al mercado más rápido para nuevas experiencias. Una tendencia destacada: compañías que consolidan en una sola plataforma flexible de CX para evitar los problemas de múltiples herramientas desconectadas. Gartner predice que para 2028, el 30% de las empresas Fortune 500 simplificarán intencionalmente a un único canal habilitado por IA para servicio al cliente, reduciendo la complejidad causada por la proliferación multicanal. Utilizarán IA para mezclar modalidades dentro de ese canal según sea necesario (p. ej., un asistente de voz que pueda escalar a un humano), en lugar de manejar docenas de canales. La simplificación y el diseño modular van de la mano para potenciar la agilidad.

La gobernanza y la agilidad también pueden coexistir en estas plataformas. Las herramientas de automatización con bajo código suelen incluir auditoría, control de versiones y verificaciones de cumplimiento integradas. Esto es particularmente valioso en industrias reguladas: puedes automatizar un proceso (como extraer registros de consentimiento del cliente) para hacerlo más rápido, pero también garantizar que se ejecute de la manera correcta cada vez (y que quede registrado para los reguladores).

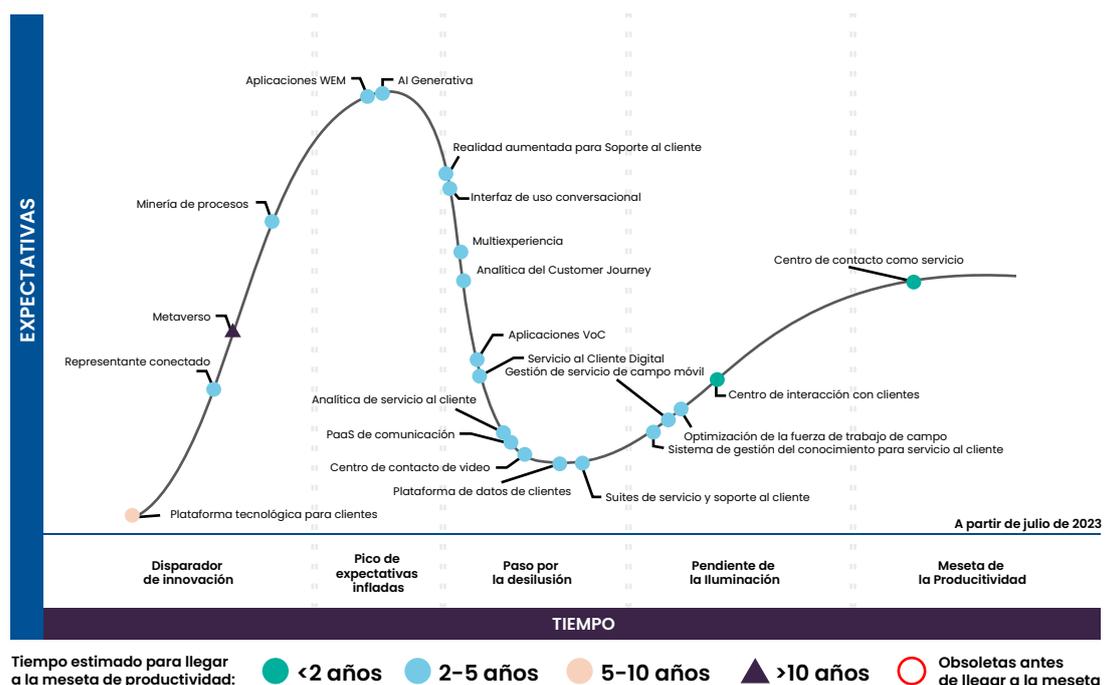
¹¹ CX Today: Gartner Predicts that Agentic AI Will Solve 80% of Customer Problems by 2029

En un modelo de CX ágil, cualquier nuevo flujo de trabajo o bot debería contar con la supervisión de los equipos de cumplimiento desde el inicio, pero una vez aprobado, la automatización se ejecuta de manera confiable dentro de la política, reduciendo así el riesgo de errores humanos que puedan causar problemas de cumplimiento.

Además, la escalabilidad es inherente: las soluciones de CX basadas en la nube pueden aumentar capacidad durante picos de demanda (p. ej., inscripciones abiertas en salud o temporada navideña en retail) sin necesidad de contratar y entrenar rápidamente a una gran fuerza laboral temporal. Los chatbots de IA no toman vacaciones ni se enferman; los scripts de RPA (automatización robótica de procesos) no cometen errores al copiar datos entre sistemas. Esto genera un colchón que permite que el equipo humano se enfoque en interacciones complejas o realmente sensibles, mientras el “equipo máquina” maneja el trabajo repetitivo a gran escala.

Finalmente, un beneficio a menudo subestimado: **las plataformas ágiles impulsadas por IA generan una gran cantidad de datos operativos que retroalimentan el ciclo de analítica** y mejora (conectando de nuevo con la sección 2.1). La automatización no solo ejecuta procesos más rápido, sino que también los mide y registra en detalle. Los líderes pueden ver, por ejemplo, cuántos casos fueron manejados por IA, dónde la IA necesitó escalar a humanos, y luego refinar la IA o el diseño del proceso para obtener mejores resultados. Este ciclo de optimización continua es un sello del enfoque ágil.

En resumen, al aprovechar plataformas modulares de automatización, las empresas logran velocidad, escalabilidad y resiliencia en operaciones de CX. Cambios que antes tomaban meses de codificación ahora pueden configurarse en días. La organización puede gestionar picos de crecimiento o nuevas demandas de clientes sin colapsar el sistema. Y, lo más importante, humanos e IA trabajan en conjunto: la IA se encarga de las tareas rutinarias y los humanos se enfocan en interacciones de alto valor. Esto no solo mejora la eficiencia, sino también la experiencia del empleado: el personal queda menos sobrecargado con tareas mundanas y puede concentrarse en interactuar, resolver problemas e innovar.



Fuente: Gartner Reveals Three Technologies that will transform customer service and support by 2028

Para aterrizar estos conceptos en un contexto real, esta sección examina cómo Atento, proveedor global de soluciones de CX, ha implementado estrategias de CX ágil con IA aumentada a través de su portafolio. El enfoque de Atento se resume en el lema **“IA aumentada, impulsada por personas”**, que refleja el principio de que la tecnología debe amplificar la capacidad humana y estar guiada por un diseño centrado en las personas. Se destacan tres de sus soluciones: **Atento Knowledge Assistant, Advanced Insights y Atento Conversations**, que ofrecen un modelo práctico de cómo las grandes organizaciones pueden lograr agilidad, gobernanza y escala en la transformación de CX.

3.1

Atento Knowledge Assistant: empoderando a los agentes con IA

Uno de los mayores catalizadores de la CX ágil es mejorar la productividad y la consistencia de los agentes y [Atento Knowledge Assistant](#) está diseñado precisamente para ese propósito. Es una solución de gestión del conocimiento y chatbot de asistencia al agente, impulsada por IA, que revoluciona la experiencia del escritorio del agente. Actúa como una guía inteligente para los representantes de servicio al cliente, entregando respuestas instantáneas y orientación de procesos durante las interacciones en vivo.

Los chatbots de Atento Knowledge Assistant ayudan a las compañías a proporcionar respuestas rápidas y precisas a las consultas de los clientes, extrayendo información de una amplia base de artículos, FAQs y casos previos. En lugar de dejar al cliente en espera mientras se buscan manuales o se consulta a un supervisor, los agentes pueden confiar en el asistente de IA para obtener la información relevante en segundos. Esto reduce drásticamente los tiempos de resolución y garantiza que los clientes reciban información consistente, sin importar con qué agente o canal contacten.

Más allá de preguntas y respuestas, el Knowledge Assistant también recomienda activamente mejores procesos para que los empleados los sigan al resolver incidencias. Por ejemplo, si un agente atiende una disputa de facturación, el asistente puede sugerir: “¿Has verificado si aplican créditos promocionales a esta cuenta? Si no, aquí está el proceso”. De esta forma, las mejores prácticas se refuerzan dinámicamente, reduciendo la variación en la calidad del servicio. Es como si cada persona tuviera a un coach experto a su lado, guiándola en escenarios complejos.

La solución de Atento integra un agente conversacional, un bot orientado al agente, dentro del flujo de trabajo. El Knowledge Assistant, potenciado por GenAI de Atento, se integra de manera fluida en **Qualistore**. Gracias a esta integración, los equipos cuentan con búsqueda inteligente y soporte conversacional que les ayuda a resolver con rapidez las incidencias. El asistente puede funcionar tanto en línea como fuera de línea, lo que significa que incluso en escenarios de back-office o cuando el cliente no está en vivo, los agentes pueden consultar el sistema para investigación y seguimiento.

Desde la perspectiva de gobernanza empresarial, Atento Knowledge Assistant está diseñado para responder a necesidades operativas a gran escala. Su despliegue garantiza implementación rápida, integración amplia con sistemas existentes y acceso seguro a la información (crítico para la protección de datos y la privacidad). Por ejemplo, los permisos basados en roles pueden controlar qué datos ve cada persona y todas las interacciones con el chatbot pueden registrarse para revisiones de cumplimiento. Atento también ofrece soporte técnico continuo para mantener el sistema de conocimiento actualizado y alineado con políticas de negocio en evolución.

Impacto: al implementar un Knowledge Assistant con IA como el de Atento, las empresas pueden mejorar de manera significativa las tasas de resolución en el primer contacto y la consistencia. Los empleados se vuelven más rápidos y precisos. Los tiempos de capacitación de nuevos agentes se reducen, ya que pueden volverse competentes apoyándose en el asistente, lo que alivia el proceso de adaptación. En general, esta solución resuelve los puntos de dolor de servicio inconsistente y escalabilidad del conocimiento del personal. Representa cómo funciona en la práctica la filosofía de “IA aumentada, impulsada por personas”: la IA aprende y difunde la sabiduría de los mejores dentro de la organización, y las personas, a su vez, toman mejores decisiones con la ayuda de la IA.

Cómo funciona Atento Knowledge Assistant:



3.2

Atento Advanced Insights: de datos a acción a escala

La plataforma **Atento Advanced Insights** demuestra cómo la analítica en tiempo real y la inteligencia impulsada por IA pueden aprovecharse en una operación de CX a gran escala. Esta solución es esencialmente una suite de analítica de Voz del Cliente (VoC) y de Aseguramiento de Calidad (QA) que transforma datos crudos de interacciones de clientes en inteligencia clara y accionable.

Advanced Insights aborda el problema de la fragmentación de datos al ingerir información de todos los puntos de interacción: llamadas, chats, correos electrónicos, encuestas, redes sociales, y al agregarlos en una vista unificada de 360°. A través de analítica avanzada e IA (incluida IA generativa para análisis de tendencias), puede decodificar lo que los clientes dicen y sienten en los distintos canales. Esta escucha continua funciona 24/7 con alta precisión, permitiendo que la empresa mantenga siempre el pulso sobre la salud del CX.

Lo que distingue a **Advanced Insights** es cómo cierra el ciclo de aprendizaje a acción, apoyando el principio ágil de mejora continua. Incluye módulos para **Reportar (Medir), Analizar (Decodificar) y Ejecutar**, que corresponden a las etapas de convertir datos en resultados de negocio. Por ejemplo, en la fase de Reportar, podría usar IA para identificar que los clientes se quejan repetidamente de una nueva funcionalidad de la app. En Analizar, limpia y organiza esos datos, revelando quizás la causa raíz (por ejemplo, un flujo de interfaz confuso). Luego, en Ejecutar, la plataforma ayudaría al equipo a priorizar una corrección o incluso a activar un flujo de trabajo automatizado (como enviar una disculpa y un tutorial a los usuarios afectados).

Resultados concretos reportados por clientes de Atento usando [Advanced Insights](#) incluyen más de un **400% de mejora en la eficiencia del monitoreo transaccional** y un **incremento del 26%+ en NPS (Net Promoter Score)**. Estas ganancias provienen de la capacidad de la plataforma para monitorear interacciones a escala (cientos de miles de transacciones) con una fracción del esfuerzo manual, multiplicando efectivamente la capacidad de los equipos de QA. La retroalimentación integrada hacia los agentes (por ejemplo, notificar cuando falta una frase de cumplimiento en una llamada) también ayuda a corregir de forma continua el comportamiento en la primera línea.

Desde la perspectiva de gobernanza y escalabilidad, **Advanced Insights** está construida pensando en las necesidades empresariales. Las grandes organizaciones pueden comenzar en un nivel manejable y escalar el uso a medida que integran más fuentes de datos o funciones de IA más avanzadas. Además, Atento ofrece consultoría experta junto con la herramienta para aquellas organizaciones que desean orientación en la lectura de datos y la implementación de cambios, un paso crucial, ya que los aprendizajes solo son tan útiles como las acciones que generan.

En el contexto de condiciones de hipercrecimiento, **Advanced Insights** provee esencialmente al sistema nervioso de una organización ágil de CX. Garantiza que, sin importar la velocidad del entorno, se cuente con conciencia situacional en tiempo real del sentimiento del cliente y del rendimiento operativo. Ayuda a romper silos consolidando datos y haciéndolos accesibles a través de tableros personalizables (por ejemplo, integración con PowerBI para vistas a medida). Esta democratización de los datos significa que cada área o responsable de un journey puede autoabastecerse de aprendizajes y colaborar en mejoras usando una base común de hechos.

En conjunto, **Atento Advanced Insights** demuestra el poder de la "IA aumentada" en CX: complementa a los analistas humanos procesando big data en segundos, para que ellos dediquen su tiempo a diseñar mejores experiencias en lugar de hacer cálculos manuales. Es un conjunto de herramientas que encarna la agilidad (aprendizajes rápidos, escucha continua) y el control (gobernanza centralizada de datos, seguimiento de calidad), que es exactamente lo que las empresas necesitan para convertir el CX en una ciencia que impulse el crecimiento del negocio.

Atento Conversations: engagement omnicanal con IA escalable

Otra solución de IA de Atento es **Atento Conversations**, que ejemplifica un enfoque ágil e impulsado por IA para el engagement con clientes a través de canales. Es una plataforma de IA conversacional que permite a las empresas automatizar y personalizar interacciones a escala, en texto, voz e incluso canales de imagen o video. Más allá de simples preguntas frecuentes, soporta diálogos sofisticados, asistencia transaccional y escenarios complejos de soporte que antes requerían intervención humana. Por ejemplo, un proveedor de telecomunicaciones podría desplegar un asistente virtual para guiar a los clientes en procesos paso a paso de resolución de problemas, escalando a un agente en vivo solo cuando sea necesario.

Construida sobre una arquitectura componible y API-first, Atento Conversations se integra sin problemas con CRMs, ERPs y diversos entornos de contact center. Su diseño omnicanal permite intercambio de datos en tiempo real y continuidad contextual entre voz y chat, incluyendo plataformas como WhatsApp, Telegram y Signal. Esta arquitectura asegura interacciones hiperpersonalizadas al aprovechar inteligencia de backend como historial de cuenta o estado de servicio, al mismo tiempo que mantiene el cumplimiento normativo y la eficiencia operativa. Como resultado, las empresas pueden desplegar y escalar experiencias conversacionales que combinan lo mejor de sus flujos con interacciones de primer nivel.

Un beneficio significativo de una plataforma así en escenarios de hipercrecimiento es la escalabilidad sin costos lineales. Si tu base de clientes se duplica, los bots de IA gestionan el volumen adicional (quizás con un aumento en el uso de la nube), en lugar de duplicar la dotación de agentes en el contact center. Así es como compañías nativas digitales han logrado hipercrecimiento sin colapsos en servicio al cliente, derivando gran parte de las consultas de front-end hacia la IA. Gartner señala que, al integrar IA con voz en el servicio, las empresas pueden simplificar drásticamente la experiencia de servicio y manejar más con menos complejidad. Atento Conversations se alinea con esa visión, brindando la capacidad de orquestar una experiencia consistente que combine IA y soporte humano según sea necesario.

Otro beneficio es la velocidad de iteración. ¿Necesitas lanzar un nuevo canal de soporte en WhatsApp o integrar la última app de mensajería? Al ser una solución modular, Atento Conversations puede incorporar nuevos canales relativamente rápido (a menudo vía conectores API). Esto aborda el problema de la proliferación de canales ofreciendo una sola plataforma para gestionar diálogos en todos los puntos de entrada. Su lema "Interacción Personalizada Redefinida" refleja cómo utiliza datos de sistemas de backend para personalizar cada conversación: por ejemplo, reconocer a un cliente recurrente y abordar proactivamente su última incidencia. Esto genera experiencias más consistentes y ricas en contexto: los clientes no tienen que empezar de cero en cada canal, y la IA puede mantener la memoria del historial de conversaciones, algo que incluso un humano en múltiples canales no logra fácilmente.



Desde la perspectiva de personas y gobernanza, **Atento Conversations** es “IA aumentada y centrada en las personas”, en el sentido de que no elimina a los humanos del ciclo, sino que optimiza su participación. Las interacciones rutinarias pueden automatizarse completamente, mientras que las más complejas o sensibles se transfieren de forma fluida a agentes en vivo, con todo el contexto. Así, los agentes atienden casos matizados con plena visibilidad de lo que hizo el bot, asegurando continuidad. Mientras tanto, la plataforma recopila datos de cada interacción (IA o humana), que se retroalimentan en **Advanced Aprendizajes** para un aprendizaje continuo.

Atento también enfatiza la **gobernanza operativa** en estas implementaciones. Al desplegar bots de IA en entornos empresariales, se requiere un diseño cuidadoso para cumplir con regulaciones (p. ej., que el bot se identifique, obtenga consentimiento de uso de datos, etc.). La plataforma de **Atento Conversations**, respaldada por la consultoría en CX y el AI Studio de Atento, proporciona marcos para construir flujos conversacionales gobernados, es decir, flujos con las reglas de negocio y controles de cumplimiento necesarios. Por ejemplo, en un chatbot de salud, asegurar cumplimiento con HIPAA en los datos recopilados y mostrados es fundamental. Una plataforma ágil permite que esas reglas se configuren y auditen.

En métricas: los éxitos atribuidos a la IA conversacional de Atento incluyen alcanzar altas tasas de resolución en autoservicio (en algunos casos hasta un **65% de resolución vía chatbot**). Esto se traduce en ahorros sustanciales y servicio más rápido. Además, como estas conversaciones generan transcripciones y datos estructurados, las compañías obtienen aprendizajes más profundos sobre las necesidades de los clientes. Así, pueden mejorar tanto la parte automatizada como la humana del servicio, otro eslabón de retroalimentación que impulsa la agilidad.

En resumen, **Atento Conversations** es un modelo de engagement ágil impulsado por IA: permite a las empresas estar presentes en cualquier canal de inmediato, mantener consistencia y personalización, y hacerlo de manera eficiente a gran escala. Refuerza a los equipos humanos filtrando y manejando tareas simples, garantizando que cuando se requiera un humano, este pueda enfocarse y sobresalir. Equilibra los objetivos de agilidad empresarial (experiencias desplegables rápidamente) con la confiabilidad y gobernanza a escala (control a nivel de plataforma, aprendizajes de datos e integración). Es una demostración real de cómo adoptar la IA en interacciones con clientes, bajo guía humana, puede generar tanto una experiencia superior como una organización más adaptable.



Lograr una **CX ágil** en una empresa en hipercrecimiento es un imperativo estratégico en el mercado actual. Los aprendizajes y ejemplos detallados en este white paper llevan a varias conclusiones clave para líderes sénior de CX y responsables de transformación:

Haz de la agilidad un principio central de CX:

Trata la agilidad no solo como una metodología de proyectos (por ejemplo, Scrum en desarrollo de software), sino como un modelo operativo para la gestión de CX. Esto significa empoderar a equipos multifuncionales para iterar con frecuencia en los customer journeys, adoptando una cultura de prueba y aprendizaje. Como se ha visto, compañías como UPS crearon prototipos y mejoraron experiencias rápidamente en maratones semanales con resultados significativos¹². La capacidad de girar y refinar basándose en retroalimentación en tiempo real es lo que separa a los líderes de CX de los rezagados en mercados de ritmo acelerado.

Invierte en la IA como herramienta de aumento:

La inteligencia artificial debe desplegarse para amplificar a las personas, no para desplazarlas. Las transformaciones más exitosas combinan la velocidad, escala y poder de procesamiento de datos de la IA con la empatía, creatividad y juicio humanos. Ya sea con bots de asistencia al agente que sugieren respuestas o con plataformas de analítica que destacan tendencias, la IA puede encargarse de la carga pesada de datos y tareas rutinarias, permitiendo que los empleados se enfoquen en generar valor. Esta sinergia "humano + IA" impulsa mejores experiencias e involucra a los colaboradores en lugar de amenazarlos. También brinda una ventaja en la atracción de talento: los mejores profesionales quieren trabajar en organizaciones que les ofrezcan grandes herramientas para triunfar.

Unifica los datos y rompe los silos:

Una estrategia de CX ágil debe construirse sobre una vista única del cliente y un entorno de datos unificado. Los datos en silos son el enemigo tanto de la personalización como de la mejora continua. Prioriza la integración de plataformas de datos de cliente, historiales de interacción y métricas operativas en un sistema coherente que alimente tanto la analítica como las herramientas de la primera línea. Esto habilita consistencia (todos ven la misma verdad) y ciclos más rápidos de aprendizaje a la acción. En la práctica, esto puede implicar migrar a lakes de datos en la nube o a CDPs, así como establecer programas de gobernanza que aseguren calidad y conectividad de datos en toda la empresa.

¹²Frost & Sullivan: Elevating CX Requires Alignment of ALL Stakeholders, Including Customers

Modulariza tu stack tecnológico:

Los sistemas monolíticos heredados de CX limitan severamente la velocidad. Siempre que sea posible, migra hacia plataformas modulares, API-driven para interacciones con clientes. Adoptar plataformas de contact center en la nube, middleware de IA y herramientas de automatización con códigos permite lanzar nuevos canales o capacidades en una fracción del tiempo. Esta modularidad también protege tus operaciones a futuro: a medida que surgen nuevos canales (o técnicas de IA), puedes integrarlos sin reconstruir todo el sistema. El concepto de Gartner de "CX componible" refleja esto: diseña tu tecnología de CX como piezas de Lego que puedan reconfigurarse según sea necesario para soportar innovación. Además, los sistemas modulares suelen traer buenas prácticas y soporte de cumplimiento integrados, lo que es una ventaja para industrias reguladas que necesitan moverse rápido y de forma segura.

Prioriza la gobernanza y el uso ético de la IA:

Con un gran poder (el de la IA y la automatización) viene una gran responsabilidad. Asegúrate de que tu transformación ágil de CX incluya un marco de gobernanza sólido. Esto significa políticas claras sobre privacidad de datos, ética en IA y verificaciones de cumplimiento en cada paso del diseño. Por ejemplo, establece revisiones de ética en IA para nuevos bots que interactúan con clientes, incluye a oficiales de cumplimiento en los scrums de rediseño de journeys y mantén transparencia con los clientes sobre cómo se usan sus datos para mejorar la CX. El objetivo es construir confianza por diseño: tanto clientes como reguladores deben percibir que tus innovaciones ágiles mejoran la experiencia sin comprometer seguridad ni equidad. La gobernanza puede ralentizar algunos pasos en el corto plazo, pero finalmente habilita una agilidad sostenible al prevenir contratiempos como brechas de seguridad o pérdida de confianza pública.

Mide, aprende e itera de forma continua:

Finalmente, inculca una **disciplina de medición y aprendizaje continuo**. Usa métricas de CX que realmente importen (satisfacción del cliente, esfuerzo, tiempo de resolución, índices de lealtad, etc.) y conéctalas con resultados de negocio tangibles (retención, ingresos por cliente). Equipa a tus equipos con dashboards en tiempo real y, más importante aún, con un proceso para actuar en base a ellos. La transformación nunca está "terminada": una empresa ágil de CX está constantemente monitoreando el flujo de retroalimentación del cliente y datos operativos, identificando obstáculos y corrientes y ajustando el rumbo. Celebra victorias rápidas, pero también construye memoria institucional a partir de los fracasos. Esta cultura de aprendizaje es lo que mantiene la CX ágil y receptiva ante cambios en el mercado o en el panorama competitivo.

En conclusión, la transformación de **CX empresarial en entornos de hipercrecimiento es un viaje de adaptación continua.** Al aprovechar estrategias con IA aumentada y fomentar una mentalidad ágil, las grandes organizaciones pueden convertir su tamaño y complejidad de una desventaja en una ventaja. Pueden responder más rápido que rivales más pequeños al aprovechar de manera inteligente su riqueza de datos y talento humano a través de la IA. Pueden asegurar que cada nuevo producto, servicio o canal lanzado encante a los clientes en lugar de restar valor a la promesa de marca. Y, quizás lo más importante, pueden construir un ecosistema de CX resiliente, capaz de resistir cambios regulatorios, disrupciones de mercado o picos de demanda sin sacrificar la calidad de experiencia que los clientes esperan.

Los líderes de CX que lean este white paper deben sentirse seguros de que la “CX ágil” no es solo una palabra de moda, sino un estado alcanzable, en el que las operaciones se alinean continuamente con las necesidades del cliente y el negocio se mantiene constantemente alineado con el valor para el cliente. Las herramientas y ejemplos presentados ofrecen un mapa para comenzar o acelerar este viaje. El momento de actuar es ahora: quienes adopten la CX ágil con IA aumentada marcarán el ritmo en sus industrias, y quienes no lo hagan se verán luchando por alcanzar a otros en un mundo donde la experiencia del cliente es el campo de batalla competitivo definitivo.

Para cerrar:

La transformación de CX en entornos de hipercrecimiento es un camino de adaptación continua. Con estrategias de IA aumentada y una mentalidad ágil, las grandes organizaciones pueden convertir su tamaño y complejidad en ventaja. Podrás responder más rápido que rivales más pequeños si aprovechas de forma inteligente tu caudal de datos y talento humano con IA. Así, cada nuevo producto, servicio o canal reforzará —y no diluirá— tu promesa de marca.

Quienes adopten CX ágil con IA marcarán el ritmo en sus industrias. Quienes no lo hagan, se verán corriendo detrás en un mundo donde la experiencia del cliente es el campo de batalla competitivo definitivo.

